

Situación del oleoturismo y lineamientos para su desarrollo en la región del sudoeste bonaerense, Argentina

Situation of olive oil tourism and guidelines for its development in the region of southwest Buenos Aires, Argentina

Silvina Renée Elías¹, Andrea Cecilia Barbero²

Resumen: La innovación tecnológica y un cambio en la mentalidad de los productores argentinos para adoptar nuevos productos que favorezcan el crecimiento de la empresa agropecuaria están llevando a una reconversión del espacio rural. Este trabajo avanza en el estudio de los procesos innovativos, capacidades e interacciones relacionados con la actividad olivícola en general y con el oleoturismo en particular, en la región del Sudoeste bonaerense, Argentina. El objetivo principal es analizar la situación del oleoturismo e identificar posibles lineamientos para su desarrollo. Este trabajo corresponde a un estudio de caso ya que se realiza una investigación de las acciones desarrolladas por una unidad de análisis. Se realiza una investigación de tipo descriptivo-explicativo con el propósito de caracterizar el oleoturismo y lograr la comprensión del fenómeno en la zona. Se caracteriza socio-económicamente el área de estudio y sus posibilidades para el desarrollo olivícola. Se plantean las ventajas del turismo como dinamizador del desarrollo rural analizando especialmente la nueva modalidad de oleoturismo. Por último se analizan los casos incipientes de oleoturismo en el área de estudio y se presentan las reflexiones preliminares del trabajo.

Palabras clave: Innovación tecnológica, espacio rural, actividad olivícola, oleoturismo.

Abstract: Technological innovation and a change in the mentality of Argentinean producers to adopt new products that favor the growth of agricultural companies are leading to a conversion of the rural space. This work makes advances in the study of the innovative processes, capacities and interactions related to olive growing in general and olive oil tourism in particular in the region of southwest Buenos Aires, Argentina. The main aim is to analyze the situation of olive oil tourism and identify possible guidelines for its development. This work is a case study, since an investigation is made of the actions undertaken by an analysis unit. A descriptive-explanatory study is conducted to characterize olive oil tourism and to gain an understanding of the phenomenon in the area. The study area and its possibilities for olive production are characterized socioeconomically. The advantages of tourism, such as revitalizing rural development are set out, in particular analyzing the new modality of olive oil tourism. Finally, the early cases of olive oil tourism in the study area are analyzed and the preliminary reflections of the work are presented.

Keywords: Technological innovation, rural space, olive production, olive oil tourism.

(Presentado: 07 de junio de 2016. Aceptado: 2 de agosto de 2016)

¹ Magíster en Economía. Universidad Nacional del Sur, Argentina, Departamento de Economía. Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales del Sur (UNS-CONICET), Argentina. E-mail: silvina.elias13@gmail.com

² Dra. Universidad Nacional del Sur, Argentina.

INTRODUCCIÓN

La innovación tecnológica y un cambio en la mentalidad de los productores argentinos para adoptar nuevos productos que favorezcan el crecimiento de la empresa agropecuaria, más allá de las coyunturas, están llevando a una reconversión del espacio rural. En un marco de globalización, profundas transformaciones y una competencia creciente, los territorios más innovadores buscan nuevas oportunidades para motorizar los procesos de desarrollo, activando los recursos genéricos para convertirlos en específicos, lo que conlleva a una revalorización de su territorio. Este último puede considerarse como un auténtico activo de cara al impulso de tales procesos, dado que representa la base sobre la que se sustentan actividades diversas, entre ellas, algunas relacionadas con el turismo.

En los últimos años, aspectos sociales y económicos convergen en el sector rural argentino impulsando el desarrollo turístico. Para entender su auge, hay que observar dos tendencias compatibles, la afluencia hacia áreas rurales de gente que busca alejarse temporalmente de la vida urbana y la incipiente visión del productor que, al diversificar las actividades de su empresa agropecuaria, logra generar empleo y fomentar el arraigo rural. Por el lado de la demanda se observa también un cambio en los hábitos del consumidor de turismo. El modelo turístico tradicional (turismo estacional de masas) se está transformado, dando lugar a múltiples realidades turísticas caracterizadas por la diversidad de segmentos y productos; aumenta el turismo rural y disminuye la afluencia a los destinos clásicos de turismo de sol y playa. La crisis del turismo tradicional ha ido dando paso al fenómeno del consumo de naturaleza, cultura y religiosidad, en sus formas recreativa y turística. Surge así el turismo rural como un fenómeno que se ha desarrollado intensamente en los últimos años, dotando de utilidad económica y social a muchas áreas rurales y con repercusión en la creación de empleo, tanto directo como indirecto. En este contexto de expansión de la actividad surgen nuevas propuestas como el "enoturismo" y el "oleoturismo" que se pueden canalizar como actividades complementarias a la agricultura enfocadas al sector servicios y ocio y que pueden generar nuevas perspectivas de crecimiento en zonas rurales. La necesidad de encontrar alternativas de diversificación económica para muchas localidades ubicadas en zonas olivereras y que presentan un alto grado de dependencia del sector primario, otorgan un papel especialmente relevante a aquellas

actividades que permiten capturar la esencia de esa cultura que rodea al mundo del vino, del olivo y del aceite de oliva. Como indican Melián, Millán y López (2008), actualmente "existe un número creciente de personas que quieren dedicar parte de su dinero y de su tiempo libre a conocer el mundo del vino y del aceite, sus historias, sus paisajes, su elaboración y a la gente que los hacen posibles".

La región del sudoeste bonaerense (SOB) no resulta ajena a estos procesos. Está inserta en la denominada zona pampeana argentina, en el límite donde la misma deja de ser húmeda para pasar a transformarse en semiárida. Representa un nodo estratégico para el desarrollo económico porque alberga el mayor puerto de aguas profundas del país, y un sistema de transporte por carretera y ferrocarril que permite el transporte de mercancías desde y hacia otras zonas. Como consecuencia del cambio climático, está padeciendo desde hace años fuertes sequías y un deterioro de su calidad ambiental, lo que afecta en forma directa la productividad de las actividades agropecuarias tradicionales y obliga a pensar en propuestas alternativas. La olivicultura, según un estudio de impacto ambiental realizado aplicando Huella Ecológica, se posiciona como una actividad con efectos positivos que podría colaborar a largo plazo a frenar el avance de la desertificación en la región y mejorar sus condiciones medioambientales. Resulta entonces una actividad complementaria que presenta la gran ventaja que los olivos pueden plantarse en lugares no aptos para otros cultivos. Recientemente, se observan emprendimientos que además de la producción y fabricación de aceitunas y aceite integran diferentes alternativas turísticas. Se vislumbran asimismo acciones desde los mismos emprendedores, las cámaras, universidades y otros organismos de ciencia y tecnología que permitirían hacer más denso el entramado local y posibilitarían la resolución de problemas y el aprendizaje colectivo generando economías externas que motorizarían el sector y el desarrollo local. Como hecho positivo puede destacarse el cambio en el perfil tradicional del productor sumando distintos roles y nuevos actores en toda la cadena productiva. En este contexto, el objetivo del presente trabajo es analizar la situación del oleoturismo en la región reflexionando sobre posibles lineamientos que favorezcan su desarrollo. En tal sentido, la investigación se encuadra en los denominados estudios de casos, ya que se realiza una investiga-

ción de las acciones desarrolladas por una unidad de análisis. De acuerdo con los objetivos perseguidos y teniendo en cuenta los enfoques que se presentan, se realiza una investigación de tipo descriptivo-explicativo con el propósito de caracterizar el oleoturismo y lograr una verdadera comprensión del fenómeno en la zona del SOB. Para ello en la siguiente sección de caracterizará socio-económicamente el área de estudio y sus posibilidades para el desarrollo olivícola. Seguidamente se plantearán las ventajas del turismo como dinamizador del desarrollo rural analizando especialmente la nueva modalidad de oleoturismo. Por último se analizan los casos incipientes de oleoturismo en el área de estudio y se presentan las reflexiones preliminares del trabajo.

Caracterización de la región del sudoeste bonaerense

El área de estudio se encuentra ubicada al sudoeste de la provincia de Buenos Aires y abarca los partidos de Bahía Blanca, Coronel Dorrego, Coronel Rosales, Monte Hermoso, Patagones, Puan y Villarino. Las localidades allí emplazadas presentan actividades económicas, niveles de desarrollo social y problemáticas ambientales diferentes. La región está inserta en la denominada zona pampeana argentina, en el límite donde la misma deja de ser húmeda para pasar a transformarse en semiárida. Representa un nodo estratégico para el desarrollo económico porque alberga el mayor puerto de aguas profundas del país, y un sistema de transporte por carretera y ferrocarril que permite el transporte de mercancías desde otras regiones. Las potencialidades del área por el emplazamiento del sistema portuario son muy amplias, tanto por sus actuales condiciones operativas y de infraestructura, como por sus posibilidades de expansión y de espacio para mejorar y ampliar instalaciones, en el puerto mismo o en las vías de acceso y comunicación.

En términos del perfil productivo, la región del SOB se destaca por una fuerte presencia de actividades ligadas al agro, acompañada por un escaso nivel de establecimientos manufactureros. Considerando la actividad agropecuaria, el cultivo de cereales es el más significativo en términos de su aporte a la oferta pampeana, le siguen en importancia la ganadería y las oleaginosas (fundamentalmente girasol). No obstante, se deben destacar dos aspectos. Por un lado, en todos los casos el porcentaje de superficie dedicada a granos en el total

pampeano es mayor al porcentaje de producción, lo cual pone en evidencia que el SOB experimenta niveles de productividad media menores que el resto del área pampeana debido a razones agroecológicas. Por otro lado, el tamaño medio de las explotaciones y el perfil de especialización intrarregional no es homogéneo. El sur del SOB, además del área de riego con pequeñas explotaciones especializadas en el cultivo de cebolla (producción regional de cierto peso en la oferta nacional), se caracteriza por la presencia de unidades de mayor tamaño promedio dedicadas a la producción de cereales y ganadería. En el oeste se expanden los cultivos oleaginosos (predomina girasol y, más recientemente, cierta expansión de la soja), junto con el trigo, mientras que en el área central se combinan dichos cultivos con la actividad ganadera, siendo la zona de Coronel Dorrego la que mejor reproduce los patrones de productividad propios de la pampa húmeda (Gorenstein, Viego y Barbero, 2004).

La olivicultura en el sudoeste bonaerense

El clima, décadas de desmonte indiscriminado, la realización de actividades agrícolas en sitios inadecuados y prácticas de laboreo agresivas, han llevado a algunas explotaciones a magnitudes de degradación del suelo que comprometen la continuidad productiva disminuyendo seriamente los resultados económicos, que hacen viables a las explotaciones agropecuarias, de la región del SOB. Es por ello que una de las grandes ventajas que presenta la olivicultura es su carácter complementario a las actividades agrícola ganaderas tradicionales, pudiendo plantarse olivos en lugares donde otros cultivos no serían posibles.

En el SOB las primeras plantaciones datan de los años 1945 y 1950 y estaban destinadas a la producción de aceitunas de mesa. En la década del 80 hubo un proyecto para la elaboración de aceite pero por problemas técnicos debió ser abandonado. Sobre fines de los '90 la actividad se retoma y a partir de allí comienza a consolidarse y reconocerse como un producto de alta calidad. La cantidad de plantas creció de 185.000 plantas en 1999 a 466.241 en el 2012 (Picardi y Obiol, 2014). El partido de Coronel Dorrego fue uno de los pioneros en la actividad y permanece como uno de los más representativos. La distribución de las plantaciones y principales características de los productores puede verse en la Tabla 1.

TABLA 1. La olivicultura en el sudoeste bonaerense.

Partido	Plantas	Participación relativa (%)
Bahía Blanca	8.648	1,92
Coronel Dorrego	311.617	69,17
Coronel Rosales	10.680	2,37
Monte Hermoso	7.000	1,55
Patagones	1.220	0,27
Puan	20.241	4,49
Villarino	91.085	20,22
Total	450.491	100,00

42 empresas

La producción se destina a la producción de aceite. Una empresa local produce aceite orgánico que vende fraccionado a Brasil y a granel a EE.UU.

Características

Escala pequeña: 3 empresas de más de 100 ha (10%) y 28 de menos de 20 ha (90%)	Alta participación en grupos o entidades intermedias, universidades y sector público Nucleados en la Cámara de Olivicultores Sur Oliva	Políticas de promoción y fomento en algunos municipios
Edad promedio de los productores: 53 años 17% entre 20 y 40 años, 64% entre 41 y 60, y 19% más de 60	Los que tienen educación universitaria no residen en la explotación y la olivicultura no resulta su principal fuente de ingresos	El 95% reside en la región del SOB

Fuente: Elaboración propia sobre la base de Picardi y Obiol (2014).

En Coronel Dorrego los productores más importantes son Biolive y Juan Ignacio Bottini (“El Pial” y “Las Marianas”, y “Las Casuarinas”, respectivamente). Ambos suman una cantidad de plantas estimada en 185.700, lo que representa un poco más del 40%. Las plantaciones son de la década de 1950. El rendimiento promedio de 3,1 ton/ha. La tecnología es escasa o nula con poda a varios brazos principales. Las variedades aceiteras utilizadas son Arbequina, Frantoio, Farga y Manzanilla. Ambos productores son los únicos en la región que cuentan con prensadoras, pudiendo procesar no sólo el aceite propio, sino también del resto de los pequeños productores de la zona. La capacidad promedio de las prensadoras es de aproximadamente 100 litros de aceite de oliva por hora. Posteriormente, pero de muy menor magnitud se encuentran las plantaciones del partido de Villarino (30 ha) y de Puán (12 ha cuya explotación la realiza la Cooperativa de Servicios y Obras Públicas Ltda. de Puán). Finalmente los partidos de Bahía Blanca y Coronel Rosales, suman en total 13 ha implantadas, las cuales constituyen principalmente montes nuevos que se incrementan año a año.

Es importante destacar que existe una relación de cooperación entre los establecimientos ya consolidados y los nuevos, entre los distintos partidos de la zona que ya están en la actividad y los que quieren iniciarse en ella. Se puede agregar que la estrategia de negocio desarrollada por los productores de la zona es la diferenciación y tiene por objeto la elaboración de aceites de oliva de alta calidad, destinados a segmentos de mercado con consumidores exigentes y a países compradores de aceites a granel que son utilizados como aceites “de encabezamiento”. En la actualidad, desde el SOB se están tratando de abrir canales de comercialización para exportar a Europa, y trabajando para cumplir con los requerimientos establecidos por las normas internacionales (FAO, OMS y COI6, entre otras), condición que otras zonas del país no llegan a cumplir por problemas agro-climáticos.

Las plantaciones de olivo en la región cercana al mar generan altos índice de fenoles obteniendo así un aceite alto oleico, diferenciado en calidad lo que constituye una ventaja comparativa con respecto a productores de otras re-

giones del país. La zona cuenta con grandes plantaciones de olivares viejos con métodos de cultivo tradicionales y emprendimientos pequeños con nuevas plantas, en los que se ha incorporado nueva tecnología. Existe vínculos de colaboración entre los productores de la región lo que favorece la prestación conjunta de servicios auxiliares o de apoyo. Todo esto mejora la competitividad de las empresas y la industria, incrementa la capacidad de innovación y estimula la entrada de nuevas empresas generando un proceso dinámico de crecimiento sostenido en toda la región. Falta fortalecer los eslabonamientos hacia atrás (proveedores de maquinarias).

En cuanto a las fases de desarrollo del cluster se ve que la realidad es mucho más rica y menos rígida que cualquier esquema de análisis. Además, es de esperar que haya 10 actividades dentro del cluster que se “atrasen” o se “adelanten” pero lo que no se puede negar es que existen rasgo de evolución que hacen pensar en el desarrollo y conformación de un cluster olivícola maduro exitoso, es decir, capaz de seguir desarrollando su competitividad en base a la mejora continua en la productividad a través del intercambio de información y cooperación entre los distintos actores y la incorporación de nueva tecnología para satisfacer una demanda por demás exigente como la de los sectores de ingresos medios altos, tanto nacionales como internacionales (Picardi y Obiol, 2011).

El turismo rural como instrumento de desarrollo local: definiendo el turismo rural

El cambio en la visión turística que se está produciendo debido a las nuevas preferencias de los viajeros, donde la naturaleza adquiere mayor protagonismo y hay mayor concienciación medioambiental hace que muchos turistas busquen satisfacer necesidades que los destinos tradicionales no pueden cubrir. El nuevo visitante demanda entornos con atractivos naturales y paisajísticos, lugares con identidad propia en los que la cultura y sus costumbres se conserven y actúen como elementos diferenciadores; todo esto debido al aumento en el nivel de estrés y de contaminación en las ciudades que no permite el disfrute de un ambiente tranquilo y agradable como antaño. Es necesario que las zonas rurales se reinventen e intenten aprovechar a pleno todos sus recursos y posibilidades, consiguiendo, de esta forma, adaptar su economía a esta nueva demanda del mercado. Para E. Barrera (1997) el turismo rural es “aquella actividad turística realizada en el es-

pacio rural, compuesto por una oferta integrada de ocio dirigida a una demanda cuya motivación incluye el contacto respetuoso con el entorno natural y una interrelación con la población local” (p.12). Los establecimientos rurales dedicados a la actividad turística recreativa permiten a los visitantes conocer, compartir y aprender otras costumbres y tradiciones, a través de actividades cotidianas, productivas y culturales, sensibilizándolos sobre el respeto y valor de la identidad cultural de las comunidades y pueblos rurales. Claudia Toselli (2006) explica que “el turismo rural puede considerarse como una variante del turismo cultural, desde la perspectiva de descubrimiento del patrimonio, las costumbres y las actividades de las comunidades rurales. El turismo rural incorpora prácticas culturales que habían quedado en desuso, revaloriza las costumbres y los hábitos campesinos, recupera antiguos procesos y actividades vinculadas a la producción agrícola-ganadera, contribuyendo a preservar la memoria colectiva y la identidad local” (p.12). En este sentido, ya no se habla solo de los recursos naturales que posee un determinado lugar, sino también de la importancia, singularidad y revalorización que adquiere la cultural rural. El turismo rural implica el uso o aprovechamiento turístico del entorno no urbano, sin olvidar las premisas del desarrollo sostenible, generando efectos positivos (conservación del patrimonio, la protección del medio etc.). Se promueve generalmente en áreas “no invadidas”, incluye a la población local como actores culturales, es minoritario y fomenta, a través de encuentros espontáneos y la participación, el contacto cultural.

El campo, la montaña, la naturaleza y en definitiva el paisaje rural, se convierten en los escenarios donde los turistas quieren reencontrar valores que el progreso ha expulsado de los ámbitos de la vida cotidiana. “El paisaje y la cultura rural, pueden ser, según los casos, la vuelta a las raíces, el gusto por lo auténtico, el disfrute de la naturaleza, la tranquilidad y el reposo, la gastronomía del país, las vacaciones a medida, la recuperación del equilibrio personal, las vacaciones de salud, etc.” (p.27). Asimismo Barrera (2009) destaca los beneficios del turismo rural puesto que favorece la creación de empleo y fomento del arraigo rural al utilizar mano de obra rural no agrícola, otorga protagonismo a la mujer y los jóvenes, promueve la revalorización del patrimonio cultural, colabora con la creación de un mercado para la producción, fomenta el asociativismo y sirve para la mejora de la calidad de alimentos y artesanías. Es así que el turismo rural es posible y sigue evolucionan-

do por las siguientes causas: existen muchas localidades rurales que poseen atractivos para el turista, se realiza sin dejar de lado las labores 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 tanto para la mujer como para los jóvenes y posibilita una disminución en el abandono del lugar de origen. Por todos estos motivos el turismo rural se presenta como una oportunidad para los productores, quienes encontrarían de esta manera una rentabilidad adicional, abriendo sus “tranqueras” y brindando diversos servicios a los visitantes.

Hacia una nueva ruralidad

Las nuevas configuraciones territoriales en el espacio rural se deben a dos factores importantes: la incorporación de actividades de servicios complementarias a la actividad productiva principal y los cambios en la demanda urbana hacia espacios diferenciados para desarrollar su tiempo libre. Es por ello que, la combinación de estos dos grandes factores conduce a una configuración territorial marcada por el uso de actividades agrícolas y “no agrícolas” en el espacio rural. Esta multifuncionalidad de los espacios rurales es lo que determina que una empresa agrícola, a partir de la inclusión de una actividad proveniente del sector de servicios se transforme en una empresa rural (Craviotti, 2002). A su vez, la multifuncionalidad de los espacios rurales, es decir, la coexistencia de las actividades económicas agropecuarias tradicionales con las otras no agropecuarias, otorga un rol privilegiado al turismo rural como instrumento eficaz de desarrollo territorial y de fomento de las identidades locales, presentándose como una alternativa de desarrollo y posicionamiento como un nuevo producto en la oferta turística. La naturaleza y la cultura rural son recursos con que los productores agropecuarios y los habitantes de los territorios rurales cuentan y que les permiten, a través del turismo rural, revalorizar la historia, las tradiciones, el paisaje, las artesanías y los alimentos con identidad local, logrando una diversificación del sector.

La crisis agropecuaria, motivada principalmente por cuestiones económicas y de políticas públicas en conjunto con el efecto climático, como son las sequías prolongadas o el exceso de lluvias han llevado a la necesidad de reconversión y/o diversificación de este sector tradicional. El ámbito rural, ha buscado entonces alternativas

viables para lograr alcanzar una rentabilidad satisfactoria que garantice la sostenibilidad de las actividades rurales. Paralelamente, entre los habitantes de la ciudades se ha producido una revaloración de lo rural, tendencia estimulada por el crecimiento de la importancia de la ecología como factor de interés en la valoración ciudadana. Esta revalorización se ha considerado como fuente de nuevas demandas desde la ciudad al campo; procurando encontrar alimentos tradicionales y paisajes menos contaminados, entre otros. El nivel de información y conocimiento que traen los turistas que visitan las zonas rurales, sorprende a los anfitriones locales. Es frecuente observar que los visitantes conocen más sobre los recursos de la zona que los propios residentes. No se debe olvidar que el turismo rural se desarrolla en un ámbito donde es fundamental la interacción con la población local. Además, el turismo rural se caracteriza por la autenticidad y, en la medida que la misma comienza a perderse, el producto tiende a desvalorizarse. La misma crisis por la que atraviesa el sector en la zona, es la que ofrece oportunidades y sólo aquellos productores que sepan tomarlas a tiempo, lograrán mantener o lograr un mejor posicionamiento. Este desarrollo no puede darse de manera aislada, el territorio es el que permitirá que los productores triunfen o determinará su fracaso. Según B. García (2005) “las actividades complementarias ofrecidas en el destino turístico son un factor de primer orden para atraer al consumidor; las realizadas en el medio rural se han de caracterizar por ser respetuosas con el medio ambiente, natural y social, y estar basadas en los recursos naturales y culturales existentes en la zona en concreto. El consumidor turístico demanda un turismo a la carta y su selección depende, entre otros atributos, de las actividades complementarias ofertadas” (García, 2005).

La creación de productos en estos entornos, considerándolos como la suma de un sinnúmero de recursos, que van desde los paisajes, monumentos, y tradiciones, hasta la oferta de alojamiento, las actividades de turismo activo o la oferta gastronómica, entre otros, son una oportunidad para beneficiar al entorno rural (Pulido Fernández, 2008). Así, en el ámbito rural han ido surgiendo distintos tipos de turismo o de productos turísticos que pretenden aportar mayor actividad económica y de ocio a los municipios. Todos ellos surgen del aprovechamiento de los atractivos que ya tienen, dándoles un uso alternativo y logrando una identidad que los diferencie.

Turismo rural en Argentina

El turismo rural es un fenómeno relativamente reciente en el mundo y surge como resultado de una conjunción de factores propios de las sociedades postindustriales, en donde las tendencias de consumo recreativo han evolucionado hacia lo que se denomina turismo a la carta (Cánoves et al., 2004). Los espacios rurales han pasado a diversificar sus usos y uno de ellos es el turístico. Este redescubrimiento de los espacios de interior, y la reconversión del espacio-patrimonio rural para usos turísticos, viene acompañado de la revalorización de aspectos como la autenticidad cultural de los lugares, la revalorización de las raíces y una concienciación medioambiental de las sociedades urbanas (Cánoves, et al., 2005). El turismo rural en Argentina puede asumir diversas modalidades de acuerdo a la demanda del turista y a las posibilidades de los oferentes. Estas son agroturismo, turismo aventura, turismo cultural, turismo de estancia, turismo gastronómico, turismo educativo, ecoturismo, turismo religioso, turismo deportivo, turismo de eventos, turismo de salud, entre otros. Acorde con la evolución de la actividad a nivel internacional, el turismo rural en el país surge principalmente por dos factores: la crisis sectorial que lleva a los agricultores y ganaderos a buscar otras alternativas y la visualización de una demanda creciente a partir de un sector dinámico como es el turismo.

La crítica situación de una parte del sector agropecuario argentino fue lo que dio impulso al turismo rural, configurándose, en algunos casos, como la única manera viable de mantener sus establecimientos. La diversificación de la agricultura ha sido un patrón que se dio, principalmente, entre los productores de menor escala, quienes, precisamente por producir a menor escala, pierden competitividad para la producción de commodities. Barrera (2006) señala que la modificación de la función productiva tradicional, entre las que se encuentra la incorporación de actividades no agrícolas y servicios, surge en muchos casos, debido a la necesidad de diversificación del riesgo y de generación de ingresos adicionales a los agrícolas. Se produce con ello un aumento de los encadenamientos de la agricultura hacia otros sectores y el aumento de las ocupaciones no agrícolas de los habitantes rurales, incrementándose con ello los niveles de pluriactividad del sector (Craviotti, 2002). En este contexto es cuando la actividad turística-rural tiene su gran desarrollo, multiplicándose la cantidad de establecimientos que incorporan a sus activi-

dades agropecuarias la posibilidad de readaptar los cascos de las estancias y brindar servicios adecuados y adaptados a la demanda potencial.

Según la clasificación utilizada por la Secretaría de Turismo (SECTUR, 2009), en la Argentina la mayor oferta de establecimientos de turismo rural está compuesta por el turismo de estancias, con una participación del 40% de la oferta total, seguida por el turismo de bodegas con una participación del 16%. Las chacras-granjas y la oferta de turismo activo en conjunto componen el 25% de la oferta, con igual cantidad de establecimientos. Así, más del 80% de la oferta de establecimientos de turismo rural en la Argentina está compuesta por turismo de estancia, bodegas, chacras-granjas y turismo activo. Este escenario plantea excelentes posibilidades para los productores de la zona del Sudoeste de la Provincia de Buenos Aires, ya que muchos de ellos sin posibilidades de acceder a financiamiento bancario y sin estar actualizados tecnológicamente, han quedado marginados. Sin embargo, tienen una ventaja fundamental con respecto al resto, ya que generalmente estos paisajes son los que menos se han modificado. Consecuentemente, es la propia región y su pasado, la que provee el potencial para el desarrollo futuro. La calidad de un paisaje muy rico en términos históricos, naturales y culturales, proporciona la base del desarrollo futuro de las áreas rurales de la región.

Nuevas modalidades de turismo rural: el oleoturismo

Desde una perspectiva turística, el mundo rural ha ido reinventándose poco a poco y ofreciendo actividades más concretas y específicas, que satisfacen necesidades mucho más especializadas y focalizadas, para conseguir llamar la atención de un público muy variado, intentando sacar provecho de todas sus peculiaridades y convirtiéndolas en recursos de gran atractivo. El producto oleoturístico surge del uso alternativo de uno de los productos más importantes y necesarios de la dieta mediterránea, el aceite de oliva, el cual, bien promocionado y gestionado, podría ser capaz de captar el interés turístico de un grupo considerable de personas. El oleoturismo, como explotación turística, surge como una modalidad temática específica, que nace y se extiende, bajo el ejemplo exitoso del enoturismo. El enoturismo, o turismo basado en el vino, tiene una base muy similar a la del oleoturismo, y es considerado ya por muchos como un producto específico debido a la gran importancia que está adquiriendo en el

mercado tanto nacional como internacional. Se basa en un paisaje donde los cultivos de viñedos son protagonistas, y de esta forma se vincula a la cultura vitivinícola. Es así que muchos vinicultores han visto una oportunidad en esta nueva modalidad de turismo y han decidido construir hoteles, abrir sus bodegas de cara al visitante, o hacer visitas a sus viñedos, como un atractivo más. Este tipo de turismo se encuentra muy vinculado con el de salud y belleza pues oferta tratamientos de vinoterapia, o con el gastronómico pues no deja de ser un alimento, así como con el turismo cultural pues lleva incluida una tradición y un arte, es decir, que aun habiéndose convertido en una modalidad turística concreta, no puede verse de manera independiente respecto al resto, pues existe una gran vinculación entre estos tipos de turismo específicos (Pulido Fernández, 2008). Al igual que el enoturismo, el modelo de oleoturismo surge con una base gastronómica, pues parte de la idea de que un producto en principio alimenticio como el aceite, puede atraer visitantes a una localidad, ya sea como componente en platos típicos de la zona o para ver cómo se elabora paso a paso; por el paisaje del que se envuelve, pues el turista que decide realizar actividades de oleoturismo es muy probable que se desplace al terreno donde se cultiva y realiza la recolección de la aceituna, viviendo una experiencia en el medio natural; y por la cultura tradicional en la que se produce, pues es una práctica que lleva realizándose durante miles de años a lo largo de la historia, y esto acarrea una conexión estrecha con la etnografía.

Según M. Cobo Aguilera (2014) “el oleoturismo es un segmento caracterizado por huir de las grandes masas de personas y por ser respetuoso con el medio ambiente, la cultura o las tradiciones locales. Se refiere a actividades relacionadas con el aceite de oliva combinando visitas, alojamientos, restauración, compras, rutas, etc. Y en definitiva, la difusión de la cultura de este producto” (p.21). “El medio rural es una parte integral de la experiencia oleoturística, ya que el destino incluye paisajes, clima, etc. Un paisaje rural implica también un estilo de vida que refleja una determinada cultura y que contribuye a crear una imagen turística (Aybar, 2004)” (Molina Moreno, V. y otros, 2011, p. 536). Para M. Cobo Aguilera (2014) son muchas las actividades que en los últimos años se han ido creando en torno a este producto como son excursiones a las tierras de cultivos o a olivos milenarios, catas de aceite, degustaciones del producto, visitas a almazaras, etc. Sin

embargo, la autora plantea que, “el mayor problema es que todo han sido propuestas descentralizadas, en las que denominaciones de origen, almazaras, empresas del sector, individualmente, han ido desarrollando actividades sin conexión entre ellas” (p.22). Según Millán et al. (2015), se considera como oleoturista a aquella persona que realiza un desplazamiento en su tiempo de ocio, a un lugar distinto al de su residencia habitual, para profundizar en el conocimiento de la cultura del olivo y del aceite, no teniendo que alojarse en un lugar específico, y que realiza alguna/as de las siguientes actividades de turismo a la carta:

- Visita a almazaras (lugar en el que se obtiene el aceite de oliva, a partir de las aceitunas, mediante un proceso en el que interviene maquinaria diversa), a viejos molinos aceiteros, a antiguas haciendas, a oleotecas y tiendas especializadas o a museos del aceite. Con esta práctica se puede conocer el proceso de producción específico del aceite de oliva.
- Visita a la explotación agraria y contemplación de la estética de los paisajes del olivar. Dentro de este apartado, como actividad singular, se pueden destacar también las visitas para contemplar ejemplares monumentales que es posible encontrar en algunas zonas productoras.
- Participación en fiestas del aceite que se celebran en determinadas localidades productoras.
- Conocimiento de las diferentes tradiciones populares vinculadas a la cultura del olivo.
- Participación en actividades gastronómicas con el aceite de oliva como protagonista.
- Recorrido de las rutas vinculadas a las Denominaciones de Origen (D.O.) del aceite de oliva existentes en algunos países, como España, Italia y Portugal.
- Asistencia a ferias comerciales relacionadas con la producción del aceite de oliva.
- Conocimiento de las características de otras industrias relacionadas con el olivo y el aceite de oliva (cosmética, conserveras, artesanía de madera, aceitunas aderezadas, etc.).

A nivel mundial España forma, junto a Italia, Grecia, Francia y Portugal, el núcleo de los países tradicionalmente productores de aceite de oliva, base de la economía de muchas regiones y, además, sostén de su equilibrio ecológico. En España son varias las zonas que están desarrollando iniciativas para poner en valor el oleoturismo y que

las visitas de turistas complementen la propia actividad industrial y agrícola que ya desarrollan las zonas productoras de aceite. En concreto, el oleoturismo en España se puede practicar en Andalucía, Aragón, Cataluña, Extremadura y Castilla La Mancha, a través de diferentes rutas que estructuran toda la oferta turística vinculada al aceite de oliva. Un destino para destacar es Jaén, el principal productor de aceite de oliva español. Jaén cuenta con varias de las mejores propuestas de oleoturismo de España. Entre ellas se pueden destacar rutas del olivo en las que se visita el museo del aceite, talleres de cata, visitas culturales, oferta de olivaterapia en balnearios, usando este producto como exfoliante y envolviendo la piel con él para hidratarla, así como su uso en varios spas de la zona en distintos tratamientos, etc. Uno de los pack más organizados que tienen lugar en esta provincia viene de la mano de una de las almazaras de más prestigio a nivel mundial y productora de uno de los mejores aceites de España, Oro de Bailén. Las actividades que ofrecen son diversas: un desayuno molinero, una visita guiada a la almazara donde el turista puede apreciar el proceso de producción desde la recepción del fruto hasta su envasado, una degustación de sus aceites, una visita guiada por las fincas, donde pueden ver cuál es el trato que recibe el fruto y el cuidado que requiere o un almuerzo donde el protagonista vuelve a ser el aceite de oliva virgen extra. Otro ejemplo interesante, es el de las islas Baleares, donde el gobierno ha querido incentivar este tipo de atractivo turístico con el nombre de "Oleoturismo de Mallorca. El arte de la naturaleza". Esta isla se caracteriza por disponer de olivos centenarios en la sierra Tramontana, los cuales a día de hoy tienen un gran valor histórico y paisajístico y son considerados obras de arte dignas de ser observadas. Así pues, partiendo de esto nace este proyecto donde se combina paisaje, cultura, gastronomía y entretenimiento. El turista que opta por esta opción tendrá la oportunidad de conocer algunos de estos olivos con más de 500 años de antigüedad, visitar almazaras tradicionales, restaurantes con cocina tradicional donde el aceite de oliva es el principal protagonista.

En el caso de Italia existen muchas variedades de aceite de oliva cuyo sabor se ve influenciado por las condiciones climáticas, tipo de suelo, el modo de cultivo y cosecha del propio país. Así pues, también desde esta zona se están comenzando a realizar actividades turísticas en torno a este fruto. Olivitalia y su proyecto de "Adopta un Olivo Italiano" invita al visitante a conocer el camino del aceite, experi-

mentando un viaje para todos los sentidos, disfrutando de la campiña y de sus olores. Asientan esta experiencia en el turismo rural guiado por la naturaleza y por las etapas del cultivo del olivo. Proponen un fin de semana en el que se seguirían los pasos de la poda, la labranza, la recolección de las aceitunas, mostrándoles cómo trabajan los campesinos y el empeño que ponen en el trato del fruto, además de rutas y paseos por los molinos o degustaciones de la cocina local de las distintas regiones italianas. En definitiva, permiten combinar en el mismo día una experiencia directa con la aceituna, el descubrimiento del territorio y la cultura local y degustar los auténticos sabores de la tradición (Olivitalia, 2014 citado en Cobo Aguilera, M., 2014). En Argentina, así como el mundo de la vitivinicultura se amalgamó muy bien con el turismo y generó grandes emprendimientos de enoturismo, el aceite de oliva, también trasciende las fronteras de la mera producción para dar la nota en emprendimientos que se ligan al turismo, y a la comunicación de toda una cultura milenaria que en Mendoza encontró una cuna más que rica. Además, se instaló en la sociedad como producto con notables beneficios para la salud: de efecto antioxidante, beneficioso para la piel y protector del sistema cardiovascular, entre otras cualidades.

Es así que, en el año 2000, la Fundación Seminare comenzó a trabajar para ayudar a los productores a través de diversas actividades de promoción. La Fundación Seminare nació como una entidad de educación y salud, asociada a dos institutos médicos. Allí comenzaron a estudiar los beneficios para la salud del consumo de aceite de oliva y su directos, bioquímico de profesión, decidió dedicarse a rescatar la cultura del olivo. Lo hizo de forma similar a como se realizó con el turismo del vino, aunque en el caso del aceite de oliva, con el énfasis puesto no tanto en la producción sino en la gastronomía. Las propuestas que esta entidad organiza para recuperar el valor de la cultura olivícola en la provincia abarcan diversas áreas: patrimonial, religiosa, económica, turística, cultural y de capacitación. Entre ellas se encuentra la creación de una Ruta del Olivo, que incluye diversos restaurantes que ofrecen menús elaborados con aceite de oliva y aceitunas. Además, deben poner a disposición de sus clientes al menos tres marcas de aceite en sus envases originales. Esta ruta de la gastronomía olivícola se desarrolla habitualmente desde el 9 de julio hasta el 21 de setiembre, cuando está disponible la nueva producción. El circuito incluye locales gastronómi-

cos, industrias y olivos patrimoniales, pero no se trata de un recorrido fijo, a la manera de los Caminos del Vino, sino que varía de acuerdo a la temporada.

La provincia de Córdoba también se presenta como promisoría para el desarrollo del oleoturismo. El recorrido puede comenzar en Cruz del Eje, donde cada año se organiza en la primera quincena de febrero la Fiesta Nacional del Olivo, además de exposiciones de agroindustria que incluyen a este noble árbol como protagonista y revelan la sólida tradición de la producción aceitera en tierra cordobesa. En la región se pueden recorrer los olivares y visitar las distintas industrias aceiteras, donde se brinda degustación y una explicación del proceso de elaboración del aceite extra virgen y orgánico. De hecho, en Cruz del Eje se encuentra el mayor olivar de Sudamérica en un solo bloque, con unas 1.200 hectáreas en producción, y sus numerosas fincas conforman una interesante Ruta del Olivo provincial que incluye a localidades como San Nicolás y Paso Viejo, ideales para disfrutar del turismo rural. Entre las principales productoras se encuentran Soliva, Cuenca del Sol, Roberto Álvarez, Olivares San Nicolás y Fábrica La Cartuja, que ofrecen degustaciones de aceitunas y aceites, demostraciones de elaboración y visitas guiadas a las plantaciones.

El otro foco productivo olivícola está en el valle de Traslasierra, al pie de las montañas que vinculan San Luis con Córdoba entre paisajes de un verde excepcional. Una de las fincas más conocidas en esta región es Olium, que cultiva aceitunas con métodos orgánicos en más de 20 hectáreas. Todo el proceso se realiza in situ: la cosecha a mano en el momento ideal de madurez del fruto; la recepción y el lavado de las olivas; la molienda y el batido en frío que darán el primer aceite.

El último paso es la extracción, cuando se separa el aceite del resto de la fruta. Olium ofrece visitas a las instalaciones, explicación del proceso de obtención de un aceite extra virgen, degustación de productos y venta directa al visitante. Siempre en el valle de Traslasierra, se puede visitar también Sierra Pura, una finca de 42 hectáreas que nació en el año 2004 y hoy cuenta con más de 12.500 olivos plantados y alimentados gracias a un sistema de riego por goteo. En Sierra Pura, que está desarrollando un auténtico programa de oleoturismo, se ofrece una visita guiada gratuita a la plantación, que los responsables de la finca

describen como una “experiencia multisensorial” de unos 50 minutos de duración. Después del recorrido, hay una cata en la que guías especializados enseñan a reconocer los diferentes sabores del aceite de oliva y recomiendan los maridajes para cada variedad.

Otra provincia donde también se produce el aceite de oliva es San Juan que continúa dando pasos firmes para consolidar el rol del olivo y del aceite de oliva en la economía provincial y proyectarlo al ámbito nacional e internacional, siendo una de sus iniciativas relevantes la organización de ArgOliva. Este es un Encuentro Olivícola Internacional donde se dictan cursos de cata y maridajes, clases de cocina y rondas de negocios.

El oleoturismo en el sudoeste bonaerense

De los 42 establecimientos dedicados al cultivo de olivos en la zona de estudio hay sólo cuatro que hasta el momento han comenzado con alguna actividad incipiente que se puede enmarcar dentro de las mencionadas como oleoturismo. Para caracterizar la actividad de oleoturismo se realizó una entrevista a los responsables de los establecimientos dedicados a esta actividad en el área de estudio. A continuación se presenta la información obtenida del trabajo de campo. Finca Oliva Olivos es una empresa familiar, que produce aceite de oliva y productos artesanales. Durante todo el año, abre su tranquera los fines de semana, feriados y también con eventos privados. En el casco de la Finca Oliva Olivos se encuentra la Casa de Té & Bistró, que ofrece una propuesta diferente a la hora de la merienda, con servicios de té en hebras, con amplia variedad de exquisiteces caseras, hechas para el disfrute de una tarde o los ahumados y frutos de la huerta para compartir una picada a la caída del sol. En el período de cosecha, ofrece jornadas especiales donde se instruye a los participantes sobre los métodos de cosecha y extrusado. Mientras se ofrece un almuerzo o merienda, se procesan las aceitunas, así el visitante se lleva a la casa el aceite que cosechó. El equipo Finca Oliva Olivos guía al visitante por el predio explicando las bondades del olivo como árbol, y los beneficios para el cuerpo y el medio ambiente. Cuenta también con una granja en crecimiento, donde los chicos pueden alimentar y estar en contacto con caballos, corceiros, patos, conejos, entre otros.

La Finca La Comarca está ubicada en el partido de Coronel Dorrego y es la concreción de los anhelos de tres

emprendedores de la región unidos por el conocimiento personal y una gran amistad de años que deciden apostar a una nueva actividad ligada a la tierra y a la producción. En el año 2007 se concreta la compra del campo donde se desarrolla en la actualidad el emprendimiento. Ofrece acompañamiento de personal especializado para descubrir cada secreto de los olivos, recorriéndolos a través de un camino flanqueado por jóvenes viñedos de las variedades Malbec, Merlot y Sirah. Una vez dentro se comparten conocimientos y vivencias en el Vivero Olivícola, único en la región, conociendo en profundidad el origen y procesos utilizados para lograr un excelente Aceite de Oliva Extra Virgen y numerosos productos derivados, dulces caseros, etc. que se degustan al finalizar el recorrido, en el Restó Boutique "Arbequina". Si bien la Finca La Comarca abre sus tranqueras y ofrece diferentes alternativas durante todo el año es de destacar el programa de otoño, época de cosecha, donde propone el programa "Cosechar sueños con nosotros". El mismo se realiza sábados y domingos se puede disfrutar de un paseo guiado por el olivar, donde a cada paso el visitante descubrirá todos los secretos del mundo de la olivicultura y cosechará aceitunas para poder elaborar su propio "Aceite de Oliva" y aprender todo lo referente a su proceso productivo. También se proponen estas actividades para colegios y jardines adaptándolas a los requerimientos y edades de cada grupo.

La Estancia Don Gastón es un establecimiento agropecuario con una gran plantación de ejemplares de olivos en plena producción, de los cuales se obtiene aceite de oliva, que se comercializa con marca propia: Olio Pampa Aceite De Oliva Artesanal. También se dedica a la cría de equinos para práctica de polo. Dentro de las propuestas que ofrece se puede observar y participar de las actividades de la producción olivícola según la época del año, como así también de la actividad de polo desarrollada en el establecimiento. El entorno es también propicio para el avistaje de aves, caminatas, cabalgatas y paseos en carruajes antiguos. La estancia ofrece también cosmética basada en el aceite de oliva. Es atendida por sus dueños e integra junto con otros siete establecimientos el circuito turístico "Los Olivares" de Cnel. Dorrego. El Circuito turístico Los Olivares está formado por un grupo de emprendedores de los

Partidos de Cnel. Dorrego y Monte Hermoso (Provincia de Buenos Aires), bajo el asesoramiento técnico brindado por la Estación Experimental INTA- Barrow. El eje de la propuesta trabaja con el turismo rural desde la revalorización de las plantaciones de olivos y un entorno natural de mar y sierras. Ofrecen diferentes alternativas turístico-recreativas (días de campo, caminatas, paseos en carruajes, alojamiento en estancias y posadas, práctica de polo, pesca, degustación de productos regionales, etc.).

La Finca Rumaroli nace en octubre de 2004 como una empresa familiar dedicada a la olivicultura. La finca de 80 ha está ubicada en Ruta 3 km. 591 y Ruta 72 en Cnel. Dorrego, Provincia de Buenos Aires. Entre los años 2006 y 2008 se comienzan a elaborar los primeros aceites, con una máquina alquilada. En el frente de la finca hay un puesto móvil de venta donde se promociona el aceite, su calidad, la finca y los principios de los mismos. El trabajo de cosecha, traslado, lavado, prensado, centrifugado, y almacenamiento se realiza dentro de las doce horas de cosechado el fruto. Todo lo producido se comercializa dentro del año de cosecha.

Finca Olivícola Rumaroli entiende que "al cosechar las aceitunas en su justa maduración, fresca y limpieza hace del producto la diferencia de calidad. Acompañan la venta con folletería de información, así como las bondades del aceite de Oliva virgen Extra en el cuidado de la salud". La ubicación de privilegio que tiene la finca facilita su comercialización. Es así que la Cámara Sur Oliva (Cámara Olivícola que agrupa a los productores del sur de la Provincia de Buenos Aires) acaba de certificar a los productos como Costa Ventana por encontrarse entre el mar y Sierra de la Ventana, un verdadero orgullo familiar y para la zona de Coronel Dorrego. La finca se abre al turismo en cualquier época del año previa consulta, pero se recomienda hacerlo en diferentes épocas en función de las actividades que se realizan: durante abril, mayo, junio y julio época de poda, agosto y septiembre fumigaciones, octubre y noviembre floración, a partir de diciembre cuaje y a partir de abril cosecha y elaboración. En la Tabla 2 se sintetiza la información referida a las actividades de oleoturismo que ofrecen los establecimientos analizados.

TABLA 2. Actividades de oleoturismo en el sudoeste bonaerense.

Actividad/Establecimiento	Finca Oliva Olivos	Estancia Don Gastón	Finca Rumaroli	La Comarca
Visita para conocer el proceso de producción del aceite de oliva	Si	Si		Si
Paseo por rutas vinculadas a las D.O. del aceite de oliva				
Asistencia a ferias relacionadas con la producción del aceite de oliva	Si	Si		Si
Conocimiento de las características de otras industrias relacionadas (cosmética, conservas, etc.)		Si (cosmética)		
Participación en actividades gastronómicas con el aceite de oliva como protagonista	Si	Si	Si	Si
Conocimiento de las tradiciones vinculadas a la cultura del olivo	Si	Si	Si	Si
Participación en fiestas del aceite que se celebran en localidades productoras		Si	Si	Si

Fuente: Elaboración propia en base a trabajo de campo.

Es de destacar que en la región se celebra desde hace siete años la “Fiesta Provincial del Olivo”. La misma se realiza a mediados del mes de abril en la localidad de Coronel Dorrego. Allí se promociona, muestra y ofrece esta producción alternativa que significa un gran orgullo para la localidad, que por las características de suelo y clima de este distrito, ha ocupado un lugar preponderante no sólo a nivel nacional sino internacional. Entre las actividades que se llevan a cabo en el marco de la misma se pueden destacar charlas técnicas, concursos de platos y espectáculos artísticos. Durante toda la fies-

ta hay stands de venta de comidas de colectividades y el aceite de las empresas locales, se pueden recorrer los establecimientos del circuito turístico Los Olivares y conocer la producción de firmas aceiteras. De las entrevistas realizadas se desprende que la inclusión de la actividad turística en los establecimientos requirió de algunos cambios tanto en la calificación del personal ocupado como en el equipamiento e instalaciones. A manera de síntesis, en la Tabla 3 se presentan algunos de los efectos de la introducción del oleoturismo en el funcionamiento de las firmas visitadas.

TABLA 3. Efectos de la introducción del oleoturismo.

Dimensión	Efectos
Instalaciones	Mejoras edilicias para recibir turistas y que puedan participar de las actividades de producción del aceite de oliva
Entorno	Parquización y presentación de flora y fauna
Personal Ocupado	Incorporación de personal calificado en turismo para explicar la actividad
Competencias en el trabajo	Capacitación en atención al cliente
Ingresos	Variable (en dos casos muy importante y en los otros dos mínimo)

Fuente: Elaboración propia en base a trabajo de campo.

CONCLUSIONES

A partir de los resultados obtenidos es posible plantear las siguientes conclusiones:

- La necesidad de encontrar alternativas de diversificación económica para muchas localidades ubicadas en zonas oliveras y que presentan un alto grado de dependencia del sector primario, junto con las nuevas tendencias, surgidas en el sector del turismo, otorgan un papel especialmente relevante a aquellas actividades que permiten capturar la esencia de la cultura que rodea al mundo del olivo y del aceite de oliva. Se trata de prácticas turísticas con las que diversificar las actividades económicas en el medio rural, vinculando la puesta en valor de los paisajes del olivar con la promoción del desarrollo rural y regional: la generación de empleo, la fijación de la población, la creación de cooperativas y la preservación de los paisajes del olivar y del patrimonio cultural asociado a los mismos.
- El oleoturismo representa una nueva propuesta para disfrutar del tiempo libre que conjuga cultura, naturaleza y gastronomía. Es una forma de difundir el modo de vida de la tierra, las bondades del aceite de oliva y de disfrutar de todo lo relacionado con el olivo. Además, dinamiza las actividades económicas tradicionales y revaloriza las características culturales locales, aportando alternativas reales de empleo en zonas rurales. Se trata pues de un complemento económico, sobre todo, cuando la producción de aceite deja de ser rentable.
- En el SOB si bien el turismo rural y la olivicultura se desarrollan desde hace bastante tiempo, es en el último decenio donde ha cobrado interés el oleoturismo, incrementándose de a poco el número de visitantes que optan por esta modalidad. La incorporación del oleoturismo a las actividades tradicionales de los establecimientos se presenta como una oportunidad para reutilizar y poner en valor construcciones en desuso o subutilizadas, y disminuir la pérdida del patrimonio natural, cultural y artístico de los espacios rurales, así como también una posibilidad para los productores agropecuarios de diversificar sus ingresos.
- Los establecimientos visitados que han decidido in-

novar con el oleoturismo coinciden en afirmar que la introducción del mismo ha sido beneficiosa para mantener las instalaciones y su entorno, mejorar la capacitación del personal e incluso aumentarlo. Esta actividad ha tenido también efectos positivos, aunque de manera muy variable entre una firma y otra, en la generación de ingresos.

- En definitiva, el oleoturismo es un producto turístico con gran potencial de crecimiento que puede favorecer el desarrollo económico y territorial del SOB y constituirse en una oferta turística de calidad que dé respuesta a las expectativas de los visitantes. Para avanzar en el tema se prevé en investigaciones futuras realizar un estudio de demanda que permita caracterizar la demanda turística existente y estimar la demanda potencial, realizando encuestas a los oleoturistas que han visitado los establecimientos analizados en este trabajo.

REFERENCIAS

- Barrera, E. (1997).** Turismo rural en la Patagonia. Situación actual y sugerencias para su desarrollo. Informe preparado para la Secretaría de Turismo de la Nación luego de un relevamiento realizado en la región. Buenos Aires, Argentina.
- Barrera, E. (1998).** Situación del turismo rural en la República Argentina. Montevideo: CINTENFOR/OIT.
- Barrera, E. (2006).** Turismo rural: nueva ruralidad y empleo rural no agrícola. Montevideo: CINTENFOR/OIT.
- Blanco, M., Riveros, H. (2004).** Las rutas alimentarias una herramienta para valorizar productos de las agroindustrias rurales. El caso de la Ruta del Queso Turrialba (Costa Rica). Toluca: Congreso Agroindustria Rural y Territorio (ARTE), Toluca, México. Recuperado de: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=2767835&pid=S1515-5994201000020001400005&lng=es
- Cals, J., Capella J., Vaqué, E. (1995).** El turismo en el desarrollo rural de España. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación". Madrid, España.

- Canoves, G. et al. (2004).** Rural tourism in Spain: an analysis of recent evolution. *Geoforum*, 35, 755-769.
- Canoves, G., Herrera, L., Villarino, M. (2005).** Turismo rural en España: paisajes y usuarios, nuevos usos y nuevas visiones. *Cuadernos de Turismo*, 15, 63-76.
- Cobo Aguilera, M. (2014)** Creación de un club de producto oleoturístico en la subbética cordobesa, (tesis de Máster), Universidad de Málaga, España. Recuperado de: <http://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/8085/TFM%20M%C2%AA%20del%20Carmen%20Cobo%20Aguilera.pdf?sequence=1>
- Conte, S. (04 de noviembre de 2011).** En la ruta del aceite de oliva, *Diario Los Andes*. Recuperado de <http://archivo.losandes.com.ar/notas/2011/11/4/ruta-aceite-oliva-604399.asp>
- Craviotttil, C. (2002).** Cambios de la modalidad de trabajo: de la producción agraria a la prestación de servicios turísticos. *Estudios del Trabajo*, 24, 117-136.
- Finca La Comarca Turismo (mayo de 2016).** Recuperado de <http://www.fincalacomarca.com/#!turismo/c1e3w>
- Finca Rumaroli Olivícola (mayo de 2016).** Recuperado de <http://www.fincarumaroli.com/conocenos/>
- García, B. (2005).** Características diferenciales del producto turismo rural. *Cuadernos de Turismo*, 15, 113-133
- Melián A., Millán G., López T. (2008).** Vinos con denominación de origen. La Denominación de Origen de Alicante. *Revista Viticultura y Enología Profesional*, 114, 515.
- Millán, G., Agudo, E. & Morales, E. (2011).** Análisis de la oferta y la demanda de oleoturismo en el sur de España: un estudio de caso. *Cuadernos de Desarrollo Rural*. 8 (67),181-202.
- Millán, G., Amador Hidalgo L., Arjona Fuentes J. (2015).** El oleoturismo: una alternativa para preservar los paisajes del olivar y promover el desarrollo rural y regional de Andalucía (España). *Revista geografía Norte Grande*. 60, 195-214.
- Molina Moreno, V., Quesada Rubio, J., Ruiz Guerra, I. (2011):** Potencial del oleoturismo como diversificación económica del sector cooperativo agrario: el caso español. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, XVII (3), Julio - Septiembre 2011, 533-541.
- Municipalidad de Coronel Dorrego, Circuito Turístico Los Olivares (mayo de 2016).** (mensaje de blog) Recuperado de <http://circuitoturisticoosolivares.blogspot.com.ar/2013/03/blog-post.html>
- Olivitalia Italia Slow Tour (mayo de 2016).** Recuperado de <http://www.olivitaliaslowtour.com/it/>
- Picardi, S., Obiol, L. (2011).** Desarrollo territorial sostenible: la ovicultura en el sudoeste de Buenos Aires, Argentina, *Trayectorias* 13 (32) enero-junio 2011.
- Picardi, S., Obiol, L. (2014).** Aceite de oliva argentino y un nuevo actor: el sudoeste bonaerense. Bahía Blanca: EDIUNS.
- Pulido Fernández, J. (2008).** El turismo rural. Estructura económica y configuración territorial en España. Madrid: Síntesis S.A.
- Reca, L., Parellada, G. et al. (2001).** El sector agropecuario argentino: aspectos de su evolución, razones de su crecimiento reciente y posibilidades futuras. Argentina: Editorial Facultad de Agronomía.
- Toselli, C. (2006).** Algunas reflexiones sobre el turismo cultural. *Revista de Turismo y patrimonio cultural: Pasos*.4 (2), 175-182. Recuperado de: http://www.usal.edu.ar/archivos/imae/otros/a_ocio-02.pdf