Participación local en la planificación turística de Tomás Jofré

Licenciatura en Turismo, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata.

Alumno: Martins Matías
Legajo: 94012/0
E-mail: martinsmatias58@gmail.com
Director: Mauro Beltrami
Codirector: Maximiliano Jubany

Índice

Contenido

Índice 2
Resumen 3
Introducción 4
Objetivos 6
Marco teórico 7
Metodología 16
Capítulo I: Caso de estudio 19
1.1 Características generales 19
1.3 Características económicas-productivas actuales 22
Capítulo II: Indagaciones sobre los actores privados intervinientes 24
2.1 La actividad turística en Tomás Jofré 24
2.1. Oferentes turísticos privados 30
Capítulo III: Una aproximación al rol del sector público 34
3.1. El rol de la Subsecretaria de Turismo de la Provincia de Buenos Aires 35
3.1.1 La planificación estratégica desde la gestión de la Provincia 37
3.2. Tomás Jofré y las políticas turísticas del municipio de Mercedes 41
3.1.1.Los procesos de participación en la gestión territorial de Tomas Jofré 44
Conclusiones 49
Bibliografía 53
Sitios web 58
Anexos 59

Agradecimientos

A mi familia, amigos, compañeros de trabajo y estudio que me alentaron y motivaron en este proyecto.

A Mauro y Maxi, por dirigirme, ayudarme, guiarme y brindarme herramientas y predisposición en este camino. A Diego Barrios por su tutoría durante el programa de Asistencia a Tesistas.

A todos los entrevistados por su predisposición y ayuda para cumplir los objetivos del trabajo.

A la educación pública por formarme durante toda mi etapa educativa.

¡Muchas gracias!

Resumen

La actividad turística puede ser definida como un proceso societario que puede ampliarse, reducirse, o incluso desaparecer (Hiernaux, 2002). A su vez, el turismo se desenvuelve en un territorio, el cual deja de ser un espacio físico que solo contiene a las comunidades locales. A raíz de esto, tiene fuertes implicancias en las comunidades receptoras.

Las comunidades receptoras cumplen un rol trascendental dentro de la actividad. Estás comunidades no son permanentes, sino que cambian a lo largo del tiempo al igual que lo hacen sus intereses y motivaciones. En este sentido, los miembros de una comunidad tienen aspectos en común, una forma de ser, pero también puntos de discrepancia.

Como explica Arocena (2002), entre otros autores, a partir de la década de 1990 se dio la aparición de las iniciativas individuales o de pequeños grupos organizados, sin depender de la actividad institucional del estado. Farberoff (2019), por su parte, plantea que, a partir de dicha década, ciertas competencias de gobierno fueron delegadas a niveles inferiores, ganando mayor protagonismo el nivel municipal.

Este trabajo de investigación tomó como objeto de estudio la localidad Tomas Jofré, perteneciente al partido de Mercedes.

El caso de estudio encontró en la actividad turística una posibilidad de hacer frente a las crisis económicas que atravesaba. A raíz del auge que tuvo la actividad, se ha identificado la presencia de nuevos actores en la localidad. De esta forma, autoras como Fernandez y Rodriguez (2020) plantean un posible caso de gentrificación comercial.

De esta forma, se buscó analizar las problemáticas ligadas a la participación de los actores intervinientes en los procesos institucionales de planificación turística, y profundizar sobre los conceptos de participación local, estrategias institucionales y planificación turística.

Para el logro de estos objetivos se determinó una propuesta metodológica, basada en entrevistas a informantes claves, análisis de datos cuantitativos, como también un análisis bibliográfico sobre la temática y el caso de estudio a abordar.

Como resultados, se ha encontrado una gran iniciativa de los residentes del Partido de Mercedes, por impulsar sus emprendimientos, ayudados por el municipio a través de la Dirección de Turismo. En este sentido se han identificado acciones institucionales que impulsaron el desarrollo de la infraestructura, el mantenimiento del espacio urbano y la promoción turística. A su vez, no se ha identificado un Plan Estratégico a nivel municipal que fije lineamientos y objetivos a un mediano o largo plazo.

Se espera que el presente trabajo pueda contribuir a la actividad turística en Tomas Jofre, como en otros destinos de similares características, como también contribuir al desarrollo de la gestión local y provincial, mediante un análisis de la participación local en la misma.

Introducción

El turismo ha sido definido de diversas formas y desde múltiples enfoques. Para este trabajo, tendremos en cuenta lo planteado por Hiernaux (2002), quien indica que se trata, ante todo, de un proceso societario. Dicho proceso,dadas sus características puede ampliarse, reducirse o incluso desaparecer. En este sentido, el autor menciona como ejemplo la disminución turística del 11 de septiembre de 2001.

A su vez, ante esto, varias son las modalidades de turismo que han surgido, sin embargo en base al caso de estudio abordado, se hará hincapié en la modalidad de turismo rural. El mismo lo podemos definir como la actividad turística que se desarrolla en un medio rural y se basa en la participación de la comunidad local y la construcción social de la cultura rural como componente importante (Valdés Peláez, 2004 en Lencina, 2016).

El surgimiento del turismo en ámbitos rurales, tal como explica Fernández (2019), generó nuevos usos de este tipo de espacios que comenzaron a competir con la actividad agraria. En nuestro país, y particularmente en la región pampeana, existen casos de pueblos rurales, que encontraron en el turismo y en la gastronomía la posibilidad de afrontar diversas crisis ligadas a las actividades rurales que usualmente practicaban.

A partir de esta diversificación en el uso del espacio rural, surgieron y se desarrollaron distintas modalidades del turismo, en el caso de Tomas Jofré, el turismo gastronómico.
La gastronomía forma parte de la identificación cultural (Vázquez de la Torre, et al, 2011). Como sostiene Sobrado (2018), el turismo gastronómico puede contribuir al desarrollo sostenible. Para esto es necesario involucrar en los procesos de planificación turística a aquellos actores que participan de actividades vinculadas al turismo..

En este sentido, el presente estudio pretende analizar la integración de los actores intervinientes en la planificación turística de Tomás Jofré, tratando de diferenciar las distintas estrategias turísticas llevadas a cabo por el municipio para impulsar una planificación participativa y consensuada de la actividad turística, que se practica especialmente durante los fines de semana en dicho lugar.

Fernández y Rodríguez (2020) explican que Tomás Jofré es un importante polo gastronómico dentro de la provincia de Buenos Aires, que según el censo de 2010 constaba de 22 manzanas y 191 habitantes, con gran cantidad de espacios dedicados a algunas actividades agrícolas. Por su parte, Navarro y Schlüter (2010) agregan que recibe un gran flujo de turistas, que llegan desde los principales centros urbanos durante los fines de semana, recibiendo alrededor de 5.000 visitantes (Gaglia, 2022). Además, según los autores describen, cuenta con una oferta muy amplia, teniendo aproximadamente una docena de restaurantes, de muy variadas características edilicias, donde las comidas típicas que ofrecen son: carnes asadas, pastas, y postres artesanales.

De esta forma, en una localidad con un número relativamente reducido de residentes, la actividad turística se volvió un motor de la economía local, recibiendo miles de visitantes cada fin de semana. Así, el pueblo tuvo un proceso de transformación en el cual pasó de ser un sitio rural, a un gran atractivo turístico de la provincia de Buenos Aires (Thiel Ellul, 2008).

Por otro lado, según lo planteado por Fernández y Rodríguez (2020), en Tomás Jofré se ha dado un caso de gentrificación comercial, y que si bien esto no supondría un desplazamiento material, si supondría un desplazamiento simbólico, dándose un proceso de degradación de las formas de habitar el espacio. A su vez, las autoras explican que esto se dio a partir de la llegada de actores no locales, vinculados a la gastronomía, durante la

década del 2010, destacando además que se generó una competencia comercial entre los actores ya establecidos en el lugar y los nuevos comerciantes.

Por lo anteriormente mencionado, se propone analizar los procesos de participación de los actores intervinientes en el marco de los procesos institucionales ligados a planificación turística de Tomás Jofré. Para esto, se identificarán los actores que intervienen en el entramado turístico de la localidad, así como sus intereses, vínculos y su participación en la oferta y su relación con los visitantes que llegan al pueblo. Del mismo modo, se determinarán los actores que intervienen en el entramado turístico de la localidad, analizando tanto sus intereses y relaciones, como también su participación en la oferta y su relación con los visitantes que llegan al pueblo.

En este sentido debemos mencionar a representantes del sector público, a nivel nacional, provincial y municipal, como también representantes del sector privado como lo son feriantes, productores, empresarios y empleados de establecimientos gastronómicos, y comerciantes de otros rubros, como aquellos actores que se consideran importantes para el desarrollo del presente trabajo.

Así se realizaron entrevistas con el fin de conocer las diversas opiniones, teniendo en cuenta los intereses que cada sector tiene con respecto al tema de estudio.

Objetivos

Objetivo general

- *Analizar la participación de los actores intervinientes en los procesos institucionales de planificación turística en Tomás Jofré, partido de Mercedes (provincia de Buenos Aires), en el periodo 2019 - 2023.*

Objetivos específicos

- Identificar a los actores intervinientes en la oferta turística de Tomas Jofré, sus intereses y sus vinculaciones.
- Analizar las estrategias institucionales de carácter Nacional, Provincial y Municipal.
- Determinar las problemáticas ligadas a la participación de los actores intervinientes en los procesos de planificación turística de la localidad.

Marco teórico

En este capítulo, se profundizará sobre conceptos ya abordados anteriormente, y se desarrollarán otros que resultan importantes para el presente trabajo.
De esta forma, en primera instancia se realizará un repaso de los distintos enfoques con los cuales diversos autores abordan a la actividad turística, centrándonos luego en su importancia como proceso societario. A su vez, luego se plantea la temática del turismo rural, como los componentes que lo rodean, al igual que el turismo gastronómico y su relación con el desarrollo.

La actividad turística
El turismo es una de las actividades socioeconómicas más importantes en la actualidad, a nivel global. La importancia que ha ido adquiriendo se debe, en parte, a las contribuciones que genera en diversos aspectos (económico, social, cultural etc.)por lo que empezó a ser utilizada por los destinos como estrategia de desarrollo (Thiel Ellul, 2008). Ante este crecimiento vertiginoso que fue adquiriendo la actividad turística, comenzaron a difundirse los primeros estudios que abordaban la temática.

Al ser un campo de estudio reciente, no se encuentra una definición única, sino que es estudiado desde distintas visiones y según los intereses particulares de quien quiera analizar la actividad. En este sentido, Hiernaux (2002) realiza una aproximación de los distintos enfoques desde los cuales se analiza al turismo (económico, social, legal, etc.).

Por su parte, la Organización Mundial del Turismo (1998), ha desarrollado su propia definición del turismo, “aquellas actividades realizadas por las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, negocios y otros”. En esta definición, encontramos los parámetros que hacen a la estadística del turismo, pero como veremos a continuación, son muchos los autores que amplían o difieren de la definición. Bertoncello (2002, p 32) sostuvo en relación a la definición de la OMT:

“*Nada dice, en cambio, respecto a que también participan en ella otros sujetos, tales como agentes económicos, comunidad de origen y destino, y que cada uno de ellos forma parte de una determinada sociedad, en la cual ocupan roles específicos, actúan según intereses y desde lugares de poder diversos, etcétera*.”

A su vez, agregó que, para las sociedades occidentales contemporáneas, el turismo fue constituyéndose como un derecho, y como un sector de la actividad económica regido por las condiciones propias del capitalismo.

González García, et. al. (2003) considera al turismo como actividad humana más que sector productivo, distinguiendo dentro de esta actividad tanto aspectos de comercialización como los aspectos sociológicos y psicológicos que estén relacionados con las motivaciones y comportamientos de los turistas

En este sentido, se entiende que en el entramado turístico interviene una serie de actores humanos, materiales y simbólicos, los cuales, como explica Bozzano (2009) tienen una relación con la acción influenciada por sus intereses, motivaciones y hasta necesidades

Retomando la idea de que el turismo es un proceso societario, Hiernaux (2002) explica, que tiene fuertes implicancias, tanto en las comunidades emisoras de turistas como también en las receptoras. Es así como ha generado grandes cambios en los distintos lugares del

mundo donde se desarrolló la actividad, sean estos los considerados desarrollados o subdesarrollados.

Por lo tanto, podemos entender a la actividad turística como un proceso social, en el cual se produce un encuentro entre personas de distintos orígenes por un tiempo determinado, que genera determinadas implicancias a nivel económico, cultural y social.

El turismo gastronómico rural

En el contexto de sociedades postindustriales, a medida que la actividad turística fue creciendo se dió el surgimiento de diversas modalidades de turismo, en donde las tendencias de consumo recreativo fueron mutando hacia nuevas modalidades de turismo. (Cánoves, et al, en Millán Vázquez de la Torre, Morales Fernández, Castro, 2011).

De esta forma, la actividad turística se inserta en el espacio rural. La llegada de la actividad turística al espacio rural, no se da de manera espontánea, sino que es parte de un proceso en el cual el espacio comúnmente llamado "campo" empieza a ser visto como un espacio de consumo o con potencial a ser consumido (Fernández, 2019). Por este motivo, las comunidades locales de pequeños poblados rurales comenzaron a tener en el último tiempo, una relación estrecha con la actividad turística. Es decir que ciertos sitios donde anteriormente no se desarrollaba el turismo (o se desarrollaba en menor proporción), se convirtieron en lugares turísticos. El autor Millan Vázquez de la Torre (2011), explica que esta reconversión de uso de los lugares rurales viene acompañada de otros aspectos como la autenticidad, la identidad cultural de los lugares, y una mayor concientización sobre el medioambiente.

En este sentido, podemos definir al turismo rural como "*toda la gama de actividades y amenidades provistas por campesinos y personas rurales para atraer turistas a su área, para así generar un ingreso extra para sus negocios*" (Gannon, 1994 en Pérez, 2010, p 510) o bien, "*es aquella actividad que se basa en el desarrollo, aprovechamiento y disfrute de nuevos productos presentes en el mercado e íntimamente relacionados con el medio rural*". (García (1996), Pérez, 2010, p 510). Por su parte, Barrera (1996), citado por Gonzalez Maraschio (2008) explica que "*el turismo rural remite a todas aquellas actividades que pueden desarrollarse en ámbitos rurales, y que resultan de interés para los habitantes de la ciudad, por sus condiciones exóticas, tradicionales, románticas, diferentes del estilo usual de vida*"(Pp, 07).

El PRONATUR (Proyecto Nacional de Turismo Rural, 2008), interpretó al turismo rural como toda modalidad turística-recreativa que se desarrolla en ámbitos rurales o sus proximidades que permite al visitante conocer, compartir y aprender otras costumbres. Las autoras Román & Ciccolella (2009), realizaron una recopilación de las distintas definiciones, entre las que destacan las expuestas a continuación. En primer lugar, García Cuesta (1996), que lo definió como aquellos productos turísticos presentes en el mercado que están íntimamente relacionados con el medio rural. Por su parte, Valdes Pelaez (1996) agregó que la principal motivación es la búsqueda del descanso, del paisaje, y de la huida de la masificación. Por su parte, Graciano da Silva, Vilarinho y Dale (1998) lo explicaron como aquellas actividades turísticas ligadas a la vida rural, haciendo énfasis en la valorización del ambiente, la económica y la cultural local.

Entonces, a partir de las definiciones precedentes, podemos concluir, que el turismo en ámbitos rurales debe reunir dos condiciones:

a) Desarrollarse en ámbitos rurales, distintos a la ciudad.
b) Lograr un atractivo para que aquellos habitantes de sitios urbanos, encuentren en lo rural, un espacio por fuera de lo tradicional, de lo rutinario, etc.

Por su parte, Román & Ciccolella, (2009) explicaron que el turismo rural debe fundamentarse sobre los criterios básicos de sustentabilidad, respondiendo a los intereses particulares de las comunidades locales. Por su parte la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación - SAGPyA (1998, 2000) en Román & Ciccolella, (2009), destacó como cualidades del turismo rural: la autenticidad, el respeto por el ambiente, la revalorización de la cultura rural, la atención familiar, el rol educativo y su carácter interactivo.

A su vez, a partir de lo antes mencionado, se identifica que hay una tendencia de los habitantes de zonas urbanas por escapar de esos espacios y su cotidianeidad, encontrando en las zonas rurales espacios de disfrute y consumo. De esta manera, la reconversión del patrimonio rural para fines turísticos aparece como herramienta de revalorización de distintos aspectos que lo componen en pos de atraer a las sociedades urbanas. (Cánoves et al., 2005 en Millán et al.,2011). Por otro lado, es importante añadir que, tal como se observa en las definiciones anteriormente presentadas, existe una distinción entre lo rural y lo urbano. Tal como explica, Garay (2019) históricamente se ha instalado una oposición entre lo urbano y lo rural, siendo este último planteado como un lugar atrasado, y la ciudad como el lugar donde se concentra el poder y la cultura. En contraposición a ello, Gonzalez Marchisio (2008), explica que esta mirada comienza a desestabilizarse a medida que se van dando ciertos procesos socioeconómicos y culturales. De esta manera se haría cada vez más complejo diferenciar lo urbano de lo rural y tratar a estos como espacios totalmente antagónicos. En este sentido, podría resultar incompleto establecer “qué es” lo rural a través de datos poblacionales (como por ejemplo, porcentaje de población ocupada a tareas agropecuarias, densidad de población por metro cuadrado, características sociales, o mínimo de ciudadanos para diferenciar urbanidad de ruralidad, entre otros), , ya que como explica Rodríguez (2019) el análisis a partir de este tipo de dimensiones no alcanzaría para explicar las dinámicas socio-territoriales que caracterizan a los espacios territoriales.

De todas formas, el campo y su territorio comienzan a estar en el imaginario colectivo de diversas maneras: como un espacio de la naturaleza, como paisaje, como lo opuesto a la rutina de la ciudad, como un lugar de cultura tradicional donde vive el “folklore” (Fernández, 2019). De esta manera, el espacio rural se vuelve un espacio de consumo para los habitantes de las grandes urbes, buscando justamente esa idealización que mencionamos anteriormente. Por el lado de los pobladores locales, esta idealización devenida en la conversión de lo rural como espacio de consumo, llevó a que se “alejen” de la ruralidad tradicional para convertirse en prestadores de servicios. Entonces, es importante plantear que este surgimiento de nuevos actores en el espacio rural genera una puja de intereses, debido a que la ruralidad es vista por unos como factor productivo (en su diversidad de formas), y para otros como mercancía de consumo (Gonzalez Marchisio, 2001).
Esta conversión de “parajes” rurales en emergentes destinos turísticos se ha dado a partir de que el turismo emerge como una posibilidad de desarrollo para hacer frente a la situación crítica que, como se ha mencionado anteriormente, atraviesan estos lugares con características rurales (Schlüter, G, Thiel Ellul D. 2008).

Ahora bien dentro del turismo rural se despliegan distintas modalidades pudiéndose destacar el turismo gastronómico. Autores como Schlüter y Thiel Ellul (2008, p.128) lo definen “*como aquel del cual participan personas cuyas actividades, comportamiento e, incluso, la selección del destino está influenciada por la culinaria*”. Asimismo se lo vincula con

> “*la visita a productores primarios y secundarios de alimentos, festivales gastronómicos, restaurantes y lugares específicos donde la degustación de platos y/o la experimentación de los atributos de una región especializada en la producción de alimentos es la razón*

> *principal para la realización de un viaje*" (Hall y Sharples, 2003 en Schlüter y Thiel Ellul, 2008, p. 128).

La temática del turismo gastronómico puede desarrollarse desde dos tipologías turísticas consolidadas: el turismo rural, y el turismo cultural (Mogollón, et al 2015). Sidali, citado por Mogollon (2015), afirma que las zonas rurales representan un escenario ideal para el desarrollo de actividades gastronómicas, dada la fuerte ligación de dichos espacios con la identidad culinaria,además del hecho de que en las áreas rurales se encuentren los centros de producción y elaboración de productos regionales. Autores como Andreu y Verdú (2012), y Díaz (2008) citados por el mismo autor, agrega que la vinculación de ambas tipologías, representan una oportunidad de diversificar la oferta turística.

Por otra parte, Tramontin, Rúbia y Gândara Gonçalves (2010) en Liwski (2020) interpretan al turismo gastronómico como una modalidad del turismo cultural, entendiendo que este permite conocer la forma de vivir de la comunidad local a través de sus representaciones gastronómicas. En este sentido, la OMT (2016, p 15) amplía este concepto explicando que "*turismo gastronómico ha evolucionado de tal modo que engloba multitud de prácticas culturales e incorpora en su discurso valores éticos y de sostenibilidad del territorio (el paisaje, el mar, la historia del lugar, los valores y el patrimonio cultural)*". Entonces, tal como explican diversos autores, la gastronomía termina siendo un medio a través del cual se conoce la cultura local y el turismo gastronómico una actividad que engloba multitud de prácticas culturales.

Al abordar a la gastronomía como parte de la identidad cultural de un destino, Sobrado (2018) explica que el turismo gastronómico es parte de la tendencia de vender emociones, en lugar de experiencias, siendo que las emociones son algo memorable por parte del turista. Ampliando sobre esta cuestión, Schutler y Thiel Ellul (2008), sostiene que la comida local se hace popular luego de ser transformada de cierta manera, corriendo el riesgo de que platos foráneos sean introducidos en las gastronomías locales

Así, con el auge del turismo rural y del turismo gastronómico, entre otros, las autoridades gubernamentales argentinas comenzaron a desarrollar distintas herramientas de coordinación y planificación.

Las dinámicas del desarrollo local en los territorios

Es importante conceptualizar de qué hablamos cuando mencionamos la idea de desarrollo. Souza (2005) como citó Moscoso (2013) explica que el desarrollo se relaciona con la contribución que tiene una actividad (en este caso el turismo) sobre otros campos, como el económico, social, infraestructural, medioambiental, etc. dónde cada uno de estos se interrelacionan entre sí, por lo cual para que se produzca un proceso de desarrollo, se necesita el incremento en todas las escalas y no solo en una. Asimismo Manzanal (2014) sostiene que toda cuestión ligada al desarrollo está sujeta a prácticas de poder, donde grupos sociales dominan a otros conformándose así un campo de conflicto entre intereses opuestos.

Como indica Madoery (2008), el desarrollo ha sido entendido de distintas maneras. En primera instancia se lo entendía como "algo adquirido" a través de la dotación de las capacidades humanas, conocimiento, o recursos hacia la concepción del desarrollo como algo generado a partir de las capacidades locales. A su vez, más allá de la creciente globalización, y aunque parezca contradictorio, ha surgido la posibilidad de articular lo global con lo local. Así se abre la posibilidad de que toda sociedad local pueda jugar al interior de la estructura de acumulación capitalista. De esta forma, la globalización puede ser una usina de oportunidades, y no de limitaciones como se puede pensar. (Arocena, 2001). Entonces, lo local ocupa un lugar protagónico con respecto al nuevo orden internacional y se constituye como el nuevo actor de desarrollo (Madoery, 2008).

Así comenzaron a aparecer las primeras definiciones del desarrollo con un fuerte componente local. Fornessi (2015) explica que el desarrollo local es el resultado de un proceso que se da a partir de los factores endógenos con los que cuenta una comunidad, teniendo en cuenta los vínculos sociales, políticos y económicos que se dan dentro de esta y en el espacio donde se inserta. Barreiro (1998), citado por Arocena (2002, p. 05), explica que los actores locales son “motor y expresión del desarrollo local”.

Madoery (2008, p. 04) citado por Toselli (2015), plantea que el desarrollo local es un proceso controlado por actores locales, donde adquiere total importancia la capacidad de gestión de los recursos que estos tengan, y donde, además dicho proceso debe estar sometido a la mirada “abajo hacia arriba” ;es decir se parte de la base, donde los actores locales asumen el protagonismo de su propio desarrollo. Por esto, el desarrollo está vinculado a las capacidades locales, como la creatividad, innovación y capacidad emprendedora, pudiendo ser entendido como un proceso de aprendizaje (Madoery, 2001). Por su parte, De Franco (2000), citado también por Toselli (2015), aclara que el significado de lo local no tiene que ver con pequeño ni reducido, sino que se vincula con una connotación utilizada en un ámbito donde se da un proceso de desarrollo llevado a cabo por una comunidad.

Otro de los conceptos que comenzaron a surgir y que tienen estrecha relación con el desarrollo local, son los de desarrollo desde adentro (Sunkel, 1991) o desarrollo endógeno planteado por varios autores, entre ellos Barbini (2008) o Lencina (2016). Este tipo de desarrollo implica habilidad para reaccionar a desafíos externos y la innovación en ámbitos locales (Barbini, 2008), y su objetivo principal es mejorar el bienestar de la comunidad local mediante la utilización de sus propios recursos humanos y materiales (Lencina, 2016).

Moscoso (2013), indica que el desarrollo local es aquel proceso de carácter endógeno que se da en una región determinada, donde el carácter endógeno está ligado a la capacidad de la comunidad local de liderar su propio desarrollo. A su vez agrega que la finalidad última es la satisfacción de las necesidades de tres actores que intervienen en dicha actividad: los turistas, la comunidad local y el sector privado.

En este sentido, Manzanal (2009) vincula el desarrollo endógeno con el concepto de territorio, afirmando que para ser territorio habría que mostrar potencialidad para el desarrollo endógeno, a través de recursos, competencias, capacidad de innovación, etc. A su vez, para Madoery (2008) en la actualidad el desarrollo debe ser cada vez más endógeno, debido a su estrecha asociación con la cultura local.

Otra de las miradas sobre el desarrollo local, que tuvo gran impacto en América Latina, proviene de España e Italia (Altschuster, 2013). Según esta mirada, la clave en el desarrollo local está en el rol de los gobiernos y las comunidades locales para planificar y gestionar la mejora de las distintas dimensiones que componen al territorio.

Sobre esto, Rodriguez y Fernandez (2009) citados por Moscoso, (2013), indican que la capacidad de desarrollo de un territorio está ligada a la capacidad de los actores para vincularse entre ellos, trabajando en conjunto y coordinación para la mejora de las condiciones del territorio. Los autores agregan que “a mayor intensidad de las relaciones, mayor es el desarrollo turístico”(p. 10).
Otro de los conceptos de desarrollo que comenzó a surgir en la década de los 90, es el desarrollo territorial rural, siendo postulado como una alternativa superadora a las miradas tradicionales del desarrollo. Su objetivo es lograr la competitividad de los territorios, generando acciones entre los diversos actores, que no reproduzcan relaciones de poder, para de esta forma articular la economía de un territorio con los mercados dinámicos actuales, generando cambios en las estructuras de empleo y producción. (Manzanal, 2009).

El desarrollo siempre se va a materializar en un territorio determinado, con lo cual es importante establecer qué entendemos por territorio. Souza (2001) citado por Altschuler (2013) define al territorio como un espacio definido y limitado por relaciones de poder. Además, el mismo autor aclara que los territorios son constituidos a diversas escalas, sin ser algo que se reduzca a los Estados nación. En este sentido, Mancini y Cayo (2021) lo entienden partiendo de la base de que es aquel espacio que se convierte en territorio a través de procesos de apropiación. Haesbert (2005), citado por las autoras anteriormente mencionadas, agrega que estas relaciones de dominio o poder va desde la dominación política económica más concreta hasta la apropiación más subjetiva o cultural simbólica.
Manzanal (2009, p. 31), es otro de los autores que tiene una visión similar y explica: "Recién cuando el territorio aparezca claramente asociado con el ejercicio de poder expresar su esencia más sustantiva, porque la producción social del espacio no es otra cosa que el resultado del ejercicio de relaciones de poder". A su vez el mismo autor cita a Sack (1986) quien definió al territorio como "*el intento por parte de un individuo o grupo de afectar, influenciar o controlar personas, fenómenos y relaciones, a través de la delimitación y afirmación del control sobre un área geográfica*"(p. 31).

Por su parte, Bozzano (2009) explica, que no se concibe al territorio como el continente físico, sino como un espacio que se encuentra dentro de un mismo proceso en el cual la sociedad y el tiempo otorgan significados. Madoery (2008), agrega un aspecto fundamental para entender al territorio, que es el entorno. Dicho autor explica que el territorio es concebido como un conjunto de agentes e instituciones con recursos, que interactúan con el entorno.
Siguiendo esta línea, Moscoso (2013) agregó que el territorio es producto de la construcción social, basada en la apropiación según intereses y lógicas de funcionamiento de actores que participan en él. Además, también entiende que hay ciertos actores con mayor visibilidad que otros. La autora entiende, que es definido y resignificado de manera constante por las prácticas sociales que en él ocurren. En este sentido, Bozzano (2009) explica que en el territorio intervienen actores que tienen una relación con la acción influenciada por sus intereses, motivaciones y hasta necesidades. Tal como explica Liwski, (2020) el territorio es resignificado a partir de nuevos relatos cuyo objetivo es la reconversión del territorio para lograr insertarlo en el mercado turístico, teniendo en cuenta los requerimientos de la demanda existente.
Por su parte Gallardo (2014, p. 69) logra vincular al territorio con ciertos aspectos del desarrollo local, e interpreta al territorio como "*un lugar de creación de recursos, espacio de promoción, y portador de aspectos simbólicos, culturales e históricos, cuyos principales protagonistas son los actores locales, como comunidad*".

Ahora bien, el surgimiento de cualquier actividad productiva que ayude al desarrollo implica la irrupción de nuevos actores y otras transformaciones del territorio, que generan nuevas dinámicas relacionadas al ejercicio del poder y de dominación.
De esta forma, podemos concluir que la cuestión del desarrollo está impregnada de prácticas de poder, relacionadas al accionar del estado y los gobiernos, a las disputas por el territorio, entre otros. (Manzanal, 2014). A su vez el autor agrega a modo de crítica, que muchos abordajes que vinculan al territorio y al desarrollo, ignoran la existencia de relaciones de poder entre los actores como también la posibilidad de conflicto entre ellos.

Actores locales y planificación participativa
Como se mencionó anteriormente, en todo proceso societario intervienen actores que, como explicó Bozzano (2009), tienen una relación con la acción influenciada por sus intereses, motivaciones y hasta necesidades. En primera instancia debemos mencionar a los actores locales. Respecto a estos, Barreiro (1998) citado por Arocena (2002), define tres tipos de actores locales. En primera instancia aquellos ligados a algún tipo de decisión (de tipo político-institucional). En segundo lugar, aquellos ligados a técnicas particulares

(profesionales). Por último, aquellos actores ligados a la acción sobre el terreno (es decir la población)

A partir de lo mencionado, se puede entender a los actores locales como aquellas personas, grupos u organizaciones que cumplen roles dentro de una comunidad local. Es importante destacar que ni los actores ni sus roles son permanentes, sino que cambian a lo largo del tiempo conforme lo hacen sus intereses y motivaciones (Arocena 2002).

Entendiendo la importancia de la participación de los actores locales en cuestiones de planificación,Gallardo (2014) explica que son los actores quienes deben ser el motor por el cual se impulsan estrategias y políticas relacionadas a la gestión del turismo en un destino. Arocena (2002, p. 09) dice que "*toda sociedad conforma un sistema de relaciones constituido por grupos interdependientes. Este sistema puede ser llamado sociedad local cuando lo que está en juego en las relaciones entre los grupos es principalmente de naturaleza local*." Además, el mismo autor agrega que debe haber riqueza generada localmente, sobre la cual la comunidad tenga un control decisivo. Esta definición está apuntada desde el lado económico-productivo, pero es también importante para el autor, agregar que se conforma una sociedad local cuando hay pertenencia, se comparte una identidad o se muestra una "manera de ser" colectiva (p.09). Es decir, apunta a condiciones culturales comunes o compartidas pertenecientes a un territorio, y una parte vital, es la identidad colectiva.

Arocena (2002), plantea que la iniciativa tanto individual o grupal es el signo inequívoco de la existencia del actor local. En este sentido el autor hace un repaso de la participación local, en el cual explica que, a mediados del siglo XX, de la mano de los estados benefactores, todo debía estar centralizado en ellos y la iniciativa local era considerada disgregante. Luego, con la aparición de las corrientes neoliberales, comenzaron a ganar lugar este tipo de propuestas. El autor, explica que "pretender decretar la muerte de toda planificación es renunciar a la capacidad que tiene el hombre de actuar según una representación mental del desarrollo futuro de su acción", y agrega "La planificación local supone la existencia de actores locales capaces de iniciativa. (p.10)"

En el turismo, los diversos actores influyen y generan procesos de atribución de significados, los cuales fundamentan y explican a los lugares. A su vez, los diversos intereses de los actores definen a la actividad turística en destino. Como indica Moscoso (2013) en la actividad turística, son cuatro los actores que podemos destacar: la comunidad local, el sector público y el sector privado y los turistas. El presente trabajo se centra en la participación de los primeros tres mencionados.

En este sentido, tal como plantea Arocena (2002), la sociedad local puede ser entendida como un sistema de acción sobre un territorio. Sin embargo, a partir de esto cabe preguntarse si es real la capacidad de iniciativa de los grupos locales. Tal como explica Cacciuto et.al. (2015) "El concepto de participación social alude a una "relación y una práctica social política que se ´produce´ en un espacio de encuentro e intercambio entre actores en la esfera pública y ejerce algún tipo de incidencia en el contexto y en los sujetos" (Rosenfeld, 2005, p. 11).

Más allá de que se entiende a la sociedad local a partir de puntos en común en planos económicos o culturales, tanto desde el lado económico como desde el lado cultural, no hay garantía que en una sociedad no existan puntos de discrepancia. Incluso, es común que en cualquier grupo humano se den situaciones de conflictos, o disputas ligadas al poder o interés de cada grupo o individuo. Los intereses de los grupos o individuos que conforman a la comunidad local configuran y definen la realidad territorial, como también el desarrollo turístico en el territorio (Moscoso 2013).

En este sentido, es importante mencionar que existen diversas tipologías de participación, siendo el nivel más alto de participación la mencionada por Eguia et. al. (2007, citando a Poggiese, 2000 y Cardarelli y Rosenfeld, 2002), la “co-gestión o “gestión asociada” que implican el ejercicio compartido entre el Estado y la sociedad civil en la implementación y control de políticas y en la gestión de proyectos. Es decir, en este caso, el Estado no sólo convoca para expresar ideas y opiniones, sino que, fundamentalmente, se produce una transferencia de poder desde el gobierno a la sociedad (Cacciuto, et.al, 2015).

Toselli (2015) agrega que el objetivo de incorporar a la participación local en la planificación tiene como finalidad que los beneficios del desarrollo se mantengan en los residentes locales. Asimismo, menciona que es importante que la participación esté establecida a través la formulación de políticas, la implementación y el monitoreo y seguimiento de los planes.

A partir de lo desarrollado en este marco conceptual, se puede reconocer que un actor local es aquel individuo, grupo o institución cuyo sistema de acción coincide con los límites de la sociedad local. Es decir que, son actores locales aquellos vecinos, individuos o grupos que reproducen comportamientos positivos como negativos, dentro de un territorio. Respecto a los actores locales en entornos rurales, los mismos han sufrido un periodo de adaptación. Por otra parte, también es posible plantear que la comunidad local debería encontrar una representación en el sector público, como indica Mangioni (2019), en cada uno de sus tres niveles: local, provincial y nacional. Tal como explica Velasco (2011) son los actores públicos los encargados de definir las políticas públicas que influyen sobre el ámbito sectorial de la sociedad o en un espacio territorial dado, con recursos, nexos e intereses institucionales variables.

Las políticas turísticas y la intervención gubernamental en la planificación territorial

La gestión pública del turismo se manifiesta en niveles de gestión: Municipal, provincial y nacional. En cada uno de estos niveles, son los encargados de definir las políticas públicas que tendrán efecto sobre los territorios en los cuales el sector público tiene capacidad de influir.

Una política pública tal como explica Subirats (2008), (citado por Mancini, 2021), es una herramienta que apunta a la resolución de un problema reconocido como tal en el plano gubernamental. De esta forma, dada la necesidad de dar respuestas y alcanzar objetivos ante la actividad turística, surge la planificación de políticas turísticas en un espacio determinado.

De todas formas, a la hora de hablar de política pública, hay que entender que existe un entramado de actores (organismos públicos, sociedad civil, empresas, etc) que a la hora de vincularse en la actividad turística, responden a sus propios intereses (Mancini, 2021). A esto, autores como Manzanal (2009) lo denominan tramas institucionales, y tal como explica Mancini (2001), están ligadas al territorio y al momento en el que ocurren.

En este sentido, dentro de la intervención del Estado, en las últimas décadas comenzó a aparecer un nuevo concepto, que se conoce como planificación estratégica. Este tipo de planificación, como menciona Toselli (2015), se relaciona con la previsión, con la anticipación a sucesos futuros, para generar beneficios o bienestar en un territorio determinado. Si bien no es posible adivinar lo que va a suceder, al tener objetivos claros y marcados, se hace más factible prever hacia donde orientar los recursos, como también las estrategias para lograr dichos objetivos.

Farberoff et al (2019, p. 49), agrega que la planificación estratégica busca superar los planteamientos rígidos, articulados de “arriba hacia abajo”, alejados de la participación ciudadana. Así, el autor lo lleva a un plano de acción a nivel municipal, sosteniendo que es

fundamental para la planificación estratégica el trabajo mancomunado entre el Departamento Ejecutivo y el Concejo Deliberante, como también la articulación con los otros niveles del Estado y con todos los actores que forman parte de las áreas urbanas y rurales.

En cuanto a la participación, puede afirmarse que esta y la planificación estratégica van de la mano, ya que el proceso de planificación estratégica, requerirá siempre de la participación de todos los actores sociales. (Azcué Vigil, 2018). Sin embargo, existen algunos límites, mencionados por Tosun (2000), como pueden ser la centralización del sector público, una elite dominante que excluya a otros actores de la toma de decisión pública, la falta de capacitación para que se de la participación, y la falta de interés, entre otros.

Según Toselli (2015), esta herramienta está siendo aplicada cada vez más en turismo, dado su aporte para el desarrollo social y económico de los territorios . La misma autora, indica que la planificación turística, pasó por distintas etapas y enfoques. Primero, fueron apareciendo enfoques orientados al ordenamiento territorial. También surgía la planificación turística con enfoques arquitectónicos para impulsar proyectos de edificación y construcción, con enfoque económico para lograr un beneficio y con enfoque social para atender las necesidades vacacionales de las poblaciones. En los últimos años, se ha pasado de estos enfoques, a una mirada más integral de la planificación que busca generar el desarrollo del turismo, pero considerando necesidades de administraciones, privados, población local y turistas.

Otros autores como Molina y Abitia (1990) citados por Azcué Vigil (2018) refieren a esta planificación integral del turismo como un proceso de dos fases, una de definición y otra de planificación. En la primera se realiza un diagnóstico, se definen los fines, las estrategias e instrumentos. La segunda, contempla las etapas de programación, presupuestación, instrumentación y evaluación.

En cuanto a la participación en los procesos de planificación turística, Monterrubio Cordero (2009), citado por Toselli (2015), indica que debe ser un proceso de “abajo hacia arriba” (pp. 4), buscando que los beneficios del desarrollo se mantengan en los residentes locales. Dicha planificación debe ser acompañada por la formulación de políticas, y el control de cumplimiento sobre el mismo.

Además, el autor agrega que la participación en la formulación de los planes no es una cuestión sencilla , debido a la heterogeneidad de la población -en cuanto a opiniones e intereses-, la falta de representatividad de la comunidad -si los grupos son muy acotados-, o la falta de participación -por ejemplo, por desinterés.

Marchena Gomez (1999), citado por Farberoff (2014), desarrolla una serie de principios de la planificación estratégica en turismo, entre los que cabe destacar:

1. Se entiende como un proyecto integral, que implica la suma de diferentes realidades.
2. Considera al proceso participativo como prioritario tanto para la definición de los objetivos como para el contenido del plan.
3. La planificación se centra en un abanico corto de temáticas.
4. Analiza las posibles variantes que puedan condicionar el plan.
5. El proceso no culmina con la aprobación del plan, sino con el seguimiento de las acciones.

Por otra parte, al hacer referencia a planes estratégicos en turismo desarrolladas en Argentina, Kuper citado por Toselli, (2015), explica que éstos han permitido a los actores locales tener instancias de participación, para manifestar sus necesidades o expresar su

opinión sobre diversas temáticas. Aquí podemos notar la importancia del plan no solo como un producto o documento a aplicar, sino como un proceso.

En este sentido, resulta interesante mencionar el análisis realizado por Farberoff, et al (2019), sobre el Plan Estrategico de la localidad bonaerense de Navarro. En dicho documento se mencionan ciertas particularidades, que según el autor son aplicables a otros municipios del interior de la Provincia de Buenos Aires, como por ejemplo el trabajo mancomunado entre el departamento ejecutivo y el Concejo Deliberante, como también otros niveles del Estado y aquellos actores que forman parte de la vida urbana y rural del municipio. En estos últimos, hay que mencionar los diferentes intereses que pueden existir además de la construcción de identidades diferenciadas (Farberoff, et al 2019).

En relación a los conceptos de planificación citados anteriormente, en el artículo de Farberoff, et al (2019), se menciona que uno de los puntos para la elaboración del Plan Estrategico de Navarro era la identificación y análisis de los actores involucrados o partes interesadas. Así se identificaron actores internos a la municipalidad (intendentes, concejo deliberante, secretarías, etc), instituciones públicas externas a la municipalidad (Policía, Bomberos, etc), y actores privados y ONG (prestadores de servicios, asociaciones, productores, etc). A partir de esta identificación, según se describe en el artículo, se facilitó el diseño de estrategias ligadas a la participación.

Por último, resulta interesante mencionar otros instrumentos que permiten llevar adelante una planificación y gestión integral. De esta forma surge el concepto de gobernanza, el cual hace referencia a la cooperación y coordinación horizontal de actores implicados en la cadena de valor del turismo (Moscoso, 2014). Bustos Cara (2008), citado por Moscoso (2014), lo entiende como la articulación de la acción pública y privada.

En relación a esto, surge el concepto de asociativismo, el cual consta de la asociación y cooperación en una escala mayor, con el fin de lograr una estrategia integral para lograr el desarrollo (Altschuler, 2003). Para Diorio (2012), la gobernabilidad, la sustentabilidad y la integridad son los objetivos básicos del asociativismo. Altschuler (2003), agrega que es una herramienta que termina otorgando a productores pequeños, una mayor capacidad de negociación y de poder frente a los mercados y los contextos globales actuales.

Tanto Altschuler (2003) como Diorio (2012), profundizan esta temática, abordando el asociativismo municipal, el cual resulta un instrumento para pequeños y medianos gobiernos de hacerse oír, realizar demandas, imponer ideas, y poder hacer frente a nuevas demandas de la población.

A modo de conclusión, son dos conceptos que están sumamente vinculados, que mediante la cooperación, la coordinación, y la integración de diversos actores permiten ser más competitivos ante un contexto global, y tal como plantea Moscoso (2014), posibilitan un desarrollo equilibrado, como también la búsqueda de un futuro en común.

Metodología

En primer lugar, el presente trabajo se guía por la metodología del estudio de caso. Tal como mencionan Marradi, Archenti y Piovani (2007), esta técnica permite comprender al caso de manera específica y no de manera general. Esto facilita el análisis y la comprensión de cuestiones propias de la localidad de Tomás Jofré, como también los comportamientos propios de los actores intervinientes en la actividad turística de la localidad. Es necesario en esta instancia, aclarar que se acudirá al lugar del caso de estudio para realizar la investigación.

La estrategia metodológica es predominantemente cualitativa. Se utilizan aspectos exploratorios y descriptivos. Los primeros surgen a partir de la búsqueda de información en relación con el tema a tratar, como también al caso de estudio en el cual se va a centrar el trabajo. Tal como explica Hernández Sampieri (1991), esta metodología ayuda a llevar a cabo una investigación más completa sobre un contexto particular o sugerir ciertas afirmaciones verificables. En este sentido, la revisión bibliográfica se centró en cuestiones referidas al turismo gastronómico, al desarrollo, y a las características de los poblados rurales, entre otros. Los aspectos descriptivos surgen ante la necesidad de obtener información y datos diversos para conocer el caso de estudio de forma exhaustiva. Hernández afirma que los estudios descriptivos buscan especificar propiedades importantes de personas, grupos o comunidades, es decir se miden una serie de cuestiones para luego describir lo que se investiga.

Para lograr el objetivo general, se realizaron entrevistas de tipo semiestructuradas a los actores intervinientes. Este tipo de entrevistas se caracterizan por tener establecidos un "guión" a la hora de preguntar, pero a su vez le concede tanto al entrevistador como al entrevistado cierta libertad a la hora de preguntar y responder (Corbetta, 2007). En este sentido, al querer conocer la participación de los actores intervinientes en el desarrollo de la actividad turística, resulta conveniente establecer el tema de conversación, pero otorgarle al entrevistado cierta libertad para que se exprese, dada la variedad de roles que pueden cumplirse dentro del entramado turístico.

Como muestra para la realización del estudio, se determinó que debía realizarse entrevistas a:

- Referentes de la oferta turística local pertenecientes al sector privado.
- Representantes de distintos niveles del Estado (Nación, Provincia y municipio) con competencia en la planificación turística.
- Representantes de agrupaciones u organizaciones ligadas a la oferta turística de Tomas Jofré.

A medida que comenzó a desarrollarse el trabajo de investigación, se notó que no existen este tipo de agrupaciones entre los oferentes turísticos de Tomas Jofré, sino que los mismos dependen de distintas áreas de gobierno como la dirección de Turismo o la secretaría de Producción de Mercedes.

En este sentido, se escogió al menos un representante de cada sector productivo involucrado en la actividad turística de la localidad. La elección de los entrevistados se realizó con el fin de obtener distintas opiniones y perspectivas respecto a la participación de los actores en los procesos de planificación turística de Tomas Jofré.

De esta forma, como representantes del sector privado, fueron entrevistados dos feriantes de la Plaza Central (dependientes de la dirección de Turismo) cuya principal actividad era en un caso la venta de productos artesanales regionales (Bettina), y en el otro caso, la comercialización de paseos en caballos (Griselda). En este sentido, también por el lado del sector privado, se concretaron entrevistas con los representantes de dos restaurantes

(Santa Victoria y Begoña). A su vez, dependiente de la Dirección de Producción municipal, fue entrevistada una productora de la región, cuyos sobrantes de producción son comercializados en Tomas Jofre, aprovechando la alta concurrencia de visitantes (Barbara). Por último, fue entrevistada una pobladora y comerciante local (Monica).

Dichas entrevistas fueron concretadas de forma presencial.

Dado que en los procesos de planificación de la localidad, participan distintos niveles de gobierno se definió entrevistar a actores de la Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires, y también de la Dirección de Turismo. A su vez, se han seleccionado referentes que estuvieron o están vinculados a algún nivel de gobierno.

En este sentido, fueron entrevistados Silvina Liwski, referente de la Dirección de Productos Turísticos, de la Subsecretaría de Turismo de Buenos Aires, como también Gabriel Comparato, Director de la dirección de Calidad y Normalización Turística de la Provincia de Buenos Aires. A su vez, ligado al plano Municipal, se realizó una entrevista con el director de la Dirección de Turismo de la Ciudad de Mercedes, Francisco Di Nova.

Por último, se consideró importante entrevistar a Maribel Carrasco, una informante clave sobre Turismo Rural, que ha cumplido labores en el INTA.

Dichas entrevistas se realizaron bajo la modalidad virtual.

Asimismo, se analizaron datos de tipo cuantitativos los cuales se obtuvieron del municipio de la localidad de Mercedes (Tomas Jofré pertenece a esta localidad). Dichos datos están vinculados a cuestiones históricas, o bien de tipo demográficos, productivos, económicos y sociales.

A su vez, se realizó una revisión bibliográfica que se centró en la búsqueda de documentos, artículos académicos, libros, artículos periodísticos e información web, sobre temáticas vinculadas al turismo rural y gastronómico, al desarrollo local, a la participación local, a la planificación turística, como también la lectura de otros casos de estudios de características similares a Tomas Jofré.

Por otro lado, se analizaron documentos institucionales ligados al turismo en Tomás Jofré, incluyendo los planes estratégicos de orden municipal, provincial o nacional que refieran a dicha localidad. Una vez recopilados todos los datos cuantitativos, entrevistadas las personas establecidas e identificados y analizados las estratégicas pertinentes, se procederá a analizar la participación en Tomas Jofré, identificando problemáticas y restricciones.

Capítulo I: Caso de estudio

1.1 Características generales

Tomas Jofré es una localidad de la provincia de Buenos Aires, perteneciente al partido de Mercedes. La misma, se ubica en una posición estratégica, ya que se encuentra a menos de 100 km de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, y a 15 km de Mercedes, la ciudad cabecera del partido. Se encuentra sobre la Ruta Provincial Nº 5, a unos pocos kilómetros de la Ruta Nacional 5º, principal camino para llegar desde el Área Metropolitana de Buenos Aires.

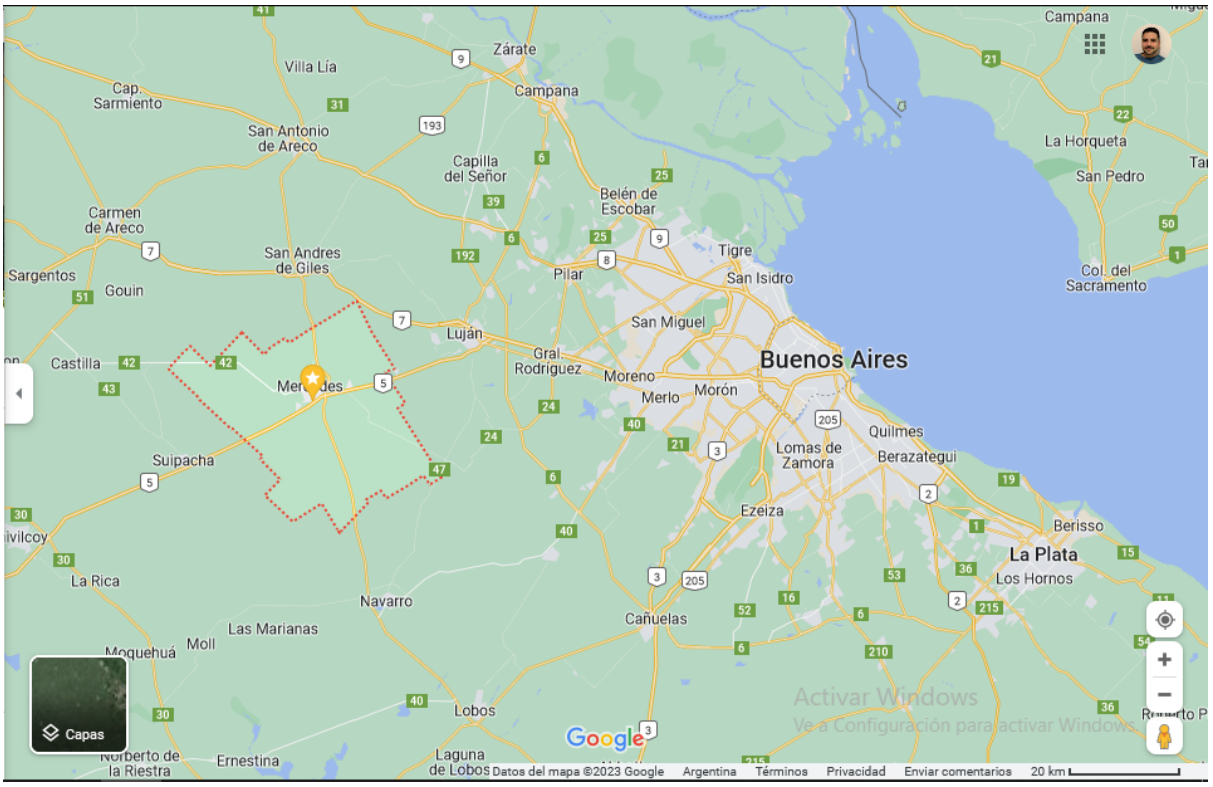

Imagen número 1: Mapa satelital de Mercedes y su respectiva ubicación respecto al área Metropolitana de Buenos Aires
Fuente: Elaboración propia en base a Google Maps (2023).

Imagen número 2: Mapa del Partido de Tomas Jofré Fuente: Plan de Gestión (s/f)

Según el censo 2010, Tomas Jofré alcanzaba los 191 habitantes y 60 viviendas, mostrando así un crecimiento paulatino de la población estable, ya que en los anteriores censos registrados (2001 y 1991), la población rondaba los 150 habitantes. El partido de Mercedes en su totalidad, cuenta con 73.477 habitantes, según datos del censo realizado en 2022.

Tomando como referencia al año 2023, podemos afirmar que el pueblo no son más que 20 manzanas con las particularidades de un pueblo del campo bonaerense, con calles de tierra (no cuenta con asfalto), viviendas bajas, escasos servicios públicos (dentro de estos, una enfermería de primeros auxilios), una plaza principal, pero con una gran alteración cada fin de semana, debido a la llegada de alrededor de 5000 visitantes (Gaglia, 2022).

La localidad no cuenta con comisaría, tampoco una iglesia (si se construyó una capilla), y sus calles no llevan nombres, sino números (ver plano con detalle). Si bien cuenta con aproximadamente 20 manzanas, los establecimientos gastronómicos no se ubican más allá de 4 o 5 manzanas principales, generando una centralidad gastronómica. Por fuera de dichas manzanas, se encuentran las zonas predominantemente residenciales (Información obtenida a partir de las visitas a la localidad).

Alrededor de aquellas cuadras principales estacionan el gran porcentaje de visitantes que llegan en auto propio, como también los distintos transportes que utilizan las agencias para transportar grupos de comensales. A raíz de las visitas efectuadas para el presente trabajo, se noto que no existe una planificación en este aspecto, siendo inexistente la señalización, y dejando al criterio de cada visitante el espacio donde se puede estacionar.

La plaza, uno de los principales atractivos, ha tenido obras donde se añadieron piedras, se renovó la cartelería, se realizó un zanjeo y se realizaron obras de mantenimiento en el puesto de artesanos (Fangiosa, 2021). Otro punto importante es la zona de la estación, la cual conserva la antigua estructura como parte del atractivo, y también se ha construido una nueva infraestructura donde se ubica la oficina de informes turísticos y los sanitarios públicos. La oficina de informes, permite al visitante obtener folletos turísticos, donde se promocionan distintos puntos del Partido de Mercedes, e información sobre los servicios privados de Tomas Jofré (restaurantes, hotelería, etc), como también consultar con personal

del municipio ubicado en este sector. En este espacio, se ha construido la nueva estación, mientras que la antigua estación se ha puesto en valor, estando abierta al público, y generando un patrimonio ferroviario. Además, se han abierto algunos senderos (Información obtenida a partir de las visitas a la localidad).

A partir de mayo del año 2023, comenzó a funcionar nuevamente el tren turístico que conecta Mercedes con Tomas Jofré. Esta política ha sido un gran impulso para la localidad, por un lado por la puesta en valor de la estación que representa un patrimonio identitario a nivel local. Por otro lado, en términos de movilidad, aporta una conexión entre Jofré y la cabecera del Partido, siendo utilizado por prestadores de servicios, feriantes, empleados, y visitantes.

Si bien no se han publicado números oficiales sobre un mayor número de visitas, si se ha sumado una nueva frecuencia, permitiendo abordar en Mercedes a las 10:30 y a las 13:00 y el retorno desde Jofré será a las 11.35 y 15.30. (Información obtenida del sitio web Argentina.gob). Con lo cual se puede entender que ha tenido un impacto positivo el implemento del nuevo transporte.

Imagen número 3: Mapa satelital de Tomas Jofré Fuente: http://www.viajetop.com/ar/mapas-satelite-buenosaires.php?plano=Tom%E1s%20Jofr%E9

1.2 Introducción histórica

En su origen la localidad tomó el nombre de Jorge Bron, quien fuera el dueño de la inmobiliaria “La Franco Argentina”, que en 1902 realizó los primeros loteos donde se fueron ubicando los distintos inmigrantes que fueron llegando a la localidad. Había sido un hombre que se dedicó a la industria cerealista; siendo uno de los fundadores de la firma Bunge y Born. En 1911, debido a sus vinculaciones con hombres de negocios, y por ser miembro de la empresa General de Ferrocarriles de la Provincia de Buenos Aires, entre otras instituciones, el gobernador Inocencio Arias le dio el nombre de Jorge Bron al pueblo. (Thiell Ellul, 2008).

En 1905, quien llega al pequeño asentamiento formado, fue Tomas Jofré, reconocido legislador de la época (además fue el autor del código de procedimiento Penal para la provincia de Buenos Aires, y docente de la Universidad de La Plata). Respecto a su injerencia en la localidad, fue Tomas Jofré el encargado de construir la estación por donde pasaría el tren de la línea Belgrano (Información obtenida del sitio web de la ciudad de Mercedes, fecha de consulta: 17/01/2023).

La actividad gastronómica en Tomas Jofré tiene sus orígenes en 1924 con un almacén de ramos generales que daba de comer a los lugareños y servía de lugar de encuentro para

fiestas y celebraciones. El almacén fue ganando popularidad, primero extendiéndose su fama hasta Mercedes, y luego hasta otros puntos, lo que llevaba a más personas acercarse al pueblo. Así el almacén pasó a ser un restaurante. Además, esto dio paso al surgimiento de otros emprendimientos de tipo gastronómico, que fueron popularizando a la localidad. (CIDeTur-EEyN 2008.)

En 1930, ante el fallecimiento de Tomas Jofré, vecinos de la zona pidieron al Ministro de Obras Públicas de aquel momento, que la estación sea renombrada como Tomás Jofré Esto sucedió el 3 de agosto de 1931 (Información obtenida del sitio web de la ciudad de Mercedes, fecha de consulta: 17/01/2023).

En los años siguientes la localidad sustentó su economía siendo un centro de acopio de granos y zona de tambos. De esta forma, la actividad agropecuaria caracterizaba a la localidad, como también el ferrocarril, que ayudaba a transportar los productos hacia otros centros comerciales (CIDeTur-EEyN 2008.)

En 1948, Rolando Fronteras fundó el almacén Fronteras, cuyos servicios perduran hasta el día de la fecha. Este Almacén, es parte del patrimonio local. Esto se refleja en su interior donde se pueden encontrar distintos elementos, como muebles, utensilios, que se conservan desde sus inicios. (Información obtenida del sitio web, https://turismo.mercedes.gob.ar/restaurante-fronteras/).

También en 1948, el ferrocarril pasa a formar parte de la red del Ferrocarril General Belgrano, pero en 1978 la estación fue clausurada para todo servicio, siendo a partir de esa fecha, una estación de paso para las formaciones que circularon hasta mediados de la década de 1990 (Información obtenida de cartelería, durante las visitas a Tomas Jofré para el presente trabajo).

La economía de la localidad tuvo una notable decaída cuando el ramal del ferrocarril que pasaba por allí dejó de funcionar, a mediados de la década de 1990. Tomas Jofré era principalmente una localidad agropecuaria, desde la cual se transportaban productos a otras zonas comerciales. Así podemos mencionar los centros de acopio de granos y de concentración de tambos como ejemplos principales de las actividades que definían al pueblo (Thiel Ellul, 2008).

De esta forma, debido al cierre del ferrocarril, se comenzaron a implementar nuevas actividades que fomentaran el desarrollo económico, y evitar, problemáticas económicas y sociales. De este modo, se comenzó a desarrollar el rubro gastronómico y el turismo, principalmente durante los fines de semana, dada la cercanía a las grandes urbes del Área Metropolitana de Buenos Aires.

1.3 Características económicas-productivas actuales

Haciendo énfasis en la matriz económica productiva, debemos hablar del partido de Mercedes como un distrito que se encuentra en una posición estratégica debido a la cercanía a grandes polos industriales y diversos puertos (Zárate, Pilar, Lujan, Rosario, Campana, la Ciudad de Buenos Aires junto con el Conurbano Bonaerense.)

Esto genera que, productivamente hablando, tenga una oportunidad de integración mayor que otras ciudades del interior de la provincia de Buenos Aires, para formar parte del tejido productivo de la provincia. Además, su ubicación geográfica y su clima genera que los suelos estén aptos para ser utilizados productivamente (Plan de Gestión, s/f).

En este sentido, el partido de Mercedes contribuye con el 0,3% del producto bruto geográfico (PBG) de la provincia de Buenos Aires. Si tomamos en cuenta los datos que proporciona el Plan de Gestión de Mercedes, desarrollado por el ministerio del interior, las principales actividades productivas son la industria manufacturera. Dentro de las industrias, se destaca la industria textil, de cuero, de alimentos, entre otros. A su vez, se destaca el comercio y la administración pública, que junto a la industria representan la mitad del PBG del partido. La administración pública es muy importante en la ciudad de Mercedes en sí, ya que actúa como cabecera municipal y cuenta con diversas administraciones tanto municipales como provinciales.

Si bien no se reportan datos específicos de contribución del turismo al Producto Bruto Municipal, el Plan de Gestión (s/f) menciona la importancia que tuvieron el turismo y las fiestas Nacionales, a partir del comienzo del siglo XXI, en la actividad económica del municipio. En los Datos Abiertos publicados por la municipalidad de Mercedes, figura que los hoteles y restaurantes son la doceava actividad económica más importante para el municipio, teniendo un 2,24% de participación en el municipio.

En cuanto al sector agropecuario, también es muy importante para el partido de Mercedes, destacándose la producción ganadera, la avícola, la hortícola, la oleaginosa y la producción de cereales y granos, entre otras. La producción agropecuaria ha ido perdiendo terreno en la producción total que constituye la economía local. Por ejemplo, “en 1980 la producción agropecuaria representaba el 29% del PBG de la ciudad y constituía el 1,5% de la producción agropecuaria de la Provincia de Buenos Aires, en el año 2003 estos indicadores disminuyeron a 8,26% y 0,28%, respectivamente”. (Plan de Gestión, s/f, p 104).

Así, se destaca como una de las problemáticas que afronta el partido de Mercedes, es la menor participación del partido en el producto bruto de la provincia (Plan de Gestión, s/f).

Capítulo II: Indagaciones sobre los actores privados intervinientes.

En este capítulo se desarrollarán temáticas ligadas a los actores intervinientes que sean de interés para el estudio de los objetivos planteados. Es decir se tomaron en cuenta aquellos actores ligados directamente a la actividad turística, como los son comerciantes, feriantes, empresarios y empleados gastronómicos. Para cada uno de estos, se han considerado sus intereses, opiniones y vínculos, resultando relevante analizarlos por tratarse de los principales intervinientes en la oferta turística de Tomás Jofré.

Asimismo, se debe mencionar a la población permanente en la localidad. Esta puede tener mejor o peor vínculo con la actividad turística, pero es parte fundamental del sitio. En el caso de estudio, como se mencionó anteriormente, la población estable no alcanza los 200 habitantes (Censo 2010).

En Tomás Jofré ocurre que la población local del Partido de Mercedes (no solo de Tomas Jofré, sino del Partido en general), es parte activa de la oferta local, e incluso a partir de su gestión fue surgiendo la modalidad turística en el pueblo. Fue a partir de la iniciativa privada local, con aquellos almacenes que se convirtieron en restaurantes que Jofré fue convirtiéndose en un polo gastronómico. En la actualidad son partícipes también de ferias, los locales de ventas de productos locales, oferentes de servicio de cabalgatas, entre otros.

A partir de la década de 1990, al darse a conocer el pueblo y el auge de la localidad como destino gastronómico, comenzaron a aparecer nuevas inversiones que generaron que hoy en día haya 100 puestos de productores regionales en la Plaza Central, y 22 restaurantes en 4 cuadras a la redonda (Gaglia, 2022). De esta forma son parte de los actores que intervienen en la oferta turística y gastronómica de Tomás Jofré. Muchos de los feriantes, productores, y empleados, no son residentes de Tomas Jofré, sino que provienen de localidades cercanas, pertenecientes al Partido de Mercedes, como la ciudad cabecera, Gowland, o Altamira. Como comenta Gaglia (2022), la conformación del polo se fue dando casi de manera natural, con la activa participación de los vecinos que son propietarios de algunos de los restaurantes, y además la presencia de la Universidad Nacional de San Martín y de la facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires, a medida que se iba desarrollando la actividad. Por parte de la Universidad Nacional de San Martín, la localidad ha sido objeto de estudio por distintos autores, además que junto con la UBA han prestado capacitaciones, y ayudaron en posibles mejoras en las relaciones entre los actores intervinientes (Gaglia, 2022).

En los siguientes apartados se hará una revisión del desarrollo de la actividad turística en la actualidad, donde se repasaron los resultados del estudio llevado a cabo por Fernandez y Rodriguez (2020), para luego plasmar los resultados obtenidos a partir de la observación y las entrevistas.

2.1 La actividad turística en Tomás Jofré

Como se mencionó anteriormente, la actividad turística en Tomás Jofré nace para dar respuesta a la crisis que se generó luego de que el ferrocarril dejará de funcionar. Así, tomando como base lo ya construido por aquellos almacenes y dado el reconocimiento de pobladores de la región, la localidad comienza a transformarse en un polo gastronómico destinado a la actividad turística.

De acuerdo con su localización dentro de la provincia de Buenos Aires, Tomas Jofré se ubica en el área turística denominada “Escapadas Buenos Aires” según el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS 2025; actualización 2014). Dicha inserción se puede entender dada la cercanía al Área Metropolitana de Buenos Aires, y la tipología de sus recursos principales, como la gastronomía y la ruralidad. Más allá de esto no se realiza una mención especial a Tomas Jofré. Si resulta interesante la propuesta de lograr a través de las “escapadas”, una ruptura de la estacionalidad, y aprovechar aquellos meses fuera de temporada para realizar turismo de cercanía. En cuanto a los aspectos rurales y gastronómicos, ambos los presentó como productos a desarrollar a nivel nacional, pero no los complementa, sino que plantea al Turismo Gastronómico dentro de la categoría turismo Cultural, y al turismo rural, dentro de la categoría turismo de Naturaleza.

También en el plano Nacional, es interesante mencionar el programa TERRA (Turismo en el espacio rural de la República Argentina), promovido por el Ministerio de Turismo en 2015, que “tiene como propósito fundamental establecer las bases conceptuales y metodológicas necesarias para fomentar y coordinar acciones para el desarrollo del turismo en el espacio rural, a la medida de las expectativas de la demanda mundial y nacional, en un marco de integración nacional y con otros países” (Pelliza y Ercolani, s/f, p 1).

A su vez, dentro del Plan Anfitrión desarrollado por la entonces Secretaría de Turismo (2014), actual Subsecretaría de Turismo dependiente del Ministerio de Producción de la provincia, el partido de Mercedes se ubica dentro del Polo Número 3, compartiendo con destinos como Brandsen, Cañuelas, Lobos, entre otros. El criterio mantiene similitudes con lo anteriormente mencionado, ya que el desarrollo económico de estos partidos, está ligado a la actividad ruralidad (actividad agrícola – ganadera), y se encuentran cercanos al AMBA. Dicho Plan, será desarrollado y analizado en un próximo capítulo.

En este sentido, resulta interesante aclarar que la localidad no ha sido incluida dentro del programa “Pueblos Turísticos”. Según Navarro y Schlüter (2010), esta decisión se puede entender dado que previo a la institucionalización del programa, Jofré ya estaba adquiriendo una gran relevancia a nivel provincial, con lo cual se incentivó a otras pequeñas localidades a imitar el proceso llevado a cabo en Tomas Jofré. A partir de esto se puede entender que la localidad perdió la posibilidad de enmarcarse en un programa que consta de varias etapas, que debería acompañar un desarrollo integral. Así, se han perdido herramientas que brinda el Programa, como lo son el relevamiento, la capacitación, la promoción, el desarrollo y la integración.

Fue durante la década de 1990, que mediante el impulso privado comenzó la apertura de distintos emprendimientos gastronómicos. A continuación, en el año 2003, desde el municipio se incorporó al turismo en su planificación global como sector alternativo para el desarrollo socioeconómico de la región. (Thiel Ellul, 2008).

A pesar de esto, Silvina Liwski (referente de la dirección de Productos Turísticos), explica (durante la entrevista realizada para el presente trabajo) que es mucho más reciente que podamos considerar a Jofré como un destino de turismo gastronómico. La autora explica que el turismo gastronómico conjuga experiencias que pueden pasar por la materia prima, por la impronta cultural del lugar, por las formas de cocinarse o técnicas de hacerlo, o porque se instaló como una estrategia comercial. Si bien el Plan Anfitrión (2011) lo menciona como un polo gastronómico, dada su ubicación en el polo mencionado, y la ubicación de la localidad en el área turística denominada “Escapadas Buenos Aires” según el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable, se desprende que estos planes no consideran a la localidad como un destino de turismo gastronómico, sino un destino de escapada con características rurales.

Por ejemplo, en la localidad de estudio con la utilización en base a productos regionales como salames, quesos, etc, le dio entidad, mediante su producto estrella, a su gastronomía. Tal como relata Liwski sobre su última experiencia (2021) en Jofré, en la mayoría de los restaurantes se brinda un plato de entrada con productos regionales, como también en la plaza de feriantes, está la posibilidad de comprar salame quintero (entre otros productos regionales) con lo cual se cumple la experiencia de visitar Tomas Jofré, y llevarse un producto identitario. Lo mismo ocurre con la Fiesta de la Galleta, que se desarrolla en Jofré. Si bien, es una fiesta reciente (en 2023 se realizó la 6ta edición), en este producto se ha encontrado una identidad muy marcada, ya que es uno de los acompañantes ideales para el salame quintero. Es decir, de su producto de mayor identidad a nivel regional, se ha logrado complementarlo con la galleta, y a su vez, ambos productos permiten al visitante conocer la experiencia de Turismo Gastronómico en Jofré.

La oferta del pueblo está compuesta por 22 restaurantes, los cuales ofrecen mayoritariamente un formato de comida libre[1] (Gaglia, 2022). También, dentro de la oferta, existe la posibilidad de pedir platos del menú a un precio establecido. Además, dentro de los platos a elegir, se destacan dos comidas típicas de la gastronomía argentina: pastas o parrilla. El plato principal se completa con una entrada elaborada con productos embutidos o chacinados producidos en la zona, y un postre casero a elección. Otros restaurantes invitan a disfrutar de la hora de la merienda en sus grandes espacios abiertos. En este sentido, las meriendas se denominan “merienda de campo”, y están compuestas por infusiones (mate, café, té, mate cocido) y tortas fritas.

La elaboración de los platos es generalmente casera (se puede entender como casera Platos cocinados totalmente en el local, partiendo de productos en bruto (alimentos crudos), productos tradicionales de cocina, o productos elaborados tales como charcutería, quesos, pan, pasta, levadura, condimentos o frutos secos)[2]. A su vez, la parte de parrilla se realiza al aire libre, utilizando incluso en algunas oportunidades las veredas del lugar (Schluter y Thiel Ellul, 2008).

A partir de las visitas realizadas en el marco de la investigación del presente trabajo, se distinguen dos estilos bien marcados en cuanto a la infraestructura de los establecimientos gastronómicos. Por un lado, aquellos que utilizan casas antiguas o tradicionales aprovechando principalmente los patios de estas para recibir a los comensales, o por otro lado aquellos restaurantes con una infraestructura "moderna", y una edificación construida con el objetivo de brindar servicio gastronómico, permitiendo así aprovechar tanto espacios cerrados como abiertos.

[1] Comida que se sirve en un restaurante a un precio fijo, sin límite de cantidad establecido.
[2] Definición obtenida de https://www.thegourmetjournal.com/food-cost/un-sello-de-calidad-para-la-comida-casera/

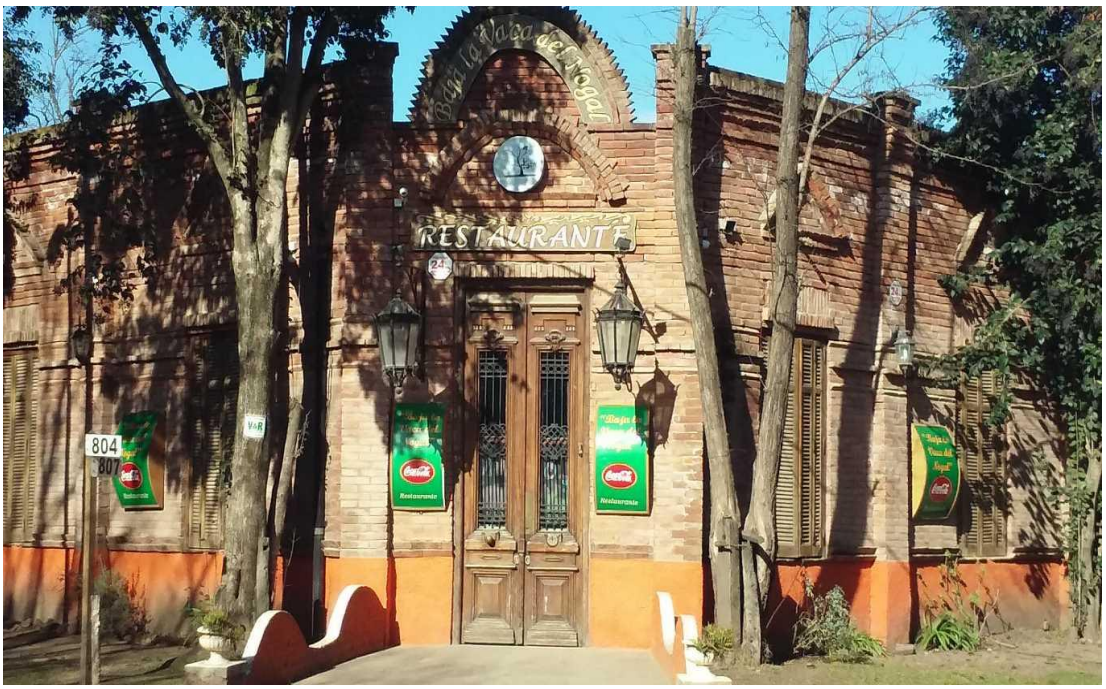

Imagen numero 4: Restaurante Begoña, de infraestructura clasica, imagen obtenida de: https://tn.com.ar/turismo/2023/06/19/que-hacer-en-una-escapada-a-tomas-Jofré-el-polo-gastronomico-una-hora-y-media-de-buenos-aires/

Imagen numero 5: Restaurante Begoña, de infraestructura moderna, imagen obtenida de: https://www.tripadvisor.com.ar/Restaurant_Review-g1202606-d25560595-Reviews-Begona_Restaurante-Tomas_Jofré_Province_of_Buenos_Aires_Central_Argentina.html

En este sentido, el hecho de que los visitantes busquen la tranquilidad, el contacto con la naturaleza y lo rural, permite aprovechar los espacios abiertos. Además, los horarios en los que se brinda el servicio (mediodía y tarde, a las 18hs en general cierran los establecimientos), permite aprovechar el espacio abierto. En contraposición, la dependencia

al clima de estos espacios es muy alta. Por el contrario, el espacio cerrado permite una menor variabilidad ante el clima, aunque el espacio puede ser más reducido. Por otro lado, la experiencia de almorzar en un espacio al aire libre, es distintivo de Jofré.

Se destaca como parte de la oferta turística complementaria a la gastronomía, los locales de venta de productos gastronómicos regionales, como embutidos o chacinados, dulces, productos de granja, entre otros. Los mismos ofrecen mayormente productos artesanales elaborados con insumos regionales (Información obtenida a partir de las visitas a la localidad, 2023).

En este sentido, debemos mencionar la feria de artesanos y puesteros[3]. Está ubicada en la plaza central de Tomas Jofré. Allí se ofrecen productos variados, siendo también la principal característica la elaboración artesanal de los mismos. Dicho espacio, está a cargo de la Dirección de Turismo de Mercedes.

También debemos mencionar el resto de puesteros que se ubican en distintos puntos de la localidad, pero cuya dependencia corresponde a la dirección de Producción de Mercedes. Esta diferenciación se analizará en profundidad en el siguiente subcapítulo.

En cuanto al alojamiento, se ha podido observar, que la modalidad predominante es la visita durante el día desde puntos cercanos, no se encuentra tan desarrollado, siendo pocas las opciones para pernoctar en la localidad. Aquellos establecimientos que ofrecen está posibilidad, lo hacen teniendo a la ruralidad o al campo como principal componente de su oferta. Es decir, son de tipo estancias, casas de campo o fincas.
Así se destacan, las casas de campo “La Soleada”, el hotel de campo “Los Cuatro Amaneceres”, y la hostería Cua Cua. En general tienen a disposición grandes hectáreas, y ofrecen pileta, grandes parques para pasar la tarde, parrillas, actividades recreativas como cabalgatas, bicicletas, y promueven el contacto con la naturaleza, armonía y tranquilidad como sus pilares.
La hostería Cua Cua, funciona también un restaurante, por lo cual ofrece la posibilidad de hospedaje con todas las comidas incluidas. Cuenta con 4 habitaciones, las cuales son ofrecidas solo a personas mayores (Frangiosa, et al, 2021).
Por su parte “Los cuatro amaneceres”, ofrece como opción la posibilidad de realizar retiros espirituales, y otras actividades relacionadas al crecimiento personal y espiritual. Además, ofrece paseos por el bosque, fogones, y pensión completa dentro de su tarifa. Por último, las casas de campo (Información obtenida desde https://loscuatroamaneceres.com.ar/) . Es el de mayor capacidad, ya que cuenta con 11 habitaciones, teniendo una capacidad de 28 plazas. (Frangiosa, et al, 2021).
La Soleada, está compuesta de dos casas de campo equipadas completamente, que ofrecen desconectarse y relajarse en un gran terreno, realizando diversas actividades recreativas, como bicicleta, paseos, deportes como fútbol, voley, ping pong, etc. (Información obtenida desde https://turismo.mercedes.gob.ar/la-soleada/)

Si bien no se presentan datos de la cantidad de plazas hoteleras con la que cuenta el Partido de Mercedes, el mismo presenta oferta tanto urbana como rural, distribuidas en distintos puntos, como la Ciudad de Mercedes, Altamira, o Tomás Jofré. A lo largo del Plan de Gestión de Mercedes, se insiste que aún falta desarrollar la oferta de hospedaje, debido a que si bien llegan visitantes durante los fines de semana, el ratio de pernocte es bajo.

Hoy en día además de aquellos sitios gastronómicos que ofrecen la opción de almorzar y merendar, se destacan diversos sitios para pasar la tarde: la plaza principal, donde varios artesanos de la zona ofrecen sus manualidades, antigüedades y otros productos; la zona de

[3] Persona que tiene un puesto de venta de artículos de consumo en un mercado o en otro lugar habilitado para este fin

la antigua estación. A su vez se ofrecen paseos en carruajes, cabalgatas guiadas o alquiler de bicicletas.

Por último, el sector público tiene su oficina de informes turísticos en la estación, y allí se pueden realizar diversas consultas o bien recoger folletería en la cual se entrega un mapa de la ciudad de Mercedes (debajo, se observa un mapa de Tomas Jofré), junto con las diversas opciones de alojamiento que hay en el partido de Mercedes, y las diversas opciones de almuerzo en el pueblo.

La dirección de Turismo de Mercedes lleva a cabo todas las acciones ligadas a mantenimiento de infraestructura, de administración de espacios públicos, de promoción, y publicidad de la localidad, mediante diversos medios de comunicación (Gaglia, 2022).

Se debe mencionar por ejemplo el impulso del Tren Turistico, que aporta valor y conectividad entre la cabecera del Partido y el Polo Turístico, pasando por la localidad de Altamira, brindando la posibilidad de que se aproveche el flujo turístico y se pongan en valor nuevos productos. La capacidad del tren es de 200 personas -120 sentadas y 80 paradas- y la ocupación del mismo es por orden de llegada.

Además el desarrollo de fiestas nacionales y provinciales en todo el partido, desarrollándose en Tomas Jofré la Fiesta de la Galleta de Campo. A su vez, el impulso de espectáculos y divertimento en la plaza los fines de semana.

Resulta interesante también, el estudio realizado por las autoras Fernandez y Rodriguez (2020), las cuales hablan de un caso de gentrificación comercial. Mencionan que estos inversores externos a la localidad, aprovecharon el auge del turismo y abrieron sus locales que funcionan durante los fines de semana. Según el estudio de las autoras, los mismos provienen de la Ciudad de Buenos Aires, ciudad donde residen. En las conclusiones expresadas por las autoras, explican que por ahora no existe un desplazamiento comercial de los comerciantes establecidos.

Tal como explican las autoras, la llegada de estos nuevos actores, da una nueva dinámica ligada a aspectos sociales, económicos y ambientales. De esta forma se han originado distintos focos de conflicto entre los actores residentes de Tomas Jofré y los nuevos agentes.

En el estudio, además se menciona por ejemplo la falta de compromiso que, según los residentes permanentes, tienen los inversores. Esta falta de compromiso se nota por ejemplo en aspectos como la planificación de fiestas populares, las cuales requieren del interés de actores locales para su organización. A su vez, se menciona esto mismo sobre todo aspecto que conlleve debates o convocatorias entre los distintos actores para la mejora de la calidad de vida de los residentes, como por ejemplo la gestión de residuos, la gestión del agua, u otros temas ambientales. Sobre este punto expuesto por las autoras, es interesante aclarar que es la visión expresada por residentes y por autoridades municipales. Con poca participación en reuniones, refieren principalmente a la organización de fiestas, pero también en aquellas que abordan temas de la cotidianidad de Jofré.

Otro punto planteado por las autoras, es que de parte de los locales existe una especie de recelo ya que los nuevos inversores son beneficiarios de la parte positiva del turismo, pero no cooperan para mejorar aquellos aspectos negativos que afectan mayormente a los residentes.

Estos aspectos negativos que generan controversia se relacionan también con el cuidado del medio ambiente. Por ejemplo, entre los temas que mencionan las autoras Fernandez y Rodríguez (2020) está el tratamiento de las aguas, la gestión de los residuos sólidos. Sobre

este último punto, hay dos cuestiones: como primer punto, los residuos generados por la gran afluencia de visitantes, que generan basura en puntos como la plaza, la estación, entre otros. Como segundo punto la gestión de los residuos por parte de los establecimientos comerciales, ya que tanto los residentes o comerciantes que residen en el pueblo, apuntan contra los actores extra locales explicando que cuando finaliza su jornada, sacan la basura a la puerta, cierran con llave y se van hasta el siguiente fin de semana. (Fernández y Rodríguez, 2020).

Otro de los focos de conflictos mencionados por el estudio realizado por Fernández y Rodríguez (2020), tiene que ver con la gestión de los comercios gastronómicos. Como se mencionó anteriormente, los menús ofrecidos en su mayoría, tienen que ver con platos tradicionales, con el agregado de los productos embutidos de la zona. A partir de la llegada de los oferentes extra locales, se comenzó a notar que algunos establecimientos gastronómicos sumaban mayor variedad a sus menús, cómo también distintos espectáculos cómo karaoke o música en vivo. Esto también genera incomodidades y debates principalmente en las autoridades municipales, sobre todo en aquellas ligadas a la Dirección de Turismo, ya que estas innovaciones pueden afectar a la identidad gastronómica con la que la localidad intenta mostrarse (Fernandez y Rodriguez, 2020)..

Es decir, si el municipio invita a descubrir los sabores del campo, y vivir una experiencia relacionada a la tranquilidad de la ruralidad, ofrecer menús relacionados a la gastronomía urbana (por ejemplo, comida rápida o street food), o eventos que rompen con la tranquilidad, es dar un mensaje contradictorio que va en contra de la identidad del destino, y de la planificación municipal, ya que la promoción turística está ligada a pasar un “día de campo”, disfrutando de gastronomía “criolla” (Mencionado durante la entrevista a la Dirección de Turismo de Mercedes).

Esta serie de afirmaciones expuestas por las autoras Fernandes y Rodriguez (2020), se han buscado investigar para el presente trabajo. Tal como expresan las autoras en sus conclusiones, por ahora no existe una gentrificación comercial, pero sí es una problemática que puede profundizar en un corto / mediano plazo. A raíz de la investigación realizada, los propios establecimientos gastronómicos entrevistados explican que en su mayoría son emprendimientos familiares, con raíces en Tomas Jofré. Si es cierto, tal como explican los entrevistados, que en los últimos años han llegado algunos pocos empresarios que provienen de otras localidades.

Sobre la organización a nivel interna entre los distintos actores intervinientes, se ha comprobado que no hay una organización acerca de convocatorias, debates, etc, pero dicho punto se extiende no sólo a aquellos inversores externos que puedan haber, sino también a residentes locales. Respecto a las innovaciones y transformaciones en la gestión comercial del negocio, se ha podido comprobar que la dirección de turismo local comenzó a tener controles y regulaciones sobre los menús ofrecidos, como también sobre la gestión comercial en general.

2.1. <u>Oferentes turísticos privados</u>

A partir de la descripción realizada, se puede entender que la oferta privada es la base de la actividad turística de Tomas Jofré, siendo el principal atractivo el Polo Gastronómico, que justamente nace y se consolida como una iniciativa (en principio) local y privada.

Esta oferta inicial, luego se fue complementando, generando otras opciones y espacios para brindar la prestación de servicios. Así, la oferta de servicios inicial, compuesta de los primeros establecimientos gastronómicos, se amplió con la Feria de la Plaza Central, las opciones de alojamiento, y distintos productores, y oferentes de otros servicios, en distintos

puntos de la localidad. Además, la presencia de la Dirección de Turismo de Mercedes se intensificó en diferentes aspectos que tienen que ver con infraestructura, pero también con el manejo de la Feria de la Plaza Central.

En este sentido, a la hora de hablar de la oferta turística, se debe hacer una diferenciación, dado que se identifican distintos actores predominantes; los restaurantes con sus empleados por un lado, los comerciantes de la plaza por el otro, los comerciantes establecidos que operan durante días de semana, y por último los comerciantes de las adyacencias a la estación.

Es importante realizar esta distinción dado que cada grupo ocupa roles, tiene sus propios intereses y sus propias opiniones sobre la dinámica de la actividad turística.

El primer grupo de oferentes, son los que más demanda atraen, y de esta forma, pueden ser identificados como los oferentes principales. Tal como menciona Gaglia (2022) los establecimientos gastronómicos conforman la mayor atracción de la localidad.

Según se comenta en las entrevistas desarrolladas por Gaglia (2022), entre los mismos restaurantes se fija una tarifa similar en cuanto a los platos ofrecidos, intentando que el medio para captar clientes sea a través de su marca.

Otra de las características generales que resulta interesante mencionar, es que los empleados de los distintos establecimientos, son en general personas jóvenes, provenientes principalmente de Mercedes. En este sentido, si bien desde los establecimientos gastronómicos explican que no existe prioridad laboral para los residentes del Partido de Mercedes, varias de las personas entrevistadas mencionan que de forma directa o indirectamente la mayoría de los residentes de Jofré están ligados a la gastronomía y a la actividad turística. (Dato obtenido a raíz de las entrevistas realizadas para el presente trabajo, 2023).

Desde el sector público, se mantiene una estrecha relación con los establecimientos gastronómicos, incentivándolos a desarrollar páginas web, sistemas de reserva, etc. Como también capacitarlos en estos aspectos. Además las universidades anteriormente mencionadas, fueron fortaleciendo las relaciones entre los propietarios, a partir de reuniones o capacitaciones. (Gaglia, 2022).

Además, a raíz de la entrevista realizada al establecimiento gastronómico Santa Victoria, si bien no trabajan en conjunto con la municipalidad, menciona que el impulso y el apoyo que brinda la municipalidad es importante en aspectos como el mantenimiento, infraestructura, desarrollo turístico o la presencia ante diversas temáticas.

En cuanto a la representación o agrupación entre los propios establecimientos gastronómicos, no existe un ente que los represente más allá de la dirección de Turismo de Mercedes. "En el día a día no existe un gran trabajo en conjunto, pero si cuando sucedió un hecho importante como fue la pandemia, se fortaleció el trabajo en conjunto". (Información obtenida a través de la entrevista al Establecimiento Santa Victoria).

En el segundo grupo, los oferentes de productos regionales de la plaza. Actualmente hay más de 100 puestos, cuya infraestructura fue realizada por el municipio. Los oferentes, según comenta Bettina (feriante entrevistada), pagan un canon que se destina a diversas tareas de mantenimiento en la plaza principal. Dentro de las condiciones para ocupar un puesto está el ser residente del partido de Mercedes, ya sea la ciudad, Tomas Jofré, o cualquier localidad cercana. Los comerciantes deben entonces registrarse con el municipio, generando incluso en días de mucha concurrencia (día de la madre, día del padre, 9 de

julio,etc) listas de espera.

Además, se trata de que en los productos que se comercialicen exista una lógica, es decir que sean productos de índole artesanal, que tengan alguna representación local. La dirección de turismo de Mercedes junto con otras dependencias del municipio, durante los fines de semana, realiza los registros correspondientes, sabiendo así quien es parte de la comunidad de feriantes.

Es importante recalcar que los feriantes localizados en la plaza, son dependientes de la dirección de turismo de Mercedes. En este sentido, los feriantes no realizan actividades en conjunto, ni tampoco están coordinados en una red por la dirección de turismo de Mercedes. Solamente entre ellos mantienen relación dado que coinciden durante gran parte de los fines de semana, y un grupo de WhatsApp dedicado a cuestiones puntuales.

Dentro de este grupo podemos sumar a las personas dedicadas a ofrecer paseos en carruajes y caballos, ubicados cercanos a la plaza. En este rubro, sucede algo similar, se le da prioridad a aquellos que residan en la zona, pero no hay organización entre los prestadores del servicio.
La dirección de turismo si ofrece capacitaciones, o bien en caso de que haya un evento importante en Mercedes o cualquiera de las otras localidades cercanas, son invitados a participar.

El tercer grupo mencionado, son aquellos comercios que funcionan durante los 7 días de la semana, trabajando de lunes a viernes brindando servicio para los locales o trabajadores de la zona, y sábados y domingos recibiendo la demanda de turistas. Si bien forman parte de los servicios complementarios que se brindan a los visitantes, Mónica (comerciante de pastelería) agrega que no se han acercado desde el municipio para ofrecer capacitaciones o algún tipo de ayuda en lo que a su relación con los visitantes se refiere. Es decir que se puede entender, que existe una diferenciación entre aquellos que son parte de Jofré exclusivamente los fines de semana, comercializando sus productos en la plaza y los comerciantes establecidos.

Está diferenciación nace dado que los primeros están abocados directamente al turismo, mientras que los segundos brindan servicio también a los locales. Sin embargo en este sentido encontramos una problemática ya que el grupo de comerciantes establecidos, tienen también relación con la actividad turística.

Además, el hecho de que en la plaza se comercialicen productos que pueden estar ya ofrecidos por los comercios, genera recelo en este grupo, ya que aquellos comerciantes que están los 7 días, reciben lo que se puede interpretar como una "competencia desleal" durante los fines de semana, días de mayor demanda. Lo mismo ocurre con las épocas de temporada alta y baja, siendo que en las primeras hay alrededor de 100 feriantes ofreciendo sus servicios, y en las épocas de baja demanda, el número baja considerablemente.

A su vez, este grupo tampoco cuenta con representación en alguna organización local o una asociatividad entre los propios comerciantes.

Por último, debemos identificar a otro grupo de productores, dependientes de la secretaría de Producción de la municipalidad. Esta secretaría les brinda el mobiliario para que ellos puedan ofrecer la producción que realizan. Los productores deben enviar reportes a dicho sector. Este espacio tiene como fin que los productores regionales aprovechan para aquel excedente de producción comercializarlo a los visitantes.

Resulta interesante lo que plantea Maribel Carrasco (Informante clave sobre Turismo Rural) durante las entrevistas realizadas, donde plantea un surgimiento de una neoruralidad o

nueva ruralidad, mediante la aparición de nuevos productores provenientes de la ciudad, que no cuentan con un conocimiento amplio sobre la producción rural. Sobre esta neoruralidad, la entrevistada plantea que sostienen la actividad con ingresos provenientes de otros rubros que puedan tener (alquileres por ejemplo). Es decir, para estos nuevos productores rurales, no resulta rentable en muchos casos, la actividad.

En el caso de estudio, al igual que los feriantes de la plaza, es muy poca la articulación entre los productores. Barbara, productora cercana a la estación, comenta que sí conoce a gran parte de los productores, por una cuestión de que no son numerosos, pero no tiene relación en el sentido productivo. Cada uno comercializa su producción, arregla con el municipio acerca de los mobiliarios y realiza el reporte correspondiente.Nuevamente se repite que gran parte de los oferentes provienen de Mercedes o localidades cercanas.

En este sentido, Carrasco menciona que la asociatividad era un aspecto que se buscaba fortalecer desde el INTA, pero de todas formas, para los municipios puede resultar un tanto complicado promover el asociativismo por dos motivos: por un lado el interés de los productores en asociarse entre sí. Por otro lado, la falta de recursos desde el municipio para acompañar a los productores en la asociatividad.

De esta manera, sobre este grupo en particular, Carrasco menciona que la Dirección de Producción trabaja de manera constante con los productores del Partido, pero ella cree que aún no se ha logrado vincularlos para que puedan aprovechar el auge del Turismo Gastronómico de Tomas Jofré.

Los diferentes actores mencionados, se encuentran bajo el núcleo de la Municipalidad de Mercedes, siendo las direcciones de Turismo y Producción el nexo entre los actores intervinientes. Según se explica en la entrevista realizada con el establecimiento gastronómico Santa Victoria, desde la dirección de Turismo se organizan reuniones por separado con los distintos sectores (gastronómicos, feriantes, productores, o cooperativas) para tratar diferentes temáticas. Luego se organiza una reunión con un representante de cada sector para hacer una puesta en conjunto sobre la temática a tratar.

En líneas generales, hay una fuerte presencia de actores residentes de Jofré como de otras localidades del Partido de Mercedes, aunque también ha sido mencionada la llegada de nuevos actores provenientes de las ciudades del área metropolitana de Buenos Aires.

A su vez, no se registra una asociación o una organización entre prestadores de servicios. Cada uno de ellos es dependiente directo del Estado a través de la Dirección de Turismo o la Dirección de Producción. Si existen temáticas particulares que cada “sector” trata internamente, pero no hay una cuestión grupal. Por ejemplo, cuando se organiza una capacitación o cuando se organizan convocatorias, debates, etc se cita a cada feriante, gastronómico, etc, y no a una organización que nuclee a varios prestadores de servicios.

En cuanto a los servicios ofrecidos, los mismos tienen una lógica en común que refleja el tipo de atractivo que se busca brindar en Jofré, como lo son la ruralidad, la tranquilidad del pueblo, y la gastronomía tradicional. En este sentido, según comentó una residente local, la dirección de turismo no habilitó a un comercio que en las cercanías a la plaza ofrecía comidas rápidas, debido a que no estaba relacionado con la experiencia ofrecida por el destino.

Capítulo III: Una aproximación al rol del sector público.

El término sector público hace referencia al conjunto de órganos y personas con poder suficiente para expresar la voluntad del estado y hacerla cumplir a través de los procesos de la administración pública, siendo esta quien da vida a las estructuras y organismos que conforman el estado. (Benseny, 2006).

El rol que asuma el estado respecto a una política, en este caso resulta de interés mencionar la política turística puede ser de manera activa o pasiva según como se involucre con la actividad. Una forma de desarrollo activa implica reconocer las necesidades del sector y una participación activa para lograr objetivos. (Benseny, 2006).

A partir de la década de 1990, el nivel municipal comenzó a tener mayor protagonismo, debido a la descentralización de las competencias de gobierno a niveles inferiores. Así, Toselli (2015) explica que fue a partir de la década de 1990 que hubo un cambio de paradigma donde las administraciones públicas (municipales y provinciales) comenzaron a analizar la diversificación de las economías para hacer frente a las posibles crisis que se debían afrontar, como por ejemplo fue la crisis del sector agroproductivo tradicional. Como explica Benseny (2006, p 114) "*La característica fundamental del federalismo se basa en la autonomía municipal que implica la descentralización del poder en el territorio. La descentralización y el fortalecimiento municipal son aspectos contemplados por la reforma del Estado a partir de 1990 , estableciendo que las provincias deben organizar un régimen que reconozca a las municipalidades su autonomía institucional, política, económico-financiera y administrativa*."

Sobre esto, Farberoff, et al (2019), explica que, a partir del contexto de reforma y ajuste que sufrió el Estado durante la década de 1990, las administraciones locales debieron hacerse cargo de las necesidades sociales, sin el presupuesto ni la estructura necesaria. Por lo cual, las necesidades y demandas de la población comenzaron a volcarse sobre los municipios o administraciones locales.

Así los municipios comenzaron a buscar nuevas soluciones ante la necesidad de dar respuesta a las demandas de la población, incorporando poco a poco cada vez más funciones, como también una intervención más planificada (Farberoff, et al, 2019).
Los autores, agregan, que en la provincia de Buenos Aires, la Constitución provincial establece el Régimen Municipal, y señala al municipio como el encargado de la administración de los intereses y servicios locales de cada uno de los Partidos existentes.

De esta forma, los municipios cuentan con autonomía política (poder elegir en forma independiente a sus autoridades), con autonomía económico-financiera (permite al gobierno local definir y administrar por sí mismo sus recursos desde su presupuesto, como también generar los propios), con autonomía institucional (pueden dictar sus propias normas, creando sus instituciones).

En la Provincia de Buenos Aires la Ley Orgánica Municipal (Decreto-Ley 6769/58), en su capítulo IV, le confiere a cada Partido la autoridad de determinar su estructura a través de direcciones y secretarías, Organismos descentralizados, Comisiones de Vecinos, entre otros. La misma no menciona una cantidad determinada, pero sí establece la capacidad de delegar las facultades propias, como también sumar o excluir organismos o entes descentralizados (Benseny, 2006, p 116). Siguiendo con lo expuesto por esta misma autora, "l*a atribución del Municipio para decidir su propia estructura, le otorga al sistema organizativo un cierto grado de vulnerabilidad, dado que el organigrama se adapta, flexibiliza y reorganiza en términos de la decisión política del momento*."

De este modo, surgieron nuevos aspectos del desarrollo de los cuales comenzó a encargarse el nivel municipal, ya sean de salud, social, entre otros. (Farberoff, et al, 2019). Sin estar exento de esta nueva dinámica, la actividad turística fue, poco a poco, siendo una parte importante de esta intervención estratégica por parte de los gobiernos locales.

De esta manera, identificamos principalmente dos niveles de gobierno que tienen participación e influencia directa con el caso de estudio. Estos son el nivel Provincial y el Municipal. A su vez, el nivel Nacional tiene influencia sobre los dos niveles anteriormente mencionados.

Para un mayor entendimiento sobre los actores involucrados, se realizo un cuadro de actores jurisdiccionales.

Cuadro Nº 1. Cuadro de actores jurisdiccionales. Elaboración propia (2023).

Asimismo, el aspecto legal es de suma importancia para el desarrollo de la gestión del estado. En este sentido, encontramos dos leyes provinciales de suma importancia, que abordan desde una mirada integral al turismo y su valor en las comunidades. La ley provincial n° 14.209 declara de interés público al turismo como proceso socioeconómico esencial y estratégico para el desarrollo de la provincia. Dentro de los objetivos de la ley, se menciona el desarrollo, la planificación, la promoción y regulación de recursos, cómo también establecer mecanismos de participación y concertación de los sectores públicos y privados, garantizando el acceso de todos los sectores de la sociedad.

Otra ley a mencionar que tiene por objetivo fomentar y potenciar la participación de hombres y mujeres del campo, es la ley n° 12.934 que declara de interés el programa argentino de turismo rural-raíces.

En lo que a nivel provincial respecta, es importante mencionar la ley 13.251 impulsada en 2004, que impulsa la promoción de pequeñas localidades bonaerenses. Su objetivo es promover la actividad turística en pequeñas localidades, mediante la formulación de políticas públicas y planes estratégicos de desarrollo local.

A su vez, el decreto 6927/87. Instituye con carácter de Interés Turístico Provincial a eventos que redunden en provecho del desarrollo turístico. Será declarado de interés turístico, toda actividad, obra, emprendimiento, que haga conocer las riquezas y características de la provincia, y que dé origen a la concurrencia de turistas.

Todas las legislaciones mencionadas tienen incidencia sobre el territorio de Tomas Jofré. Además a través de ellas se determina el funcionamiento de distintos organismos de gobierno.

En el próximo apartado se tratará la temática de los organismos oficiales de turismo. Estos son los encargados de definir políticas, normas, criterios, para el desarrollo de la actividad. Lickorish (1994) citado por Benseny (2006), explica que la administración pública se encarga de instrumentar las políticas y acciones que definen la actividad turística, aplicando instrumentos de planificación para luego actuar de forma coordinada, generando la participación de distintos organismos y actores.

3.1. El rol de la Subsecretaria de Turismo de la Provincia de Buenos Aires

En cuanto al nivel provincial, la subsecretaría de turismo de Buenos Aires es la encargada de idear planes y/o programas que ayuden al fortalecimiento del turismo rural a nivel provincial, siendo responsable de impulsarlo y promocionarlo. Además debe brindarle asistencia y fiscalizar el trabajo de los municipios.

A nivel provincial, el actor de mayor preponderancia que identificamos, es la subsecretaría de turismo. Es dependiente del Ministerio de Producción, Ciencia e Innovación tecnológica.
Su función principal es la de formular y conducir la política turística, promoviendo un desarrollo sustentable y de calidad. A su vez debe promover la coordinación de los distintos organismos provinciales y municipales, y debe propiciar la participación de la sociedad en el desarrollo de la actividad. Debe orientar, ampliar y fomentar la inversión privada generando acciones de competitividad. Es también encargada de la comunicación, difusión y promoción tanto a nivel nacional como en el exterior, entre otras funciones a destacar. (Fuente: Página de Gobierno de la Provincia de Buenos Aires).

De dicha subsecretaría dependen tres direcciones; en primer lugar la Dirección Provincial de Promoción y Coordinación Turística, que a grandes rasgos, es la encargada de diseñar estrategias que posicionan a la provincia como un destino competitivo y encargada de la promoción y difusión; en segundo lugar la Dirección Provincial de Administración, Registro y Fiscalización, dirección encargada de los aspectos normativos y legales relacionados a la actividad turística; y por último la Dirección Provincial de Innovación Estratégica en Turismo, la cual tiene como acciones principales diseñar planes y proyectos, integrar a la comunidad promoviendo el turismo social e incluyendo a aquellos sectores más vulnerables, y analizar potencialidades y oportunidades de los distintos recursos turísticos, entre otros. (Fuente: Página de Gobierno de la Provincia de Buenos Aires).

A su vez, cada uno de estas direcciones, tienen bajo su dependencia, otras direcciones que se encargan de las diversas funciones de una forma más específica.

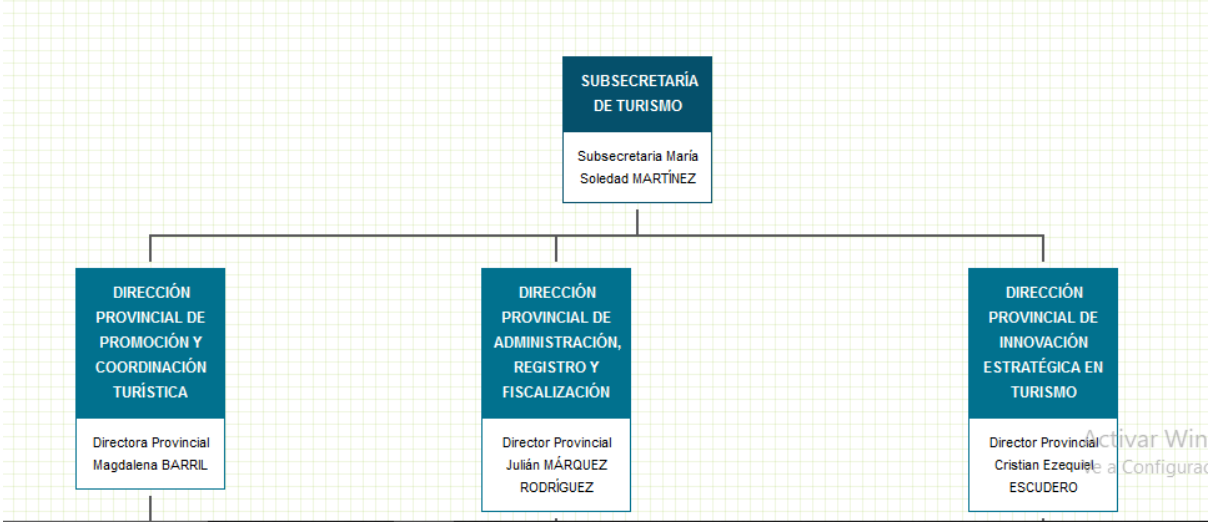

Imagen numero 6: Organigrama de la Subsecretaria de Turismo de Buenos Aires Fuente: Sitio web, https://mapadelestado.gba.gob.ar/organismos/831/organigrama

Para el presente trabajo, resulta importante profundizar sobre las funciones desarrolladas por la dirección provincial de innovación estratégica en turismo, y las distintas áreas que componen dicha dirección.

En primer lugar, la Dirección de Productos Turísticos, que se encarga de diseñar y gestionar programas y proyectos. En este marco, debe generar mecanismos de participación ciudadana en el desarrollo e instrumentación de los distintos productos.

Otra dirección cuyas funciones cabe recalcar es la Dirección de Desarrollo Turístico, encargada de organizar y coordinar acciones tendientes al fomento e incentivo de inversiones públicas y privadas, como también asistir a los municipios en la elaboración de planes y programas de desarrollo turístico.

La Dirección de Normalización y Calidad Turística tiene entre sus funciones promover programas y proyectos orientados a la mejora de la calidad turística, como también brindar herramientas a los prestadores turísticos y a los municipios para la mejora de la calidad de los servicios prestados.

También la Dirección de Datos Turísticos, cuya principal función es generar datos para facilitar la toma de decisiones de organismos públicos y privados.
Dichas direcciones, como vemos, tienen un gran valor en lo que refiere al desarrollo y participación de las comunidades en el sector turístico, como también en la coordinación, planificación y trabajo en conjunto con municipios y oferentes.

3.1.1 La planificación estratégica desde la gestión de la Provincia

Desde la gestión provincial, se debe mencionar dos planes estratégicos que inciden directamente en el caso de estudio, como también las funciones, políticas y herramientas brindadas por las distintas direcciones que componen a la Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires.

En primera instancia, se debe mencionar el Plan Anfitrión, presentado en octubre del 2012, cuyas temáticas abordadas se relacionan al relevamiento y análisis de recursos existentes, relevamiento de actores locales, desarrollo de polos turísticos, estratégias de marketing y fortalecimiento institucional, entre otros. Es importante mencionar que el Plan no se encuentra vigente, pero aún sigue siendo eje de la gestión.

En dicho plan, se destaca el diagnóstico realizado con el fin de descubrir potencialidades y describir la situación actual del momento. En este sentido, debemos mencionar que para el momento de realización del Plan ya estaba establecido como características generales del turismo en la provincia, la gastronomía (de hecho se menciona a Tomas Jofré como uno de los polos gastronómicos de mayor importancia), la importancia de los pueblos rurales, como también ya se había establecido las distintas rutas temáticas, y el surgimiento y fortalecimiento de los productos turísticos locales. Además al momento de la elaboración del plan, el complemento de la actividad turística a la matriz productiva del campo ya estaba establecida, existiendo dos programas importantes el Programa Pueblos Turísticos, llevado a cabo por la subsecretaría de Turismo de la provincia de Buenos Aires y el Programa Cambio Rural del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA).

A partir de la consulta a distintos visitantes de diferentes puntos del país, e incluso provenientes de otros países, surgió como resultado, que la promoción turística de la provincia debía orientarse aún más a un turismo alternativo, relacionado a la vida del campo, al contacto con la naturaleza. Es decir, los visitantes percibían que gran parte de la Provincia cumple con estas características, pero no estaba desarrollado este aspecto en cuanto a la promoción.

A partir de estas cuestiones desarrolladas a lo largo del plan anfitrión, se delinearon los ejes rectores para la estrategia de desarrollo turístico. Dentro de estos, destacamos principalmente:

- Impulsar el desarrollo de una oferta turística basada en la diversidad cultural y natural de la provincia.
- Equilibrar turísticamente el territorio de la provincia: acabando con la estacionalidad; el desarrollo de destinos emergentes a través de la puesta en valor de los recursos y el trabajo asociativo regional; dando impulso a las propuestas turísticas que estimulan el turismo de proximidad; y la inclusión de todas las personas a la actividad turística.
- Desarrollar productos turísticos en espacios rurales, fortaleciendo la identidad de las comunidades locales.
- Fortalecer los productos turísticos para nichos específicos del mercado.
- Promover una mejora en la infraestructura de comunicación provincial.
- Promover la calidad de la oferta turística provincial.
- Fortalecer la implementación de programas turísticos propios y de aquellos que se desenvuelven mediante la cooperación con otros organismos.

También a raíz de lo desarrollado a lo largo del plan, se nota que para la demanda la provincia de Buenos Aires es un destino principalmente de sol y playa, dada la alta demanda que recibe en los meses de verano, y la importancia de este segmento a nivel nacional. A partir de esto, los ejes anteriormente mencionados tienen una fuerte inclinación hacia la diversificación de la oferta, a combatir la estacionalidad y al surgimiento / fortalecimiento de nuevos productos en el mercado.

En este sentido, los productos turísticos a desarrollar que se mencionan en el plan, deben tener vinculación con el territorio. Dentro de aquellos mencionados, se destacan: “los campos”, que incluye los pueblos rurales, las estancias, la vida “gauchesca”, etc; la gastronomía, que permite posicionar destinos que presentan un diferencial para aprovechar en este aspecto (en el Plan se menciona Tomas Jofré como un destino que desarrolló un atractivo único); las escapadas, desde las grandes urbes, en paseos cortos. Estos mencionados tienen vinculación directa con el caso de estudio, estando representados en dicho territorio.

Como segundo punto, la estrategia de desarrollo se implementó territorialmente, a través de la conformación de polos turísticos de desarrollo. Estos polos están integrados por partidos, y su conformación está marcada por ciertos criterios, como por ejemplo recursos humanos, paisajísticos, económico - productivos, demanda y oferta actual y potencial, etc. Es decir, la conformación de polos tiene un sentido más allá de la ubicación geográfica. Además, para la articulación del Plan, se designaron representantes de la Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires, para cada uno de los polos, cuyo rol consistirá en articular con los actores locales para el seguimiento de los proyectos y acciones en el territorio.

En el caso del partido de Mercedes, la estrategia de desarrollo, lo ubica dentro del polo número 3, donde los partidos están subdivididos en destinos rurales y destinos de lagunas. Chascomús, Luján, Cañuelas, Brandsen, Lobos, y Mercedes, son los partidos más importantes del polo. Es un polo cuya actividad económica principal está ligada al desarrollo agrícola y ganadero. A su vez, se ubica a pocos kilómetros de las grandes urbes como La Plata o la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
Por último, en el desarrollo del Plan Anfitrión, se destaca la importancia de la articulación comunidad - sector privado, la cooperación pública privada, y la cooperación para competir. Por otro lado, se desarrollan los objetivos y la orientación a los municipios, buscando, estructurar una oferta turística diversificada, que responda a los productos turísticos relacionados a la cultura local, festividades, gastronomía, y constituir al turismo como una herramienta de turismo sustentable, logrando que las comunidades locales participen y aprovechen los beneficios de la actividad.

La visión 2021 acerca de este polo, lo demostraba como un polo ya posicionado, debido a su riqueza cultural y natural, representada en la ruralidad, las lagunas y los deportes acuáticos, su gastronomía y su carácter tradicionalista. Como potencialidad, se menciona la posibilidad de desarrollar productos en torno a personajes emblemáticos de la zona.
Justamente se destaca como objetivo el desarrollar productos relacionados a personajes emblemáticos, la ruralidad, la historia y la fé. En este sentido, tanto en Mercedes como en otros partidos mencionados, se destaca su carácter rural, la presencia de productos típicos y una gran historia de tradición, hoy en día representada en la gastronomía, las fiestas populares y los sitios representativos de cada destino.

Por otro lado, en diciembre del año 2021, desde la gestión de la Subsecretaría de Turismo de la provincia de Buenos Aires, se presentó el nuevo Plan Provincial de Turismo Rural y Periurbano. El mismo comenzó a desarrollarse en diciembre del 2020, en medio de la pandemia de Covid-19. Justamente el surgimiento del plan fue en estos tiempos, ya que según se explica en el mismo, resultó en una gran oportunidad para revisar el pasado, interpretar el presente y diseñar el futuro. El diagnóstico del plan fue presentado por Augusto Costa (Ministro de Producción, Ciencia e Innovación Tecnológica de la provincia) en junio de 2021.

El plan tiene por objetivo diseñar una visión y lineamientos estratégicos con el fin de lograr un desarrollo turístico sustentable del territorio bonaerense priorizando la inclusión, la solidaridad, y el cuidado del medio ambiente, apelando a la colaboración entre los actores locales y su modo de relacionarse.

El plan otorga un gran valor al ordenamiento territorial, definiéndolo cómo "*un proceso mediante el cual se orienta la ocupación y utilización del territorio y se dispone cómo mejorar la ubicación en el espacio geográfico de los asentamientos y las actividades socioeconómicas*" (p 21). Además se agrega, que mediante la planeación y ordenamiento territorial se busca que el proceso de desarrollo esté basado en los principios de participación, competitividad, equidad y sostenibilidad.

En cuanto a la provincia, se menciona que no existen planes oficiales de ordenamiento territorial. Dado que el turismo rural depende de las normativas de uso y de los planes de ordenamiento territorial, si estos no se realizan en el corto plazo, los destinos tendrán una curva descendente de demanda y de deterioro.

En cuanto a los polos de desarrollo, tal como en el plan anfitrión, el partido de Mercedes fue agrupado junto a otros partidos de características similares como Navarro, Chascomús, General Belgrano, Lezama, Las Flores, entre otros. En líneas generales, algunos destinos tienen un desarrollo de gestión estatal, mientras que otros no cuentan con oferta turística, gestión de gobierno, ni patrimonio reconocido. Tampoco se han identificado lazos colaborativos entre prestadores de servicios, y una de las conclusiones más importantes es la necesidad de un estado presente que proponga y ejecute acciones concretas.

A su vez, cómo caracterización del polo, y representado en Tomas Jofré, la gran mayoría de los establecimientos y atractivos son de gestión privada, y de tamaño pequeño.
En cuanto a la participación local, en el plan se menciona la importancia de ésta, siendo que "*el turismo como actividad multidimensional admite y requiere la concurrencia de diversos sectores, la participación de organizaciones públicas y privadas para proporcionar los bienes y servicios necesarios*"(p 43).

En este sentido, a lo largo del plan se mencionan una serie de problemáticas, entre las cuales se menciona a Tomás Jofré como ejemplo. Dicha problemática, se relaciona con el empleo, dado que según lo descrito, el mayor porcentaje del empleo es tomado por personas ajenas a la localidad, e incluso la migración laboral es alta, siendo elevado el porcentaje de familias que llegan para radicarse allí.

De esta forma, es destacable el programa de Red de Turismo del centro y sur de la Provincia de Buenos Aires, que congrega a pequeños productores agropecuarios y prestadores de servicios, que ofrecen propuestas de turismo atendida por los propios dueños. Tal como se menciona, este tipo de propuestas ayuda a “tejer” una red de emprendedores, difundiendo las propuestas de turismo rural. Si bien esta Red se desarrolló en localidades como Tandil, Olavarría, entre otros, el objetivo al que apunta puede aplicarse también en Tomas Jofré, dadas las características.
A su vez, se menciona como particularidad del turismo rural el integrar y asociar a productores agropecuarios, priorizar principios y valores basados en trabajo solidario y los saberes tradicionales de cada comunidad. De esta forma, se menciona que "los diseños de experiencia implican un proceso multifuncional, dónde se conjugan y articulan diferentes actores."

Sobre la construcción de la oferta el plan menciona que es parte de un trabajo colectivo de construcción de identidad. Sin embargo, en el plan también se menciona que predomina la asociación informal entre los emprendimientos, a excepción de pocas cooperativas formadas entre productores con la finalidad de comercializar productos.

En este sentido, se menciona la importancia del empleo rural no agrícola como una forma de superar problemáticas cómo la pobreza y el hambre, y mejorar la calidad de vida y empleo de las poblaciones rurales. Uno de los puntos importantes, es que el turismo no debe ser la actividad que suplante o deje de lado otras actividades sino que debe ser una actividad económica como el resto. Tal como se expresa en el Plan, “el turismo, como actividad multidimensional, admite y requiere la concurrencia de diversos sectores productivos, así como la participación de organizaciones públicas y privadas para proporcionar los bienes y los servicios necesarios para poner en funcionamiento y sostener los destinos turísticos diagramados”. Es por este motivo que el diseño de las experiencias de turismo rural implica un proceso donde se articulan diversos actores.

Respecto al “Plan de Turismo Rural y Periurbano”, diseñado por la Subsecretaría de Turismo de la provincia, Silvina Liwski sostiene desde su labor que no fue implementado. Ella explica que hoy en día la prioridad está puesta en turismo naturaleza, enoturismo, viajes de egresados y termas, como productos principales. Además agrega y explica que a veces las gestiones tienen otras prioridades. Es distinto respecto a otras provincias, y no se toma al turismo como una actividad económica importante y trascendental en el desarrollo local.

En este sentido, también desde la Dirección de Turismo, explican que no tuvieron conocimiento sobre dicho Plan, con lo cual se puede entender que lo explicado por Liwski, tiene cierto apego a la realidad.

A su vez, sobre el Plan explica que quizá estuvo muy orientado a lo académico, se cerró como documento, pero como plan en si no hay ninguna acción determinada que se deba estrictamente o esté relacionada de forma directa al desarrollo del plan, al menos en Producto Turístico.

Respecto al Plan Anfitrión, Liwski entiende que no hay una vigencia que se lleve a cabo en las políticas turísticas. A su vez menciona que “*hay algo más complejo, que es el desarrollo de una planificación turística a nivel provincial, que no sé si existe. El instrumento que utilices, puede variar, pero en mi opinión es algo más global.*”

A medida que se fueron desarrollando los distintos planes, notamos una mayor importancia respecto a la participación local en la parte teórica de los mismos. Incluso en el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2020, le otorga un valor estratégico a las instancias regionales de desarrollo, dónde cada región debe planificar de manera colaborativa y participativa, a partir de sus particularidades sociales, ambientales económicas e institucionales.

Por otro lado, como explica Millan Vazquez de La Torre (2011) citada por Gaglia (2021), son muchos los intentos por desarrollar el turismo rural mediante la utilización de otros productos, tal como puede ser la gastronomía, “siendo las rutas gastronómicas itinerarios donde convergen en torno a un producto alimenticio distintos agentes y factores que hacen que se desarrolle una economía adicional capaz de generar rentas complementarias a los habitantes de la zona rural, cuya principal renta es la obtenida por la producción proceso o elaboración de productos agrícolas” (Gaglia, 2021).

Así, comienzan a desarrollarse distintos programas con el objetivo de desarrollar la actividad turística en espacios rurales, y generar rentas complementarias a las actividades “usuales” que se realizan en espacios de dichas características.

Entre ellos cabe destacar programas desarrollados tanto por la Provincia de Buenos Aires, como por Nación, como por ejemplo el Programa de Turismo Rural (2003), cuyo principal objetivo era desarrollar rutas alimentarias y municipios rurales, y sus principales impulsores eran la Secretaria de Turismo de la Nación y Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación (SAGPyA). Este programa fue un gran impulsor del Turismo Rural, influyendo en territorios como el de Tomas Jofré, entre otros sitios rurales. Actualmente no se encuentra vigente.

También, el programa Pueblos Turísticos de la Provincia de Buenos Aires, desarrollado por la Secretaría de Turismo de la Provincia con el Banco de la Provincia y el Centro de Investigaciones Territoriales y Ambientales (CITAB) (Schluter y Navarro, 2010). En dicho programa se encuentran inscriptos 33 pequeñas localidades de la Provincia de Buenos Aires, con el fin de contrarrestar la crisis económica y social que padecían las localidades. Jofré no forma parte del programa.

3.2. Tomás Jofré y las políticas turísticas del municipio de Mercedes

Resulta importante mencionar el análisis realizado por Benseny, (2006) donde explica que la gestión del turismo en ámbitos municipales adquiere distintos niveles jerárquicos y es muy heterogénea su inclusión en los distintos gobiernos municipales de la Provincia de Buenos Aires. Tal como explica la autora, cada partido tiene su propia estructura, donde la jerarquía que adquiere la actividad, o el área de gestión donde se inserta, denota la importancia que toma el turismo para aquellos encargados de tomar decisiones políticas.

Las más usuales departamentalizaciones que adquiere el turismo en la estructura organizacional de un municipio de la Provincia de Buenos Aires, suele ser Dirección, secretaría, subsecretaría y Ente. Es decir, no hay un criterio único, aceptable y vigente para definir el diseño organizacional de las áreas de gestión ligadas al turismo, en las estructuras oficiales de los Partidos. Por esto, tal como se mencionó anteriormente, pueden existir distintos niveles jerárquicos, e incluso dependencias de otras áreas de gestión como Deportes, Cultura, Producción, Educación, entre otros. (Benseny 2006)

La administración encargada de la gestión turística se encarga de gestionar y coordinar los distintos recursos para que tanto los inversores, y los visitantes puedan acercarse al producto turístico. Es también responsable de intermediar entre los diversos actores, procurando mantener diálogo con la comunidad local, cómo también coordinar y articularse con otros agentes externos. Tiene dentro de sus capacidades reconocer las potencialidades turísticas como también planificar de manera estratégica, e incluso llevar a cabo instancias de negociación con otras instituciones de gobierno. Dentro de sus funciones hay que remarcar el impulso y promoción de eventos, fiestas, como también de dar a conocer el destino.

El desarrollo turístico de Tomas Jofré está a cargo de la dirección de Turismo de Mercedes. Esta Dirección, depende directamente de la secretaría de Gobierno de Mercedes. La dirección del área, se encuentra a cargo de Francisco Dinova. Bajo el lema “Descubrí Mercedes” el ente municipal se encarga de la promoción y gestión de la actividad turística en todo el partido de Mercedes, siendo parte importante Tomas Jofré.

El Plan de Gestión (s/f), desarrollado hace algunos años y encabezado por el partido del actual intendente, Juan Ustarroz, enumera una serie de propuestas entre las cuales se destaca una gestión ambiental, junto con una política de gestión de residuos, la multiplicación de espacios verdes, y el desarrollo del sector productivo, haciendo énfasis en el sector industrial, agropecuario y turístico. Se entiende para el presente trabajo que dicho Plan, no tuvo un Plan sucesor con lo cual sigue siendo el eje de las propuestas pensadas por el gobierno local.

En el mencionado Plan de Gestión, se plantea como un eje fundamental de la gestión fomentar la participación de la comunidad en el diseño y en la implementación de políticas públicas, a través de recursos y asistencia para las organizaciones de vecinos que tengan como fin fomentar actividades y proyectos culturales. También se menciona la creación de una comisión donde los vecinos podrán participar, decidir, presentar inquietudes, y colaborar con eventos y festivales.

En materia de política turística específicamente, se presentan algunas propuestas, con el objetivo de ampliar la oferta, la calidad, y vincular los beneficios y ganancias del sector con otros sectores complementarios.

Dentro de las propuestas se encuentra:

- Conformación de un consejo consultivo turístico a través de la iniciativa público-privada: Las acciones para dicha propuesta son desarrollar un plan de desarrollo turístico, definir una estrategia de comunicación, la creación de una marca turística, entre otras.
- Fortalecimiento de la organización de las Fiestas Populares.
- Complemento de la actividad turística con otras actividades productivas y comerciales: la cual es una política asociada a Tomas Jofré, dada la oportunidad que brinda el turismo a otros sectores de aprovechar la potencial demanda.
- Generación de una oferta de servicios turísticos más diversificada: Relacionada a la anterior propuesta. Aquí se proponen como acciones, desarrollar el turismo rural, ampliar cronograma de propuestas culturales, entre otros.
- El desarrollo del Tren Turístico “La Trochita”: Este desarrollo constaba de varias instancias, entre las cuales estaban la puesta en valor de distintos puntos por los que pasaba el tren (la estación de Jofré uno de ellos). Esta propuesta permite unir la cabecera del Partido con el Polo.

En este sentido, más allá de las propuestas, debemos también mencionar aquellas acciones que a través de las distintas fuentes utilizadas en la investigación del presente trabajo, se han logrado recolectar.

Según Gaglia (2022) la municipalidad contribuye mediante la creación de ordenanzas o la modificación de las mismas. Además, la autora menciona la presencia del municipio mediante la dirección de turismo, en fines de semana o feriados. Por otra parte, Boragno (Director de Turismo antecesor) entrevistado por Belgrano (2022), explica “La participación del gobierno municipal en la planificación es importante y significativa, brindando herramientas en materia de obras y servicios públicos que faciliten el pleno desarrollo del pueblo.”

Otro de los aspectos donde se marca una gran presencia del municipio, es en la promoción del destino. Se observa en los sitios oficiales, un constante impulso a los distintos eventos que se realizan en el partido de Mercedes. Así, podemos destacar el sitio web de Mercedes, el sitio web exclusivo de Turismo de Mercedes, y las distintas redes sociales, junto con una aplicación móvil del destino.

Tomas Jofré junto a la parte urbana de Mercedes, son los dos puntos más promocionados y destacados por la municipalidad. Es promocionado no solo como un polo gastronómico, sino como un destino de contacto con la naturaleza y el campo.

Desde el sector público se promueve dentro de la localidad, como puntos turísticos, la plaza principal y su paseo de compras, la estación del ferrocarril, y la capilla Nuestra Señora de Luján, ubicada frente a la plaza principal. De esta forma, el sector privado en colaboración con el sector público, ha ido diversificando las opciones para completar la jornada luego del almuerzo. A su vez, en menor medida, podemos percibir la promoción de otros puntos no comerciales de la localidad, como la capilla, la estación o la plaza.

En este sentido, la promoción se encuentra muy ligada a los emprendimientos privados, siendo notorio el impulso a estos por parte del municipio. Podemos destacar en el sitio web, la difusión de los restaurantes, comercios y alojamientos que componen la oferta turística de la localidad, junto con sus números de contactos como los sitios web. Lo mismo ocurre con la folletería física entregada a los visitantes en destino, la misma promociona cada uno de los sitios donde se puede almorzar, cómo también el alojamiento tanto de campo como de ciudad (ubicados en Mercedes). También se entrega un mapa de la ciudad de Mercedes, que debajo en un tamaño más reducido contiene un mapa de Tomás Jofré, demostrando que dentro del partido, es parte de los atractivos más importantes.

Además desde la Dirección de Turismo indicaron que además de la promoción en sitios web, redes sociales, otros, se realiza presencias en eventos de gran envergadura como la Feria Internacional de Turismo y Feria de Caminos y Sabores.

Así, podemos percibir una cooperación estatal con los actores privados con el fin de impulsar el crecimiento, cómo también brindarle mayor información al visitante acerca de las opciones que ofrece la localidad. Además, esta promoción por parte de la dirección municipal termina dando confianza y credibilidad, ante la posibilidad de que ocurran estafas o engaños. Es decir esta difusión actúa también como un portal de registros de oferentes.

Imagen número 7: Folleto digital de promoción turística de Mercedes. Fuente: Sitio web, turismo.mercedes.gob.ar

En cuanto a la infraestructura, según los residentes entrevistados, fue a partir de estos últimos años que se notó mayor presencia del Estado. En este sentido Gaglia (2022) explica que las necesidades relacionadas a Ambiente, Infraestructura, Mantenimiento y Orden Urbano, Transporte, Seguridad, y otros se canalizan a través de la Dirección de Turismo, que es el ente presente en la localidad.

En este sentido, desde la Dirección de Turismo explican que dentro de las acciones de apoyo general a Jofré, se encuentra todo lo relacionado a infraestructura: arreglo de caminos, puesta en valor de la plaza principal, alumbrado, cartelería, etc.

También, tal como explicaban los distintos comerciantes entrevistados, se han mejorado caminos, se ha trabajado sobre mantenimiento y limpieza, se ha realizado obras como por ejemplo en la zona de la vieja estación, baños públicos alrededor de las manzanas principales, y constantemente se impulsan nuevas acciones en este aspecto.

Por otro lado, dada la presencia de productores rurales como comerciantes de sus productos en Tomas Jofré, se debe mencionar a la Dirección de Producción que brinda una herramienta muy importante para el desarrollo de la actividad. Esta herramienta está asociada a un sistema de garantías participativas. A partir de la reunión entre distintos

actores ligados a la producción, se define y establece si un producto cumple con los requisitos para ser considerado agroecológico. Es decir, es un sello de calidad, que permite regular, controlar y certificar a los productos.

Sin embargo, la presencia de estos productores en Tomas Jofré, no se encuentra desarrollada en profundidad. Durante las entrevistas realizadas, Barbara, productora de la región, explica que aprovechan la llegada de visitantes para comercializar algún “sobrante” de producción. Carrasco, por su parte, explica que los neo productores, no están logrando captar este flujo de visitantes, justamente por la falta de articulación y gestión institucional.

3.1.1.Los procesos de participación en la gestión territorial de Tomas Jofré.

Si bien no se trata de un Plan Estratégico de Turismo oficial, y desde la dirección de Turismo no se mencionó que sea eje de políticas, INNOVAES (Innovación en Asuntos Estratégicos), en el año 2015 lanzó una evaluación estratégica con el fin de mejorar ciertas políticas en materia productiva, contemplando a la actividad turística del partido de Mercedes.

A grandes rasgos, en la primera etapa del mismo se realiza una comparación con otros municipios de similares características. Es importante en este aspecto resaltar que el Plan Estrategico toma como característica central la ubicación estratégica de Mercedes respecto a las grandes ciudades de la región metropolitana de Buenos Aires.

La segunda instancia del Plan contempla una serie de políticas a implementar, mencionando la importancia del turismo rural, de la gastronomía, y del boca en boca en Tomas Jofré. A su vez desarrolla una comparación con Carlos Keen, perteneciente al partido de Luján. Allí se menciona que Carlos Keen ha logrado diversificar su oferta, se ha profesionalizado a los empresarios y se ha desarrollado en conjunto con ellos un plan de desarrollo. Es decir que el Plan propone diversificar la oferta, evitar la dependencia a una estación del año, y coordinar una planificación para lograr mayor alcance.

En relación a esto, desde la dirección de Turismo de Mercedes, explicaron durante la entrevista realizada, que dada su buena accesibilidad al pueblo desde el conurbano y CABA, Tomas Jofré se ha convertido en los últimos 20 años como uno de los principales polos gastronómicos de la provincia de Buenos Aires, siendo elegido como lugar para pasar un día de campo con almuerzo criollo y al aire libre, con lo cual lo consideran un destino consolidado.

A partir de la entrevista realizada al equipo que actualmente forma la Dirección de Turismo de Mercedes, se noto que no existe un Plan Estratégico de Turismo. Más allá de que actualmente no exista un Plan, la Dirección de Turismo explica que si consideran importante realizar procesos de planificación realizando un relevamiento exhaustivo y profesional, un diagnóstico y una planificación, sobre todo interpretando los nuevos paradigmas y fenómenos ; atendiendo a variables sociales, políticas, económicas y culturales.

En este sentido, si se llevan a cabo acciones y políticas de organización, ordenamiento, mejoramiento, jerarquización en infraestructura y promoción, pero que no corresponden a un Plan de desarrollo Turístico (Información obtenida a partir de la entrevista realizada, 2023).

El diseño de acciones y políticas de la dirección de turismo en Mercedes, como se mencionó anteriormente, se basa principalmente en acciones de mantenimiento y promoción turística. Dichas acciones, no están definidas por ningún documento de Planificación Turística, así sea documentos oficiales, hojas de ruta, Plan de Gestión, etc. sino que a partir del contacto con los distintos actores privados, y los datos que estos brindan (principalmente se menciona a restaurantes y alojamientos), desde la municipalidad se realizan campañas de publicidad y actividades para atraer turistas en temporadas bajas.

Es decir que para llevar a cabo acciones o políticas, de alguna forma se trabaja mancomunadamente con los actores privados, entendiendo aquellas necesidades en materia turística y de infraestructura que precisa la localidad.

En relación a esta temática, el municipio a través de la Dirección de Turismo realizó en algunas oportunidades, jornadas en conjunto con los feriantes para el mantenimiento de la feria ubicada en la plaza principal. Además, con el aporte del “canon” para poder trabajar en los puestos, se realizan trabajos de limpieza y mantenimiento general de la plaza.

Por otra parte, en los días de mayor demanda, se realizan controles tanto para que se mantenga la tranquilidad en el pueblo. Según Gaglia, fue a partir de la pandemia de Covid, que se fortaleció el vínculo con los diferentes actores, para hacer de Tomas Jofré un destino seguro.

Otro punto destacado por los comerciantes, es que se lleva a cabo un control sobre el lugar de residencia de los puesteros/feriantes, dando prioridad a los residentes del partido de Mercedes. A su vez, tanto a los comerciantes como a los empleados de los establecimientos gastronómicos se los capacita de forma permanente, incentivándolos incluso a que desarrollen sistemas de reservas web, páginas web y perfiles en redes sociales (Gaglia, 2020).

A partir de esto, se ha podido notar que la Dirección de Turismo de la Municipalidad de Mercedes trabaja mancomunadamente con los distintos actores locales de la actividad turística de Tomas Jofré. De todas formas, al ser consultados sobre qué acciones realizan para impulsar la participación local, se mencionó nuevamente acciones ligadas a la promoción: el pueblo promoción en redes sociales, medios nacionales, Feria Internacional de Turismo y Feria de Caminos y Sabores.

En este sentido, Carrasco durante la entrevista realizada considera que para incentivar la participación local desde las gestiones municipales, se debe contemplar los siguientes componentes: apoyo financiero, si no lo tengo lo busco; vías de comercialización de esos productos (la importancia de armar el producto turístico, es un gran problema de algunos oferentes privados, no tienen definidos sus productos); y a partir de esto la promoción, luego de definir el producto. A su vez, paralelamente incentivar la asociatividad entre los distintos actores, ya que esto facilita el hecho de armar un producto de tipo territorial.

En el plano provincial, el trabajo se ha consultado con algunas de las direcciones Provinciales que conforman la Dirección Provincial de Innovación Estratégica en Turismo, su metodología de gestión.

Por su parte, Gabriel Comparato, explica que el trabajo de la Dirección de Normalización y Calidad Turística el proceso consiste en identificar necesidades y demandas de formación tenían los territorios y en base a eso se empezó un proceso de planificación que atienda esas demandas. Para llevar a cabo estos procesos, es importante realizar una lectura territorial, o contemplar la lectura que los propios actores locales realicen, es decir el proceso es de abajo hacia arriba, y no de arriba hacia abajo.

Esta metodología de trabajo de abajo hacia arriba es llevada a cabo mediante canales diversos, por ejemplo el CoProTur, un espacio donde surgen temáticas, debates,

encuentros, y en este espacio los pueblos turísticos van charlando, planteando políticas prioritarias y demandas concretas. En base a esto se va armando un documento que sirve para todas las direcciones provinciales. También distintas fuentes de información desarrolladas por la Dirección, como encuestas o formularios a todos los municipios, a los cuales se les plantea por ejemplo donde creen que precisan formación, etc. Otra de las metodologías mencionadas por Comparato, es mediante la asistencia técnica, donde en una primera etapa se trabaja principalmente con los organismos estatales locales, quienes deben liderar esta asistencia para poder involucrar a los oferentes. Luego, existen otras formas, por ejemplo eventos, u otros espacios de encuentros informales o formales de contacto con los municipios para conocer sus demandas.

Siempre el contacto o diálogo es con los municipios, ya que son conocedores del territorio. Por ejemplo, tal como explica Comparato, actualmente la Dirección está llevando a cabo el desarrollo de directrices de sostenibilidad en tres destinos: La costa, Tornquist, y Alsina. Es un programa destinado a la gestión pública y privada. En base a las demandas que se van recolectando, mediante encuestas, encuentros, a través del COPROTUR, es decir en base a varias herramientas se define una hoja de ruta, y se lleva adelante una planificación en conjunto con los municipios.

En relación a cómo se vinculan los actores provinciales y municipales, Comparato explica que se trabaja junto a los municipios para tratar de incentivar la participación de los oferentes de servicios locales en programas referidos a Calidad y Formación. Tal como se explica, siempre el diálogo es con los municipios, ya que son conocedores del territorio y son ellos los que hacen la convocatoria. Además, el entrevistado explica que aquellos oferentes interesados, pasan por un proceso que puede durar entre 4 y 6 meses, donde al inicio del proceso, se lleva adelante una capacitación, pero a medida que se avanza en el proceso hay ciertas exigencias técnicas que cumplir, para que en base a los estándares que se establecen, vayan mejorando sus prácticas, sus formas de trabajar, en base a sus objetivos, al público que trabajan, teniendo en cuenta cuestiones como cuidado ambiental.

En este sentido, Comparato menciona una serie de problemáticas que pueden darse para que finalmente los prestadores no logren distinguir en el marco del programa. Por ejemplo en los casos que se aplican directrices de accesibilidad, puede suceder que las organizaciones no pueden solucionar estos temas dado que puede requerir obras edilicias, y esas barreras que estaban al inicio del proceso, se mantengan. También a veces el tiempo genera que le den prioridad a otras cuestiones, como también los aspectos económicos.

Respecto a estas problemáticas Comparato explica que siempre el objetivo es adaptarse, en la planificación del inicio se busca contemplar todas las aristas. Obviamente siempre hay excepciones que hacen que no todos los prestadores cumplan el objetivo.

En relación a esto, ante la consulta de si la Dirección y Calidad está llevando a cabo alguna acción relacionada a la formación y capacitación con el Partido de Mercedes, Comparato explica que en Agosto del 2023 se llevaría a cabo una acción de formación, relacionada a Informantes Turísticos. Es decir en este caso, se trabaja con los comunicadores del sitio, y se trata de mejorar los procesos de planificación y ejecución de las comunicaciones que se realizan.

Por otro lado, los programas de Calidad no se implementan en este momento en Mercedes, pero si hay varios que podrían aplicarse a Tomas Jofré. Por ejemplo, las directrices de sostenibilidad podrían ser una herramienta útil ante las tendencias que están sucediendo en estos territorios como lo es por ejemplo la diferencia en el flujo turístico del día de semana, respecto al día de fin de semana. También directrices de competitividad, el sello cocinar, entre otras herramientas.

Por su parte, también se consultó con Silvina Liwski, acerca de su mirada sobre el trabajo de la gestión en territorios rurales, y gastronómicos. Liwski explicó que el plan de acción del trabajo en territorio actualmente no está muy desarrollado. Existen otras prioridades.

En este sentido, Carrasco explica que es imprescindible la gestión territorial a la hora de vincular dos modalidades de turismo como lo son el turismo gastronómico y el turismo rural. Los productores pueden convertirse en proveedores de establecimientos gastronómicos, por ejemplo, pero es importante que en cualquier caso haya gestión estatal (de municipio o provincia) como regulador. Esto debido a que hay distintas problemáticas que pueden suceder dado que se trata de pequeños productores o pequeños comerciantes, y la regulación estatal puede generar mayor confianza y capacidad de resolución de estas problemáticas.

A su vez Liwski, explica respecto a cómo incentivar la participación, que habría que analizar a qué actores les interesa participar, como está formado, cuál es su grado de conocimiento, entre otras variables

En líneas generales, existe una potencialidad en vincular el turismo rural y el turismo gastronómico, tal como sucedió en Tomas Jofré. Para lograr esta potencialidad, y evitar diferentes problemáticas, es imprescindible la gestión territorial, en aspectos como capacitación, formación, financiamiento, promoción, como también en lograr la asociatividad entre los distintos sectores, dado que son dos modalidades que combinan productos distintos, con conocimientos técnicos específicos.

Además de la gestión municipal y provincial ya mencionada, Carrasco menciona otros dos actores que pueden brindar herramientas interesantes en el plano de la gestión territorial: Las universidades y el INTA.

Por el lado de las universidades, se puede considerar un aporte al desarrollo local y productivo de distintas regiones, a partir del desarrollo de capacitación y formación, lanzando tecnicaturas, licenciaturas, como también trabajando en conjunto y brindando herramientas a emprendedores. Así, Carrasco menciona el caso de la Universidad de Hurlingham, que trabaja aspectos rurales (incluyendo el turismo)en conjunto con productores de la zona de Moreno.

Sobre el INTA, la entrevistada menciona que además de brindar herramientas técnicas a los productores y promover la asociación entre ellos, existe la posibilidad de desarrollar rutas vinculadas a un tipo de producción determinada. Así pone de ejemplo el caso de la miel del Delta, donde se trabajó con emprendedores, fortaleciéndose con capacitación, financiamiento, subsidios, con el fin de añadir valor a la producción de todo el derivado del trabajo en la colmena.

Conclusiones

Tal como se abordó en el marco teórico del presente trabajo, la actividad turística es una actividad económica, social y cultural influenciada por la participación humana, la cual se encuentra mediada por estructuras e intereses que se integran en el sistema mundo, así como por las motivaciones y necesidades de las personas, grupos y sectores. A su vez, genera una serie de implicancias tanto para el turista como para la comunidad que lo recibe.

El turismo rural, es justamente uno de los espacios que encontró en el turismo la posibilidad de enfrentar las distintas crisis por las que pasó el espacio rural. Tal como se desarrolló en el marco teórico, el turismo rural es todas las actividades y servicios que se desarrollan en el espacio rural, con el fin de atraer a turistas y que estos conozcan nuevas costumbres. Además el hecho de generar interés en personas ajenas al espacio rural, principalmente provenientes de los grandes aglomerados urbanos, ya que encuentran en lo rural, una ruptura de la rutina.

Como se mencionó anteriormente, muchos pueblos y parajes rurales de la provincia de Buenos Aires aprovecharon el crecimiento de la actividad turística para hacer frente a las problemáticas que trajo consigo la crisis del modelo agroexportador y el desmantelamiento de las líneas de ferrocarril. Así el ámbito rural comenzó a tener una doble funcionalidad, por un lado la utilización del suelo desde la perspectiva productiva, y por otro lado como un espacio de consumo para el turista. Esta irrupción de la actividad turística en el espacio rural, genera la llegada de nuevos actores a este, como lo son los turistas, pero también nuevos actores locales. Tal como se desarrolló de acuerdo a lo expuesto por Arocena (2002), hay tres tipos de actores locales: aquellos ligados a la gestión política - institucional, los profesionales, y la población local. Cada uno de estos se encuentra influenciado por sus propios intereses y motivaciones.

En un contexto de crisis, debido al cierre del ferrocarril, la iniciativa privada generó en Tomas Jofré una apuesta por el rubro gastronómico a través de la actividad turística. A partir de esta iniciativa, en un contexto de crecimiento de nuevas modalidades de turismo, junto con el boca en boca, sumado a la cercanía al área metropolitana de Buenos Aires, la localidad se posicionó como un polo gastronómico. Al momento de redactar estas líneas, el turismo representa un gran aporte para la economía del partido de Mercedes, dinamizando una cadena de valor que impacta en todo el Partido. A raíz de este crecimiento, la oferta turística está compuesta no solo por empresarios y comerciantes que residen en Tomás Jofré, sino también por personas que se acercan desde otros puntos del Partido de Mercedes, como la ciudad cabecera, Altamira, Gowland, entre otros.

A su vez, este crecimiento turístico de la gastronomía en la localidad fue generando una complementariedad progresiva de la oferta turística. De esta forma, hoy en día no solo existe la posibilidad de almorzar en un establecimiento gastronómico, sino que también se generó una feria en la plaza principal, junto con la aparición de nuevos comercios, y el crecimiento de algunas pocas opciones para pernoctar. A partir de la investigación realizada, se ha notado que estos oferentes están bajo la coordinación de la Dirección de Turismo de Mercedes. Además, la coordinación de unos pocos productores es llevada a cabo por la Dirección de Producción.

Hoy en día Tomás Jofré es un destino de turismo gastronómico, que combina la posibilidad de almorzar gastronomía típica de sitios rurales, sino que también ha encontrado la posibilidad de comercializar productos identitarios locales relacionados a la gastronomía, como el salame quintero, o la galleta de campo, junto con otros productos regionales como embutidos, dulces, etc. Es decir que la localidad ha encontrado en sus productos culinarios un producto que complementa a sus características rurales, permitiendo a los visitantes disfrutar de una jornada (o un fin de semana), combinando tranquilidad, naturaleza, y

gastronomía. En este sentido, se debe mencionar que hoy en día existe una lógica en la experiencia integral que ofrece la localidad. Tal como explicó Liwski en la entrevista desarrollada, hace algunos años, con el fin de aprovechar el auge de la localidad, la oferta complementaria que existía, poco tenía que ver con productos gastronómicos, o con productos identitarios. En la actualidad, existe una lógica, impulsada principalmente desde la Dirección de Turismo que trata de que los productos sean identitarios locales o relacionados al producto gastronómico de la localidad.

El hecho de que su crecimiento haya sido vertiginoso, y que este no se explique por la participación en programas gubernamentales como, por ejemplo, “Pueblos Turísticos” de la Subsecretaría de Turismo de la provincia de Buenos Aires, genera que se hayan saltado etapas de relevamiento, de desarrollo, que podrían haberle permitido un desarrollo en otro sentido, integrando otras prácticas y dinámicas. El hecho de estar fuera de este programa (o de otros de similares características), hace que se pierdan oportunidades de capacitación, de promoción e integración.

Por otro lado, uno de los objetivos del presente trabajo era identificar a los actores intervinientes en la oferta turística de Jofré, junto con sus relaciones y vinculaciones. De esta forma se ha podido comprobar a cuatro grupos de actores oferentes de servicios bien diferenciados. Por un lado, los establecimientos gastronómicos, cuyos principales representantes en toma de decisiones son los propietarios (empresarios), y en segundo término, los empleados. Sobre estos últimos se pudo identificar una gran presencia de otras localidades, principalmente de la Ciudad de Mercedes.

Por otro lado, los feriantes de la Plaza Central, que han ido incrementando su presencia y su importancia a nivel local. En este sentido, en temporada alta se registra una gran presencia, generandose listas de espera entre los productores y feriantes, para comercializar sus productos. Mientras que en temporada baja, la presencia de feriantes en la Plaza disminuye considerablemente.

En un tercer grupo, los comerciantes establecidos durante toda la semana, que a su vez son residentes de Tomas Jofré. Por último, el cuarto grupo identificado, un grupo pequeño de productores, distribuidos en diferentes puntos de la localidad, cuya particularidad respecto a los feriantes, es que dependen de la Dirección de Producción, mientras que los primeros de la Dirección de Turismo de Mercedes.

Otro de los puntos que se ha podido notar, es que existe una coordinación entre los oferentes turísticos. Aquellos establecimientos gastronómicos que ofrecen la opción de merienda, permiten a sus visitantes que puedan salir del establecimiento sin perder su lugar, para que puedan recorrer los distintos comercios. De esta forma se permite a los comerciantes y feriantes aprovechar la demanda turística en su totalidad.

En este sentido, no existe una organización en común que contemple a los diferentes actores de Tomas Jofré, y grupo por grupo, tampoco se encuentran representados. Se ha podido comprobar que hubo lazos de vinculación durante la pandemia de Covid 19, donde la actividad turística se vio notablemente afectada.

Más allá de este caso puntual, no existe una asociatividad en ningún sector. A la hora de tratar problemáticas en común la Dirección de Turismo invita a cada actor interesado en concurrir. Esto puede generar alguna problemática, dado que el poco interés de algunos actores puede provocar recelo en otros. A su vez, aquellos actores que no residen en la localidad, al no encontrar ninguna organización conjunta, pueden estar más alejados del día a día de la localidad.

Otro posible foco de conflicto, es justamente la gran concurrencia durante los días de temporada alta (dia del padre, dia de la madre, domingo de pascuas, etc) de feriantes y productores, que buscan aprovechar la gran concurrencia de visitantes. Esto resulta interesante como temática a trabajar a futuro, dado que puede generar recelos entre los

actores, debido a que se puede entender como “competencia desleal”. Lo mismo ocurre internamente entre los feriantes, o los productores. Este posible conflicto, resulta interesante como un punto donde se puede mejorar la gestión de la Dirección de Turismo de Mercedes, aportando mayor regulación en este sentido. Sobre esto, se ha comprobado que tanto a los feriantes como productores, el municipio establece prioridad para los residentes del Partido de Mercedes, sin embargo se plantea esta problemática de manera interna dentro del Partido. Es decir, el residente y oferente permanente de Jofré, encuentra en un ajeno a la localidad, una competencia durante el fin de semana.

Como aspecto general, se puede mencionar que existe una gran presencia de oferentes turísticos, provenientes de la Ciudad de Mercedes.

Estos actores locales identificados tienen un vínculo directo con la Dirección de Turismo de la Municipalidad de Mercedes, con la excepción de algunos pocos productores, que dependen directamente de la Dirección de Producción de Mercedes. El municipio mediante estos dos organismos mencionados, organiza capacitaciones, regula la feria de la Plaza Central, y brinda mobiliario para los productores.

Sin embargo, se entiende a partir de la investigación realizada, que los aspectos que mayor presencia de la Dirección de Turismo existe, es en aquello relacionado con infraestructura y mantenimiento, ya que es el organismo a cargo de estos aspectos. El otro aspecto donde mayor influencia tiene la Dirección, es en lo vinculado a la promoción del destino, y de los distintos emprendimientos privados de la localidad. En este sentido, existe una cooperación público privada, ya que se ha podido identificar que la promoción del destino está ligada a promocionar los establecimientos gastronómicos, alojamientos, y la feria de productores.

Además, los actores privados aportan datos a la Dirección de Turismo, la cual a partir de esos datos busca impulsar estrategias ligadas a la promoción, como también impulsar actividades que permitan atraer mayor cantidad de visitantes en épocas de temporada baja. En este sentido, en aspectos de marketing, se ha lanzado una marca turística del destino. La promoción está ligada a la vida de campo y a la gastronomía típica argentina.

En cuanto a la generación de nuevos emprendimientos que complementen la oferta gastronómica, se puede mencionar la administración de la Feria local, donde muchos locales encuentran la posibilidad de comercializar sus productos. En este sentido, en general se distingue una lógica de los productos que se comercializan, ligados a la cultura rural o a la gastronomía. Otro aspecto donde se puede notar un impulso al complemento de la oferta, es en la organización de actividades, espectáculos, fiestas, etc.

A su vez, se ha podido identificar que no existe una planificación detallada a la hora de impulsar políticas turísticas. A partir de la entrevista realizada, no existe un documento oficial en el cual se base la gestión turística de la localidad. Se entiende de esta manera, que a partir del contacto con actores locales, visitantes, se recaban datos, a partir de los cuales se impulsan acciones en términos de infraestructura, mantenimiento, y promoción.

Es decir, se puede concluir que la Dirección de Turismo realiza una gestión de tipo territorial, teniendo una gran presencia en el día a día de la actividad turística de Tomas Jofré, pero aún no se identifica un proceso de planificación que marque ciertos lineamientos y objetivos a cumplir. De esta forma se pierde la oportunidad de llevar adelante un diagnóstico exhaustivo que permita analizar oportunidades, debilidades, e interpretar nuevos paradigmas en términos de la actividad turística.

Por otro lado, se puede concluir que la Dirección de Producción, que articula algunos productores locales, tiene una gran oportunidad de seguir desarrollando este campo, vinculando cada vez más a los productores locales con la actividad turística, para que logren aprovechar el flujo de visitantes que llega a Jofré. De esta forma se estaría desarrollando el agroturismo, logrando un complemento importante para el turismo gastronómico.

En este sentido será importante cómo se articulen Municipio, Dirección de Turismo, y de Producción, junto con otros actores relevantes como universidades, y el INTA, por ejemplo.

Por su parte, la provincia a través de la Subsecretaría brinda asistencia y financiamiento al municipio en distintos aspectos. Por ejemplo, colabora con la organización de espectáculos, aporta señaléticas, y brinda espacios donde el destino se puede promocionar, como la Feria de Caminos y Sabores. Más allá de esto, las distintas direcciones dependientes de la Subsecretaria de Turismo, trabajan directamente con los municipios ya que estos son los conocedores del territorio y de las necesidades del mismo. Es decir, el trabajo territorial es a través de los municipios.

En cuanto a los planes estratégicos provinciales analizados en el presente trabajo, se puede concluir que no constan actualmente de una vigencia para el desarrollo de la actividad turística en los municipios. Por un lado, el “Plan Anfitrión” (tal como se denomina el plan estratégico de turismo de la provincia de Buenos Aires), fue impulsado hace más de 10 años, entendiéndose que puede haber quedado desactualizado ante las nuevas variables políticas, sociales, económicas y culturales que rodean a la actividad turística. Por otro lado, el “Plan de Turismo Rural y Periurbano” presentado por el actual gobierno bonaerense no ha logrado transformarse en una herramienta de gestión turística para el municipio y la localidad. Incluso, desde la gestión municipal de Mercedes, sostienen que no hubo una presentación del plan, a pesar de que la presentación fue pública y realizada por el Ministro de Producción bonaerense. Además el municipio es parte de uno de los polos turísticos allí mencionados.

Por último, resultaría interesante, como futura línea de investigación, profundizar sobre el origen y características de los actores locales utilizando indicadores de tipo cuantitativo, con la finalidad de establecer lo mencionado por las autoras Fernandez y Rodriguez (2020), sobre un posible caso de gentrificación comercial.

Bibliografía

AROCENA, J. (1997). Globalización, integración y desarrollo local. Apuntes para la elaboración de un marco conceptual.

Arocena, José (2002). El desarrollo local, un desafío contemporáneo. Primera edición: Nueva Sociedad, CLAEH y Universidad Católica del Uruguay, Caracas.Segunda edición ampliada: Taurus – Grupo Santillana – Universidad Católica del Uruguay. Montevideo, 2002

Arocena, J. (2013). El desarrollo local, una aproximación conceptual. *+E: Revista De Extensión Universitaria*, *3*(3), 6–13. https://doi.org/10.14409/extension.v1i3.466

Azcué Vigil, Ignacio (2018): "El desarrollo de la planificación estratégica del turismo en el marco de la participación de los actores y el contexto político local: análisis del caso del partido de Mar Chiquita (Argentina).", Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 24 (junio 2018). En línea: https://www.eumed.net/rev/turydes/24/planificacion-estrategica-turismo.html

Barbini, B. (2008). "Capacidades locales para el desarrollo turístico: reflexiones para su abordaje". Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo, 8(6): 81-91.
Clemente Batalla, I. (2018). Integración regional y desarrollo: experiencias de desarrollo local en MERCOSUR. Revista Aportes para la Integración Latinoamericana. 39 (dic. 2018), 1–19.

Belgrano, M. (2022). El turismo gastronómico en Tomás Jofré:Análisis de su oferta turística actual y potencial. Tesis de grado. UCES, Universidad Nacional de Ciencias Empresariales y Sociales, Argentina.

Beltrami , M. ., & Carrasco , M. . . (2020). La consideración del turismo en el ordenamiento territorial del Municipio de San Antonio de Areco. *Ayana. Revista De Investigación En Turismo*, *1*(1), 003. https://doi.org/10.24215/27186717e003

Benseny, G. (2006). *El sector público turístico: Aportes sobre los organismos de turismo en la Provincia de Buenos Aires, Argentina*

Bertoncello, R. (2002). Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas, Aportes y Transferencias, 6(2), 29-50.

Bozzano, Horacio (2009). Territorios posibles: procesos, lugares y actores. (1ra edición) *Editorial Lumiere*. Buenos Aires.

Cacciuto, M.; Roldan, N.G.; Corbo, Y.A.; Cruz, G.M. y Barbini, B.M. (2015):"Análisis de la participación social en el marco del programa Pueblos Turísticos. El caso de Carlos Keen", Pasos, vol. 13, (3), pp. 669-680.

CIDeTur-EEyN (2008). La gastronomía como atractivo turístico y factor de desarrollo. El caso de Tomás Jofré, *Serie de Estudios sobre Turismo*, N° 1, abril de 2008, Universidad

Nacional de San Martín, Escuela de Economía y Negocios, Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, Buenos Aires.

Corbetta, Piergiorgio (2007). Metodología y técnicas de investigación social. Madrid, España: Mcgraw-Hill.

Diorio, G (2012) “Asociativismo intermunicipal como estrategia de desarrollo del turismo”. Estudio de caso: Microrregión “Tierra de Palmares”, provincia de Entre Ríos, Argentina 5to Congreso Latinoamericano de investigación Turística. San Pablo. Brasil

Farberoff, A.N., Beltrami, M. Carrasco, M. (2019). El proceso de formulación de la planificación estratégica del turismo y la participación de las partes interesadas en municipios del interior de la provincia de Buenos Aires. El caso del Partido de Navarro. Revista Argentina de Investigación en Negocios Vol. 5 N°1.

Fernández, Sandra Patricia (2019). El turismo rural en debate: 10 años de experiencia en la formación de técnicos en FAUBA: 2009-2019. 1a ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Editorial Facultad de Agronomía.

Fernández S, Rodríguez G. (2020). Polo Gastronómico de Tomás Jofré: ¿un caso de gentrificación rural? En María Mercedes Cardoso; Paola Acosta Nates, *Contribuciones al Estudio Latinoamericano del Rururbano* (313-329). Santa Fe, Argentina: Universidad Nacional del Litoral.

Font, Joan. (2001), Ciudadanos y decisiones públicas, conceptos, experiencias y metodologías. Barcelona.

Fornessi, R. (2015). Desarrollo local y globalización. XVII Jornadas de Geografía de la UNLP, 11 y 12 de noviembre de 2015, La Plata, Argentina. EN: XVII Jornadas (2015). La Plata: UNLP-FaHCE. Disponible en: https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.9441/ev.9441.pdf

Gaglia, C. (2022). Análisis y propuesta de mejora de la competitividad para restaurantes en Tomás Jofré. Estudio de casos. Tesis de grado. Universidad Nacional de Buenos Aires, Buenos Aires.

Gallardo, M. V. (2014). Desarrollo Turístico Local: Las capacitaciones como estrategia de participación. IV Jornadas de Turismo y Desarrollo, pp 68-75.

Garay, Ana (2019). Configuración del hábitat rural y condiciones de vida. Modelo conceptual para un abordaje relacional. Estudios del hábitat, 17(1).

González Maraschio, F. (2008) Nuevas dinámicas rurales en partidos del noreste bonaerense. Una aproximación desde los usos del territorio. II Jornadas Nacionales de Investigadores de las Economías Regionales. Tandil, Buenos Aires.

González Maraschio, F. (2010) Actividades y pluri actividades en establecimientos rurales agropecuarios y no agropecuarios. El caso de San Andrés de Giles.. VI Jornadas de

Sociología de la UNLP, 9 y 10 de diciembre de 2010, La Plata, Argentina. En Memoria Académica. Disponible en: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.5814/ev.5814.pdf

Hernandez Sampieri (1991). Metodología de la investigación. Naucalpan de Juárez, México: Mcgraw-Hill.

Hiernaux. N. D. (2002). ¿Cómo definir el turismo? Un repaso disciplinario. *Aportes y transferencias.* vol (2), pp.11-27.

Lavalle, Natalia (2013). Política turística, cuestiones sobre autonomía e interdependencia. Tesis de grado. Universidad Nacional de La Plata, La Plata.

Lencina, M.L. (2016). Contribución del turismo rural al arraigo local : El caso de Hale, partido de Bolívar. Tesis de grado. Universidad Nacional de La Plata, La Plata.

Liwski, S. A. (2020). Política pública y turismo gastronómico: análisis del "Programa Rutas Gourmet" como política de desarrollo del turismo gastronómico de la Provincia de Buenos Aires, durante el período 2011-2016. Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, Argentina.

Lunaschi, Ignacio. (2020). Turismo rural en Punta Indio, una alternativa para el partido (Tesis de grado). Universidad Nacional de La Plata, La Plata.

Madoery, Oscar. (2001). El valor de la política en el desarrollo local. Transformaciones globales, instituciones y políticas de desarrollo local, págs. 200-228

Mancini, C. E., & Cayo, G. P. (2021). El turismo rural de base comunitaria como política pública en los departamentos de Humahuaca y Valle Grande (Jujuy, Argentina). *Ayana. Revista De Investigación En Turismo*, *2*(1), 019.

Mangioni, Camila (2019). Actores, territorio y política turística, Tesis de Grado. Universidad Nacional de La Plata, La Plata.

Manzanal, M.; Arqueros, M.X.; Arzeno, M. & Nardi, M.A. (2009). Desarrollo territorial en el norte argentino: una perspectiva crítica. Revista Eure XXXV, 106, 131–53.
Manzanal, Mabel Adelaida (2014); Desarrollo: Una perspectiva crítica desde el análisis del poder y del territorio; Instituto Argentino para el Desarrollo Económico; Realidad Económica; 283; 5-2014; 17-48

Marradi, A., Archenti, N., & Piovani, J. I. (2007). Metodología de las ciencias sociales. Ed Emece editores, Buenos Aires, Argentina.

Millán Vázquez de la Torre, M., Morales Fernández, E., & Castro Freire, M. (2011). Las rutas gastronómicas como oportunidad de generar rentas adicionales en el sector agrario: Análisis de la Ruta del Jamón Ibérico en la Provincia de Córdoba. Turismo y desarrollo económico: IV jornadas de investigación en turismo (2011), p 381-406.

Moscoso, F. (2013). El papel de los actores territoriales en la definición y configuración de modelos de desarrollo turístico. UNLP-FCE, La Plata.

Moscoso, F. (2014). Gobernanza y turismo: instrumento para la planificación integral y el avance hacia la cohesión territorial de los destinos turísticos. Instituto de Investigaciones en Turismo, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata.

Nates Cruz, Beatriz (2008). Procesos de gentrificación en lugares rururbanos: presupuestos conceptuales para su estudio en Colombia, *Revista Virajes.* No. 10, pp 253-269.
Organización Mundial del Turismo (2016). "Red de Gastronomía de la OMT Plan de Acción 2016 / 2017". Madrid, España. La página de la Asociación Mundial de Turismo Gastronómico puede consultarse en: https://worldfoodtravel.org/

Palacios, Cecilia (2010). "Turismo y memoria". Reflexiones teórico metodológicas sobre el Espacio para la Memoria*. Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol. (19), núm. 2, pp. 268-278

Pelliza, V. Ercolani, P. (s/f) Gestión Pública del Turismo en el Espacio Rural: Proyecto TERRA. Universidad Nacional del Sur, Desarrollo, gobernanza y turismo.

Pérez, S. F. (2010). El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural. Agronomía Colombiana, 28(3), 507–513. Obtenido desde http://revistas.unal.edu.co/index.php/agrocol/article/view/14688/37532.

Plan Provincial de Turismo Rural y Periurbano. (2021). La Plata: Ministerio de Producción, Ciencia e Innovación Tecnológica.

Primero Mercedes, Plan de Gestión (s/f). Obtenido desde https://www.mininterior.gov.ar/planificacion/pdf/planes-loc/BUENOSAIRES/Plan-de-Gestion-Mercedes.pdf

Rodríguez. G. (2019). Volver al campo: el Turismo Rural en la revalorización del espacio rural. En Fernández, S. P. (ed.) El turismo rural en debate: 10 años de experiencia en la formación de técnicos en FAUBA: 2009- 2019, pp. 2-13. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: EFA. ISBN 978-987-3738- 23-4.

Rodríguez. A. y Plencovich, María Cristina (2019). El turismo rural y la multivocidad de lo agropecuario. En Fernández, S. P. (ed.) El turismo rural en debate: 10 años de experiencia en la formación de técnicos en FAUBA: 2009- 2019, pp. 2-13. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: EFA. ISBN 978-987-3738- 23-4.

Román, M. F. y Ciccolella, M. (2009) Turismo rural en Argentina: concepto, situación y perspectivas. Buenos Aires, IICA.

Schlüter, R. (2012). Raíces socioculturales del turismo rural: el ejemplo del turismo gastronómico. R*evista de ciencias sociales,* vol (4), núm 21, Pp. 125-139.

Schlüter, G, Navarro F. (2010) El turismo en los pueblos de la Argentina, ¿es la gastronomía una opción de desarrollo? *Estudios y Perspectivas en Turismo*. Vol (19) Pp 909-929

Schlüter, G., y Thiel Ellul D. (2008). Gastronomía y Turismo en Argentina, Polo gastronómico Tomas Jofré. *Revista Pasos*, vol (6), núm 2, Pp. 249-268

Sobrado, D. A. (2018). Identidad cultural y turismo gastronómico: la mercantilización del patrimonio. International journal of scientific management and tourism, 4(2), 51-71. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6640381
Taylor SJ, y Bogdan R. (1987) Introducción a los métodos cualitativos de investigación. Barcelona: Paidós;

Thiel Ellul D. (2008), “Innovación en turismo: polo gastronómico, Tomás Jofré –Buenos Aires, Argentina”, Coruña, *Rotur/revista de ocio y turismo*, vol (1) , pp. 103 – 115.

Toselli, C. (2015). Turismo, planificación estratégica y desarrollo local. TURyDES Revista de Turismo y Desarrollo Local. Vol. 8, No. 18.

Velasco González, M. (2011). La política turística. Una arena de acción autónoma. *Cuadernos de Turismo*, (27), Pp 953–969. Recuperado a partir de https://revistas.um.es/turismo/article/view/140301

Sitios web

https://nw.mercedes.gob.ar/ciudad/turismo/tomas-Jofré
https://www.conocelaprovincia.com.ar/tomas-Jofré-mercedes/
http://datosabiertos.mercedes.gob.ar/
https://www.eleco.com.ar/interes-general/presentaron-el-diagnostico-del-plan-de-turismo-rural-y-periurbano-de-la-provincia-de-buenos-aires

Anexos

Anexo I.

Entrevista a Gabriel Comparato, Director de la dirección de Calidad y Normalización Turística de la Provincia de Buenos Aires.

1. Desde la dirección de normalización y calidad turística que programas y/o políticas se están desarrollando para la mejora de la oferta turística en lugares rurales de similares características a Tomas Jofré?

   Dentro de mi dirección yo tengo dos departamentos a cargo, uno es el de calidad, y el otro de capacitación. En ambas áreas se vienen tratando diferentes acciones. En el área de calidad, venimos trabajando con dos sistemas:
   Primero el sistema Argentino de Calidad Turística, dependiente del Ministerio de Turismo de la Nación, el cual tiene varios niveles pero desde la Provincia se está trabajando en nivel inicial, y pueden estar enfocados en la gestión pública o en prestadores privados. Además estos programas trabajan con organizaciones de distinto tamaño, diferentes estructuras. En relación a la pregunta, casi todos los programas del sistema argentino de Calidad Turística contemplan organizaciones que estén en entornos rurales. Aquellos prestadores que quieran mejorar estándares de calidad, no solo dar mejor experiencia al turista, sino incorporar políticas relacionadas al cuidado ambiental, la inclusión social, y sobre todo el apoyo económico - productivo en la región. Es decir no solo una mejora en cómo brindar un servicio determinado, sino también contemplar estas aristas que son parte esencial de una política turística hoy en día. Todo esto relacionado al Sistema Argentino.

   También estamos desarrollando el sistema bonaerense, que recién se está armando. Hoy en día estamos trabajando sobre la institucionalización. Esto dado que hay ciertas demandas territoriales que los programas de orden nacional no llegan a cubrir. Se está trabajando sobre un referencial para la gestión turística del patrimonio cultural, y otro que es de turismo social, para que los organismos definan una política turística que incluya al turismo social como una de las variables centrales.

   En la parte de formación / capacitación, se fue identificando qué necesidades y demandas de formación tenían los territorios y en base a eso se empezó un proceso de planificación que atiende esas demandas. Y ahora se están ejecutando propuestas formativas, ya sean ejecutadas por la dirección o articuladas con otros actores, pueden ser nacionales, o municipales. Esto básicamente contempla el área de Normalización y calidad.

2. ¿Cómo se trabaja para incentivar al oferente turístico para que sea parte del sistema de calidad? Respecto a la formación, dada la variedad de oferentes, ¿cómo trabajan con ellos?

En primer lugar, nuestro interlocutor siempre son los municipios, los representantes de turismo de los municipios. No tenemos contacto directo con los prestadores, por una cuestión de jurisdicción. Ahora estamos en proceso de desarrollo de directrices de sostenibilidad, en 3 destinos de la Provincia de Buenos Aires: La costa, Tornquist, y Alsina. Es un programa destinado a la gestión pública y privada. En base a las demandas que se van recolectando, mediante encuestas, encuentros, a través del COPROTUR, es decir en base a varias herramientas se define una hoja de ruta, y se trabaja con aquellos municipios que muestran algún tipo de interés. Los municipios se contactan con los prestadores, y aquellos interesados comienzan el proceso, el cual es gratuito pero requiere un compromiso, ya que puede durar entre 4 y 6 meses. A su vez se comienza con una capacitación, pero durante el proceso hay ciertas exigencias técnicas para que en base a los estándares que se establecen, vayan mejorando sus prácticas, sus formas de trabajar, en base a sus objetivos, al público que trabajan, teniendo en cuenta cuestiones como cuidado ambiental también.
Se va brindando asistencia técnica, y finalizado los 4, 5 meses se realiza una evaluación en conjunto con nación, y se evalúa si en mayoría complementaron los objetivos propuestos.

En función de la pregunta, siempre el diálogo es con los municipios, ya que son conocedores del territorio y son ellos los que hacen la convocatoria. Los prestadores que asumen el compromiso, pueden no ser distinguidos.

3. ¿Por qué motivo se da? ¿Qué problemáticas se identifican a la hora de llevar a cabo estos programas?
   A veces distinguen un 70, 80% de los prestadores. Las dificultades pueden ser por ejemplo, algo que no se da en mi caso ya que no se implementan en mi dirección, son las directrices de de accesibilidad, dado que en 4 o 5 meses las organizaciones no pueden solucionar estos temas dado que puede requerir obras edilicias, y esas barreras que estaban al inicio del proceso, se mantengan.
   A veces el tiempo también genera que le den prioridad a otras cuestiones. Pueden ser cuestiones económicas, momentos del año, tiempos.
   Siempre el objetivo es adaptarse, en la planificación del inicio se busca contemplar todas las aristas. Obviamente siempre hay excepciones que hacen que no todos los prestadores cumplan el objetivo.
4. Así como mencionas algunos partidos en específicos con los cuales están desarrollando programas, con Mercedes hay algún programa que se esté realizando o se haya realizado recientemente?
   Si bien no sucedió, un responsable del organismo local de turismo, estuvo reunido con representantes de turismo de la nación, y se planteó la idea de llevar a cabo una acción de formación durante el mes de Agosto. Esta capacitación es de informantes turísticos, se trabaja con comunicadores del sitio, y se trata de mejorar los procesos de planificación y ejecución de las comunicaciones que realizan. Es algo que está en carpeta, sin fecha, probablemente para Agosto.
   En relación a los programas de calidad, con Mercedes no se están realizando ningún programa.
5. Cuales políticas de calidad, se podrían llevar a cabo en un lugar con características rurales?

Más que cuales, ya que la mayoría se pueden implementar, yo te diría cual es la más pertinente para llevar a cabo tiene que ver con una lectura territorial que se haga o que los mismos actores hagan de esa comunidad. Es decir, trabajamos de abajo hacia arriba, y no de arriba hacia abajo. Queremos saber que interpretan de problemáticas de su realidad. No decirles esta es una problemática. En el caso de estudio, donde hay diferencia en el flujo turístico del día de semana, respecto al día de fin de semana, hace que la capacidad de carga por ejemplo sea un tema relevante a trabajar. Entonces ver como van incorporando acciones para mitigar aquellos impactos negativos, sociales, económicos y ambientales, sino también trabajar sobre lo positivo. Entonces quizá una herramienta como las directrices de sostenibilidad podría ser una herramienta que sea útil ante las tendencias que están sucediendo en estos territorios, también de competitividad, el sello cocinar, y así un montón más. Pero la forma de trabajar es en base a las demandas de los territorios, y en base a eso cuál es la herramienta más pertinente. Lo que no significa que cuando esté la demanda, haya una herramienta disponible.

6. ¿Cómo es la relación con los municipios en esta metodología de trabajar de abajo hacia arriba?
   Tenemos canales diversos, por un lado el COPROTUR, surgen temáticas, debates, encuentros, y en este espacio los pueblos turísticos van charlando, planteando políticas prioritarias y demandas concretas. En base a esto se va armando un documento que sirve para todas las direcciones provinciales.
   Por otro lado, nosotros tenemos distintas fuentes de información, vamos haciendo encuestas o formularios a todos los municipios, a los cuales se les plantea: necesidades de formación, cuáles creen o consideran sus necesidades de formación, etc. Luego se hace un documento, a partir de esto se llega a un diagnóstico el cual es parte del proceso de planificación.
   Una tercera forma es cuando hacemos las asistencias técnicas. Como trabajamos con el sector público y privado, la primera etapa se hace generalmente con el sector público. Esto es para que haya un compromiso del sector público y acompañe o lidere este proceso de asistencia. En esta primera etapa con las oficinas de informes o administrativas, del municipio, ahí vamos viendo las necesidades o demandas de los municipios. Es un canal valiosísimo porque a partir de ahí vamos viendo en profundidad la situación de los municipios de toda la provincia.
   Esta última forma es la que más se está utilizando, sin dejar de lado las otras dos.

   Después existen otras formas, por ejemplo eventos, u otros espacios de encuentros informales o formales.

Anexo II.

Entrevista a la dirección de Turismo de Mercedes, sobre Tomas Jofré

1. Consideran a Tomas Jofré un destino ya consolidado? ¿Cuenta Tomas Jofré con un plan estratégico de desarrollo?

Si, por su buena accesibilidad al pueblo desde el conurbano y CABA, Tomas Jofré se ha convertido en los últimos 20 años como uno de los principales polos gastronómicos de la provincia de Buenos Aires, siendo elegido como lugar para pasar un día de campo con almuerzo criollo y al aire libre.

Los últimos 8 años se profundizaron acciones y políticas de organización, ordenamiento, mejoramiento, jerarquización en infraestructura y promoción. Sin embargo, no son producto de un plan estratégico.

2. Si así fuera, en qué aspectos este plan beneficia a Tomas Jofré y a los actores participantes de la actividad turística? En caso de que aún no exista un plan de desarrollo, creen que sería necesario?

Desde ya que sería necesario un relevamiento exhaustivo y profesional, un diagnóstico y una planificación, sobre todo interpretando los nuevos paradigmas y fenómenos ; atendiendo a variables sociales, políticas, económicas y culturales.

3. En qué instrumentos se basa el proceso de planificación de la dirección? (Documentos oficiales, hojas de ruta, Plan de Gestión, etc).

Desde la Dirección de Turismo mantenemos un contacto con todos los restaurantes y alojamientos de Tomas Jofré para que nos aporten datos estadísticos de ocupación.Con estos datos desde la municipalidad se realizan campañas de publicidad y actividades para atraer turistas en temporadas bajas.

4. ¿Qué políticas / programas están llevando a cabo en Tomas Jofré?

Desde la Municipalidad se brinda un apoyo general al pueblo.
Arreglo de caminos, puesta en valor de la plaza principal y cartelería.
Administración de la feria de la plaza principal “Domingo Silvano”.
Administración de espectáculos folclóricos y divertimento en la plaza los fines de semana y la realización de la Fiesta de la Galleta de campo en el mes de Agosto.
Se gestionó la llegada del tren turístico Mercedes - Altamira - Tomas Jofré, que funciona cada domingo.

5. En cuanto a la participación local, tanto en la gestión en sí, como en la actividad turística, que acciones implementaron para fomentarla?

Desde la Dirección de Turismo promocionamos el pueblo gastronómico en nuestras redes sociales, medios nacionales, Feria Internacional de Turismo y Feria de Caminos y Sabores.

Anexo III.
Entrevista a Silvina Liwski, referente de la Dirección de Productos Turísticos, de la Subsecretaría de Turismo de Buenos Aires.

1) Crees que el turismo rural, el turismo gastronómico y la participación pueden ser un complemento entre sí?

   El turismo gastronómico tiene varias aristas, tiene que ver con el patrimonio por ejemplo. El turismo gastronómico está totalmente relacionado con el patrimonio culinario del lugar, y eso es el valor agregado. Pero ya de por si todo lo que atraiga visitantes puede entenderse como turismo.

En el caso de Tomas Jofré, tiene elementos que lo hacen identitarios por Tomas Jofré en si, no por la gastronomía, atrae como polo gastronómico y no como producto identitario.

El turismo gastronómico siempre va a contribuir al desarrollo local y a la economía. El turismo gastronómico es una experiencia de varios elementos. Pero la diferencia o la importancia está puesta en que la gastronomía es la que actúa como atractora de visitantes, es decir, es identitaria para el local? ¿Una pizzería en Tomás Jofré es turismo gastronómico?

El turismo gastronómico conjuga experiencias que pueden pasar por la materia prima, por la impronta cultural del lugar, por las formas de cocinarse o técnicas de hacerlo, o porque se instaló como una estrategia comercial. Por ejemplo, ahora Tomas Jofré con la entrada en base a productos regionales como Salames quesos, etc, le dio entidad, mediante su producto estrella, a su gastronomía.

En el turismo gastronómico, es un gran producto, ya que es una cadena de valor. En la producción de cualquier producto gastronómico, están implicados varios productores.

2) ¿Se puede considerar a Tomas Jofré un destino de Turismo gastronómico?

   Justamente, ahora sí. Recuerdo que en 2008 aproximadamente visité Tomas Jofré, y luego de almorzar, fui a la plaza de feriantes. No había un elemento identitario,sino, un rejunte de productos que poco tenían que ver en la gastronomía.

   Volví hace dos años, y había una variedad de productos relacionados a la ruralidad, pero también relacionados con la gastronomía. Por ejemplo, estaba la posibilidad de comprar Salame Quintero, con lo cual se cumple la experiencia de visitar Tomas Jofré, y llevarse un producto identitario.

3) Se incentiva a la participación local en el desarrollo de producto de la Provincia de Buenos Aires?

   El plan de acción actualmente no está muy desarrollado. Hay que ver a quién le interesa participar, como está formado.

4) Respecto a los planes de desarrollo, cuál crees que es el aporte del plan de turismo rural y periurbano a localidades de características similares a Tomas Jofré?

   Creo que quedó en la teoría, hoy en día hubo un cambio de director y no se menciona el Plan, o por lo menos hasta donde yo tengo conocimiento. La dirección a la cual yo pertenezco no tiene muy en claro las funciones y misiones, quizá porque siempre estuvo muy ligado a la dirección desarrollo turístico. Hoy en día las prioridades son el turismo naturaleza, enoturismo y termas.
   El plan quizá estuvo muy orientado a lo académico, se cerró como documento pero como plan, no hay ninguna acción determinada que se deba estrictamente o esté relacionada de forma directa al desarrollo del plan, al menos en Producto Turístico.

5) Respecto al Plan Anfitrión de la Provincia, entiendo que no está vigente, pero sigue siendo eje de la gestión. ¿Qué opinión tenés sobre esta temática?

   La vigencia está en que hay una normativa que lo avala, pero en términos de políticas no se si es tan así. Hay un interés de lanzar otro Plan. En términos generales creo que hay algo más complejo, que es el desarrollo de una planificación

turística a nivel provincial, que no sé si existe. El instrumento que utilices, puede variar, pero en mi opinión es algo más global.
A veces las gestiones tienen otras prioridades. Es distinto respecto a otras provincias, y no se toma al turismo como una actividad económica importante y trascendental en el desarrollo local.

Anexo III.

Entrevista a Maribel Carrasco, informante clave sobre Turismo Rural.

1) ¿Qué tipo de potencialidades agroturísticas y de turismo rural le ve a este tipo de localidades para favorecer un desarrollo local sostenible?

Hoy en día hay una gran tendencia hacia el surgimiento de una neoruralidad, que son nuevos productores provenientes de la ciudad y que no tienen un conocimiento amplio. Todavía el INTA subsiste, haciendo lo que puede, y brinda cursos de diferentes tipos, por ejemplo cursos de prohuerta, elaboración de conservas, manejo agroecológico de algunos productos, etc. Estas herramientas se siguen utilizando, siendo el INTA un gran capacitador.

De todas formas en este nuevo surgimiento, lo que se viene notando es que sostienen sus emprendimientos, subsidiandolos con otra actividad, es decir lo mantienen con ingresos de otra actividad. Por ejemplo, alquileres en alguna ciudad. Todo se subsidia, (comida, luz, agua, y el emprendimiento), con la otra actividad. Es decir, hay más gastos que ingresos.

Entonces existe una potencialidad, pero hay que trabajarlo mucho, no depende solo de emprendedores ya que no tienen el capital necesario para ser empresario. Para esto se necesita apoyo financiero, más allá de la capacitación que está. En algunos casos, la provincia o algunos municipios particulares brindan algún tipo de apoyo, pero a veces no resulta suficiente. También la agroecología puede ser convocante, pero hay una problemática, y es que la provincia entrega de manera muy simple la certificación. Un técnico te visita, te hace algunas preguntas, y a los meses te entregan la certificación con el sello provincial.

En el caso particular de Mercedes, existe una mesa asociada a un sistema de garantías participativas, es una mesa donde se reúnen actores ligados a la producción (producción, consumidores), y se establece si tal producción es agroecológica. Es decir es una especie de control, regulación y certificación. Este sello puede servir como marca de calidad, y llamar al turista para que vaya a consumir ese producto bien local, y que tiene un sello distintivo. Es sin duda una herramienta turística, pero no sé si en Mercedes lo están pensando así. Las conversaciones que pude tener con el director de Producción de Mercedes, me pareció que no lo estaban viendo de esta manera. En Mercedes, desde Producción trabajan codo a codo con la UTT (Unión de Trabajadores de la Tierra).

En cuanto a la asociatividad, es uno de los puntos que desde el INTA se trató de fortalecer. Pero muchas veces el productor trabaja solo, está muy metido en su actividad. En esos casos el municipio debería ir quinta por quinta para vincularse con ellos. Pero es cierto que es muy difícil promover el asociativismo, ya que requiere mucho acompañamiento, pero requiere muchos recursos. En el caso particular de Mercedes, se que hay un director, una secretaria, y un extensionista. Entonces como podes hacer con ese equipo en un Partido que puede haber 200 productores.

2)¿Qué tipo de emprendimientos del agro o de lo rural se podrían vincular al tipo de turismo gastronómico? ¿Qué experiencias realizaron desde el INTA que puedan considerarse como

antecedentes? Crees que el turismo rural (particularmente el agroturismo) y el turismo gastronómico pueden complementarse?

Deberían vincularse, pero tiene que actuar el municipio. Por ejemplo armar comidas (tortilla, con productos locales como pueden ser huevos locales).

Se los puede vincular, quizá armar un paquete, o bien los productores directamente ser proveedores de los restaurantes, en el caso Jofré. En ese caso también debe actuar el municipio, para ver la calidad, los tiempos de entrega. Es decir regular en términos de calidad y cantidad. Hay miles de problemáticas ligadas a los pequeños productores, por ejemplo se rompe una camioneta o cualquier herramienta de trabajo del productor, y quizá una semana no trabaja. Nuevamente tiene que estar el municipio integrado, y tiene que haber confianza entre los productores y los establecimientos gastronómicos, por ejemplo. En el INTA, por ejemplo se trataba de que trabajen en conjunto los productores y quien ellos iban a proveer, para generar esa confianza.

El turismo gastronómico es importante para el agroturismo, de hecho hay emprendimientos que lo vinculan. Pero igualmente son dos conocimientos muy distintos y específicos, con lo cual lograrlo puede resultar un tanto complicado. Por ejemplo, los viñedos de la zona de Cuyo, lo han logrado.

Si no actúa el municipio, es muy difícil que se de esta vinculación.

En cuanto a otros antecedentes, desde el INTA, ha habido. He visto en el interior, más que en la Provincia de Buenos Aires, quizá por mayor identidad territorial, o por que hay menor cantidad de actores territoriales.

4)¿Cómo se puede trabajar la participación local en este tipo de destinos? Sobre todo, teniendo en cuenta tu participación en el plan de turismo rural y periurbano.

Muchas veces los municipios no saben bien cómo gestionar. No conocen las herramientas que tienen para impulsar la estrategia de desarrollo. A veces no está el presupuesto pero lo pueden conseguir, con gestión. La promoción, la comercialización, son fundamentales para impulsar la estrategia. Si no hay estrategia, es como la nada misma.

Entonces si hubiera una estrategia integral, son esos los componentes: apoyo financiero, si no lo tengo lo busco; vías de comercialización de esos productos (la importancia de armar el producto turístico, es un gran problema de los productores, no tienen definidos sus productos); y a partir de esto la promoción, luego de definir el producto. A su vez, armar proyectos colectivos o asociativos, armando un producto de tipo territorial. Es decir armar un paquete.

5) ¿Conoces el caso de Mercedes en general y de Tomas Jofré en particular? ¿Qué opinión tenés acerca de este destino?

En particular, no conozco la experiencia de ir a comer a Jofré. Si leí algunas Tesis, documentaciones, y es un caso de estudio interesante. Para lograr que la parte gastronómica que está desarrollada, se vincule con los productores locales, pero a su vez más presencia del municipio. Por lo que conozco, el municipio no está muy involucrado. Sí sé que desde Producción se trabaja mucho con productores, pero faltaría vincularlos o ayudarlos a aprovechar el auge gastronómico y turístico, y no hay mirada sobre el Turismo Rural, y que se pueden articular ambos sectores.

El INTA local, trabaja mucho en capacitaciones y en formación. Pero no hay extensionistas que trabajan turismo rural.

Es decir que hay un vacío institucional, desde Universidades, Municipio y el INTA a la hora de promocionar el agroturismo, y la vinculación entre productores y establecimientos gastronómicos, que ya están asentados. Por otro lado los neo productores, no están logrando captar este flujo de visitantes, justamente por la falta de articulación y gestión institucional.

El mercado existe, y se puede aprovechar.

6) ¿Qué rol tiene la Universidad para el desarrollo del turismo rural y gastronómico? ¿Crees que es un actor relevante en tal sentido en localidades como Tomás Jofré? ¿En la Universidad de Hurlingham están trabajando con algún tema de turismo rural y gastronómico o algún tema que pueda estar ligado a estos desarrollos?

Claro, pueden ser relevantes. Ya de por si la Universidad Hurlingham se propone como extensión llevar adelante una contribución al desarrollo local y productivo de toda la región. Especialmente lo que tienen son dos tecnicaturas, que se van a transformar en licenciaturas, en agroecología, y en viverismo. Se está trabajando con productores de la zona de Moreno, ya que Hurlingham no tiene productores ligados a lo agro, también Lujan, Rodriguez. Entonces hay vinculación con toda la región.

También llega el trabajo a La Plata, por su importancia productiva. Así que es amplio el trabajo realizado por la Universidad, y se puede seguir ampliando. De hecho se piensa armar un seminario relacionado al Turismo Rural en la región.

En la zona de Luján, Mercedes, había presencia del INTA, pero más allá de eso no había otras instituciones con presencia en la región. Hoy en día se perdió la presencia del INTA. Ya desde el 2015, se perdió la presencia en lo que es Buenos Aires Norte.

El INTA, en Buenos Aires Sur, se sigue trabajando y sobre todo el turismo rural, dada la presión de los productores que son muchos y asociados entre sí.

Dentro del INTA hay dos corrientes ideológicas, una más conservador dice que el turismo rural está más relacionado a la prestación de servicios, que no le corresponde al INTA. Mientras que otro sector opina que puede ser complementaria de la actividad productiva.

Además dentro de lo que es el INTA, se realizó un desarrollo de rutas, vinculadas a un tipo de producción determinada. Por ejemplo, la producción de la miel del delta, trabajando con emprendedores, fortaleciéndolos con capacitación, financiamiento, subsidios, etc. En este sentido, el objetivo era agregar valor a la producción de todo lo derivado de la miel.

Anexo V.

Modelo de entrevistas a comerciantes, y feriantes que no están relacionados a la gastronomía.

1. ¿Hace cuanto participas en la actividad turística de Tomas Jofré?
2. ¿Qué opinión tenés acerca de la actividad turística en Tomas Jofré?
3. ¿Sos residente de Tomas Jofré? si no es así, ¿de dónde sos?
4. Según tu opinión, existe prioridad para los residentes de mercedes para comercializar sus productos?
5. ¿Considera usted que existe participación local (sea de residentes de la localidad o cercanas) en el desarrollo de la actividad turística?

6. ¿Cómo los ayuda la municipalidad? ¿Hay capacitaciones? la gente participa de estas capacitaciones?

7. ¿Entre los propios comerciantes realizan encuentros? ¿Hay alguna asociación que los represente?

Anexo VI.

Modelo de entrevistas a establecimientos gastronómicos.

1. ¿Trabajan en conjunto con el municipio? ¿De qué forma?
2. ¿Qué acciones impulsadas por el municipio les han impactado, positivamente o negativamente?
3. ¿Existen agrupaciones representativas de los establecimientos gastronómicos? ¿Se organizan encuentros/reuniones?
4. De qué forma se vinculan con otros actores de la actividad turística de Tomas Jofré, como por ejemplo pueden ser los feriantes? ¿Existen espacios de debates, encuentros, donde puedan plantear diferentes temáticas?
5. ¿Tienen prioridad aquellas personas locales o de la zona a la hora de conseguir trabajo en los establecimientos gastronómicos?
6. ¿Considera usted que existe participación local en el desarrollo de la actividad turística?