

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO RURAL EN LA LOCALIDAD DE LAS CALLES, TRASLASIERRAS: UNA HERRAMIENTA INNOVADORA EN LA GESTIÓN SOCIAL DEL CONOCIMIENTO PARA LA VALORIZACIÓN DE LOS RECURSOS TERRITORIALES.

Eje temático: 3

Apellido y Nombre: DA RIVA¹, Mariano; PASQUALI², María Marcela; MANERA², Gabriel; BINO RAYA², Rosanna; FORTUZZI¹, Leonardo.

Pertinencia institucional:

⁽¹⁾Fac. de Cs. Agropecuarias de la Universidad Nacional de Córdoba. Dpto: Desarrollo Rural.

⁽²⁾ Fac. de Cs. Agropecuarias de la Universidad Nacional de Córdoba. Centro de Transferencia: Turismo Rural.

Dirección de correo electrónico:

mdariva@agro.unc.edu.ar; marcelapasquali@agro.unc.edu.ar;
maneragabriel7@gmail.com; rosannaebino@hotmail.com; leofortuzzi@gmail.com

Las Calles es un destino turístico pequeño, ubicado en la región de traslasierras, provincia de Córdoba en el cual ante la pérdida de la tradicional actividad agrícola-ganadera, surgieron en los últimos tiempos actividades vinculadas al turismo con una marcada estacionalidad. El objetivo del trabajo fue establecer un plan de desarrollo de turismo rural a través de la evaluación del potencial turístico del territorio, analizando las características, socioeconómicas, culturales y ambientales. Para el diagnóstico se utilizó la cartografía social y se planteó una dinámica de grupos que orientó la selección de variables específicas que caracterizaron la localidad. En encuentros y foros de participación con actores locales: escuelas secundarias, emprendedores, artesanos, cabañeros y sector público, se desarrollaron mapas de conflictos, de recursos y de redes. Además se trabajaron los conceptos de “turismo” y “ruralidad” con la finalidad de rescatar la apreciación que sobre estos realizan los actores locales. Se entiende a este plan como una herramienta que brinda los lineamientos generales para la gestión turística y que orienta las acciones para lograr un desarrollo turístico sostenible e inclusivo.

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO RURAL EN LA LOCALIDAD DE LAS CALLES, TRASLASIERRAS: UNA HERRAMIENTA INNOVADORA EN LA GESTIÓN SOCIAL DEL CONOCIMIENTO PARA LA VALORIZACIÓN DE LOS RECURSOS TERRITORIALES.

Introducción

La comuna de Las Calles está ubicada en el departamento San Alberto, región de traslasierra, provincia de Córdoba y es un pequeño destino turístico de unos 800 habitantes, donde el paisaje serrano resulta deslumbrante especialmente para quienes la visitan por primera vez. Rodeada por el río Chico de Nono, el arroyo Las Rabonas y el cordón de las Sierras Grandes, la comuna convierte la calma en una de las razones fundamentales para acercarse a conocerla (Turismo 2016).

El departamento San Alberto en traslasierra presenta condiciones geográficas y políticas que han moldeado la idiosincrasia de sus habitantes y han influido negativamente en el desarrollo de opciones económicas y accesibilidad a posibilidades educativas y culturales diversificadas. Esto genera en los jóvenes un sentimiento de desencanto, intentando a través de la migración a las ciudades encontrar lo que el medio no les brinda. Habiéndose perdido la tradicional producción agrícola ganadera, en los últimos años le ha sucedido una actividad casi exclusivamente dedicada al servicio turístico estacional y tradicional, basada en sus espectaculares paisajes y la benignidad y pureza de su clima. Sin embargo, los habitantes de Las Calles tienen períodos prolongados de inactividad propios de la estacionalidad de la actividad turística tradicional, con el agregado de que la mayor parte de los trabajadores tienen un bajo grado de calificación.

Por la ubicación rural de la comuna, el acceso a la información, medios de comunicación y oportunidades de capacitación y trabajo se ven restringidos. Esto impacta fuertemente en el desarrollo de oportunidades de niños, niñas y adolescentes quienes migran en busca de formación y alternativas laborales a otras localidades cercanas.

Frente a la realidad descrita anteriormente, el turismo rural se visualiza como una posible estrategia válida para el desarrollo rural y una interesante alternativa de solución a los problemas de la producción agropecuaria. Sin embargo, no todos los territorios disponen de las condiciones para establecer una oferta competitiva y desconocen la forma de aprovechar mejor y de manera sostenible el potencial turístico del lugar. De

allí que es altamente importante evaluar junto a los diferentes actores locales el potencial turístico del territorio, analizando las características, socioeconómicas, culturales y ambientales para establecer un plan de desarrollo que oriente las acciones necesarias. La vinculación de la agricultura con el turismo ha sido visualizada por el IICA, como uno de los mecanismos que pueden aportar a la promoción del desarrollo rural, al fortalecimiento y articulación de emprendimientos competitivos con sostenibilidad y viabilidad económica, valorizando al mismo tiempo el conocimiento tradicional y cultural. (IICA 2014)

“El turismo en espacio rural es una actividad económica en crecimiento en América Latina y el Caribe, que constituye una de las alternativas propuestas para lograr el desarrollo rural, dadas las numerosas ventajas que tiene para sus pobladores respecto a la diversificación de los ingresos, la generación de nuevos empleos y la valorización de la cultura agropecuaria rural, entre otros beneficios. Para lograr una adecuada articulación entre las producciones locales y el turismo en los territorios rurales, es necesario introducir instrumentos metodológicos innovadores que propicien la participación de la mayor cantidad de actores, para que, de manera conjunta, se acuerde, articule y planifique el desarrollo turístico con horizonte de corto, mediano y largo plazo. Además, se requiere fortalecer las capacidades de los pobladores rurales, de los agentes de desarrollo y los gobiernos locales, en la identificación y valoración de los recursos y atractivos del territorio, en el diseño de productos turísticos competitivos y en la elaboración y ejecución de proyectos” (IICA 2014).

“Un plan de desarrollo turístico es una herramienta que brinda los lineamientos generales para la gestión turística de un determinado territorio, y que orienta las acciones que se deben realizar para lograr un desarrollo turístico sostenible e inclusivo. Además, el plan de desarrollo turístico podría contribuir, a través de su ejecución, al bienestar de la población y al desarrollo sostenible en la zona”. (IICA 2014)

Dado el mercado en expansión que tiene el turismo rural, los expertos en el tema, indican que quienes desarrollan esta actividad deben aprovechar la tendencia de los últimos años de quienes habitan las grandes urbes a vacacionar en espacios rurales, evidenciando una revalorización de la ruralidad como destino turístico. De este panorama se puede observar la importancia que tiene el turismo rural para el desarrollo rural y el impacto positivo para aquellas comunidades que lo gestionan en base a la realidad local y de manera participativa.

Objetivo general

- Desarrollar de manera participativa un plan de desarrollo de turismo rural en la localidad de Las Calles, departamento San Alberto, provincia de Córdoba.

Objetivos específicos

- Identificar las variables determinantes para la elaboración de un plan de desarrollo en turismo rural.
- Caracterizar las variables identificadas para la localidad de Las Calles.
- Analizar y evaluar la disparidad entre las características de la localidad y la situación óptima teórica.
- Establecer en forma participativa las estrategias para alcanzar las condiciones adecuadas para el desarrollo de proyectos de turismo rural.

Metodología

En una primera instancia y para el diagnóstico inicial se utilizó la metodología conocida como “cartografía social”, que permite un trabajo dinámico mediante talleres participativos, donde la comunidad elabora mapas de conocimiento y reconocimiento de su territorio. Los resultados esperados serán producción colectiva de material cartográfico y escrito que sistematice la experiencia desarrollada en cada ámbito (García Barón y Colombia 2005). La cartografía social es una metodología alternativa que permite a las comunidades conocer y construir un conocimiento integral de su territorio para que puedan elegir una mejor manera de vivirlo. Este tipo de mapas (en oposición con los mapas tradicionales que se elaboraban únicamente por los técnicos) se elaboran por la comunidad en un proceso de planificación participativa poniendo en común el saber colectivo (horizontal) y de esta forma legitimarlo. La realización colectiva, permite un acercamiento a la comunidad, a su espacio cotidiano, al tiempo que da pistas sobre aspectos históricos y culturales. El procedimiento desata procesos de comunicación entre los participantes y pone en evidencia diferentes tipos de saberes que se mezclan para llegar a una imagen colectiva, pero heterogénea del territorio. (Hebegger y Mansilla 2006)

La propuesta metodológica que se planteó en segunda instancia es la técnica de dinámica de grupo, también denominada grupo de discusión o enfoque “focus group” la que se orienta a seleccionar variables específicas que permitirán caracterizar la localidad. Es de destacar que los grupos de discusión es uno de los métodos de

investigación cualitativa que permite explorar los conocimientos, prácticas y opiniones, no solo en el sentido de examinar lo que la gente conoce y aplica, sino también cómo y por qué aplica o no la tecnología disponible (Petracci, 2007).

Se recurrió también a fuentes de información secundarias tales como publicaciones en revistas científicas, informes de investigación de instituciones y publicaciones en seminarios y congresos relacionados a temas de turismo rural, territorio y trabajo participativo.

Se propuso la utilización de un instrumento de planificación territorial del turismo rural, originalmente desarrollado por el programa leader de la Unión Europea y que ha sido adaptado para su aplicación en territorios de América Latina y El Caribe, por el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) que se adecuó a la localidad en estudio para definir los lineamientos óptimos y teóricos que orientan la concreción del plan de desarrollo.

Resultados y Discusión

En el marco del desarrollo del proyecto en el territorio, se realizaron reuniones periódicas entre el equipo de investigación junto los actores locales (emprendedores, jefe comunal, representantes del sector público y fundaciones, docentes y estudiantes). Además se desarrollaron cuatro encuentros en los que se logró: cartografiar la comuna de Las Calles en mapas de recursos, conflictos y redes; definir las variables socioeconómicas y ambientales que caracterizan a la localidad; realizar un diagnóstico de la demanda y oferta turística y definir los lineamientos del plan de desarrollo de turismo rural.

Del trabajo desarrollado mediante los talleres de enfoque de grupo, los emprendedores locales, feriantes, cabañeros, artesanos, estudiantes y otros actores locales reconocen en las siguientes expresiones la realidad socioeconómica de la comuna:

“Las Calles es una comuna que tiene 1.100 habitantes permanentes y en crecimiento...”

“Hay tres grupos sociales: los nacidos y criados, los que vinieron y se quedaron a vivir y los que hacen poco que han llegado...”

“La gente del lugar tiene casas nuevas y la gente nueva hace casas al estilo colonial...”

“Nos preocupa la inserción posterior de los jóvenes...”

“Los núcleos familiares no son sólidos, no tienen un acompañamiento...”

“Hay una cosa que desarrollar que es el espíritu de emprendedor...”

“El liderazgo de grupo lo tiene gente que ha venido a Las Calles y que han convencido a los habitantes. A nosotros los criollos, nos tienen que llevar...”

“El encanto es que nos separa 3,5 kilómetros de la ruta, salís y ves la vaquita, el zorro, las gallinas, el cerdo, cruzan las calles. Ese aislamiento es una fortaleza.”

“Las Calles es un pueblo de vida lenta lo que atrae al turista...”

“Estamos en lucha con el tema del agua, DIPAS (Dirección Provincial de Agua y Saneamiento) otorga permisos de riego para producir, los que viven quieren tomar agua, los emprendimientos quieren llenar los yacuzzi (bañeras con hidromasajes).... ”

Asimismo en un taller participativo con los estudiantes del último año del IPAM 135, anexo Las Calles, Escuela Mercedes Allende de Carranza Pregot, en base al concepto de “turismo” surgieron: parques acuáticos, ríos, playas, cabalgatas, montaña, caminatas, dique, ferias, artesanías, serpentario, viñedos, bosque nativo, sierras, escritores, museos. La apreciación para el concepto de “ruralidad” se dio por: producciones agrícolas (papa, maíz, soja, viñedos); producciones ganaderas artesanales (producción lechera, producción vacuna y producción caprina); producción avícola (huevos, faena); elaboración artesanal (licores, alfajores, salame, queso, vino, conservas, mermeladas, cueros, cuchillos y tejidos) y actividades de recreación (cabalgatas y avistamiento de aves).

De los mapas de conflictos se rescata: los lugareños del pueblo son poco participativos de actividades, necesidad de un plan de marketing (no hay folletería local ni difusión específica) y definición de identidad, escasa toma de conciencia de valores respecto a lo que ofrece Las Calles, poca identificación de recursos y puesta en valor de los mismos. Dentro de los mapas de redes se identificaron: poco trabajo colaborativo, falta de un mapa de emprendedores locales, escasa articulación de emprendedores, municipio y demanda (consumidor); no se plantean encadenamientos productivos y no existen registros de planillas de relevamientos de recursos y productos turísticos locales.

Estos resultados que surgen del trabajo participativo de los actores locales permitieron al equipo de investigación contar con las herramientas necesarias para caracterizar la localidad. Por medio de este diagnóstico se comparó la realidad con las variables óptimas y teóricas definidas en el instrumento de planificación territorial propuesto en la metodología. Para el caso de estudio, las variables definidas por el equipo de investigación fueron: relevamiento, inventariado y sistematización de recursos/atractivos turísticos; articulación de emprendedores mediante un trabajo colaborativo; definición del producto turístico rural de la comuna; integración de la oferta turística; uso sostenible de los recursos (agua, energía y residuos sólidos) para definir la capacidad de carga del sistema turístico “Las Calles”; empleo de la mano de obra local en los emprendimientos; definición de un plan de marketing considerando el precio, promoción, producto y plaza.

Habiendo reconocido en el diagnóstico las principales debilidades y amenazas que luego fueron cotejadas con las consideradas óptimas, se comienza a delinear el plan de desarrollo de turismo rural local articulando el trabajo del equipo investigador junto a los miembros de la comunidad involucrada. Luego de dos años de trabajo en el territorio, surgieron acciones concretas que intentan superar las dificultades encontradas al inicio del proyecto:

- Reconocimiento de puesta en valor de los recursos: *“el senderismo, el mes del caballo y el pueblo de emprendedores nacen en las calles y el mojón 0 (cero) del senderismo en la provincia, se colocará en la comuna”*.
- Fomento del trabajo colaborativo en redes: *“se organizaron comisiones por temas: identidad local, recursos naturales, ordenamiento territorial y relevamiento de datos”* (mediante planillas de relevamiento de emprendedores turísticos, infraestructura y perfil de la demanda).
- Primeros lineamientos de un plan de marketing local: *“diseño de folletería conjunta: alojamientos, artesanos, hilanderos, gastronómicos, recreación”* y *“difusión por medios digitales, impresos y radiales”*.
- Identidad local: *“consenso en la definición de la identidad local de la comuna al definirla como Las Calles, “Pueblo Rural” y acciones para reforzarlas.*
- Articulación público privada: *“se reorganiza y jerarquiza la feria local de los días Domingos en la que participan emprendedores locales de diferentes rubros acompañados por la administración comunal, consensuando entre los*

participantes, modos de trabajo, horarios, presentación de productos y servicios” y “los habitantes de la comuna hacen propia la feria local”

Conclusiones

El turismo rural representa una posibilidad más que atractiva como estrategia de desarrollo territorial, rural y turístico para actividades microempresariales. Asimismo contribuye notablemente al desarrollo económico, social, cultural y medioambiental del medio rural, que se manifiesta en los siguientes aspectos: promoción del asociativismo, ampliación de la oferta turística agregando valor a la existente, diversificación de la producción, mejora de la comercialización, creación del empleo y fomento del arraigo regional, oportunidad laboral para la mujer y los jóvenes.

El plan de desarrollo de turismo rural como herramienta innovadora en la gestión del conocimiento y valorización de los recursos se relaciona con la contribución que realiza potenciando las cadenas productivas y al desarrollo sostenible de la zona, lo que trae aparejado una mejora en la calidad de vida de las personas vinculadas a esta actividad de manera directa e indirecta.

La metodología desarrollada en la investigación posibilitó realizar un diagnóstico conjunto enriquecido por las diferentes miradas y apreciaciones de los actores que participaron a lo largo del proyecto. Además el trabajo participativo permitió el empoderamiento de los actores haciéndose responsables del desarrollo de las propuestas en la localidad. Los tiempos establecidos en la planificación, ejecución y síntesis parciales de los encuentros permitieron de manera secuencial avanzar hacia el objetivo, asegurando la participación de la mayoría de los actores del territorio.

La propuesta de trabajo y su concreción generó interés por parte de otras unidades académicas de la Universidad Nacional de Córdoba, lo que permitió la articulación para trabajar en proyectos conjuntos.

Los avances y resultados del proyecto son de utilidad para el proceso de toma de decisiones tanto del sector público vinculado con la actividad, como del sector privado específico y de las organizaciones no gubernamentales afines.

Agradecimientos

Se agradece el financiamiento otorgado por la Secretaría de Ciencia y Tecnología de la Facultad de Ciencias Agropecuarias de la Universidad Nacional de Córdoba.

Es oportuno destacar la predisposición por parte de la comunidad local en el nombre de su jefe comunal, sr. Mauro Oviedo, por propiciar el desarrollo del proyecto de investigación.

Bibliografía

García Barón C. y E. Colombia, 2006. Barrios del mundo: Historias urbanas la cartografía social... Pistas para seguir. Disponible en: <http://www.insumisos.com/lecturasinsumisas/Historia%20urbana%20de%20los%20barrios.pdf> Consultada el 20/02/2017

Hebegger, S y Mansilla, L. (2006). El poder de la Cartografía Social en las prácticas contrahegemónicas. Disponible en: https://www.academia.edu/31667494/El_poder_de_la_Cartografía_Social. Consultada el 11/06/2019

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), 2014. Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales.

Pasquali, M.; M. Da Riva y R. Bino, 2016. Impacto socioeconómico y ambiental de un proyecto asociativo de turismo rural ecológico en la localidad de Villa Yacanto de Calamuchita (Córdoba). V Jornadas de Extensión del MERCOSUR, Tandil, Buenos Aires, Argentina.

Petracci M. y A. L. Kornblit, 2007. Representaciones Sociales; una teoría metodológicamente pluralista. En Kornblit A.L. (Eds): Metodología Cuantitativa en Ciencias Sociales, Modelos y Procedimientos Sociales. Biblos, pp. 91-95.

Turismo, Presidencia de la Nación, 2016 Desarrollo de destinos. Disponible en: <http://www.turismo.gob.ar/desarrollo/desarrollo-de-destinos>. Consultada el 20/02/2017