

**CAPITAL SOCIAL Y POLÍTICAS PÚBLICAS
PARA LA PROMOCIÓN DEL TURISMO RURAL:
EL ANÁLISIS DE UNA EXPERIENCIA
ASOCIATIVA (ARGENTINA)¹
SOCIAL CAPITAL AND PUBLIC POLICIES FOR
THE PROMOTION OF RURAL TOURISM:
THE ANALYSIS OF AN ASSOCIATIVE
EXPERIENCE (ARGENTINA)**

VIVIANA S. LEONARDI²

*Departamento de Economía. Universidad Nacional del Sur.
Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales del Sur (UNS-CONICET)*

Bahía Blanca, Argentina

IRENE GARCÍA CASAL³

Departamento de Economía. Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca. Argentina.

RESUMEN

El objetivo del presente trabajo es reflexionar acerca del rol de las políticas públicas en la formación y/o ampliación del capital social como uno de los factores que define el desarrollo del turismo rural. La metodología es descriptiva y se utiliza el enfoque del estudio de caso. Para ello se analizó una experiencia asociativa de turismo rural localizada en la zona norte del partido de Villarino, provincia de Buenos Aires (Argentina), cuya formación fue impulsada por la política pública. La promoción de esta experiencia asociativa permitió dinamizar algunas actividades productivas, crear nuevos emprendimientos vinculados al turismo y nuevas modalidades de turismo rural.

Palabras clave: Turismo rural, capital social, políticas públicas, experiencias asociativas.

Fecha de Recepción: 17 de octubre de 2017 Fecha de Aceptación: 14 de mayo de 2018

¹ La investigación que da pie a este artículo forma parte del proyecto “Desarrollo Económico Productivo y Social vinculado al Agregado de Valor”, financiado por la Secretaría de General de Ciencia y Tecnología de la Universidad Nacional del Sur (UNS).

² Magister en Economía (UNS). San Andrés 800, Altos de Palihue, (8000), Bahía Blanca, Provincia de Bs. As., República Argentina, T.E.: 54-291-4595138. E-mail: vleonard@criba.edu.ar

³ Licenciada en Economía (UNS). San Andrés 800, Altos de Palihue, (8000), Bahía Blanca, Provincia de Bs. As., República Argentina, T.E.: 54-291-4595138. E-mail: igcasal@criba.edu.ar

ABSTRACT

The aim of this paper is to think over the role of public policies in the conformation of social capital as one of the factors that defines of a rural tourism development. The methodology is descriptive within the frame of a case study. For this purpose, we analyzed an associative experience of rural tourism whose conformation was driven by public policy. It is located in the northern part of Villarino, at the south of Buenos Aires province (Argentina). The promotion of this associative experience, allowed to stimulate some productive activities, to create new ventures linked to tourism and new modalities of rural tourism.

Keywords: Rural tourism, social capital, public policies, associative experiences

1. INTRODUCCIÓN

Hace ya varias décadas que en el mundo se asiste a un proceso de revalorización del ámbito rural por parte de la ciudad. Así, actualmente se concibe al ámbito rural no solo como un espacio que sustenta la producción, sino como un espacio donde pueden desarrollarse múltiples actividades (Posada, 1999, Román et al., 2009). Desde el ámbito urbano se han originado dos procesos superpuestos: por un lado, la implementación de planes de desarrollo rural y por otro, el rescate de valores tradicionales del medio rural. Como consecuencia de esta reivindicación de valores, el campo ha pasado a ser un objeto de consumo de la ciudad, primero como consumo ideológico-cultural y luego como espacio-ocho (Posadas, 1999:67). Los establecimientos rurales abren sus puertas a visitantes para realizar distintas actividades propias del turismo. Se incluyen aquí prácticas vinculadas a degustaciones culinarias en lugares no tradicionales, visitas de corta duración de índole cultural-rural o histórico rural, safaris fotográficos, senderismo, cabalgatas, entre otras.

Si bien la definición de turismo rural resulta compleja, siguiendo a Rivas (2006:212) se define al turismo rural como toda actividad turística realizada en el espacio rural, compuesta por la oferta integrada de ocio, dirigida a una demanda cuya motivación es el contacto con el entorno autóctono y que tenga una interrelación con la sociedad local.

Según Román et. al., (2009) el turismo rural involucra una amplia y heterogénea gama de actividades dando lugar a diversas modalidades de turismo como agroturismo, ecoturismo, turismo cultural, turismo aventura, entre otros. Asimismo, dicho autor afirma que Argentina ha sido pionera en América Latina en el desarrollo de emprendimientos de turismo rural. Destaca que la diversificación de la producción en las áreas rurales surge por dos factores: la crisis sectorial, acaecida por las modificaciones en el marco institucional

efectuadas en la década de los noventa y la visualización de una demanda creciente a partir de un sector dinámico como el turismo (Román et al., 2009:10-11).

El progreso de actividades vinculadas a esta modalidad de turismo, puede ser considerado como una estrategia de desarrollo local y al igual que otras estrategias de desarrollo económico, el turismo rural para ser exitoso requiere tanto de factores tangibles (el propio territorio, la mano de obra y el capital físico) como de factores intangibles (la cooperación, reciprocidad y confianza entre los distintos actores involucrados en el proceso de desarrollo, el establecimiento de normas, el resguardo de valores y la conformación de redes de relaciones sociales); conformando estos activos intangibles el capital social de una comunidad.

Al respecto, numerosas investigaciones discuten acerca de la creación del capital social (Putnam, 1993, Durston, 1999, entre otros). Algunos autores lo conciben como un producto exclusivo y espontáneo de la sociedad civil, que refleja una pauta cultural y centran su atención en ciertas características de la misma. Otro grupo de investigadores lo sitúan en un ámbito institucional más amplio, partiendo de la premisa de que la existencia de capital social es en parte el resultado del contexto político, legal e institucional, e intentan comprender los vínculos entre instituciones gubernamentales, formación de capital social y desarrollo.

En el presente trabajo se analiza cómo la política pública, específicamente el Programa de Cambio Rural, contribuyó a la formación y/o ampliación del capital social en la zona norte del partido de Villarino, provincia de Buenos Aires, Argentina, contribuyendo como un factor más al desarrollo del turismo en dicho espacio.

La investigación se efectúa bajo el enfoque del estudio de caso, para lo cual se analiza una experiencia asociativa de turismo rural, localizada en la zona norte del partido de Villarino, provincia de Buenos Aires (Argentina). La misma fue viabilizada mediante la política pública en su inicio, y actualmente funciona como un grupo autogestionado.

2. ASPECTOS METODOLÓGICOS

La metodología seguida para la realización del presente estudio se ha basado en la recopilación, tratamiento, análisis, contrastación e interpretación de los diversos datos obtenidos de diferentes fuentes de información (estadísticas y documentales) relativas tanto a turismo como a cualquier otra temática relacionada o generadora de influencias, que ha sido necesaria para la estructuración, argumentación y desarrollo del trabajo.

En el marco de referencia, en primer lugar, se realiza una revisión de las distintas conceptualizaciones de capital social. Luego se examina la importancia del capital social para el desarrollo del turismo rural y finalmente se analiza la relación entre capital social y política pública.

En el análisis empírico, se emplea una perspectiva cualitativa de investigación basada en el análisis e interpretación de información primaria. Los datos primarios provienen de entrevistas semi-estructuradas, encuestas, la observación y participación directa. El trabajo de campo se llevó a cabo durante el período 2014-2016. Tanto las entrevistas como las encuestas se realizaron al promotor asesor del grupo de turismo rural y a emprendedores que integran el grupo asociativo. A partir de esta información, se desarrolla un análisis exploratorio-descriptivo a los fines de conocer los vínculos existentes entre los emprendedores previo a la conformación del grupo, el proceso de organización del mismo, su dinámica de funcionamiento, la importancia de las prácticas de turismo llevadas a cabo por cada emprendedor en cada establecimiento y la red de vinculaciones que desarrolló el grupo. A partir de esta red de relaciones se identifica la formación de diferentes tipos de capital social (capital social de unión, enlace y puente), lo que permite estudiar si la creación del grupo asociativo, viabilizada a través de la política pública, logró generar o incrementar el capital social en el área de estudio.

3. MARCO DE REFERENCIA

3.1 La importancia del capital social para el desarrollo del turismo rural

El desarrollo del concepto de capital social surge del área de la Sociología y puede atribuirse fundamentalmente a los estudios de Bourdieu (1986), Coleman (1988), Putnam (1993,1995, 2000), Lin (2001), entre otros. Sin embargo, según Putnam (2002) la primera aparición del capital social como concepto data de un escrito de 1916 del reformista estadounidense L. J. Hanifan, aunque el impacto de este planteo no tuvo relevancia en su época, siendo rescatado a finales de siglo XX (Haz, s/f:1).

Para Bourdieu (1986:248), el capital social es: "...la acumulación de recursos reales o potenciales que están unidos a la posesión de una red duradera de relaciones más o menos institucionalizadas de reconocimiento mutuo". Coleman (1988) entiende al capital social como el conjunto de recursos del que dispone un individuo que participa en redes sociales a fin de obtener beneficios que mejoren su situación económica y

social. Por su parte Putnam (1995) lo identifica con valores y actitudes comunitarias reflejadas en la existencia de cultura cívica. En palabras de Putnam (1995:14) “el capital social se refiere a las características de organización social, tales como la confianza, las normas y redes, que pueden mejorar la eficiencia de la sociedad mediante la facilitación de las acciones coordinadas”. Todo lo anterior pone de manifiesto que pueden destacarse dos líneas de pensamiento al definir al capital social: 1) capital social individual, tal como lo define Coleman y 2) capital social comunitario o colectivo, tal como lo entiende Putnam. Sin embargo, en la bibliografía consultada se advierte que actualmente hay acuerdo generalizado en que las dos dimensiones son componentes fundamentales del capital social, por lo cual los trabajos empíricos deben incluir a ambas. Durston (2000:24) menciona que tanto el capital social individual como el comunitario son partes de la cultura compartida, que el capital social comunitario es la institucionalidad formal e informal que integra las normas culturales de confianza entre individuos, con las prácticas de cooperación entre todos los miembros de un sistema social. Por su parte, Micheli (2012) señala que además de esas dos visiones debe considerarse una tercera, que incluye la necesidad de considerar al capital social dentro de la dinámica del entorno en el que se crea y evoluciona, es decir dependiente de las acciones de los actores, los fines que persiguen y el contexto específico en el que actúan. Así, al analizar los procesos de desarrollo suelen considerarse tres tipos de capital social, jugando cada uno un rol específico:

(1) *capital social de unión, vínculo o cohesivo (bonding social capital)*: describe los vínculos fuertes entre personas que comparten ciertas características comunes y una mayor motivación para cooperar o prestar ayuda en caso de necesidad, reforzando así los lazos entre grupos homogéneos. La principal función de este tipo de capital es que los grupos adquieran un sentido de identidad y establezcan propósitos e intereses comunes que reducen el riesgo y la incertidumbre⁴.

(2) *capital social de enlace (linking social capital)*: esta noción es utilizada para representar las redes verticales de interacción de los miembros de la comunidad con individuos que tienen capacidad de acceder a recursos de poder. También se la utiliza para describir la densidad y la calidad de las relaciones entre el sector público y el privado y, por tanto, su potencial como recurso para el desarrollo.

(3) *capital social de puente o conectivo (bridging social capital)*: considera el grado en que los miembros de un grupo se relacionan con individuos o grupos situados fuera del

⁴ Sin embargo, cuando se instauran niveles de exclusión basados en límites netos entre miembros y no miembros de la comunidad, pueden generarse dinámicas negativas desde el punto de vista del desarrollo.

mismo. Este tipo de capital es muy eficaz para facilitar el acceso a recursos o activos externos, lo cual se vuelve crucial en grupos heterogéneos (Putnam, 2000)⁵.

Respecto a la vinculación entre capital social y turismo, varios autores plantean que la misma no ha sido ampliamente analizada (Healy, 1994; Ostrom et al., 1999), aunque puede afirmarse que existe un acuerdo sobre el rol del capital social como factor de desarrollo del turismo (Wellings, 2007; Beeton, 2006; Moscardo, 2008 citado en Segrado, et al., 2013:73).

Según Wilson et al. (2001) en la literatura económica han surgido dos enfoques acerca del desarrollo del turismo en áreas rurales. El primero argumenta que el turismo y sus oportunidades de emprendimientos se desarrollan mejor ayudando a crear negocios individuales y luego dejando que ellos compitan en el mercado (Eadington et al., 1999). Esta visión ha recibido varias críticas ya que ve al turismo como aislado de la comunidad y sus problemas; no reconoce la interdependencia de los diversos sectores y actores involucrados en el mismo; y no tiene en cuenta que la mayoría de las pequeñas empresas de turismo en áreas rurales, no poseen los recursos individuales para promocionarse a sí mismas (Murphy, 1985; Gunn, 1988 y Palmer et al., 1995). Una segunda visión considera que el turismo es un producto comunitario y que, junto con la presencia de empresas turísticas, es necesario tener capacidades comunitarias y locales como, por ejemplo, liderazgo local y redes formales e informales directamente involucradas en el desarrollo turístico y en el esfuerzo de promoción (Murphy, 1985 citado en Wilson, et al., 2001). En esta misma línea Garín (2008:176) supone que el producto del turismo en las regiones rurales debe constituirse como un proyecto colectivo, dado que es el resultado de la interacción de una gran variedad de actores que utilizan como insumos los bienes públicos y patrimoniales del territorio, articulándose en espacios diferenciados desde el punto de vista de su potencial económico y funcional.

Respecto a la evidencia empírica, Wilson et al. (2001) identifica como factores exitosos para el desarrollo del turismo en áreas rurales el buen liderazgo comunitario, el apoyo y participación del gobierno local, coordinación y cooperación entre empresarios y liderazgo local, coordinación y cooperación entre los empresarios del turismo rural, información y asistencia técnica para el desarrollo y promoción del turismo, el apoyo generalizado de la comunidad; entre

⁵ Tanto el capital social de enlace como el puente dan acceso a personas e instituciones distantes. Forni et al. (2007:161), supone que es necesaria la existencia de capital social previo entre los integrantes de la comunidad, para que pueda experimentarse la articulación con otros actores más distantes

otros⁶. Estos factores enfatizan la cooperación y la colaboración entre actores, es decir ponderan la presencia de capital social. Sin embargo, crear cooperación y colaboración es un proceso complejo y dificultoso, por ello es posible interrogarse acerca de la necesidad de la participación de la política pública para crear, desarrollar y/o expandir el capital social.

3.2 Algunas consideraciones acerca de la relación entre la política pública y el capital social

Autores como Putnam (1993) y Evans (1996), plantean que el capital social se puede construir, directa o indirectamente, materializando la sinergia que se genera a través del trabajo conjunto de las organizaciones cívicas con el Estado. De acuerdo a esta tesis, los incentivos que otorga el Estado para que los ciudadanos se asocien con el propósito de obtener beneficios comunes, incrementa la confianza y fortalece la colaboración y asociación de los mismos. Durston (1999) sostiene que las políticas públicas han contribuido más de una vez a crear capital social. Sin embargo, esto solo puede lograrse si existe un fuerte compromiso de los funcionarios de gobierno con la comunidad (Durston, 2002:46). Millán (1999:54) pone énfasis en la participación de la propia comunidad para lograr el éxito de las políticas públicas.

Según Pereira (2015:77-78)⁷, podría afirmarse que, en los territorios,

“se puede instalar un capital social semilla que, si logra germinar y sostenerse en el tiempo, terminará por modificarlos. Este capital puede ser sembrado por una persona, por un grupo o por el gobierno, pero al final puede que se transfiera a la estructura y se institucionalice. Inicialmente se trata de los pioneros, pero luego la estructura social actúa para presionar hacia los comportamientos de ayuda mutua y preocupación por el otro. La idea revela una de las formas más comunes de creación de capital social, a saber, la vía del contagio hacia los otros y del crecimiento a partir de unos pocos”.

Es importante señalar que el desarrollo del capital social a través de la política pública puede verse afectado por los precursores del capital social presentes en un territorio. Los precursores son aquellos factores que contribuyen a la emergencia de las relaciones de reciprocidad y cooperación, son elementos psicosociales del sistema comunitario como

⁶ Otros factores identificados son: un paquete turístico completo, fondos suficientes para el desarrollo turístico, planificación estratégica y buenas oficinas de convenciones y visitantes.

⁷ Pereira et al. (2015), analizan el proceso de construcción de capital social en la Central Cooperativa de Servicios Sociales – CECOSOLA- perteneciente al estado Lara, Venezuela.

parentesco, vecindad, identidad cultural y memoria histórica, que dan lugar a redes de diferentes tipos (Miranda, 2003:20). Su existencia facilita la emergencia de las prácticas de ayuda mutua y cooperación, al tiempo que por un efecto de retroalimentación permite la acumulación de mayor capital social (Durston, 2002:39).

En resumen, puede afirmarse que el diseño de estrategias de desarrollo requerirá que la comunidad se involucre y tenga una participación directa, estableciendo una articulación, entre los distintos actores, caracterizada por valores de confianza, cooperación y reciprocidad, pero a su vez se demandará el compromiso del gobierno local para retroalimentar la formación de capital social. Será de gran importancia revitalizar el rol de la administración local como aglutinadora de voluntades y catalizadora de la interacción de la comunidad, tanto hacia adentro como hacia fuera, como, por ejemplo, sirviendo de vínculo con los estamentos gubernamentales más alejados. La comunidad se enfrenta así a un gran desafío, porque los ciudadanos tienen mayor grado de responsabilidad. Allí donde la población estaba acostumbrada a “demandar” la acción pública, debe ahora responder a ciertos pedidos y resolver determinados conflictos (Rojas et al, 2015:223).

4. UNA EXPERIENCIA ASOCIATIVA: EL GRUPO ARENAS Y AROMAS DEL PARALELO 39°

4.1. Política de promoción que da lugar a la creación del grupo.

En Argentina, dentro del marco del Programa Federal de Apoyo al Desarrollo Rural Sustentable (PROFEDER), es el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) quien apoya experiencias de turismo rural. Dicho programa que opera desde el año 2003, es creado en el marco de un proceso para la transformación y fortalecimiento de su sistema de extensión y transferencia de tecnología. A través del PROFEDER, el INTA apoya la generación de proyectos asociativos, entre otros, de turismo rural cuyas propuestas apunten a la organización conjunta tanto de la oferta como de demandas diversas. El INTA constituye una institución con capacidad de acción territorial efectiva, es decir con agentes localizados y con una estructura territorializada (Bustos Cara et al., 2011). La finalidad del PROFEDER es promover la innovación tecnológica y organizacional de los actores del medio rural, el desarrollo de sus capacidades y el fortalecimiento de la competitividad regional y nacional, generando un ámbito de equidad social y de sustentabilidad en apoyo al desarrollo territorial. La metodología de trabajo es grupal y participativa,

por lo que son los emprendedores participantes quienes elaboran junto con los técnicos los proyectos, los cuales deben tender a promover y/o iniciar procesos de desarrollo de sus territorios junto a las organizaciones locales (Rozenblum, 2006 citado Guastavino, et. al., s/f).

Su acción se ejecuta mediante proyectos y planes de trabajos grupales en terreno, destinados a satisfacer las demandas y oportunidades que surgen del territorio. La respuesta a cada demanda específica se opera mediante distintos instrumentos, con objetivos y metodologías específicas de trabajo, tales como Cambio Rural⁸, ProHuerta⁹, entre otros. Todos y cada uno de los instrumentos basan la estrategia en la acción participativa (Gargicevich, et.al, s/f).

A partir del año 2011, en la zona norte del partido de Villarino, provincia de Buenos Aires (Argentina), con el apoyo del INTA de Hilario Ascasubi¹⁰, surge una experiencia asociativa de turismo rural que da lugar a la formación del grupo *Arenas y Aromas del Paralelo 39°*. Los emprendimientos que lo conforman están distribuidos en un radio de 25 km alrededor de la ruta nacional (RN) 22, donde se ubica la pequeña localidad de Argerich y la ciudad de Médanos, cabecera del partido, zona conocida como zona de secano. Allí, las actividades productivas centrales son la agricultura y la ganadería; pero también es posible encontrar otras producciones de menor escala, tales como: frambuesas, sal, quesos, chacinados, dulces y conservas, además de artesanías en tejido e hilado, soguería, talabartería, cuchillería, cerámica, tallado de madera, cestería, alfarería y artesanía contemporánea. Otra producción que sobresale son las aromáticas (lavanda, melisa, cedrón, orégano, salvia, tomillo, etc) y los vinos de alta gama. En la pequeña localidad de Algarrobo se encuentra un molino harinero de gran importancia para la región; y otra actividad relevante en la zona es la apicultura, con más 250 productores. Específicamente Argerich, es una localidad pequeña y dispersa que ofrece interesantes emprendimientos gastronómicos, productos regionales, una estación de ferrocarril en vías de recuperación y un vivero municipal de 24 hectáreas, considerado un importante atractivo del municipio (Colonnella, 2015). Médanos es la capital del ajo y en el mes de marzo se realiza la

8 El Programa Cambio Rural fue creado en el año 1993. El mismo está coordinado por el Ministerio de Agroindustria de la Presidencia de la Nación y gestionado por el INTA a través de sus agencias de extensión en todo el territorio nacional.

9 Es un programa de política pública que promueve las prácticas agroecológicas y la educación alimentaria, como fuente de autoabastecimiento y de ingresos para las familias en situación de vulnerabilidad se encuentra coordinado por el Ministerio de Desarrollo Social.

10 Esta institución posee capacidad efectiva de acción territorial, es decir, tiene agentes localizados y con estructura territorializada, y si bien constituye una dependencia del Estado Nacional, tiene una presencia local marcada (Bustos Cara, R. y Haag, I.; 2011).

Fiesta Nacional del Ajo, es una colonia judía que ha legado un importante patrimonio cultural tangible e intangible como ser la sinagoga y el cementerio. Actualmente, alrededor de dicho patrimonio se desarrollan actividades turístico-educativas.

4.2. La conformación del emprendimiento asociativo

El grupo asociativo obtiene el alta dentro del Programa Cambio Rural en junio del 2011, por un período de tres años. Luego se reorganiza (algunos miembros se retiran y se incorporan otros) y obtiene una nueva alta a fines del año 2014, en el marco del programa Cambio Rural II. En esta etapa el grupo avanzó en la puesta en valor de recursos específicos del territorio y en el proceso de reconocimiento de su identidad. Esta identidad comienza a manifestarse, a raíz de la dinámica grupal lograda y la incipiente articulación con otros actores del ámbito público y privado. A principio del año 2016 el INTA informa al grupo la desvinculación del programa, por lo cual actualmente continúa bajo la modalidad de autogestión. Si bien ya no cuentan con financiamiento para pagar los honorarios al promotor asesor, si reciben, esporádicamente, fondos para asistencia a ferias, promoción, etc. Es importante mencionar que previo a la conformación del grupo ya existían lazos de amistad entre varios de sus miembros, mientras que otros eran vecinos o conocidos.

En el Cuadro 1 se visualizan los diversos emprendimientos, que fueron constituyendo el grupo asociativo a través del tiempo, sus actividades principales y las actividades vinculadas al turismo. Se observa que la dinámica del grupo ha sido muy importante en cuanto al ingreso y egreso de miembros. De las entrevistas surge que a lo largo del tiempo algunos establecimientos dejaron de pertenecer al emprendimiento asociativo porque cambiaron de dueño ante el fallecimiento de su propietario o porque no pudieron cumplir con los requerimientos del INTA de reunirse periódicamente¹¹. En la etapa actual de autogestión, el grupo asociativo está constituido por diez establecimientos que conforman la oferta turística: una plantación de aromáticas, una talabartería, un emprendimiento de productos regionales, dos artesanías, un productor de miel, una casa de campo que ofrece platos típicos, un emprendimiento familiar de puesta en valor del patrimonio ferroviario, un Vivero Forestal Municipal y la Asociación Italiana de Médanos.

¹¹ Según entrevistas realizadas a emprendedores, varios propietarios que ya no conforman el grupo lo siguen apuntalando y colaborando con él cuando se los solicita.

Cuadro 1. Emprendimientos que han integrado o integran el grupo de Arenas y Aromas del paralelo '39

Nombre del emprendimiento	Localización	Actividad principal	Actividad relacionada con el turismo	Año de inicio de la actividad principal	Cambio Rural Primera Etapa	Cambio Rural II	Modalidad autogestionados A partir de 2016
El Regreso	A 5 km de Médanos	Vida en comunidad, granja ecológica	Visitas guiadas	2011	✓		
Aromáticas Patagónicas	La Mascota	Cultivo de aromáticas orgánicas	Visitas guiadas y participación en activ. Conjuntas del grupo	2006	✓	✓	✓
Tolhuin	Bahía Blanca	Productos con pasta de ajo	Visitas guiadas	2000	✓		
Boutique de Campo Rancho Viejo	Argerich	Talabartería, soguería, tejidos artesanales orfebrería.	Gastronomía y venta de artículos artesanales	2001	✓	✓	✓
El Álamo	A km de Médanos	Criadero de cerdos	Visitas guiadas	1980	✓		
Bodega y viñedos al Este	A 1 km de Médanos	Bodega	Visitas guiadas y gastronomía-degustación	1999	✓	✓	
Cabañas Chapalcó	Médanos	Alojamiento extra-hotelerero	Alojamiento extra-hotelerero	2008	✓		
Los Manantiales	A 35 km de Médanos	Establecimiento ganadero	Visitas guiadas. Avistaje de aves	2011	✓		
Artesanías Itatí	Argerich	Elaboración de bombones artesanales, cajas decoradas, saquitos de té artesanales, almohadillas para los ojos de lavanda	Stand de ventas en actividades que realiza el grupo	2010	✓	✓	✓
Creaciones CTTI	Médanos	Pañuelos de gasa pintados a mano, caminos de mesa en telar, tejidos a crochet, juguetes en tela y tapices	Stand de ventas en actividades que realiza el grupo	2009	✓	✓	✓
La Colmena de Lautaro	Argerich	Producción artesanal de miel y derivados de la colmena	Stand de ventas en actividades que realiza el grupo	2010		✓	✓
Paso Obligado	Argerich	Venta de productos regionales	Stand de ventas en actividades que realiza el grupo	2011			✓
La Casona de Rudy	Argerich	Casa de campo	Gastronomía	2013		✓	✓
Paseo Ferro turístico "Caminos de Hierro"	Médanos	Técnico-gasista	Emprendimiento familiar de paseos con zorritas a motor, zorra bomba y triciclos de vías. Exhibición de artefactos ferroviarios (farolas, fotos etc.). Se realiza la actividad en eventos que organiza el grupo	2010		✓	✓
Asociación italiana de Médanos	Médanos	Danzas, aprendizaje del idioma, servicio de catering para eventos, visitas guiadas en el teatro.	Participa en actividades en conjunto con el grupo	1910		✓	✓
Asociación Israelita de Médanos	Médanos	Actividades para dar continuidad a la identidad étnica	Visitas guiadas a la sinagoga y cementerio judío. Gastronomía típica.	1915		✓	
Vivero forestal municipal Argerich	Argerich	Producción y venta de especies forestales y plantines. Ensayos de frutales y olivos.	Sitio histórico. Participa de actividades que realiza el grupo.	1930		✓	✓
Termas de Médanos	Médanos	Complejo termal y Spa	Complejo termal y Spa	2010	✓	✓	

Fuente: Elaboración propia en base a información obtenida de entrevistas al promotor asesor del grupo de turismo rural y a integrantes del grupo asociativo.

El desarrollo de actividades vinculadas al turismo rural fue posibilitado por la existencia, en algunos establecimientos, de capacidad ociosa tanto de activos fijos como de activos intangibles; y en otros se desplegó la capacidad creadora permitiendo diseñar nuevas propuestas¹².

4.3. Los actores sociales del programa

- *Los productores integrantes del grupo*: el grupo se reúne generalmente una vez por mes, aunque a veces en función de las actividades, tienen dos y hasta tres reuniones mensuales. Las reuniones son consideradas una de las actividades más importantes en el funcionamiento del grupo, porque constituyen el ámbito de encuentro y de programación de acciones a seguir, es el momento del intercambio de experiencias y de compartir problemas. La reunión mensual es un requisito que impone el programa y entre todos se acuerda el lugar y fecha de reunión.

- *El representante del grupo*: en este caso no existe un representante del grupo, las decisiones se toman en conjunto.

- *El promotor asesor del grupo*: es un profesional de la actividad privada que organiza el trabajo del grupo, colaborando en la definición de objetivos estratégicos tendientes a la resolución de los problemas priorizados por los integrantes. Actúa como agente de desarrollo, mediando, acompañando, o estrictamente asesorando, en algunos aspectos de la dinámica colectiva incipiente (Bustos Cara, R. y Haag, I.; 2011). Su rol específico es tanto la animación y coordinación del grupo, como la articulación entre la acción colectiva y los apoyos desde el Estado.

- *El agente del proyecto*: es un técnico del INTA que articula las acciones del programa con las actividades de la unidad del INTA en la cual se desempeña y al mismo tiempo facilita la integración entre promotores asesores, productores y las instituciones y organismos públicos y privados. Es un agente superior en la secuencia jerárquica.

4.4. Análisis de resultados

El análisis de los resultados de la información relevada en el trabajo de campo se subdividió en dos apartados. En el primero se presenta el análisis de la red de relaciones desarrollada por el grupo asociativo como un indicador de capital social. En el segundo se exhiben los beneficios asociados a la participación en la experiencia asociativa.

¹² La importancia del grupo asociativo quedó plasmada en la guía de turismo rural del sur de la provincia de Buenos Aires, la cual fue publicada por el INTA en el año 2016.

4.4.1 Formación de capital social en la Comarca Los Locos de la 22

Para identificar la formación de capital social se consideró la existencia de capital social de unión, enlace y puente. El capital social de unión se evaluó a través de la intensidad de las vinculaciones entre los emprendedores y la predisposición a cooperar, la cual quedó plasmada en la realización de actividades conjuntas que mejoraron la oferta turística. El capital social de enlace se valoró a través de los vínculos establecidos entre el grupo y las organizaciones del sector público. Finalmente, el capital social puente, se reconoció a través de las conexiones con organizaciones externas al grupo.

Respecto al *capital social de unión* puede decirse que aquellos miembros del grupo que se vinculan a través de relaciones de amistad y vecindad, lo hacen con una alta frecuencia; mientras que el resto, se encuentra en las reuniones y en los eventos organizados. La predisposición a cooperar se manifiesta en la formulación de propuestas conjunta, tales como:

- Evento “Noches de Música y Misterio”. A partir de este evento el grupo asociativo logró un reconocimiento social local y regional. Dicho evento además de permitirles diversificar los ingresos a sus participantes, logró crear un proyecto que agregó valor en origen, cumpliendo así con uno de los objetivos del PROFEDER.
- Evento “La Fiesta del Budín”. Ante la demanda y elogio de los turistas de los budines elaborados por cuatro mujeres emprendedoras, desde la Dirección Municipal de Turismo de Villarino se organiza el encuentro conocido como La Fiesta del Budín. En esta fiesta participan diferentes instituciones de Médanos y Argerich. Se ofrecen comidas típicas y budines, para los cuales se ha diseñado un interesante packaging, con dibujos infantiles llevados a cabo por niños del pueblo e identificándolos con diferentes nombres, como por ejemplo CARMAN, que en tehuelche significa población afortunada.

Con relación al *capital social de enlace*, la conformación del grupo asociativo, viabilizado a través de la política pública, logró el empoderamiento de sus emprendedores facilitando a su vez la interacción con distintas instituciones de gobierno, tales como, el Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca de la Nación, el Ministerio de la Producción de la Provincia de Buenos Aires, el INTA de Hilario Ascasubi, y la Dirección de Turismo de la Municipalidad de Villarino. En las entrevistas se destacó como muy beneficiosas las capacitaciones recibidas por parte de INTA, la difusión de sus actividades a través de la publicación de la Guía de Turismo

Rural, editada por la misma institución y la ayuda financiera recibida desde el gobierno nacional y provincial para participar en ferias, como la de *Caminos y Sabores* o *Tecnópolis*, en la ciudad de Buenos Aires.

En cuanto al capital social puente, el grupo asociativo de turismo rural presenta redes de reciprocidad con proveedores, empresarios de turismo rural que no pertenecen al grupo, entidades educativas, entre las más sobresalientes. El Cuadro 2 resume los resultados.

Cuadro 2. Resultados de la política de promoción en la formación de capital social

Aspecto	Referencia	Resultado
Formación de capital social de <i>unión</i>	Grado de vinculación entre emprendimientos que conforman el grupo. Predisposición a cooperar y a desarrollar actividades conjuntas	La existencia de capital social de unión queda plasmada en el entramado de relaciones efectivas en el grupo, ya que se observa una predisposición a desarrollar actividades en forma conjunta y a prestar ayuda en caso de necesidad.
Formación de capital social de <i>enlace</i>	Redes verticales de interacción con individuos que les permite acceder a recursos valiosos de poder.	La existencia de capital social <i>de enlace</i> , queda plasmada, básicamente, en la articulación entre el Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca de la Nación, el INTA de Hilario Ascasubi y la Dirección Municipal de Turismo, el Ministerio de la Producción de la Provincia de Bs. As. y el Ministerio de la Producción de la Nación
Formación de capital social <i>puente</i>	Vinculaciones con actores que no pertenecen a la red	Se observan redes de reciprocidad con proveedores, empresarios de turismo rural que no pertenecen al grupo, entidades educativas, entre las más sobresalientes.

4.4.2. Beneficios de la experiencia asociativa

La conformación del grupo permitió mejorar la oferta turística. La Asociación Israelita de Médanos, contribuyó a la puesta en valor y difusión del patrimonio cultural local integrado por la sinagoga y el cementerio judío. La participación de Caminos de Hierro permitió poner en valor el patrimonio ferroviario, el cual constituye un legado muy valioso para Argerich. Las ya mencionadas Fiesta del Budín y las Noches de Música y Misterio permitieron incrementar el turismo de eventos programados.

Los emprendedores enfatizan que se vieron motivados a participar del grupo por la necesidad de integrarse para organizar mejor las actividades que se pueden ofrecer al turista, el 57% consideró que formar parte del grupo les permitió incrementar la cantidad de productos o servicios turísticos ofrecidos, lo que les permitió aumentar sus ingresos entre un 5 y un 15%.

Lo más valorado por ellos es que el participar de estos proyectos asociativos, les ha permitido iniciar nuevas amistades y crear una identidad comunitaria, que se ha visto reflejada en el reconocimiento de la región como la Comarca de *Los locos de la 22*. Asimismo, el grupo está gestionando la obtención de su personería jurídica lo cual le permitiría acceder a líneas de crédito. De las entrevistas surge que la reciprocidad y la confianza parecen ser los principales motivos que han dado lugar y continuidad al caso analizado. Sin embargo, al plantearse su sostenibilidad en el tiempo, Elcira Colombo (2016)¹³, una de las emprendedoras más entusiastas, expresa que la falta de una participación constante y el variado grado de compromiso de sus integrantes, es el principal obstáculo para lograrla. En palabras de Colombo "...La gente quiere un beneficio rápido. Más que conflictos, a veces hay indiferencia, cuesta la participación. Nosotras queremos que el pueblo se movilice..., queremos que Bahía Blanca nos vea..."

6. REFLEXIONES FINALES

En el desarrollo del turismo rural se conjugan tanto factores de oferta como de demanda. Por el lado de la oferta, las áreas rurales encuentran en el turismo una oportunidad para diversificar actividades, ampliar los ingresos, aumentar el empleo y difundir y revalorizar la cultura y las tradiciones locales. Por el lado de la demanda, los consumidores de ocio en el espacio rural buscan disfrutar de un ambiente tranquilo, acercarse a la naturaleza, a las formas de vida tradicionales, en un intento de compensar la despersonalización de las ciudades (Posadas, 1999:68). Estos fenómenos han conducido a los gobiernos a implementar políticas de promoción del turismo rural como una estrategia más de desarrollo local.

En Argentina, el Programa Federal de Apoyo al Desarrollo Rural Sustentable constituye un ejemplo en este sentido, donde la política pública, busca promocionar el turismo rural, como uno de los ejes articuladores de las actividades rurales. Es de destacar que dicho programa intenta promocionar esta modalidad de turismo a través de la conformación de redes entre actores sociales, posibilitando así la creación y/o ampliación del capital social.

La importancia del presente estudio radica en que investiga acerca de cómo la política pública ha podido incrementar los lazos de cooperación y colaboración entre empresarios, instituciones y el gobierno local a los fines de desarrollar el turismo rural.

¹³ El municipio de Villarino reconoció a las mujeres del grupo como mujeres emprendedoras de Argerich, y les otorgó una distinción por su labor, compromiso social y entrega a la comunidad.

La experiencia asociativa localizada en la zona norte del partido de Villarino, provincia de Buenos Aires (Argentina), demuestra que la conformación del grupo permitió dinamizar algunas actividades productivas, crear nuevos emprendimientos vinculados al turismo y nuevas modalidades de turismo rural.

Las prácticas de turismo rural llevadas a cabo por el grupo asociativo se vinculan a la gastronomía, eventos programados y al reconocimiento del patrimonio cultural. Dichas prácticas permiten incrementar y diversificar los ingresos de los productores, promover el estilo de vida de los habitantes del lugar; y establecer una incipiente puesta en valor de su patrimonio cultural; entre otros.

Si bien el grupo estudiado siempre estuvo integrado por un pequeño y heterogéneo número de emprendedores, puede decirse que los lazos de cooperación que caracterizan su accionar, han desarrollado capacidades para movilizar a instituciones y pobladores locales, lo cual queda plasmado en la creación de propuestas conjuntas, tales como el evento *Noche de Música y Misterio, la Fiesta del Budín* y las gestiones realizadas para poner en valor la estación ferroviaria de Argerich, ser reconocidos como Comarca y obtener personería jurídica. Con estas acciones han logrado un reconocimiento social local, cumpliendo así con uno de los objetivos del programa, como es la creación de proyectos que posibiliten el agregado de valor en origen.

El hecho de que la experiencia asociativa continuara funcionando luego que quedara desvinculada del programa de promoción, a principio del año 2016, parecería evidenciar que el capital social semilla sembrado por la política pública, presenta algún grado de enraizamiento en el territorio. Esto se vio favorecido por los precursores de capital social identificados en el área de estudio, destacándose las relaciones de parentesco, vecindad, amistad y memoria histórica. No obstante, el principal desafío que se visualiza es su sostenibilidad en el tiempo. Esto requerirá una mayor participación del gobierno local planificando acciones futuras que apunten a la mejor utilización de los recursos y de las capacidades de los emprendimientos, el fortalecimiento del trabajo asociativo y la creación de espacios de reflexión para consolidar los aprendizajes alcanzados.

7. BIBLIOGRAFÍA

- BEETON, S. (2006): *Community development through tourism*. Landlinks Press. Collingwood, Australia.
- BOURDIEU, P. (1986): "The Forms of Capital" en J.G. Richardson (ed.), *Handbook of Theory and Research for*

-
- the Sociology of Education*, New York: Greenwood Press, pp. 241-258.
- BUSTOS CARA, R. Y HAAG, M. (2011): “Turismo rural e das zonas rurais redes cobertas no âmbito da geografia da acção territorial. Sudoeste da Provincia de Buenos Aires”, *V Simpósio Internacional e VI Simpósio Nacional de Geografia Agrária*, Belem, Brasil.
- CALA MATIZ, B. (2006): “Evaluación de proyectos de desarrollo turístico rural desde la perspectiva del turismo sostenible”, *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol. 4, N° 1, pags. 99-113.
- CHAVES AVILA, R. (1984): “Une approche théorique de l’intercoopération économique dans les PME d’économie sociale”, *Revue Internationale de l’Economie Sociale*, N° 262, pags. 64-76.
- COLONNELLA, J. (2015): *Guía de servicios turísticos rurales. Experiencias Asociativas apoyadas por el INTA en el Centro regional Buenos Aires Sur*. Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca. Presidencia de la Nación Argentina.
- COLEMAN, J.S. (1988). “Social Capital in the Creation of Human Capital”, *American Journal of Sociology* 94: S95-S120.
- DURSTON, J (1999): “Construyendo capital social comunitario”, *Revista de la CEPAL* n° 69.
- DURSTON, J (2000): “¿Qué es el Capital Social Comunitario?”, CEPAL, *Serie Políticas Sociales* n° 38.
- DURSTON, J. (2002). “El Capital Social Campesino en la Gestión del Desarrollo Rural”, *Publicación de las Naciones Unidas, CEPAL*, disponible en: <http://archivo.cepal.org/pdfs/2002/S2002033.pdf>.
- DURSTON, J. Y MIRANDA F. (2001): “Capital social y políticas públicas en Chile”, *Investigaciones recientes, volumen II, CEPAL*, Santiago de Chile.
- EADINGTON, W.R. y REDMAN, M. (1991): “Economics and Tourism”. *Annals of travel Research*, 18:41-56.
- FORNI, P., CASTRONUOVO, L. y NARDONE, M. (2002): Las organizaciones en red y la generación de capital social. Implicancias para el desarrollo comunitario, *Investigación en Ciencias Sociales*, Vol. 4, Nro. 8. En: <http://p3.usal.edu.ar/index.php/miriada/issue/view/129>
- FORNI, P. y NARDONE, M. (2007). “¿Cómo generar capital social en contextos de exclusión?: Experiencias de organizaciones comunitarias y sus redes sociales”, *Revista Temas Sociológicos*, 12, 145-169.
- GARÍN CONTRERAS, A. (2015): “Turismo rural en el Acomuna de Villarica – Chile Institucionalidad y emprendedores rurales”, *Estudios y Perspectiva en Turismo*, vol 24 pp 21-39.

- GARGICEVICH, A., MERCHANTE, G., WALTER, P., ARROQUY, G., FABIANI, A., CARRAPIZO, V., ESPINA H., ARREGUI, J. (s/f): *La estrategia del PROFEDER para el apoyo del desarrollo territorial*, Coordinación Nacional de transferencia y Extensión (CNTE), Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA).
- GUASTAVINO, M., ROZENBLUM, C. Y TRÍMBOLI, G. (s/f): *El turismo rural en el INTA. Estrategias y experiencias para el trabajo en extensión*, Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria, Coordinación Nacional de Transferencia y Extensión, PROFEDER.
- GUNN, C. (1988): *Tourism Planning*. 2d ed. New York: Taylor y Francis.
- HAZ GÓMEZ, E. (s/f): *El capital social institucional; una aproximación desde la perspectiva de redes de Nan Lin*, Universidad de A Coruña, en:<http://fes-sociologia.com/files/congress/12/papers/3064.pdf>
- EVANS, P. (1994): *State–society synergy: government and social capital in development. Research Series*. Berkeley: Universidad de California, n° 94.
- KNOWLES Y WEATHERSTON, (2005): *Is Social Capital Part of the Institutions Continuum and can it be Modelled as a Deep Determinant of Development?* University of Otago.
- LIN, N. (2001): *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*. Ed. Cambridge University Press (Cambridge) UK
- MICHELINI, J. (2012): “Políticas públicas, capital social y obstáculos al desarrollo. El caso del regadío en el Alto Valle del Colorado (Argentina)”, *Scripta Nova, Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales Universidad de Barcelona*, Vol. XVI, N° 417.
- MILLÁN ESCRICHE, M. (1999): “El turismo rural en la planificación económica de la región de Murcia”, *Cuadernos de turismo*, N° 4, 1999, Escuela Universitaria de Turismo de Murcia, España, pags. 51-72.
- MIRANDA, F. Y MONZÓ, E. (2003): *Capital social, estrategias individuales y colectivas: el impacto de programas públicos en tres comunidades campesinas de Chile*, CEPAL, Serie de políticas sociales 67.
- MOSCARDO, G. (2008): “Community capacity building: An emerging challenge for tourism development”. En *Moscardo, G. (Ed.), Building community capacity for tourism development* (pp. 1–15). Cambridge: MA: CABI Publishing.

- MOTA DÍAZ, L. y SANDOVAL FORERO, E. (2006): “El rol del capital social en los procesos de desarrollo local. Límites y alcance en grupos indígenas”, *Economía, Sociedad y Territorio*, vol. V, núm. 20, enero-abril, El Colegio Mexiquense, A.C., Toluca, México.
- MOYANO ESTRADA, E. (2005): “Capital social y desarrollo en zonas rurales”, *IESA Working Paper Series N° 0513. Córdoba: Instituto de Estudios Sociales de Andalucía, CSIC., España.*
- MURPHY, P. (1985): *Tourism: A Community Approach*. Methuen, New York.
- OSTROM, E., J. BURGER, C. FIELD, R. NORGAARD, Y D. POLICANSKY. (1999): *Revisiting the Commons: Local Lessons, Global Challenges*. *Science* 284:278–282.
- PALMER, A. y BEJOU D. (1995): “Tourism Destination Marketing Alliances”. *Annals of Tourism Research*, 22 (3): 616-29.
- PEREIRA, L., & MORENO, U. (2015): “La construcción histórica de capital social. Caso: Central Cooperativa de Servicios Sociales Lara (CECOSESOLA)”. *Revista Venezolana Ciencias Administrativas*, Año 1, N° 1, pp. 63-87.
- PÉREZ YRUELA, M. Y GUERRERO, M. G. (1994): Desarrollo local y desarrollo rural: el contexto del programa ‘Leader, *Papeles de economía española*, N° 60-61, pags. 219-233.
- PORTELA MASEDA, M. y NEIRA GÓMEZ, I. (2004): *Capital social: las relaciones sociales afectan al desarrollo*, Grupo Chorlavi, Universidad de Compostela, España.
- POSADA, M. (1999): “El espacio rural entre la producción y el consumo: algunas reflexiones para el caso argentino”, *Revista Eure*, vol. XXV, N° 75, pp. 63-76, Santiago de Chile.
- PUTNAM, R. (1993): “The Prosperous Community: Social Capital and Public Life”, *The America Prospect*, 4(13), 35-42.
- PUTNAM, R. (1995): “Bowling Alone: America's Declining Social Capital”, *Journal of Democracy* 6, 65-78.
- PUTNAM, R. (2000): *Bowling alone. The collapse and revival of American Community*. Simon and Schuster Paperback, New York.
- RECALDE, A. (2010): *Turismo rural sustentable y capital social: el caso del proyecto Chachimbir*, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Sede Ecuador, en:
<http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/10469/7619/TFLACSO-2010ARR.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

- RICHER M. y ALZURU I. (2004): “Intercooperación y economía solidaria: análisis de una experiencia venezolana”, *Cuadernos de desarrollo rural*, Nro.52, Bogotá.
- RIVAS GARCÍA, JESÚS (2006): *Estructura y Economía del Mercado Turístico*, Septem ediciones, España.
- ROJAS, M., LEONARDI, V. y ELÍAS, S. (2016). “La gestión comunitaria del destino a partir del concepto de gobernanza”. En: *Leonardi, V, Elías, S. y Fernández, Ma. El Humedal de Villa del Mar. Un desafío Turístico*. Ed. Ediuns, Bahía Blanca.
- ROZENBLUM, C. (2006): *El Turismo Rural como Impulso para Procesos de Desarrollo Local. Estudios de Caso en la Región Pampeana Argentina*. Tesis de maestría. Universidad Nacional de Gral. San Martín – Universidad Autónoma de Madrid.
- SEGRADO PAVÓN, R.; SERRANO BARQUÍN, R.; JUAN PÉREZ, J.; AMADOR SORIANO, K. y ARROYO ARCOS, L. (2013): “Capital social y turismo en destinos rurales de Quintana Roo, México”, *Gestión Turística*, núm. 20, julio-diciembre, 2013, pp. 71-89 Universidad Austral de Chile Valdivia, Chile.
- VAZQUEZ, G. (2015): “El debate sobre la sostenibilidad de los emprendimientos asociativos de trabajadores autogestionados”, *Revista Estudios Cooperativos*, Vol.19, N° 1, pags. 11-34.
- WELLINGS, P. (2007): “Joint management: aboriginal involvement in tourism in the Kakadu World Heritage Area”. En *Bushell, R. y Eagles, P. (Eds.), Tourism and protected areas: Benefits beyond boundaries (pp. 89-100)*. Cambridge, MA: CABI
- WILSON, S., FESENMAIER, D. R., FESENMAIER, J., & VAN ES, J.C. (2001): “Factors for success in rural tourism development”, *Journal of Travel Research*, 40(2), 132-138.