

## EL TURISMO EN LOS PUEBLOS RURALES DE ARGENTINA

### ¿Es la gastronomía una opción de desarrollo?

Fernando Navarro<sup>\*</sup>  
Regina Schlüter<sup>\*\*</sup>  
Universidad Nacional de  
San Martín – Argentina

**Resumen:** Las pequeñas poblaciones rurales próximas a las grandes ciudades argentinas buscan beneficiarse con el turismo desarrollando algún producto específico que atraiga visitantes, ya sean éstos turistas como excursionistas. En este trabajo se hace referencia a los pequeños pueblos rurales cercanos a la ciudad de Buenos Aires, en especial la localidad de Tomás Jofré, que combinan tranquilidad, patrimonio rural y gastronomía para posicionarse en el mercado. Se ha podido observar que independientemente de sus atracciones, lo que más atrae es la gastronomía pero el simple acto de “ir a comer” trae aparejada una serie de impactos negativos que deben ser tenidos en cuenta a tiempo para evitar que los flujos turísticos se retraigan.

**PALABRAS CLAVE:** pueblos rurales, turismo rural, gastronomía, indicadores de sustentabilidad, Tomás Jofré.

**Abstract:** Tourism in Small Rural Communities of Argentina. Can Gastronomy be an Option for Development? Small rural communities close to Argentine's main cities aim to gain benefit from tourists and visitors for the day developing different products. This paper makes a special reference to the small towns located near the city of Buenos Aires, in particular to Tomás Jofré, which aim to bring together stillness, rural heritage and local culinary in order to find a place in the market. It has been observed that notwithstanding their attractions, gastronomy is still the main reason to visit these places and that the simple act of “eating” brings with it a sequence of negative impacts which have to be addressed in order to avoid that tourists stop visiting.

**KEY WORDS:** rural towns, rural tourism, culinary, sustainability indicators, Tomás Jofré.

## INTRODUCCIÓN

El turismo rural no es un fenómeno nuevo pero es relativamente reciente el interés de la academia por su estudio. Entre los trabajos pioneros cabe citar el de Rödling (1974; 1975) quien, en dos tomos, publicó un exhaustivo análisis del turismo en los establecimientos rurales de Alemania tomando en cuenta tanto la perspectiva del visitante como del prestador de servicios. Dado que no alcanzó la difusión que se merece por cuestiones idiomáticas, se perdió un excelente referente para estudios posteriores. Otros trabajos pioneros se limitan al análisis de la visita a establecimientos

<sup>\*</sup> Licenciado en Turismo por la Universidad del Salvador, Buenos Aires, Argentina. Actualmente se desempeña como docente investigador en la Universidad Nacional de San Martín, Argentina, institución en la cual se encuentra finalizando su Maestría en Economía y Gestión del Turismo. E-mail: ferpnavarro@gmail.com.

<sup>\*\*</sup> Doctora en Psicología Social por la Universidad J. F. Kennedy, Buenos Aires, Argentina. Actualmente se desempeña como Directora de la Maestría en Economía y Desarrollo del Turismo de la Universidad Nacional de San Martín, Argentina. E-mail: regina\_schluter@yahoo.com.

productivos a la participación en actividades al aire libre en el medio rural, la presentación escenificada de tareas típicas del campo, las diversas formas de alojamiento en áreas no urbanas, entre otras. Esto incide en los diferentes abordajes que ha merecido el tema (Ascanio, 1997; Barrera, 1996; Bote Gómez, 1986 y 1993; Constabel, S. et al, 2008; Huber Novaes, 1994; Jensen et al, 2001; López Palomeque, 2008; Mondéjar Jiménez, J. A. et al, 2008; Náchter y Szmulewicz, 2001; Opperman, 1996; Prieto y Prieto, 1997; Pulido Fernández, 2008); Salciccia, 2001; Solsona Monzonís, 2001 y 2008; Szmulewicz y Rivas Ortega, 1997). A partir de inicios del siglo XXI la orientación se modificó y el análisis del turismo en el medio rural se fortaleció con la incorporación de la gastronomía –ya considerada patrimonio intangible (Schlüter, 2006)- como elemento complementario de atracción o desarrollando productos turísticos estructurados en forma de rutas o de polos gastronómicos teniendo en cuenta siempre las cuestiones relacionadas con la sustentabilidad.

Si bien estudios actuales, como el realizado por el organismo nacional de turismo de Argentina (SECTUR, 2009), continúan definiendo operacionalmente el concepto, los aspectos que hacen referencia directa a cuestiones de la sustentabilidad en especial los referidos a indicadores (OMT, 2005; CONICET/SECTUR, 2008) van ganando terreno conjuntamente con los que se abocan al estudio del desarrollo local (Rofman y Villar, 2006; Villar, 2007) y la imagen de marca (García Henche, 2005; Rodríguez Rodríguez y Martínez Roget, 2009; Calvento y Colombo, 2009), entre otros.

En Argentina el turismo rural ganó popularidad hace varias década y se encontraba estrechamente ligado al de estancias (Vecchiet, 1991), es decir, a los grandes establecimientos de campo de la provincia de Buenos Aires donde [...] *se privilegia la selección de un tipo de tradición: la de la élite gobernante de fines del siglo XIX y principios del siglo XX; y las danzas, costumbre y espectáculos folclóricos presentados sólo para la mirada de los turistas* (Salciccia, 2001: 125). Estos espectáculos folclóricos tienen como eje central la figura del gaucho quien, según Norrild (2001: 133) [...] *en la actualidad tiene un elevado protagonismo en los museos, las fiestas patrias, el humor gráfico y en el turismo*. En otros casos, como en Tierra del Fuego, las estancias constituyen una forma particular de ocupación del espacio; [...] *surgieron a fines del siglo XIX como consecuencia de distintas políticas de ocupación del territorio por parte del gobierno nacional* (Jensen et al, 2001: 94). Los autores agregan que la incorporación del turismo a estas explotaciones no sólo permite romper el monocultivo sino que también [...] *es posible en el largo plazo, un mejoramiento en la situación ambiental de los campos, ya que al diversificar las fuentes de ingresos se podría reducir la carga de ovinos por hectárea* (Jensen et al, 2001: 94).

En 1996 había aproximadamente 300 establecimientos orientados hacia el turismo rural en todo el país en Argentina (Prieto y Prieto, 1997) pero la mayor concentración se observaba en la provincia de Buenos Aires y en las provincias patagónicas. En octubre del año siguiente se creó la Red Argentina de Turismo Rural (RATUR) de cuya asamblea inaugural participaron 50 productores de 18 del total de provincias argentinas. Se conformó como una asociación civil sin fines de lucro para quienes buscaban una propuesta de diversificación de la producción primaria (Barrera, 1996).

Sin embargo, el gran impulso al turismo rural le fue dado por la firma del convenio entre la Secretaría de Turismo de la Nación (SECTUR) y la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación (SAGPyA) que tuvo lugar el 11 de mayo de 2000 y dio origen al Programa de Turismo Rural (Schlüter, 2003). El mismo comprendía una serie de proyectos entre los que cabe mencionar al de las Rutas Alimentarias Argentinas y el Proyecto Municipio Rural Turístico.

Este último proyecto busca incentivar el turismo en pequeñas comunidades rurales. Consiste en identificar municipios con menos de 5.000 habitantes que cuenten con una actividad agrícola destacada y con atractivos suficientes para atraer a los turistas. Prevé dotar a esas localidades con infraestructura básica, equipamiento turístico, capacitación y asistencia en la comercialización del producto.

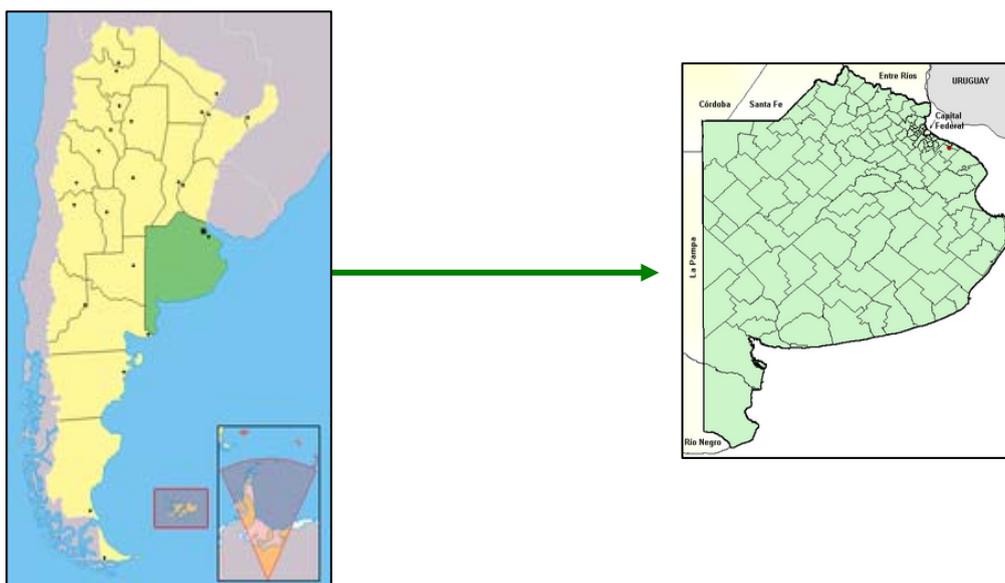
En el caso de que se trate de varios municipios rurales con características naturales y socioculturales con vocación turística, existe la posibilidad de que participen del *Proyecto Micro Región Rural Turística*.

*La micro región seleccionada (que no necesariamente deberá estar integrada por municipios pertenecientes a una sola provincia, por ejemplo los Valles Calchaquíes) deberá contar en las cercanías con una ciudad que le proporcione consumidores para su producción agropecuaria y que además centralice el servicio turístico. De esta manera la ciudad actuará como centro emisor de turistas a la localidad seleccionada y además como mercado de los productos de la región (SAGPyA, 2000).*

Dado que en turismo se adquieren los productos sin tener una experiencia previa, en el caso de los pueblos rurales es muy importante tener en cuenta determinados rasgos como [...] *la identidad cultural, la calidad, el entorno y el trato personalizado sin olvidar los recursos turísticos propios de cada uno de los territorios* (Martínez Puche, 2009). Es así como que algunas localidades recurren al cine como sustento para su diferenciación, otras acuden con el mismo propósito a la gastronomía o al silencio en el entorno.

A su vez, en la Provincia de Buenos Aires (ver Figura 1) a través de su Secretaría de Turismo y en colaboración con el Banco de la Provincia y el Centro de Investigaciones Territoriales y Ambientales (CITAB) implementaron el programa denominado "Pueblos Turísticos". La idea central de esta propuesta consiste en promover e incentivar el desarrollo de actividades y emprendimientos turísticos sostenibles en pequeñas localidades generando identidad, fuentes de empleo, recursos genuinos y favoreciendo el arraigo.

Figura 1: La Provincia Buenos Aires en el contexto de Argentina



Fuente: Wikipedia, 2010

Pueblos Turísticos fomenta una nueva relación entre el Estado, los municipios y las localidades, conjuntamente con el sector privado, para hacer factible la generación de recursos genuinos como la creación de empleos y su consecuente mejoramiento de la calidad de vida, el fortalecimiento de la identidad local y una nueva perspectiva de futuro. Para este programa es muy importante favorecer el arraigo y poner en valor los recursos de las pequeñas localidades ([www.pueblos-turisticos.com.ar](http://www.pueblos-turisticos.com.ar), 2010).

Asimismo, se busca poner en valor todos aquellos recursos patrimoniales y/o extrapatrimoniales existentes en las pequeñas localidades y generar emprendimientos turísticos auto-sustentables y sostenibles que permita a la población local ser protagonista activo del proceso. Para ello se fomenta una nueva relación entre el Estado, los municipios y las pequeñas localidades que permita -a través de la actividad turística- la generación de recursos genuinos, la creación de empleos y la consecuente mejora en la calidad de vida, el fortalecimiento de la identidad local y una perspectiva de futuro.

Ese programa cuenta con cinco subprogramas: a) relevamiento; b) desarrollo; c) capacitación; promoción; e) integración. En la actualidad se encuentran incluidos ocho pueblos de la provincia, de los cuales Carlos Keen; Uribelarrea; Azcuénaga; Villa Ruíz; Gouin y Villa Logüercio (Figura 2) localizadas en un radio entre cien y doscientos kilómetros de la ciudad de Buenos Aires; mientras que la otras dos localidades, Saldungaray y Santa María, se encuentran en el sudoeste de la provincia a más de quinientos kilómetros de la ciudad capital de Argentina.

Previo a la institucionalización de los pueblos turísticos rurales ya estaba adquiriendo importancia la localidad de Tomás Jofré, que cuenta con 153 habitantes y encontró su lugar en el mercado como polo gastronómico. El éxito obtenido por Jofré incentivó a varias localidades próximas a la ciudad de



lo tanto, en la primera etapa se analizaron las motivaciones, el perfil de los visitantes y las características de la oferta (Thiel Ellul, 2008; Schlüter y Thiel Ellul, 2008). El estudio se llevó a cabo entre septiembre y octubre de dicho año haciéndose encuestas a los visitantes al igual que entrevistas a informantes clave. Los resultados pusieron en evidencia potenciales riesgos y problemas que requerían ser medidos, evaluados y monitoreados ya que podrían atender con el desarrollo *sostenible* de la localidad.

Como consecuencia de ello se implementó una segunda etapa en el marco de un proyecto de Investigación y Desarrollo (I + D) en el marco de la UNSAM que comprende el período 2008 – 2010 y busca desarrollar un procedimiento que permita la evaluación de la sostenibilidad de un destino turístico emergente a través del uso de indicadores tomando como estudio de caso la localidad de Tomás Jofré. Este estudio, que se encuentra en su etapa final, comprende la selección y elaboración de un conjunto de indicadores específicos que, con un enfoque participativo, permitan centrar la atención en los factores o problemas de mayor importancia en los tres ámbitos de la sostenibilidad (ambiental, económico y social). Empleando fuentes primarias (trabajos de campo) y secundarias se buscó información sobre el estado de las condiciones reales de la localidad que permitan evaluar su sostenibilidad y elaborar propuestas para su mejoramiento. Los trabajos que se utilizaron como referencia de base fueron los indicadores generales propuestos por la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2005) y los del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas y la Secretaría de Turismo de la Nación CONICET /SECTUR, (2009) al igual que los indicadores de sustentabilidad urbana (De la Calle Vaquero, 2006) y gastronómica (Scarpato, 2002) los cuales fueron adaptados a la realidad y problemática existente en el territorio mencionado.

Asimismo, este estudio pretendía promover la implementación de indicadores de desarrollo sostenible en otras pequeñas localidades que buscan abrirse al turismo como forma de desarrollo para evitar que las mismas lleguen a un estado de peligro como consecuencia de la insuficiente atención prestada a las repercusiones de esta actividad y a la sostenibilidad a largo plazo.

Por ello se realizaron visitas a pueblos de características similares a Tomás Jofré que están buscando posicionarse como competidores actuales y potenciales. Con el fin de identificar similitudes y diferencias se seleccionó a Carlos Keen para realizar entrevistas a informantes clave. Esta decisión se debió a que esta localidad se encuentra en franco crecimiento turístico y se perfila como la principal competencia de T. Jofré.

## **CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL ÁREA DE ESTUDIO**

Tomás Jofré es una pequeña localidad que dista aproximadamente 150 kilómetros de la ciudad de Buenos Aires y que según el Censo Nacional de Población y Vivienda del año 2001 cuenta con 153 habitantes y 60 viviendas distribuidas en 22 manzanas (Figura 3). Se distingue por su ambiente netamente rural ya que las vacas pastan a la vera de las calles separadas por un alambrado que



porcina elaborados en la zona, pastas caseras, carne asada ya sea vacuna o de cerdo, y postres artesanales.

Después del almuerzo, Jofré permite disfrutar el aire de campo, hacer la sobremesa bajo árboles centenarios, caminar por calles de tierra, andar en bicicleta o efectuar alguna cabalgata. Los juegos para niños son una buena opción que ofrecen algunos pocos restaurantes.

El lugar cuenta además con otros locales vinculados con la gastronomía y dedicados fundamentalmente a la venta de embutidos, dulces, productos de granja y artesanías, entre otros. Asimismo, en el terreno baldío originalmente destinado a fungir como plaza central los domingos y de días de fiesta se instalan puestos de artesanos, vendedores de productos regionales, de antigüedades y otros artículos.

El estudio realizado durante la primera etapa de la investigación permite observar un conjunto de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para Tomás Jofré, que impulsan la necesidad de evaluar la sostenibilidad de la localidad y dan pautas para la elaboración de indicadores de sustentabilidad turística para Tomás Jofré (Cuadro 1).

Cuadro 1: Análisis FODA de Tomás Jofré

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Producto turístico consolidado basado en la gastronomía y el ambiente de campo</li> <li>-Fidelidad del visitante</li> <li>-Cercanía de los principales centros emisores de visitantes</li> <li>-Emprendimientos atendidos por sus dueños</li> <li>-Producción local (Tomás Jofré y la Región)</li> <li>-Dinamizador del mercado laboral de la región</li> <li>-Interés de los emprendedores locales y la comunidad por potenciar el lugar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crecer como producto no estacional</li> <li>- Posibilidad de pernoctar en el lugar</li> <li>-Posibilidad de captar otros nichos del mercado</li> <li>-Destino de negocios</li> <li>-Combinar atractivos locales con otros sitios de la región (Mercedes, Luján)</li> <li>-Trabajo conjunto con agencias de viajes especializadas</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Falta de planificación integral del destino</li> <li>-Producto actual fuertemente estacional (fines de semana)</li> <li>-Infraestructura de servicios no acorde a la actividad</li> <li>-Falta de servicios públicos adecuados al caudal de visitantes</li> <li>-Falta de sombra natural</li> <li>-Falta de señalética adecuada</li> <li>-Trabajo individualizado y no conjunto de los empresarios</li> <li>-Dueños no implementan herramientas de administración y gestión</li> <li>-Poco compromiso laboral de los empleados</li> <li>-Escasa disponibilidad de mano de obra</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Saturación de capacidades de carga: de suelo, de aire, turística.</li> <li>-Pérdida de las condiciones naturales de su atractivo.</li> <li>-Desaparición del destino por ser un monoproducto</li> <li>-Baja en la calidad del servicio y la gastronomía ofrecida por la alta competencia.</li> <li>-Competencia de otras localidades de la región</li> <li>-Incorporación de empresarios no locales con visión más comercial.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia, 2009

## INDICADORES DE SUSTENTABILIDAD TURÍSTICA

Los principales indicadores utilizados para este estudio se pueden agrupar en gastronómicos, ambientales, económicos, sociales y político - administrativos.

### Indicadores gastronómicos

En este caso la principal referencia la constituyó el trabajo de Scarpato (2002) y se analizaron los siguientes aspectos:

1.- *Utilización de productos primarios de la zona.* La mayoría de los restaurantes utilizan productos locales para la elaboración de los platos que sirven, en particular la carne y la verdura. También se utilizan los lácteos y huevos producidos en los pequeños establecimientos próximos, productos que en caso de faltante son traídos de la localidad de Mercedes distante unos 15 kilómetros y de Luján, que se encuentra a aproximadamente 20 kilómetros. Es decir que se puede afirmar que las necesidades locales se complementan con el aporte de la región. En el caso de harina, aceite y azúcar se recurre a locales de venta del conurbano de la ciudad de Buenos Aires (Gran Buenos Aires) o de otras ciudades de la provincia (Cuadro 2).

Cuadro 2: Procedencia de materias primas de los restaurantes de Tomás Jofré

T. Jofre	Mercedes y alrededores	Luján	Gran Buenos Aires	Prov. Buenos Aires	Otros
Carne	Carne	Carne	Carne	Carne	Quesos
Verdura	Harina		Harina	Harina	
Leche	Verdura		Azúcar	Quesos	
Huevos	Huevos		Aceite	Pastas	
	Queso				
	Lácteos				

Fuente: Elaboración propia, 2009

Los puestos que realizan ventas de productos regionales (Figura 4) poseen un mix, ya que en algunos casos la materia prima no es local como es el caso del vino que se elabora localmente pero con uvas Malbec (tinto) y Torrontés (blanco) o una combinación de ambas uvas para producir vino rosado que proceden de las provincias andinas productoras de vino. Pimientos y tomates secos provienen en su mayoría de la provincia andina de Mendoza y sirven para realizar una variedad de conservas en aceite, generalmente combinadas con quesos duros.

Asimismo, La implantación de nuevos cultivos, como el arándano, en los pequeños emprendimientos rurales de los alrededores de Jofré ha dado lugar a la producción de mermeladas y licores que se están encaminando a ser considerados "tradicionales". La variedad de quesos para venta a los turistas al igual que los salames son elaborados por los concesionarios de los puestos

quienes recurren frecuentemente a sus propias gallinas para hacerse de huevos y a sus frutales para obtener el producto que venden a los visitantes.

Figura 4: Puesto de venta de productos artesanales



Fuente: Los autores, 2009

2. *Elaboración de platos tradicionales.* Los platos que componen la carta son los típicos de Argentina, particularmente los domingos, y se corresponden a las pastas, embutidos y ahumados heredados de los inmigrantes italianos y el asado (Figura 5) –carne insertada en una larga vara de metal que se clava en el suelo y se cuece con madera o carbón-, herencia del gaucho (Schlüter, 2006).

Figura 5: Preparación del asado en Tomás Jofré



Fuente: Los autores, 2009

La oferta de postres es limitada y básicamente se reduce a flan (muy popular en las áreas urbanas) y arroz con leche. Los otros dos postres, también legado español, muy tradicionales en las áreas rurales de la zona como la natilla y la mazamorra están ausentes.

3. *Transmisión de conocimientos culinarios.* Si bien la tradición sustenta que la mujer debe estar en la cocina y el hombre al frente del negocio, el hombre juega un rol importante en la gastronomía de Tomás Jofré debido a que la preparación del asado ha sido siempre considerada una tarea netamente masculina –aunque lenta y ocasionalmente la mujer se va haciendo cargo de esta tarea-. El rol femenino se reducía a poner la mesa y preparar las ensaladas. Asimismo, es tarea generalmente masculina hacerse cargo de la matanza de animales “grandes” como vacunos y cerdos

por lo cual en la actualidad la preparación de los embutidos está fuertemente influenciada por los hombres del lugar.

Las entrevistas revelaron que los hombres son más proclives a transmitir sus conocimientos culinarios. Esto se observó en lo que hace a la preparación de salames, jamones y otros fiambres de consumo habitual en los restaurantes de Jofré. También se constató en una entrevista que algo similar sucede con la elaboración del vino. Por su parte, las mujeres ya no se encuentran dispuestas a seguir en la cocina. La estacionalidad (la actividad principal se reduce al fin de semana) permite a las jóvenes a asistir en la gestión del restaurante que le brinda los recursos económicos necesarios para estudiar una carrera universitaria en Buenos Aires durante la semana. Si bien manifiestan seguir ayudando en el negocio familiar, no es precisamente en la cocina donde creen encontrar su lugar. Como contrapartida se encuentran las jóvenes que han formado familia y contribuyen a su economía doméstica preparando una serie de productos para la venta a los turistas tales como mermeladas, salsas, conservas, etc. y tuvieron que recurrir a programas de televisión y a Internet para familiarizarse con las diferentes técnicas de cocina porque [...] *para mamá cocinar es chino básico*. No obstante, una entrevistada mayor de 40 años manifestó que todo lo que sabía de cocina lo había aprendido de su madre; otra señora en sus sesenta años señaló que debido al interés mostrado por su nieta decidió transmitirle los secretos de la cocina, en particular la preparación de dulces, dejando de lado a su hija que [...] *para eso no sirve*.

## Indicadores ambientales

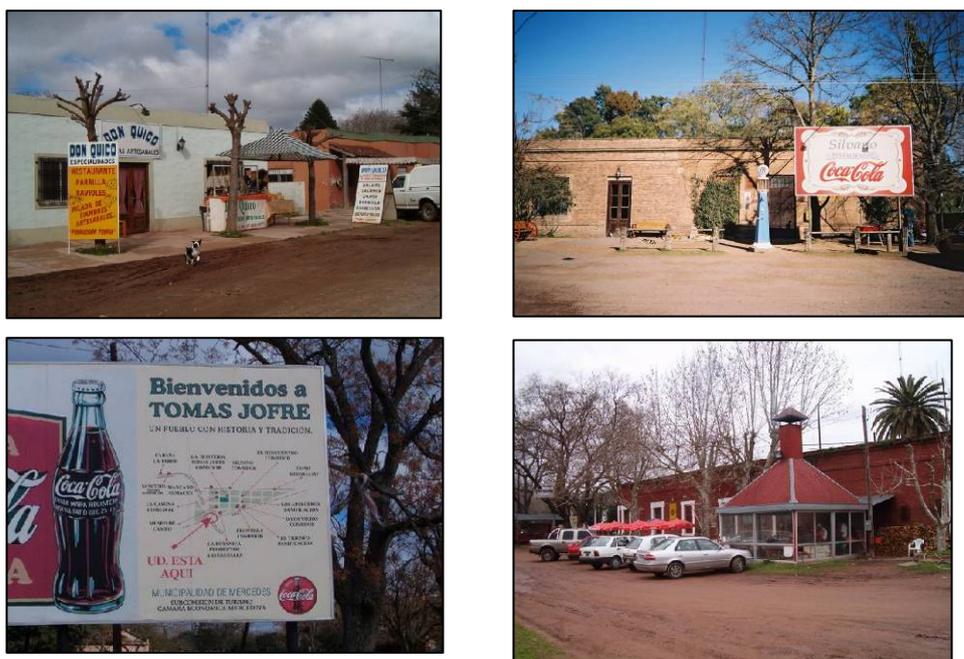
1. *Tratamiento de desechos sólidos y líquidos*. Tomás Jofré no cuenta con un servicio cloacal y sólo se utiliza un pozo ciego. Tampoco existe agua de red por lo cual se utiliza agua de pozo; para mantener regadas las calles de tierra y evitar el polvo producido por el tránsito de vehículos se utiliza un tanque de riego tirado por un tractor. Si bien el agua es suficiente durante los días de semana, los sábados y domingos se agota rápidamente, particularmente en este último caso donde en los sanitarios de los restaurantes se observa su carencia pocas horas después del mediodía. A mediados de 2010 se inauguraron los baños públicos que cuentan con dos sanitarios para hombres y dos para mujeres para una afluencia de más de 3000 personas.

En la actualidad no se cuenta con un tratamiento de desechos sólidos domiciliarios. La recolección de residuos se realiza tres veces por semana realizada en un camión proveniente de Mercedes, la capital administrativa del municipio al que pertenece Jofré. Este mismo servicio se encarga de vaciar los diez cestos públicos que se encuentran en el perímetro de la plaza y en los cuales los días domingos se acumulan aproximadamente 1500 kilogramos de residuos. Fuera de esta área no hay cestos para residuos.

2. *Contaminación visual, sonora, nivel de contaminación del aire*. La contaminación puede considerarse de distinta gravedad según el aspecto a medir. La contaminación visual es aguda y está dada por los diferentes estilos arquitectónicos y el material utilizado para la construcción que va

desde ladrillos a la vista hasta carpas inflables de gran porte y que pueden ser de plástico transparentes o de lona. Un cierto toque de desorden le otorga la profusa cartelería con colores llamativos y realizados con materiales que desentonan en el entorno (Figura 6). Básicamente son de dos tipos: anuncios del menú y de una muy conocida marca de gaseosa que reproduce los estilos publicitarios de diferentes décadas en distintos restaurantes.

Figura 6: Paisaje dominado por frentes y carteles



Fuente: Los autores, 2007-2010

La contaminación sonora no es continua. Puede considerarse alta los días domingos durante los horarios pico debido a la gran afluencia de vehículos (automóviles, buses, etc.) y el murmullo de los visitantes que se transforma en un sonido potente y que trasciende la tranquilidad del lugar. También la contaminación del aire es perceptible durante los días domingo cuando el número de vehículos produce un aumento del dióxido de carbono. Asimismo la emanación de olores de los baños puede producir un efecto similar en el aire.

3. *Cantidad máxima de vehículos en días pico (alta y baja)*. La cantidad de vehículos que ingresan los fines de semana se estima en 1000, esto comprende tanto a automóviles como ómnibus. No existe un sector para estacionamiento, por lo que los mismos ingresan sin ningún tipo de control a todo espacio público existente. Esto conlleva a un desgaste intensivo de la superficie del terreno.

## Indicadores económicos

1. *Personas empleadas en la localidad y porcentaje de población externa empleada*. La mayoría de las personas que trabajan en los restaurantes de la localidad proviene de Mercedes, y si bien aporta el 59,4% del total de empleados no es suficiente para abastecer la demanda de los fines de

semana. Esto conlleva una serie de problemas. A pesar de la corta distancia (15 kilómetros) no existe servicio regular de transporte por lo cual deben recurrir a servicios creados específicamente con horarios predeterminados y frecuencia única. La mayoría de los empleados son jóvenes tienen por función atender las mesas; tomando en cuenta los horarios de recreación de este grupo etéreo, es común que regresen a sus hogares en el momento de tener que partir a sus tareas en Tomás Jofré; esto suele tener consecuencias con la calidad del servicio que se presta. Asimismo, la remuneración y las propinas que perciben no quedan en la localidad.

2. *Migración laboral.* La oportunidad que brinda Jofré para conseguir empleo determinó que un 36,2 % de la población llegase de otras localidades para radicarse; y un 19% se trasladó con su familia. Los inmigrantes a Jofré (58 personas) provienen, en el 51,7% de los casos, de Mercedes, La Verde o localidades cercanas. Le siguen en importancia los procedentes de la Provincia de Buenos Aires, con el 32,7%; de la Ciudad de Buenos Aires, con el 8,6%, y finalmente los de otras provincias argentinas (6,9%).

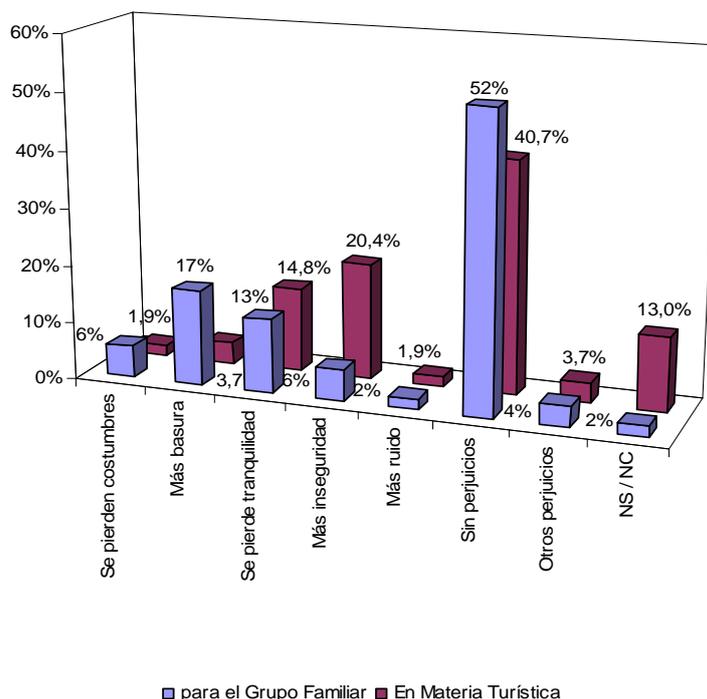
### **Indicadores sociales**

1. *Percepción de comunidad respecto al costo / beneficio del turismo.* Los residentes de Tomás Jofré ven con buenos ojos la llegada de los visitantes y desean que la cantidad aumente y se distribuya con mayor uniformidad a lo largo de la semana. Por esta razón analizan posibilidades de ampliar y mejorar la oferta. No obstante, hay determinados aspectos que consideran negativos aunque no en alto grado (Figura 7). Uno de ellos es la [falta de] seguridad, pudiendo observarse en varios establecimientos la clásica indicación de "Protegido por...", aunque esto también puede ser visto como consecuencia de la inseguridad que caracteriza a muchas localidades del país. Otro aspecto señalado como negativo es la acumulación de basura ya que muchos visitantes al no encontrar restos de residuos arrojan a los mismos a la calle. La pérdida de tranquilidad es otro factor considerado negativo ya que por momentos la localidad aparenta ser una ciudad invadida con una proporción de 20 visitantes por habitante; aunque a esta cifra también es necesario adicionarle el personal que proviene de otros sitios para prestar el servicio.

### **Indicadores político - administrativo**

La relación entre los residentes de Tomás Jofré y las autoridades municipales de Mercedes no se encuentra en su punto óptimo. El problema radica en la falta de trabajo conjunto entre ambos. Inicialmente, el municipio prestó poca atención al desarrollo del pueblo y los emprendedores de Jofré no tributaron por su actividad comercial; esta situación se mantiene en cierta medida en la actualidad y por ello el municipio, a través de sus representantes de turno, olvidó su rol no dedicando los recursos necesarios para el progreso del pueblo, la mejora en las instalaciones y servicios para los residentes.

Figura 7: Incidencia de la actividad turística según percepción de la población



## SURGIMIENTO DE NUEVOS DESTINOS PARA EL TURISMO GASTRONÓMICO

Viendo el éxito alcanzado por Tomás Jofré en diferentes pequeñas localidades próximas a Buenos Aires buscaron diferentes estrategias para posicionarse como destino para el turismo al igual que para los visitantes del día. En su mayoría, en vez de optar directamente por la gastronomía intentaron desarrollar su patrimonio principalmente ferroviario y religioso complementando estas visitas con una oferta gastronómica tradicional. Un caso muy concreto y en franco crecimiento es la localidad de Carlos Keen. A ella se suman otros pequeños pueblos rurales próximos (Arnaiz Burne y César Dachary, 2007).

La localidad de Carlos Keen pertenece al partido de Luján, ubicado al noreste de la provincia de Buenos Aires. Dista 15 kilómetros de la ciudad de Luján, famosa por su basílica y uno de los más importantes destinos de peregrinación del país, y 83 kilómetros de la ciudad de Buenos Aires. Cuenta con una superficie de 132 kilómetros cuadrados y su planta urbana abarca un kilómetro cuadrado, contando con una población de 367 habitantes.

El 12 de agosto del año 1881 es considerado el día de la fundación del pueblo, por ser la fecha en la cual se dio el nombre de Carlos Keen a la estación ferroviaria, y el 4 de noviembre se festejan las fiestas patronales. Cuenta con edificios centenarios, con 14 atractivos turísticos, varios restaurantes y lugares para hospedarse. Los fines de semana se reúnen en el andén de la estación los artesanos, ofreciendo sus productos y artesanías. A diferencia de Tomás Jofré, buscó posicionarse con su

patrimonio ferroviario poniendo en valor su estación de ferrocarril (Figura 8) actuando la gastronomía como factor complementario, es decir, utilizando la frase de Torres Bernier (2003), orientada al turismo que come porque viaja y no para el que viaja para comer.

Figura 8: Estación de ferrocarril de Carlos Keen recuperada



Fuente: Los autores, 2010

### **Paralelo entre Tomás Jofré y Carlos Keen**

Observando a los pueblos rurales de Tomás Jofré y Carlos Keen, se puede hacer mención de algunas diferencias notorias respecto al desarrollo de ambos destinos a nivel turístico que a su vez pueden verse resumidas en el Cuadro 3.

- a) La ubicación en ambos casos es estratégica, ya que se encuentran a una corta distancia del principal centro emisor de visitantes, la Ciudad de Buenos Aires.
- b) La identidad de ambos pueblos está relacionada a la gastronomía, con un fuerte agregado cultural en el caso de Carlos Keen.
- c) Apuntan a segmentos del mercado bien diferenciado; si bien Tomás Jofré en sus comienzos recibía a personas de un alto poder adquisitivo, con el paso de los años el destino se hizo popular y hoy en día es visitado en forma masiva. Carlos Keen ha mantenido un público más exclusivo, de clase media alta y alta. Ambas situaciones descriptas pueden observarse los fines de semana.

Cuadro 3: Comparativo entre Tomás Jofré y Carlos Keen

Área de comparación	Tomás Jofré	Carlos Keen
<b>Ubicación</b>	Estratégica	Estratégica
<b>Identidad</b>	Gastronómica	Cultural y gastronómica
<b>Target</b>	Clase media	Clase media alta Y clase alta
<b>Profesionalización de empresarios y personal</b>	Escasa	Media y alta
<b>Menú</b>	Fijo	Fijo y a la carta
<b>Legislación</b>	No existe	Existe en gran cantidad
<b>Patrimonio</b>	Escaso y sin mantenimiento	Alto y puesto en valor
<b>Estación FF.CC</b>	Excluida como atractivo	Atractivo central
<b>Tipo de destino</b>	Masivo	No masivo
<b>Relación del destino con la autoridad de gobierno</b>	Mala	Buena

Fuente: Los autores, 2010

- d) Diferencias en el grado de profesionalización de los empresarios y del personal en contacto. En Tomás Jofré a grandes rasgos se observa una preparación y atención más sencilla, más de “entre casa” lo que va de la mano con el público que lo visita. En Carlos Keen, por el contrario, se observa una mayor profesionalización tanto de los empresarios como del personal, también acorde con las exigencias de su mercado.
- e) El menú principal en ambos casos se basa en fiambres caseros, pastas y carnes asadas. En Carlos Keen existe la posibilidad de comer a la carta mientras que en Tomás Jofré el menú es todo incluido, contrariamente a lo que ocurre en el otro destino.
- f) Contar con una legislación específica es uno de los principales elementos diferenciadores entre ambas localidades. Carlos Keen es un poblado que ha sabido desarrollar la actividad turística como un complemento a las tradicionales. La idea de mantener las condiciones naturales del sitio se ven reflejadas en la legislación existente en materia turística como código de edificación, mantenimiento de fachadas, cartelería turística, utilización de espacios públicos, entre otros. Tomás Jofré, con su larga trayectoria como destino turístico, no ha logrado aún con alguna forma de ordenamiento del territorio o protección edilicia.
- g) Otro aspecto fundamental en la diferenciación de Tomás Jofré y Carlos Keen, es la incorporación de la estación de ferrocarril y otros atractivos patrimoniales a la oferta turística. Mientras Tomás Jofré sólo se posicionó como un destino gastronómico y le ha dado la espalda a su patrimonio ferroviario, como lo es su estación; Carlos Keen ha sabido explotar un importante patrimonio histórico y cultural complementándolo con la gastronomía. La estación es el eje central de su desarrollo turístico, habiendo desarrollado en su viejo galpón un centro cultural y de informes turísticos. Asimismo ha puesto en valor el patrimonio agrícola

y ganadero con un pequeño museo de antiguas maquinarias y herramientas para el trabajo del campo.

- h) Tomás Jofré se ha transformado desde la óptica empresarial y del gobierno local en una mezcla de ideas y visiones, por lo tanto en una diversidad de identidades. Por el contrario, Carlos Keen ha sabido mantener una idea uniforme entre los empresarios y el municipio.

En el marco del análisis de la competencia de Tomás Jofré frente a los nuevos pueblos rurales que buscan posicionarse como destinos turísticos, los emprendedores locales seleccionados como informantes clave hacían notar, entre otras cosas, la necesidad de evitar el descuido del pueblo, del desarrollo indiscriminado del mismo y la negativa a transformarse en otro Tomás Jofré. Estas afirmaciones se hacían en base a diversos aspectos clave: la saturación del destino, la pérdida de la autenticidad del mismo, el impacto de la actividad turística en el destino y a imposibilidad de un desarrollo sostenible si no se toman medidas al respecto. Es decir, ven a Tomás Jofré como un ejemplo de lo que no quieren ser.

## CONCLUSIONES

El turismo gastronómico es una actividad importante y una alternativa de desarrollo para muchos pueblos rurales de la Provincia de Buenos Aires, en especial para aquellos que se encuentran a una distancia no mayor a los 150 Km. de la Ciudad de Buenos Aires y su conurbano, principal centro emisor de visitantes. Tomás Jofré, principal precursor de la gastronomía como atractivo turístico en la provincia de Buenos Aires, es la muestra concreta de que esta actividad permite que los pueblos rurales encuentren una nueva vocación.

Sin embargo, el desarrollo y análisis de algunos indicadores de sustentabilidad ha alertado sobre posibles impactos negativos de la actividad en el pueblo y sobre el aumento de estos impactos si la actividad continúa sin control. Los indicadores ambientales presentan importantes saturaciones por la falta de infraestructura de servicios (agua de red, cloacas, tratamiento de residuos, sector de servicios sanitarios, etc.) lo cual se relaciona estrechamente con la falta de armonía político administrativa que la localidad mantiene con la ciudad cabecera del partido.. Si bien en Tomás Jofré recientemente se han instalado un sector de baños públicos y algunos cestos de basura, la actividad con tendencia creciente impacta negativamente en el lugar. Se observa una saturación visual y sonora, los fines de semana al igual que una acumulación excesiva de residuos posterior.

El ámbito económico se observa una interesante participación de la población local en la actividad turística, aunque insuficiente, por lo cual debe recurrirse a empleados de otras localidades vecinas. Se destaca la importante migración hacia la localidad por trabajo. Las repercusiones en el ámbito social muestran una fuerte aceptación respecto al desarrollo de la actividad turística en el pueblo,

aunque se aprecia una creciente preocupación por la acumulación de basura, la pérdida de la tranquilidad y el aumento de la delincuencia.

Si a todo lo mencionado se le añade la mala relación entre el gobierno municipal y los emprendedores del pueblo, repercutiendo ello en una ausencia de planificación, de protección del patrimonio local y de políticas públicas acordes; todo ello conlleva a sostener que es necesario un replanteamiento del destino (Tomás Jofré).

Es importante destacar que a raíz de su ejemplo han surgido en la región otros destinos con similares características iniciales, como Carlos Keen, que han sabido desarrollarse en base a la experiencia de Jofré haciendo especial hincapié en el desarrollo controlado y reglamentado de la actividad turística. Esta planificación realizada, teniendo en cuenta los aciertos y desaciertos, basada en una reglamentación del destino en diversos aspectos que apuntan a la protección del sitio y su comunidad a fin de no alterar sus condiciones naturales, ha dado lugar al desarrollo de un destino que busca complementar a la gastronomía con la cultura y la tranquilidad.

### Recomendación

Por ello es necesario que Tomás Jofré ordene su crecimiento y logre transformarlo de aquí en adelante en un desarrollo sustentable planificado capaz de garantizar la continuidad del destino. Asimismo es importante destacar la necesidad de contar con un trabajo conjunto entre la localidad y las autoridades del municipio, a fin de lograr que este desarrollo no se transforme en un esfuerzo aislado, si no en políticas de ordenamiento territorial, ambiental y social. De lo contrario, si se continúa con esta tendencia el mismo desaparecerá y será reemplazado por otro sitio.

*Agradecimiento: Este artículo se enmarca en el proyecto: Universidad Nacional de San Martín. Convocatoria I + D, Subsidios Tipo A (Ciencias Sociales y Humanidades). Evaluación de la sostenibilidad turística de un destino a través del uso de indicadores. Aplicación en la localidad de Tomás Jofré. Directora: Regina Schlüter; integrantes del equipo: Juana Rosa Carrizo, Adrián Gutiérrez Cabello, Fernando Navarro y Daniela Thiel Ellul. Fecha de alta: octubre de 2008; duración dos años. SA 08/019*

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arnaiz Burne, S. M. y César Dachary, A.** (2007) "Trabajo de Investigación: Partido de San Andrés de Giles", Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa. Puerto Vallarta (inédito)
- Ascanio, A.** (1997) "El programa de posadas y campamentos turísticos venezolanos". Estudios y Perspectivas en Turismo 6(2): 157-169
- Barrera, E** (1998) "Situación del turismo rural en la República Argentina". Trabajo presentado en el Congreso Internacional de Turismo Rural y Desarrollo Sustentable. Mayo 1998. Santa María, Brasil
- Barrera, E.** (1996) "Red Argentina de Turismo Rural (RATUR). Fundamentos para su organización. INTA-IESER, Buenos Aires

- Bote Gómez, V.** (1993) "El turismo y la rehabilitación y conservación del patrimonio rural en España". *Estudios y Perspectivas en Turismo* 2: 65-77
- Bote Gómez, V.** (1986) "Turismo en espacio rural. Rehabilitación del patrimonio y de la economía local. Editorial Popular, Madrid
- Calvento, M. & Colombo, S. S.** (2009) "La marca-ciudad como herramienta de promoción turística. ¿Instrumento de inserción nacional e internacional?" *Estudios y Perspectivas en Turismo* 18(3): 262-284. [www.estudiosenturismo.com.ar](http://www.estudiosenturismo.com.ar)
- César Dachary, A. & Arnaiz Burne, S. M** (2006) "Territorio y turismo. Nuevas dimensiones y acciones". Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa, Puerto Vallarta
- CIDeTur-EEyN** (2007) "La gastronomía como atractivo turístico y factor de desarrollo. El caso de Tomás Jofré". UNSAM, San Martín
- CONICET / SECTUR** (2008) Sistema Básico de Indicadores de Sustentabilidad Turística de la República Argentina". Propuesta Metodológica. Argentina.
- Constabel, S; Oyarzún, E. & Szmulewicz, P.** (2008) "Agroturismo en Chile. Características y perspectivas". Universidad Austral de Chile y Fundación para la Innovación Agropecuaria, Valdivia
- De la Calle Vaquero, M.** (2006) "La ciudad histórica como destino turístico". Editorial Ariel, Barcelona
- García Henche, B.** (2005) "Características diferenciales del producto turismo rural". *Cuadernos de Turismo* 15: 113 - 133
- Huber Novaes, M.** (1994) "Turismo rural em Santa Catarina". *Turismo em Análise* 5(2): 43-50
- Jensen, M; Bouteiller, M. S; Zeinsteger, E; Daniels, E. & Alazard, S.M.** (2001) "El patrimonio arquitectónico de las estancias de Tierra del Fuego (Argentina) como recurso turístico". *Estudios y Perspectivas en Turismo* 10(1 y 2): 91-112
- López Palomeque, F.** (2008) "Delimitación conceptual y tipologías del turismo rural". En *El Turismo Rural* (Pulido Fernández, J. I. [coord.]), Editorial Síntesis, Madrid, pp. 21-50
- Martínez Puche, A.** (2009) *Turismo y desarrollo local en un contexto globalizado*. Editorial Netbiblo, (Rodríguez Rodríguez, G. y Martínez Roget, F. coord.), La Coruña, pp. 48-83
- Mascarenhas Tramontin, R. & Gândara Gonçalves, J. M.** (2010) "Producción y transformación territorial. La gastronomía como atractivo turístico". *Estudios y Perspectivas en Turismo* 19(5): 776 - 791
- Mondéjar Jiménez, J. A; Mondéjar Jiménez, J. y Vargas, M.** (2008) "Análisis del turismo cultural en Castilla-La Mancha. El impacto de los programas europeos de desarrollo LEADER y PRODER". *Estudios y Perspectivas en Turismo* 17(3 y 4): 359 - 373
- Nácher, J. & Szmulewicz, P.** (2001) "Políticas de turismo rural. Un análisis crítico aplicado al caso de España". *Estudios y Perspectivas en Turismo* 10(1 y 2):43-61
- Norrild, J.** (2001) "Las postales como creadoras de imagen de destino. El gaucho y la identidad argentina". *Estudios y Perspectivas en Turismo* 10(1 y 2): 131-151
- Oliveira, S.** "La importancia de la gastronomía en el turismo. Un ejemplo de Mealhada- Portugal. *Estudios y Perspectivas en Turismo* 16(3): 261 - 282
- Opperman, M.** (1996) Rural tourism in Southern Germany. *Annals of Tourism Research* 17: 337 – 352

- OMT - Organización Mundial del Turismo** (2005) "Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos". Guía Práctica. OMT. Madrid
- Prieto, L. y Prieto, M.** (1997) Turismo rural en Argentina. Estudios y Perspectivas en Turismo 6(2): 145 - 156
- Pulido Fernández, J. I. (coord.)** (2008) "El turismo rural". Editorial Síntesis. Madrid
- Rödling, M.** (1974) Urlaubu auf dem Baurnhof I. Eine psychologische Untersuchung der Einstellung der Bauern zu ihren Gäste. Studienkreis für Toursimus, Starnberg
- Rödling, M.** (1975) Urlaubu auf dem Baurnhof II. Eine psychologische Untersuchung der Erwartungen der Urlauber. Studienkreis für Toursimus, Starnberg
- Rodriguez Rodriguez, G. y Martinez Roget, F.** (2009) "Nuevos retos para el turismo". Editorial Netbiblo, La Coruña.
- Rofman, A y Villar, A.** (2006) "Desarrollo Local. Una revisión crítica del debate". Espacio Editorial. Buenos Aires
- SAGPyA – Secretaría de Agricultura, Pesca y Alimentación** (2000) "Programa argentino de turismo rural". Buenos Aires
- Salciccia, D.** (2001) Ecoturismo rural y desarrollo sustentable del patrimonio natural e histórico cultural. Estudios y Perspectivas en Turismo 10(1 y 2): 113-130
- Scarpato, R.** (2002) "Sustainable gastronomy as a tourist product". In Hjalager, A. M. & Richards, G. (ed.) Tourism and Gastronomy, Routledge, London, pp. 132-152
- Schlüter, R.** (2006) "Turismo y patrimonio gastronómico. Una introducción". CIET, Buenos Aires
- Schlüter, R** (2003) "El turismo en Argentina: Del balneario al campo". CIET, Buenos Aires
- Schlüter, R. & Thiel Ellul, D.** (2008) "Gastronomía y turismo en Argentina. Polo gastronómico Tomás Jofré". Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural 6(2): 249-268 ([www.pasosonline.org](http://www.pasosonline.org))
- Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires** (2010) Pueblos turísticos de la Provincia de Buenos Aires. Disponible en [www.pueblos-turisticos.com.ar](http://www.pueblos-turisticos.com.ar), Visitado abril 2010
- SECTUR / INDEC** (2009) "Perfil del turismo rural: Encuesta de Viajes y Turismo en los Hogares (EVyTH)". Secretaría de Turismo de la Nación e Instituto Nacional de Estadística y Censos, Buenos Aires
- Solsona Monzonís, J.** (2001) "Turismo en espacio rural. El caso español". Estudios y Perspectivas en Turismo 10 (1 y 2): 11 -41
- Solsona Monzonís, J.** (2008) "Las marcas destino de turismo rural en España". En El Turismo Rural (Pulido Fernández, J. I. coord.), Editorial Síntesis, Madrid, pp. 261 – 286
- Szmulewicz, P. y Rivas Ortega, H.** (1997) Agroturismo en Chile. Perspectiva de la demanda interna. Estudios y Perspectivas en Turismo 6 (2): 123 – 144
- Thiel Ellul, D.** (2008) "Innovación en turismo. Polo Gastronómico Tomás Jofré, Buenos Aires, Argentina. Revista de Ocio y Turismo 1(1): 103-115
- Torres Bernier, E.** (2003) "Del turista que se alimenta al que busca comida. Reflexiones sobre las relaciones entre gastronomía y turismo". En Lacanau, G. y Norrild, J. (coordinadoras) Gastronomía y Turismo, Vol. 2, Cultura al Plato, Ciet, Buenos Aires, pp. 305-316

**Vecchiet, H.** (1991) "Hotelería resort de estancias". *Revista Latinoamericana de Turismo* 1(4): 267 - 272

**Villar, A.** (2007) "Políticas municipales para el desarrollo económico social". Ediciones Ciccus. Buenos Aires

Recibido el 09 de junio de 2010

Correcciones recibidas el 08 de agosto de 2010

Aceptado el 15 de agosto de 2010

Arbitrado anónimamente