



Cita bibliográfica: Locatelli, J.M. y Elías, S.R. (2022). Oleoturismo y rutas turísticas en el Sudoeste bonaerense (Argentina). *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 6 (1), 1-14. <https://doi.org/10.21071/riturem.v6i1.14030>

Oleoturismo y rutas turísticas en el Sudoeste bonaerense (Argentina)

Olive oil tourism and touristics routes in the Buenos Aires´ southwest (Argentina)

Jorgelina M. Locatelli ^{1*}

Silvina R. Elías ²

Resumen

En el sudoeste bonaerense y en particular, en el partido de Coronel Dorrego, se produce un aceite de oliva extra virgen de excelente calidad, principalmente por sus condiciones naturales. En este partido se encuentra más del 80% de las almazaras instaladas en la región y de la superficie implantada de olivos del sudoeste bonaerense. Asimismo, la actividad olivícola está siendo actualmente vinculada, a través de distintas iniciativas, al turismo. En tal sentido se está desarrollando la ruta del olivo en esta región, la cual propone numerosas actividades en torno a las aceitunas, vinculando de esta manera el agro al turismo. El presente trabajo tiene por objeto inicialmente describir los distintos tipos de rutas turísticas para luego analizar la ruta de olivo presentada. Principalmente se pretende determinar si en esta zona se viene desarrollando una ruta alimentaria que se esté convirtiendo en un incipiente producto turístico.

Palabras clave: oleoturismo, turismo rural, rutas turísticas, rutas alimentarias, sudoeste bonaerense, Coronel Dorrego, ruta del olivo.

Abstract

In the southwest of Buenos Aires province and specifically, in Coronel Dorrego district it´s produced a high quality extra virgin olive oil mainly due to the district´s natural environment. The district has more than 80% of the oil mills that are located in the región and of olive´s implanted territory of the Buenos Aires district´s southwest. Likewise, olive activity at present is being linked, through several initiatives, to tourism. Moreover, it´s being developing in this region the olive route, which provides lot of activities related to olives, linking agriculture to tourism. This paper intends to describe initially the different types of touristic routes by then analyze the olive route mentioned before. It is mainly intended to determine whether in this area it´s being developing a food route becoming in an incipient touristic product.

Keywords: olive oil tourism, country tourism, touristics routes, food routes, Buenos Aires´ southwest, Coronel Dorrego, Olive Route.

¹ Universidad Nacional del Sur. Departamento de Economía, Argentina. E-mail: jlocatel@uns.edu.ar Id. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-2996-2583> *Autora principal para la correspondencia.

² Universidad Nacional del Sur, Departamento de Economía. Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales del Sur (UNS-CONICET), Argentina. E-mail: selias@uns.edu.ar Id. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7750-1821>



1. Introducción

La olivicultura es una actividad que ha venido creciendo en las últimas décadas en el sudoeste bonaerense, principalmente en el partido de Coronel Dorrego, provincia de Buenos Aires, donde existen condiciones naturales que benefician el desarrollo de la misma y dan como resultado un aceite de oliva extra virgen (AOVE) de excelente calidad. Esta actividad se viene desarrollando como una actividad complementaria, ya que esta zona es principalmente agrícola-ganadera. Sin embargo, la olivicultura no solo ha sido utilizada por algunos productores como una alternativa de diversificación productiva sino que también les ha permitido iniciarse en nuevas actividades relacionadas al turismo, y en particular a las que conforman el turismo rural. Este desarrollo se ve favorecido por el cambio en el paradigma de turismo tradicional (turismo estacional de masas) que se pone de manifiesto por la necesidad de los consumidores de elegir lugares turísticos que ofrezcan propuestas vinculadas a la naturaleza y la cultura del lugar en vez del turismo clásico de sol y playa. En este sentido, el sudoeste bonaerense reúne distintas actividades en torno a la olivicultura, que podrían enmarcarse dentro de las distintas modalidades de turismo rural (turismo cultural, agroturismo, turismo aventura, turismo ecológico).

Recientemente se observan emprendimientos que, además de la producción y fabricación de aceitunas y AOVE, integran diferentes alternativas turísticas (Elías & Barbero, 2017). Sin embargo surge el interrogante si estas actividades están organizadas para realizarlas en una secuencia o de manera ordenada, Es decir, si los recursos o atractivos, la conformación de diferentes recorridos y actividades vinculados al olivo y a su aceite, se exhiben en la zona planteada mediante el concepto de ruta turística. Para dar respuesta a este interrogante se plantea como objetivo del presente trabajo describir los distintos tipos de rutas turísticas para luego analizar la ruta del olivo presentada, junto a actividades complementarias como el circuito turístico “Los olivares” de la zona de Coronel Dorrego, en función de los conceptos expuestos. Principalmente se pretende determinar si en esta zona se viene desarrollando una ruta alimentaria que se esté convirtiendo en un incipiente producto turístico.

El trabajo se desarrolla para el partido de Coronel Dorrego por ser, dentro del sudoeste bonaerense, la zona más importante tanto en la etapa primaria de producción como en la extracción de AOVE. También se considera uno de los partidos pioneros en la actividad y además presenta importantes prácticas vinculadas, desde la olivicultura, con distintos aspectos del turismo, las cuales serán expuestas a lo largo del trabajo. Para cumplir con los objetivos planteados, se recurre a una investigación de tipo descriptivo-explicativo con el propósito de caracterizar las rutas turísticas en general, y en particular las rutas alimentarias, a los fines de comprender en qué forma se vincula el agro con el turismo, dando lugar a nuevos productos turísticos que favorezcan el desarrollo de la zona. Se expondrán inicialmente los conceptos de turismo rural, rutas turísticas y rutas alimentarias; y sus relaciones. Seguidamente, se realizará una descripción del sector olivícola del partido de coronel Dorrego para luego aplicar los conceptos analizados anteriormente a la realidad agro-turística del sudoeste bonaerense. En particular, se describirán las distintas actividades asociadas al sector olivícola. Por último se analizará si es aplicable para el área de estudio el concepto de rutas turísticas en general, y en especial el concepto de rutas alimentarias. Finalmente se presentarán las reflexiones preliminares del trabajo.

2. Turismo rural y rutas turísticas. Conceptos y relaciones.

2.1. Turismo rural

Según Barrera (1997) el turismo rural es aquella actividad turística realizada en el espacio rural, compuesta 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. De esta manera, el espacio rural, en combinación con el natural, puede servir de base para una gran cantidad de actividades recreativas y turísticas, siempre que sean planificadas y gestionadas de forma adecuada.

La modalidad turismo rural se genera a partir de la implantación de la actividad en el medio rural y la existencia de una demanda que tiene por motivación principal conocer la cultura rural, incluyendo su paisaje (Varisco, 2015). De esta manera, el término turismo rural considera primordialmente la cultura local como un componente clave del producto ofrecido. Un rasgo distintivo de los productos de este tipo de turismo es el deseo de ofrecer a los visitantes un contacto personalizado al turista, donde se le brinde la oportunidad de disfrutar el entorno físico, participación en actividades, tradiciones y estilos de vida de la población, es decir, donde la cultura esté implícita (Román, 2009; citado en González Ávila, 2011).

Claudia Toselli (2006), citada en Elías & Barbero (2017), 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.

Para Barrera y Muñoz (2003) algunas de las modalidades que puede asumir el turismo rural son: Ecoturismo, Agroturismo, Turismo Cultural, Turismo de Aventura, Turismo Deportivo, Turismo Educativo, Turismo Científico, Turismo Salud, Eventos, Turismo Gastronómico, Turismo Religioso y Turismo en Comunidades Indígenas, Comunidades de Recreación y Retiro.

El turismo rural se origina a partir del interés de los visitantes por conocer el paisaje y la cultura rural, mientras que para los destinos receptores genera una oportunidad de diversificación productiva (Varisco, 2015). Entonces, la aparición de una demanda turística distinta a la tradicional del turismo de sol y playa, da lugar a la aparición de un modelo turístico diferente basado en la oferta de nuevos alojamientos y actividades mediante el uso y recuperación del patrimonio rural, sus recursos turísticos, la naturaleza y la arquitectura popular. A continuación se describen, en la Tabla 1, los principales recursos turísticos pasivos según categoría:

Tabla 1. Recursos Turísticos Pasivos

Recursos Naturales	Patrimonio Histórico-Artístico	Manifestaciones Culturales
Paisajes	Monumentos	Folclore
Clima	Arquitectura típica	Gastronomía
Parque Naturales	Esculturas	Celebraciones Religiosas
Caminos, senderos	Artesanía	Festivales Artísticos
Fauna		Ferias
Flora		Costumbres y tradiciones populares

Fuente: J. Vera, Análisis Territorial del Turismo, 1997, en DTS consultores (2007)

En particular, los recursos turísticos (naturaleza, cultura, historia, equipamientos para el ocio) son la materia prima a la que se le añaden los servicios conformando la base sobre la que se desarrolla la actividad turística. Estos recursos se pueden ofrecer a los turistas de manera pasiva, donde el turista es sólo un contemplador, o de manera activa, donde el turista puede participar realizando actividades.

La Tabla 2 muestra los recursos activos que se pueden desarrollar en un producto turístico rural integrado según se expone en el Informe Final presentado por DTS Consultores-Desarrollo Turístico Sostenible, financiado por el Gobierno de Chile.

Tabla 2. Recursos turísticos activos

Actividades deportivo-recreativas	Actividades socioculturales	Participación en actividades del espacio rural	Otros
Senderismo	Artesanías	Actividades agrícolas	Pintura
Cabalgatas	Idiomas	Ganaderías	Fotografía
Cicloturismo	Estudio de la flora	Talleres artesanales	Termalismo
	Estudio de fauna	Fabricación de productos autóctonos	Actividades ecológicas
	Estudio medioambientales		

Fuente: DTS, 2007.

Siendo que los productos turísticos abarcan el conjunto de componentes que satisfacen una experiencia de viaje que responde a las expectativas de un segmento del mercado (Barrera, *et. al.* 2003), estos pueden perfectamente combinar recursos pasivos y activos, desarrollando así un mix de servicios y actividades para distintos segmentos de demanda, y conformando un producto turístico rural integrado. Estos productos turísticos integrados formados por los diferentes recursos turísticos conforman la base para el diseño de las rutas turísticas.

2.2. Las Rutas turísticas

Las rutas son productos turísticos que agrupan una serie de atractivos en un territorio bien definido, bajo una temática precisa, que fomentan la colaboración entre agentes públicos y privados, y entre diversas zonas geográficas, para destacar el carácter particular de aquel territorio mediante una estructura que beneficia económicamente a todos los involucrados (Briedenhann & Wickens, 2004; citado en Jeambey. 2016). El objetivo de una Ruta es favorecer la movilidad de los turistas, de modo que se desplacen de un lugar a otro, a lo largo de ella y según un itinerario establecido.

En el informe de DTS (2007) se define a la Ruta Turística como un itinerario o recorrido temático propio de una comunidad o área geográfica, que permite el conocimiento de sus valores y atractivos más particulares, capaz de atraer visitantes y motivar su desplazamiento a lo largo de ella, visitando los atractivos, realizando actividades y utilizando los servicios que han sido habilitados con ese objeto. Briedehhann y Wicken (2003), citado en Barrera (2009), describen a las rutas turísticas en general como un clúster de actividades y atracciones que incentivan la cooperación entre diferentes áreas y que sirven de vehículo para estimular el desarrollo económico a través del turismo.

El turismo rural por sí solo genera ingresos y constituye una alternativa de turismo, no obstante, el diseño de una ruta turística como producto permite la generación de ingresos y

desarrollo local a través de la implementación de servicios y actividades adicionales que, de ser ofertados por los residentes, posibilitarían que los ingresos generados permanezcan en la comunidad para poder ser reinvertidos en la misma (Mériada Velázquez, 2016).

2.2.1. Las rutas alimentarias

Un tipo de rutas turísticas son las denominadas rutas alimentarias que se desarrollan alrededor de un alimento típico o representativo de una zona determinada. Según Van Westering (mencionado en Barrera & Bringas Alvarado, 2008) los alimentos que por su producción y consumo se asocian a un territorio son los recursos turísticos que dan fundamento a las rutas alimentarias, un concepto basado en una relación sinérgica en la que el turismo le ofrece al alimento una vía para diferenciarse. Según Barrera *et al.* (2008) las rutas alimentarias son itinerarios turísticos basados en alimentos en torno a los cuales se construyen productos recreativos y culturales que permiten al visitante explorar la cadena de valor del alimento desde la producción primaria hasta el plato. Cuentan con su propia estructura organizativa y con protocolos de calidad que la norman.

De esta manera, las rutas alimentarias deben tener como eje central el alimento y presentar como tales un producto turístico memorable. Para lograrlo el turista debería tener una experiencia sensorial, entretenida, educativa, diferente y estética y dicha experiencia debe ser más rica que la práctica turística tradicional (Barrera, *et al.* 2008) Para Barrera *et al.* (2003) la vinculación entre el sector alimentario y el turismo es muy estrecha. Los turistas tienen en la alimentación uno de los mayores gastos y frecuentemente deciden su viaje en función de los alimentos que las regiones ofrecen.

Con respecto a la definición de ruta alimentaria, la Subsecretaría de Política Agropecuaria y Alimentos de Argentina (2010), la refiere como un sistema organizado que ofrece al turista la posibilidad de relacionarse con la comida típica, la producción agroindustrial, los agricultores, las actividades rurales y la cultura de una región. Las rutas se organizan en torno a uno o varios productos claves que las caracterizan y les otorgan una identificación definida (Sosa & Salido, 2013). Existen variados casos de rutas alimentarias en diversos países del mundo en general y en Argentina en particular. Estas rutas están ampliamente difundidas en Europa, principalmente las rutas ubicadas en los países mediterráneos como Francia, Italia y España. Ejemplo de ello son las Rutas Alimentarias europeas tales como la Ruta de Quesos, Rutas de las Bodegas y las Rutas del Olivo.

Algunos de los casos presentados por Barrera (2009) se relacionan con Europa Mediterránea, donde España presenta un modelo de desarrollo de turismo del vino; Estados Unidos, donde funciona en el Valle de Napa la ruta del vino más exitosa del mundo; la Ruta del Tequila en México; y en Argentina los Caminos del Vino, ruta de vino que concentra la mayor cantidad de bodegas ubicadas en la provincia de Mendoza; la Ruta de la Yerba, ruta alimentaria que se funda en la cultura productiva de la yerba mate y se localiza en la provincia de Corrientes y Misiones, entre otras. Barrera concluye que para tener éxito los gobiernos deben comprender la importancia del vínculo entre el agro y el turismo y el modelo propuesto debe cumplir con prerequisites tales como la cooperación en redes regionales y liderazgo (fuerte participación privada), el desarrollo de productos turísticos, infraestructuras y acceso, la participación comunitaria y estímulo al desarrollo de las microempresas y la innovación, buena información, transparencia y promoción y un explícito foco en el desarrollo de negocios inclusivos.

2.3. Oleoturismo

Como una alternativa válida para generar ingresos, el mundo rural ha ido mutando poco a poco ofreciendo actividades que satisfacen las necesidades específicas de la demanda turística actual. Esta oferta es más focalizada y orientada a atraer a un público más exigente y

especializado. Surge entonces el oleoturismo como explotación turística, con una temática específica, secundando el auge del enoturismo. En ambos casos la base es gastronómica, considerando que productos alimenticios como el vino y el aceite, pueden atraer visitantes a una localidad o región.

Para Cañero Morales et al. (2015: 138) el oleoturismo es “una práctica turística cuya motivación está relacionada con todo aquello que tiene que ver con el aceite de oliva y los recursos asociados al olivar, como son el terreno, el agua, el paisaje, la cultura o el clima, entre otros”. Por su parte M. Cobo Aguilera (2014:21) agrega que “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”.

Millan et al. (2015) 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. Estos autores mencionan varias de las actividades que los oleoturistas realizan entre las que se destacan: visita a antiguos molinos o haciendas, a tiendas especializadas o museos del aceite; visitas a explotaciones y contemplación de los paisajes del olivar; participación en fiestas y actividades gastronómicas con el aceite de oliva como protagonista; asistencia a ferias y conocimiento de las características de otras industrias relacionadas con el olivo y el aceite de oliva (cosmética, conserveras, artesanía de madera, aceitunas aderezadas, etc.). También destacan, como actividad a realizar por este nuevo segmento de turistas, el recorrido de las rutas vinculadas a las Denominaciones de Origen del aceite de oliva existentes en algunos países como España, Italia, Portugal). En este sentido en la sección cuatro del presente trabajo se presenta el circuito turístico “Los Olivares” en el SO de la provincia de Buenos Aires, Argentina.

En Argentina, siguiendo el ejemplo del mundo de la vitivinicultura, cada vez se encuentran más establecimientos productores de AOVE que se abren al turismo que permiten que sus visitantes cosechen aceitunas, elaboren su propio aceite y lo lleven a sus casas. Así, aplicando el mismo modelo de promoción que el vino, comenzaron a aparecer las catas, los cursos, los hoteles y hasta los spas basados en los productos del olivo dados sus notables beneficios para la salud de efecto antioxidante y beneficioso para la piel.

Son varias las provincias argentinas que ofrecen al turista la posibilidad de profundizar el conocimiento de este producto con distintas propuestas. La provincia de San Juan permite recorrer la Ruta del Olivo, con más de diez productoras distribuidas por las Rutas Nacionales N° 20 y N° 40. Casi todas ofrecen visitas y venden sus productos. La aceitera Don Julio cuenta con su propio museo, que además de exhibir antigüedades referidas a la producción de aceite, cuenta con una sala de cocina para ensayar y demostrar las bondades del aceite de oliva. Entre los atractivos hay dos viejos olivares con casi 350 años plantados por los jesuitas en Valle Fértil. En esta provincia se organiza ArgOliva, un Encuentro Olivícola Internacional donde se dictan cursos de cata y maridajes, clases de cocina y rondas de negocios.

La provincia de Córdoba se dedica exclusivamente a la producción de aceite extra virgen siendo Cruz del Eje y Villa de Soto dos localidades en las Sierras Grandes y las Salinas que conforman los principales puntos que dan forma a La Ruta del Olivo. En sus proximidades es posible recorrer innumerables olivares y visitar las empresas dedicadas a la elaboración de aceite pudiéndose comprar aceitunas de muchas variedades y todos los derivados del proceso de industrialización. Todos los años en el mes de febrero se realiza la Fiesta Nacional del Olivo con desfiles de carrozas y eventos populares. En el valle de Traslasierra, al pie de las montañas

que vinculan San Luis con Córdoba también se encuentra un centro olivícola siendo Olium uno de los establecimientos más reconocidos pues cultiva aceitunas con métodos orgánicos en más de 20 hectáreas. Esta finca ofrece visitas a las instalaciones, una explicación del proceso de obtención de un aceite extra virgen, degustación de productos y venta directa al visitante. En el valle de Traslasierra también se puede visitar Sierra Pura, una finca de 42 hectáreas donde se ofrece una visita guiada gratuita a la plantación que culmina con una cata donde se enseña a reconocer los diferentes sabores del aceite de oliva y se recomiendan los maridajes para cada variedad.

Mendoza, principal polo vitivinícola del país, también presenta tradición olivícola en varios puntos de la provincia. Se destaca el departamento de Maipú donde, según indica la página web Welcome Argentina, la Ruta del Olivo, con la cual se recorren kilómetros abriendo las puertas de distintos establecimientos que se dedican a la elaboración de aceitunas y aceites de oliva, es desde hace tiempo un nuevo atractivo turístico. El circuito incluye locales gastronómicos, 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. Los emprendimientos que se dedican de manera familiar o empresarial a dichos productos, y que además poseen visitas guiadas y degustaciones ideales para el turista. Además, se puede visitar la rotonda de la Virgen del Olivo, que representa las tareas olivícolas que se realizan en esta localidad, el olivo histórico, declarado de valor histórico y cultural por parte de la Cámara de Diputados de la Provincia y por la Municipalidad de Maipú.

Agüera et al. (2018) en base a Murgado (2013) consideran que, a pesar de los grandes avances que se han hecho en varias regiones, existen aún algunos obstáculos para el correcto desarrollo de la actividad oleoturística en España entre los que mencionan la ausencia de cooperación entre los actores desde el lado de la oferta, la deficiente infraestructura de los negocios relacionados con el aceite de oliva, la inexperiencia y la falta de capacitación de los recursos humanos de las empresas vinculadas al aceite de oliva y los inadecuados modelos de marketing para promocionar y comercializar la actividad oleoturística. Cobo Aguilera (2014:22), por su parte considera 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”.

3. La olivicultura y el turismo rural en el partido de Coronel Dorrego

En el sudoeste de la provincia de Buenos Aires se ha venido desarrollando en los últimos años una actividad complementaria a la agrícola-ganadera: el cultivo de aceitunas para la producción de AOVE. La olivicultura comenzó a desarrollarse entre los años 1945 y 1950, en el partido de Coronel Dorrego donde gran parte de los olivos fueron plantados por orden de Juan Duarte –hermano de Eva Duarte de Perón– como parte de un ambicioso proyecto que abarcaba 8.000 hectáreas de campo. Este emprendimiento tenía como fin la producción de aceitunas de mesa, pero nunca se terminó de concretar, pues se abandonaron las plantaciones (Picardi & Obiol, 2011). Esta actividad comenzó a fortalecerse en la región del sudoeste bonaerense hacia fines de la década de 1990, aumentando un 152% la cantidad de olivos plantados en el período 1999-2012 (Picardi & Obiol, 2014). El partido fue entonces uno de los pioneros en la actividad y permanece como uno de los más representativos.

En particular, en la zona de Coronel Dorrego, se encuentra más del 80% de la superficie implantada del sudoeste bonaerense y de las almazaras instaladas en la región, conformando incipientemente un clúster (Picardi, Obiol & Bostal, 2011; Tedesco & Cristiano, 2017; González, Tedesco & Picardi, 2016). Asimismo, Coronel Dorrego es considerado la "Capital Provincial del Olivo", ya que como se mencionó anteriormente posee la mayor cantidad de

hectáreas en la provincia de Buenos Aires y una inigualable calidad de aceites de oliva gracias al suelo, el agua, las temperaturas y las condiciones agroecológicas excepcionales del lugar.

Champredonde et al. (2018) indican que la principal variedad de aceituna cultivada en la zona es la arbequina (*Olea Europa*), una aceituna pequeña, con carozo grande, poca pulpa y gran cantidad de ácido oleico. Por lo general, las otras variedades –Frantoio, Nevadillo, Aloreña–, se emplean para lograr buenas mezclas o para diversificar con el fin de enfrentar los problemas sanitarios de la planta o por cuestiones de rendimiento.

Esta zona no solo cuenta con recursos naturales, es decir, plantaciones de olivos cuya producción se ve favorecida por las condiciones climáticas generadas por la cercanía al mar y a la sierra, las cuales permiten obtener una excelente calidad del AOVE, sino que también cuenta con recursos culturales e históricos que hacen de la actividad olivícola una alternativa no solo productiva sino también agro turística, donde en particular para el turismo rural tanto el espacio rural como los aspectos culturales toman relevancia.

En la actualidad, el turismo rural surge a nivel nacional principalmente por la crisis sectorial que lleva a los agricultores y ganaderos a buscar otras alternativas, y por la visualización de una demanda creciente a partir de un sector dinámico como es el turismo, realidad que no le es ajena al sudoeste bonaerense. En este contexto, la olivicultura presenta una actividad atractiva que permitiría resolver los dos factores mencionados para la región, y en particular para el partido de Coronel Dorrego. Esta actividad brinda la posibilidad de vincular, dentro del partido, el agro al turismo en sus distintas modalidades, y mediante rutas turísticas, utilizando los recursos naturales, culturales, históricos y gastronómicos, asociados a la producción del olivo, tanto en su fase primaria como en su etapa industrial. Esta última con el resultado de un producto final como lo es el AOVE de alta calidad, aceites que con marcas propias han alcanzado en varias oportunidades premios a nivel nacional e internacional por su calidad Premium³

Actualmente existen emprendimientos en la zona que, además de la producción y fabricación de aceitunas y AOVE, integran diferentes alternativas turísticas. Se distinguen 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 (Elías, *et al.*, 2017).

Los actores antes mencionados conforman la red olivícola de la zona: cuanto más densa sea la red y más fuertes sean los vínculos entre los participantes, mayores serán beneficios obtenidos para sus integrantes. Estudios realizados acerca de la red olivícola del partido de Coronel Dorrego indican que el nuevo perfil de algunos emprendedores, distintos al tradicional, los convierte en actores claves de la red para transferencia de conocimiento e información junto con otros organismos públicos como lo son la cámara de olivicultores, las universidades y el Instituto Nacional del Tecnología Agropecuaria -INTA⁴, quienes muestran estar muy bien vinculados o relacionados dentro de la misma. Se han creado vínculos de colaboración de los

³ Entre varios premios que han ganado los aceites de oliva del sudoeste de la provincia de Buenos Aires, en el año 2019 el AOVE El Faro del municipio de Coronel Dorrego, recibió el primer premio en la categoría “Frutado Intenso” del Hemisferio Sur en la Feria Internacional del Aceite de Oliva e Industrias Afines, Expoliva 2019, que se realizó del 15 hasta el 18 de mayo en la provincia de Jaén, España. Agencia Nova. Noticias de Argentina y el mundo. 27 de mayo de 2019.

⁴ El INTA, en particular, la Chacra Experimental Barrow, ha estado vinculado con los distintos actores de la red desde los inicios de la actividad olivícola en la zona, principalmente con productores olivícolas y productores-extractores. A partir de un grupo de Cambio Rural que existió en los inicios del proceso de revalorización de la Olivicultura del SOB, los productores se organizaron y mejoraron técnicamente.

organismos e instituciones educativas con los productores y extractoras de la región mediante intercambio de conocimiento e información sobre la actividad, así como también con el municipio de Coronel Dorrego, principalmente con el área de Producción y Turismo (Locatelli & Scoponi, 2018).

Con respecto a la Cámara, la mayor parte de los productores de la región son socios de la misma. Fue creada en el año 2005 con el objetivo de defender los intereses de los productores bonaerenses olivícolas y ha nacido en el distrito de Coronel Dorrego debido a que en esta zona se cuenta con la mayor cantidad de hectáreas de olivo en producción dentro del territorio provincial y, además, se encuentra el mayor productor de aceite de oliva orgánica del país (Biolive).

Una red densa en torno a una actividad central, la olivicultura, y todas las actividades asociadas a ella, facilita el diseño y desarrollo de rutas turísticas conformadas alrededor de esta temática.

4. Rutas alimentarias y circuitos turísticos: definiendo una Ruta del Olivo.

Según González Ávila (2011) dentro del turismo cultural se encuentra el turismo rural, con el desarrollo del concepto de rutas gastronómicas basadas en el conocimiento y disfrute de productos alimenticios (gastronomía) y aspectos culturales (belleza paisajística, fiestas, atractivos históricos y convivencia con la población) a lo largo de los recorridos por carreteras y caminos de una región. De acuerdo con Jeambey (2016) las rutas gastronómicas, más conocidas como “rutas alimentarias” en Suramérica, son impulsadas por el sector público en el marco del desarrollo sostenible de las áreas agrarias mediante el turismo.

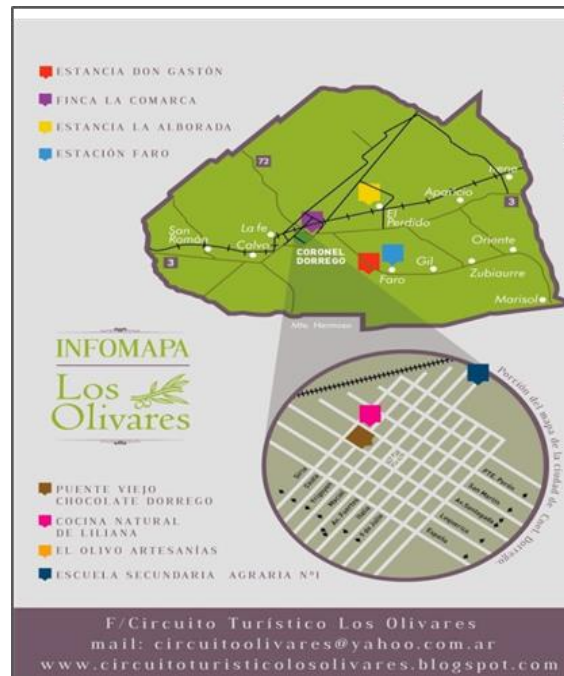
En lo referente a la gastronomía y a los aspectos culturales, en el partido de Coronel Dorrego y a lo largo de las cuatro estaciones se suceden distintas fiestas donde se puede disfrutar de distintos espectáculos, gastronomía, naturaleza y diversas singularidades que ofrecen cada una de ellas. Entre las fiestas populares más representativas del partido se encuentra la “Fiesta Provincial del Olivo” que viene desarrollándose todos los años de manera ininterrumpida desde el año 2008. Esta fiesta tiene lugar durante el mes de abril, mes en el cual el Olivo es el protagonista a lo largo de los tres días en que se extiende la celebración. Entre las actividades que se realizan en el marco de la fiesta se encuentran las charlas técnicas, visitas a las fincas olivícolas del partido, concurso de platos realizados con aceite de oliva, demostraciones de cocina a cargo de chefs internacionales y el cierre de la fiesta con un concurrido almuerzo popular y un espectáculo con artistas reconocidos a nivel nacional. La fiesta está organizada por la Municipalidad de Dorrego y cuenta todos los años con la presencia de un chef internacional de gran renombre. El chef realiza una demostración de cocina en vivo y en directo para todos los concurrentes, y posteriormente encabeza el jurado del tradicional concurso de platos con olivo. Treinta participantes ofrecen sus platos, que el chef degusta junto con cocineros de renombre quienes terminan de componer el jurado. Se elige el ganador, y luego se entregan los premios a los participantes.

Las empresas aceiteras instalan sus stands para que la gente pueda recorrer y adquirir sus productos, y también se emplaza un paseo de artesanos con muchos productos regionales. Las visitas guiadas también son importantes para el evento, ya que realzan a las empresas productoras de aceites de oliva y aceitunas de mesa de la región, contribuyendo a darlas a conocer para que el público tome conocimiento de su trabajo.

Si bien para algunas fincas las actividades asociadas al olivo se ofrecen todo el año, el mes de abril es en el que tiene lugar el desarrollo de esta fiesta popular, siendo el momento clave para presentar y difundir las actividades agro –turísticas mediante circuitos turísticos, con

paseos por las fincas que permiten observar de cerca la producción de las firmas aceiteras, junto con diversas actividades complementarias (Figura 1).

Figura 1. Circuito turístico Los olivares. Itinerario



Fuente: www.circuitoturisticoosolivares.blogspot.com

En esta etapa del año, en el marco de la fiesta provincial y junto con la colaboración de la oficina de turismo de la municipalidad de coronel Dorrego, se llevan a cabo visitas guiadas a las fincas olivícolas quienes abren sus tranqueras a los turistas que valoran el contacto con la naturaleza, las costumbres y el espacio rural. Entre los establecimientos olivícolas se encuentran Estancia Don Gastón, Finca La Comarca, Finca Olivícola Rumaroli y Finca La Reconquista. Estos establecimientos proponen numerosas actividades entre las que se destacan, en torno a las aceitunas, la cosecha manual, el envasado del propio aceite y la participación en catas para apreciar las sutilezas de las diferentes variedades.

Finca La Comarca y Finca Olivícola Rumaroli son algunas de las fincas productoras-extractoras de la zona, junto con La Reconquista, El Faro y Biolive, es decir, que abarcan tanto la etapa primaria como la producción industrial de la actividad olivícola. Estas fincas cuentan con plantaciones de olivos y con salas de extracción o almazaras, donde se realiza el proceso de extracción del aceite, obteniendo como resultado un aceite de oliva extra virgen de alta calidad con marca propia.

Asimismo, durante los días en que transcurre la fiesta popular, se puede disfrutar de otras actividades como por ejemplo el Cicloturismo por los Olivares en Faro, recorriendo tres fincas olivícolas: Finca Don Gastón, Finca el Píal y Finca Don Nicolás. Esta actividad está vinculada al turismo deportivo y basada en un recurso turístico activo, con las plantaciones de olivo como escenario y el olivo como eje temático.

Por otro lado, algunas de las fincas olivícolas ya nombradas junto con otros emprendedores del partido de Coronel Dorrego y Monte Hermoso, han conformado un circuito

turístico⁵. Este circuito tiene lugar en el partido de Coronel Dorrego y se denomina “Circuito Turístico los Olivares”. 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 (Elías, *et al.*, 2017).

Se trata de un grupo de emprendedores y establecimientos rurales que bajo el asesoramiento de turismo y el asesoramiento técnico brindado por la Estación Experimental INTA-Barrow ofrecen la posibilidad de conocer de cerca la vida de campo brindando servicios como: alojamiento, visitas guiadas, elaboración de productos regionales, como la cosecha de aceitunas y elaboración de aceite, artesanías y gastronomía típica. 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, cosmética a base de oliva, avistajes de aves, té con historia). El circuito está integrado por los siguientes establecimientos y emprendedores: Finca la Comarca, Estancia Don Gastón, Estancia La alborada, Estancia Faro, Puente viejo Chocolate Dorrego, Cocina natural de Liliana, el Olivo Artesanías y la Escuela de Educación Secundaria Agraria N° 1.

5. Conclusiones

En este trabajo se realiza un análisis descriptivo-explicativo donde se analiza la realidad agroturística del partido de Coronel Dorrego a la luz de los conceptos de turismo rural y cultural, rutas turísticas y rutas alimentarias. Se define a la ruta alimentaria como una ruta turística que se teje en relación con el alimento o producto local para propiciar otras actividades turísticas que involucren a la comunidad dedicada a actividades primarias, servicios, elaboración de alimentos, entretenimiento, entre otras, y que trabajen de manera asociada.

En tal sentido, el producto local asociado a Coronel Dorrego es visiblemente el olivo, y fundamentalmente, el aceite de oliva extra virgen que se obtiene en las almazaras dorreguenses. Este producto de alta calidad permite vincular al turista no solo con el proceso de extracción del aceite en la etapa industrial, mediante visitas guiadas a las fincas productoras-extractoras, sino también con actividades vinculadas a la etapa primaria, como por ejemplo la cosecha de aceitunas, compartiendo su espacio rural. También actividades vinculadas con las plantaciones de olivos (cicloturismo, caminatas guiadas, entre otras), con la historia del olivo, con la importante y tan representativa fiesta popular que lleva su nombre, “La Fiesta Provincial del Olivo”, giran alrededor del producto final, del cual esta región está orgullosa, siendo aceites con reconocimiento no solo nacional sino también internacional que han cosechado importantes premios y reconocimientos oficiales.

El turismo rural se viene desarrollando en la zona hace varios años. En particular, el vínculo entre la olivicultura y el turismo se ha venido afianzando a partir de emprendedores olivícolas con perfiles no tradicionales que combinan la fase productiva con una oferta agro turística atractiva para el visitante, compartiendo su espacio rural y sus costumbres. Además la representativa Fiesta Provincial del Olivo forma parte de lo rural y lo popular, siendo claramente una manifestación cultural así como también lo es la gastronomía en base al olivo que se desarrolla en el marco de la misma. No obstante, se observa que no existe un itinerario que podría asociarse a una ruta alimentaria según los conceptos expuesto anteriormente, sino que la presencia de actividades variadas en torno a la olivicultura se llevan a cabo especialmente en el mes de abril donde se organiza la tradicional Fiesta que promociona acciones asociadas al

⁵ Una de las más evidentes ventajas que ofrece la integración de productos en un circuito turístico o una ruta es que el conjunto de ellos tiene mayor capacidad de atracción que la mayoría de sus integrantes por separado, justificando desplazamientos, permanencias y gastos que por sí solos no los provocarían.

olivo y su aceite. Existirían en la zona las condiciones para que se pueda diseñar y organizar una ruta que consiga funcionar a lo largo de las cuatro estaciones, para que se logre aprovechar el gran potencial de recursos turísticos tanto pasivos como activos asociados a la olivicultura.

Se observa entonces que alrededor de la producción olivícola, y en particular como tema central el aceite de oliva, podría diseñarse una ruta alimentaria cuyos hitos involucren desde la parte de producción primaria, el paisaje de los olivos, pasando por la extracción del aceite hasta llegar actividades vinculadas con la gastronomía como son la degustación de platos y la cata de aceites, entre otros. El circuito turístico “Los olivares” se presentan en este sentido como una posible ruta incipiente. Utilizar esta experiencia, potenciar sus recursos y fortalecer la red olivícola en esta dirección, permitiría avanzar hacia una ruta turística con centro en el olivo y su aceite, que funcione a lo largo de todo el año, convirtiéndose en una alternativa complementaria a la actividad principal y así contribuir al desarrollo de la región.

Referencias

- Agüera, F. O., Cuadra, S. M., Guzmán, T. L. y Morales, P. M. C. (2018). Características generales del oleoturismo y propuestas para futuras líneas de investigación. *Estudios y perspectivas en turismo*, 27(3), 487-505. Recuperado de: <file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/Dialnet-CaracteristicasGeneralesDelOleoturismoYPropuestasP-6491079.pdf>
- 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. & Muñoz, R. (2003). *Manual de turismo para micro, pequeños y medianos empresarios rurales. Programa de Apoyo a la Microempresa Rural de América Latina y El Caribe* - PROMER.
- Barrera E. & Bringas Alvarado, O. (2008): “Las Rutas Alimentarias: Una arquitectura turística basada en la identidad de los alimentos”. *Scienze Gastronomiche*, 3, 2-11.
- Cañero Morales, P. M.; López-Guzmán Guzmán, T. J.; Moral Cuadra, S. & Orgaz Agüera, F. (2015) “Análisis de la demanda del oleoturismo en Andalucía”. *Revista de Estudios Regionales*, 104, 133-149. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=75544129006>
- 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%20AA%20del%20Carmen%20Cobo%20Aguilera.pdf?sequence=1>
- Champredonde, M., Cendón, M. L., Tedesco, L., Lupín, B., Pérez, S. M., Cincunegui, C., & Roldán, C. (2018). Aceite de oliva del Sudoeste Bonaerense: ¿Hacia la construcción de una marca colectiva territorial? *Visión Rural*, XXV, 125, 40-41.
- DTS Consultores - Desarrollo turístico sostenible (2007). *Identificación y puesta en valor de Rutas turísticas Para la región de Coquimbo*. Informe final. Financiado por Gobierno Regional Coquimbo –Servicio Nacional de Turismo Región de Coquimbo. Chile. .
- Elías, S. & Barbero, A. (2017). Situación del oleoturismo y lineamientos para su desarrollo en la región del sudoeste bonaerense, Argentina. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 13, 1, 91-104.

- González Ávila, M. (2011). Una propuesta para desarrollar turismo rural en los municipios de Zacatecas, México: las rutas agro-culturales. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(1), 129-145. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2011.09.011>
- González, G., Tedesco, L., & Picardi, M. (2016). Evolución del entorno de negocios y análisis económico de la producción de aceite de oliva virgen extra en el Sudoeste Bonaerense. *Faces*, 22 (47), 63-79.
- Jeambey, Z. (2016). Rutas Gastronómicas y Desarrollo local: un ensayo de conceptualización en Cataluña. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14 (5), 1187-1198. Recuperado de: <http://www.pasosonline.org/Publicados/14516/PASOS50.pdf#page=121>
- Locatelli, J. & Scoponi, L. (2018). “Análisis de redes sociales en la olivicultura y sus implicancias para la gestión de residuos en el sudoeste bonaerense”. En *XXIII Reunión Anual Red Pymes Mercosur. Mar del Plata, Buenos Aires, Argentina*.
- Mérida Velázquez, E. (2016). *Diseño y evaluación de rutas turísticas en el municipio de Tenancingo de Degollado*. Tesis. Universidad Autónoma Del Estado De México. Centro Universitario UAEM Tenancingo
- Picardi, M. S, Obiol, L. & Bostal, F. (2011). “La olivicultura: una actividad innovadora en el sudoeste bonaerense”. En *Seminario Internacional de Desarrollo Rural. Mundos rurales y transformaciones rurales. Desafíos y estrategias de respuestas*. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.
- Picardi, M.S., Obiol L., Aguirre, M., Valls, L., Lodovskis, V., & Bostal, F. (2014). *Aceite de oliva argentino. Competitividad, rentabilidad, impacto ambiental, y un nuevo actor: El sudoeste bonaerense*. Bahía Blanca, Argentina: EdiUNS.
- Sosa, M. & Salido, P. (2013). La conformación de una ruta alimentaria como estrategia de desarrollo turístico rural para el municipio de Ures, Sonora, México. *Estudios Sociales*, XXI, 42, 154-174.
- Tedesco, L., & Cristiano, G. (2017). Clusters Agroindustriales en Argentina: Influencia del Institucionalismo y del Capital Social. *Trayectorias*, 19 (45), 37-56.
- Varisco, C. (2015). “Turismo Rural: actores y recursos turísticos”. En *X Bienal del Coloquio de Transformaciones Territoriales*, Córdoba [ARG].

Páginas web consultadas:

- Circuito Turístico Los Olivares
<http://circuitoturisticoalosolivares.blogspot.com/2013/03/blog-post.html>
- Finca La Comarca
http://www.fincalacomarca.com.ar/la_finca.html
- Municipalidad de Coronel Dorrego
<http://www.dorrego.gob.ar/mcd>
<http://www.dorrego.gob.ar/mcd/index.php/el-campo/fincas-olivícolas>
<http://www.dorrego.gob.ar/mcd/index.php/fiestas-populares>
- Welcome Argentina
<https://www.welcomeargentina.com/maipu/ruta-olivo-maipu.html>

- Gobierno de San Juan

<https://contenido.sanjuan.gob.ar/>