



**UNSAM**  
UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE  
SAN MARTÍN

Escuela De Economía y Negocios

## **Licenciatura en Turismo**

**“La importancia del desarrollo del turismo interno y su relación con el sentido de identidad y pertenencia en las localidades de Carlos Keen, San Antonio de Areco y Villa Ruiz.”**

**Alumna: Melina Ailen Arias**

**Tutor: Marcelo Digiacomio**

**Buenos Aires, junio 2024.**

**La importancia del desarrollo del turismo interno y su relación con el sentido de identidad y pertenencia en las localidades de Carlos Keen, San Antonio de Areco y Villa Ruiz.**

**Resumen:** El principal objetivo de este trabajo ha sido establecer la importancia del desarrollo del turismo interno y su relación con el sentido de identidad y pertenencia. El estudio se realizó en tres localidades de la Provincia de Buenos Aires donde se practica turismo interno: San Antonio de Areco, Carlos Keen y Villa Ruiz. Se recopiló y seleccionó información sobre las localidades, tomando los conceptos más importantes para la realización del trabajo. También se realizó un estudio de campo en los destinos analizados, para lograr el objetivo establecido. En los resultados se pudo observar las diferencias entre localidades donde el turismo se encuentra más desarrollado y establecido y localidades donde aún no progresaron del todo. Esto denota la importancia del desarrollo del turismo y la relación que existe con el sentido de identidad y pertenencia para contribuir a este crecimiento.

**Palabras claves:** turismo interno, identidad, pertenencia, tradiciones, cultura.

## ÍNDICE:

|  |    |
|--|----|
| 1. Introducción.....   | 5  |
| 2. Planteamiento del problema de investigación.....  | 6  |
| 3. Hipótesis.....  | 7  |
| 4. Objetivos.....  | 7  |
| 4.1 Objetivo General.....  | 7  |
| 4.2 Objetivos Específicos.....   | 7  |
| 5. Tipo de Investigación.....  | 8  |
| 6. Aspectos Metodológicos.....   | 10 |
| 6.1. Población.....  | 10 |
| 6.2. Instrumentos.....   | 10 |
| 7. Marco Teórico.....  | 12 |
| 7.1. Definición de turismo.....  | 12 |
| 7.2. Concepto de turismo interno.....  | 13 |
| 7.3. Sentido de identidad.....   | 15 |
| 7.4. Sentido de pertenencia.....   | 16 |
| 7.5. Información de las localidades.....   | 17 |
| 7.5.1 San Antonio de Areco.....  | 18 |
| 7.5.2 Carlos Keen.....   | 20 |
| 7.5.3 Villa Ruiz.....  | 21 |
| 7.6 La importancia de la identidad y el sentido de pertenencia en el desarrollo de un pueblo o una nación..... | 22 |
| 8. Resultados.....   | 25 |
| 9. Análisis de resultados.....   | 47 |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>10. Conclusión final.....</b>               | <b>51</b> |
| <b>11. Referencia Bibliográficas.....</b>      | <b>54</b> |
| <b>12. Anexos.....</b>                         | <b>58</b> |
| <b>Anexo I: Estructura de la encuesta.....</b> | <b>58</b> |
| <b>Anexo II: Entrevistas.....</b>              | <b>61</b> |
| <b>Anexo III: Fotografías.....</b>             | <b>68</b> |

## 1. Introducción

El turismo cultural es una especialidad del turismo que destaca los aspectos culturales e históricos que le brindan identidad a un pueblo, ciudad, región o país. En los últimos años, este tipo de turismo ha adquirido mayor relevancia convirtiéndose en una elección frecuente para los viajeros.

El público que elige esta opción lo hace para conocer historias, costumbres y tradiciones sobre un determinado lugar a través del turismo. Esta rama busca la preservación de las costumbres e instituciones además de adquirir información de interés acerca de algunas sociedades ya extintas o antes de su extinción y considera elementos como el patrimonio cultural de la humanidad, la arquitectura, la gastronomía, el arte y los modos de vida de ciertas sociedades que habitaron o habitan actualmente ese lugar.

Este tipo de turismo debe ser protegido debido a que además del beneficio económico que brinda, permite preservar y proteger riquezas culturales, historia y conocimientos de otras civilizaciones y lugares del mundo.

El presente trabajo de investigación se titula “La importancia del desarrollo del turismo interno y su relación con el sentido de identidad y pertenencia en las localidades de Carlos Keen, Villa Ruiz y San Antonio de Areco.”

La motivación de realizar este trabajo se basó en el interés de vincular el turismo interno con la identidad y pertenencia que tienen las personas que habitan estos destinos y que brindan al turista la posibilidad de conocer otras realidades.

El espacio geográfico en el que se realizó la investigación es en la Provincia de Buenos Aires, específicamente las localidades de Carlos Keen, Villa Ruiz y San Antonio de Areco. El tiempo de investigación abarcó los meses de septiembre a diciembre de 2023. El turismo interno, además, tiene bajos costos para las personas ya que generalmente es consumido por visitantes nacionales, aunque también puede interesar a turistas provenientes de cualquier parte del mundo. Otra ventaja es su

cercanía y que se puede practicar en un periodo corto de tiempo.

La investigación se organizó en varios pasos. En primer lugar, se buscó información relacionada con el tema, se formuló un marco teórico donde se definieron los conceptos de turismo interno, identidad y pertenencia desde la perspectiva de diferentes autores y se contextualiza el marco en el cual se realiza la investigación.

Luego, se plantearon objetivos de investigación, tanto generales como específicos.

Metodológicamente es una tesis de tipo descriptiva y con una metodología mixta ya que combinó información cualitativa y cuantitativa. Para el trabajo de campo se tuvo en cuenta la aplicación de instrumentos como entrevistas y encuestas utilizando preguntas que permitieron obtener información relevante y necesaria para cumplir con los objetivos.

Finalmente se analizaron los resultados y se elaboraron conclusiones finales.

## **2. Planteamiento del problema de investigación**

Esta investigación surge del convencimiento de que el turismo interno puede ser una herramienta poderosa para potenciar el desarrollo de ciertas localidades, contribuyendo a la preservación de su identidad cultural y fortaleciendo el sentido de pertenencia de sus habitantes. Si no se visibilizan estos destinos turísticos a través de una eficiente comunicación y promoción se puede dificultar la llegada de visitantes y, por ende, el aprovechamiento de sus recursos turísticos. La visita a pueblos con grandes bellezas naturales, antiguas tradiciones, celebraciones y una cultura ligada al campo y a la vida gauchesca pueden resultar experiencias interesantes y enriquecedoras a pocos kilómetros de la ciudad.

Este trabajo se enfoca en el estudio del turismo interno en tres lugares de la Provincia de Buenos Aires. Estos lugares son **Carlos Keen, Villa Ruiz y San Antonio de Areco**.

Existe un interés en relacionar a lo largo de esta investigación el concepto de *turismo* con el de *identidad y pertenencia*. Se estima que esa relación promueve visitas de una

mayor cantidad de turistas, tanto nacionales como extranjeros, y tiene un impacto económico positivo en emprendimientos locales, del cual se desprende un crecimiento en las ramas de hotelería, gastronomía, entretenimiento, movimiento comercial, entre otras.

Por lo expresado anteriormente, la pregunta de investigación que dirige este estudio es la siguiente:

¿Cuál es la importancia del desarrollo del turismo interno y su relación con el sentido de identidad y pertenencia en las localidades de Carlos Keen, San Antonio de Areco y Villa Ruiz?

### **3. Hipótesis**

Se pretende comprobar que el desarrollo del turismo interno refuerza el sentido de identidad y pertenencia en las localidades de Carlos Keen, Villa Ruiz y San Antonio de Areco.

### **4. Objetivos**

#### **4.1. Objetivo general**

Estudiar la importancia del desarrollo del turismo interno y su relación con el sentido de identidad y pertenencia en las localidades de Carlos Keen, Villa Ruiz y San Antonio de Areco.

#### **4.2. Objetivos específicos**

- Establecer la vinculación entre el sentido de identidad y de pertenencia de tres localidades de la Provincia de Buenos Aires y el turismo interno, como actividad que destaca y muestra su valor.
- Identificar las historias, tradiciones, cultura y costumbres de tres localidades ubicadas en la Provincia de Buenos Aires.
- Reconocer la relación que existe entre el turismo y el desarrollo interno de

pequeñas localidades de la Provincia de Buenos Aires para incentivarlo.

## **5. Tipo de investigación.**

Esta investigación se realizó en primer lugar siguiendo una recopilación y selección de información disponible en textos, sitios web, tesis, documentos oficiales del gobierno y revistas científicas. Por lo tanto, se puede considerar que al inicio fue una investigación de tipo documental.

Luego se buscó ampliar información para explicar las formas de turismo y el fenómeno de identidad y pertenencia de los habitantes de estos lugares ya que le dan su particular y única forma de personalidad.

Por otro lado, cabe mencionar que además esta investigación tuvo un alcance exploratorio y descriptivo. Hernández Sampieri, Fernández y Baptista (2014) describen la investigación de alcance exploratorio como aquella que busca examinar un tema o problema de investigación poco explorado o que no ha recibido un tratamiento previo. Se destaca por su flexibilidad en el diseño de la investigación, la recolección de una variedad de información y la formulación de hipótesis. Este tipo de investigación es fundamental para obtener información inicial sobre un tema, identificar variables importantes y formular preguntas de investigación más específicas para futuros estudios. Los mismos autores definen a la investigación de alcance descriptivo como aquella que se centra en la descripción de características o fenómenos sin explorar sus causas o relaciones causales. Se caracteriza por recopilar y analizar datos que permiten clasificar o categorizar los elementos estudiados. Este tipo de investigación es útil para comprender la situación actual de un fenómeno o para establecer una base que pueda servir como punto de partida para investigaciones más complejas en el futuro. (Hernández Sampieri, Fernández y Baptista, 2014, pp. 91-92)

Es también un estudio de tipo transversal, porque en él se observó a un grupo de personas o se recopiló cierta información, en un momento determinado o en el transcurso de un periodo corto. Se eligió este diseño porque es rápido, económico y

permite el cálculo directo de la prevalencia de una condición.

Se utilizó un método cualitativo y cuantitativo por lo que se puede definir como un estudio mixto. Según Hernández Sampieri et al. (2014) el método cualitativo es la recolección de datos mediante técnicas como entrevistas, observaciones y grupos focales. El objetivo de este método es comprender los fenómenos sociales explorando experiencias y perspectivas de los entrevistados, es un enfoque flexible, ya que permite ajustes útiles para explorar temas nuevos, generar hipótesis y desarrollar teorías. Por otro lado, el autor define al enfoque cuantitativo como una recolección y análisis de datos numéricos mediante encuestas, experimentos y análisis estadísticos, este sigue un diseño de investigación predefinido con hipótesis claras y variables medibles.

En este estudio en particular, la elección del enfoque fue mixto debido a factores como los objetivos de la investigación, la naturaleza del problema y la disponibilidad de recursos, por lo que se utilizaron instrumentos de tipo cualitativo y cuantitativo en las técnicas de recolección y análisis de datos. Sánchez Valtierra (2013), citado por Guelmes Valdés y Nieto Almeida (2015), afirma que los enfoques de investigación mixta combinan tanto métodos cuantitativos como cualitativos dentro de un solo estudio, con el propósito de lograr una comprensión más integral del fenómeno en cuestión. La muestra fue probabilística. El muestreo probabilístico implica examinar muestras pequeñas de una población utilizando métodos de selección aleatoria. Un requisito crucial del muestreo probabilístico es que todos los individuos en la población tengan igual probabilidad de ser elegidos. (Ortega, 2021)

## **6. Aspectos metodológicos**

### **6.1. Población:**

Hernández Sampieri et al. (2014) definen "Población" como el conjunto de todos los casos que coinciden con determinadas especificaciones y se debe delimitar antes de recolectar los datos.

Para este trabajo, la población o universo elegidos está compuesto por dos grupos diferenciados: las personas turistas y las personas locales de los destinos estudiados.

La población de personas turistas abarca a todos los individuos que visitan la localidad con fines turísticos durante el periodo de estudio, mientras que la población de personas locales incluye a los residentes permanentes de la localidad.

En este estudio, se llevó a cabo un sondeo con la finalidad de obtener información inicial acerca de las percepciones y vivencias de los turistas y residentes locales en Carlos Keen, Villa Ruiz y San Antonio de Areco. Se seleccionó una muestra de individuos de ambos grupos sin buscar una representatividad estadística estricta, sino más bien una visión general que permita identificar tendencias y áreas de interés para futuros estudios más detallados. Los participantes fueron seleccionados de manera aleatoria, y los resultados obtenidos proporcionan una perspectiva exploratoria sobre el turismo en la zona, vinculado al sentido de identidad y pertenencia que se genera.

### **6.2. Instrumentos:**

En este estudio se utilizaron tres tipos distintos de instrumentos de acuerdo con la información que se desea obtener en relación a la actividad turística de la zona, la percepción de los locales sobre la actividad y la opinión de los turistas respecto a cada localidad.

Por un lado, se realizó una entrevista en profundidad, la cual Hernández Sampieri (2014) la define como "una reunión para dialogar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras". La autora Janesick (1998)

afirma que, en la entrevista, por medio de preguntas y respuestas se logra una construcción en conjunto de significados respecto a un tema en particular (como se citó en Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2014, p. 403). Este instrumento es de tipo cualitativo.

Las entrevistas en este trabajo se realizaron con personas especializadas en la materia ya sean operadores de turismo o guías, y también se realizaron entrevistas a locales participantes de la comunidad de cada localidad.

Por otro lado, se elaboró una guía de observación participante para registrar las actividades culturales y que les brindan identidad a las personas que habitan el lugar como, por ejemplo, horarios de atención, vestimenta, formas de conducta, costumbres, etc. La observación es un tipo de instrumento cualitativo en el que se hace un registro detallado de lo que se pretende investigar. Según Hernández Sampieri (2014) las principales acciones que se pueden realizar dentro de una observación son: explorar y describir ambientes tanto físicos como sociales y humanos; identificar actividades o acciones individuales o colectivas; comprender hechos relevantes, eventos e historias; conocer retratos humanos o descripción de los participantes, entre otras.

Un tercer instrumento que se utilizó es el cuestionario, definido por Hernández Sampieri (2014) como “un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir”. Este cuestionario se elaboró con preguntas cerradas con escala tipo Likert. Este instrumento es de tipo cuantitativo y pretende conocer la opinión de los turistas respecto a la localidad visitada, la importancia que le dan tanto turistas como locales a las tradiciones y costumbres de la zona, y conocer de qué manera promover el turismo fortalece la identidad y el sentido de pertenencia en estas tres localidades estudiadas.

## **7. Marco teórico**

A continuación, se darán las definiciones conceptuales de ciertos términos para comprender mejor el trabajo de investigación

### **7.1. Definición de turismo:**

A pesar de que la actividad turística proviene de tiempos ancestrales, la definición del turismo se realizó hace unos años por la Organización Mundial del Turismo, previo a esto fueron muchos los expertos que intentaron establecer un concepto del turismo.

De acuerdo con Sammarchi, (2001) El turismo es un fenómeno principalmente geográfico y posiblemente sea una de las manifestaciones más modernas de la sociedad de consumo. Por esta razón, la geografía del turismo se centra en el análisis del espacio que engloba tanto un lugar emisor como uno receptor, además de las áreas de tránsito. Dado su enfoque en los aspectos territoriales y ambientales, la contribución de la Geografía resulta fundamental para comprender las actividades asociadas con el tiempo libre, el ocio y el turismo.

Para Russell, R & Faulkner, B. (2004) el turismo es una actividad dinámica y cambiante, donde uno de los principales agentes del cambio son los empresarios que buscan e identifican constantemente nuevas oportunidades.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos; que define al turismo como un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios.

De acuerdo con Serralvo (2004, citado por Guzmán Barquet, 2014), entre las diversas formas de ocio y entretenimiento, el turismo se destaca como la mejor opción para relajamiento y recuperación de las energías físicas y mentales.

Las instalaciones turísticas engloban todas las infraestructuras que contribuyen a

desarrollar y configurar un producto turístico, incentivando la estancia del visitante en el destino receptor. Sin estas facilidades, los recursos turísticos difícilmente se convierten en productos turísticos, los cuales comprenden servicios de alojamiento, opciones gastronómicas, servicios complementarios, así como infraestructuras y/o servicios esenciales para los turistas y su accesibilidad y transporte.

En la actualidad, el alojamiento junto con la oferta gastronómica son elementos fundamentales de la oferta turística en el contexto del sistema turístico nacional, ya que reflejan la medida y la calidad de la capacidad de acogida del destino. (Sammarchi, 2001)

De acuerdo con Cammarata (2006), en la actualidad el turismo es visto como un fenómeno socioeconómico en continuo cambio, atribuible a la intensa competencia en los mercados y las demandas cambiantes, entre otros factores. Son las empresas las encargadas de detectar las variaciones en la demanda y adaptar sus productos para satisfacer las necesidades de diferentes segmentos de turistas.

Con la industrialización y el crecimiento del sector de servicios se han dado nuevas opciones de lugares y prácticas innovadoras en turismo como el ecoturismo, el turismo de aventura, el turismo cultural, turismo rural entre otros.

## **7.2. Concepto de Turismo interno:**

La OMT define al turismo interno como “las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor” (Organización Mundial del Turismo, 2008, p. 4).

El autor Quesada (2007) expresa que el turismo interno es importante tanto para la persona como para la economía del país, ya que para varios es la única posibilidad de hacer turismo. Del mismo modo, permite estimular el conocimiento del propio país, en este caso de la Provincia de Buenos Aires al compartir e intercambiar nuevos conocimientos que forman parte de la riqueza patrimonial y cultural de la Argentina.

De acuerdo a Silva (citado por Reyes Mero, 2018), el turista interno es la persona que

reside en un país y se traslada a otro lugar del mismo por un período de tiempo breve y por razones de ocio o esparcimiento.

En la Argentina se encuentran épocas del año marcadas por un aumento considerable del turismo interno. Estas temporadas se relacionan con el clima y la época del año. La mayor afluencia turística se da en los meses entre enero y marzo y en invierno esta época se relaciona con el mes de julio y agosto. (Tuculet, 2015)

En la Argentina se presenta una actividad turística marcada por temporadas lo cual indica que la misma presenta variaciones de acuerdo con ciertas variables que pueden ser culturales, naturales o institucionales. (Tuculet, op.cit.)

El turismo interno es una modalidad de turismo muy accesible para la población, que busca, en muchos casos, conocer un nuevo destino, descubrir lugares tradicionales de interés, asistir a ceremonias y prácticas culturales en lugares donde existe poca distancia y puede resultar una experiencia enriquecedora. Considerando este hecho es necesario conocer todos los beneficios que trae al lugar receptor realizar esta práctica.

Guzmán Barquet (2014), señala la importancia de examinar las directrices y tácticas gubernamentales que respaldan este sector turístico específico, junto con su progreso estadístico y las posibles vías para su desarrollo.

Una de las iniciativas gubernamentales tomadas por la Presidencia de la Nación en el año para promover la actividad turística fue la implementación del Pre Viaje. Este es un programa de preventa turística que reintegra el 50% del valor de las compras relacionadas con cualquier viaje realizado dentro del país en créditos. En el caso de personas afiliadas al PAMI la devolución es del 70%.

Este año 2023 se implementó, para la temporada baja de primavera comprendida entre el mes de septiembre y octubre, el Pre viaje 5, es decir que toda compra realizada en servicios turísticos entre el 29 de septiembre y el 17 de octubre tendrá un reintegro del 50% para poder realizar más compras dentro del sector turístico argentino hasta el 31 de octubre de 2023

El programa benefició a 7.5 millones de personas y tuvo un impacto económico en el sector turístico de \$792 mil millones.

Según el sitio web oficial del Estado Argentino, la promoción contempla los gastos de varios servicios turísticos, como por ejemplo gastronomía, entretenimiento, alojamientos, entre otros ("PreViaje: una inversión histórica para reactivar al turismo mediante la devolución del 50%", s.f.).

Según Guzmán Barquet (2014), el acelerado ritmo de vida que llevan los habitantes de las grandes ciudades origina que el escaso tiempo y las múltiples actividades que realizan los lleven a buscar un espacio y tiempo para disfrutar de un momento de desconexión, relajamiento y esparcimiento diferente al habitual, al común del sitio donde se reside. Es allí donde el turismo interno gana un protagonismo que crece cada día más, ya que permite alejarse de lo cotidiano para descansar y disfrutar en familia antes de volver a la rutina.

### **7.3. Sentido de identidad:**

Según la autora Bustos Cara (2001), el concepto de identidad engloba los comportamientos colectivos, las percepciones imaginarias y las representaciones tanto objetivas como subjetivas de la realidad. La identidad desempeña un papel fundamental en la cohesión de los grupos humanos, siendo un proceso que se construye y se desarrolla a lo largo del tiempo. En este sentido, es un proceso que se lleva a cabo de forma voluntaria (pp. 13-14).

Bustos Cara (2001) también señala que las situaciones de la vida cotidiana y los hitos históricos generan las referencias para el conjunto de la sociedad que convive. Es en este sentido que los pueblos medianos y pequeños, así como los habitantes del campo, generan lazos de sociabilidad particulares, permanentes y que contrastan con las nuevas situaciones de relación en las sociedades más urbanizadas.

El proceso de alcanzar una plena conciencia de la identidad es complejo. La transformación de una identidad potencial a una activa puede ocurrir en circunstancias

específicas o ser inducida por contextos particulares, como lo destaca Bustos Cara (2001). El turismo, por ejemplo, impulsa y requiere procesos identitarios al facilitar el contacto con otras culturas y estimular la reflexión sobre raíces, sentimientos y estilos de vida (p. 14).

Bustos Cara (2001) continúa argumentando que la identidad es dinámica y nunca estática, transformándose y reconfigurándose a lo largo del tiempo en respuesta a cambios ambientales y sociales. Esta dinámica permite que la identidad mantenga ciertos rasgos distintivos a pesar de sus evoluciones, ofreciendo un sentido de pertenencia y significado individual.

Según la UNESCO (2005) (La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) la identidad es el sentido de pertenencia a una colectividad, a un grupo específico de referencia o a un sector social. Esta colectividad puede o no estar localizada geográficamente. Existen expresiones culturales, como por ejemplo los festivales, las danzas, la música, entre otros que propician un sentido de identidad, diferenciándolas de actividades que forman parte de cotidianidad.

#### **7.4 Sentido de pertenencia:**

El sentido de pertenencia se puede entender como el sentimiento de dedicar una parte de uno mismo a una comunidad y sentirse parte integral de la misma. Este concepto se asocia con la existencia de un conjunto compartido de símbolos, la sensación de seguridad emocional, la inversión personal en la comunidad y el sentimiento de identificación con ella. (Orlando, 2021)

Berger y Luckmann (1994) citado por Orlando (2021) expresan que el sentido de pertenencia no solo define una “conciencia cultural” en las comunidades, sino que también determina el espacio social en donde los miembros de la misma logran plasmar sus prácticas cotidianas. El espacio social forma parte del sentido de pertenencia y contiene el mundo que está a su alcance y en el cual actúan sus miembros a fin de modificar la realidad o el mundo en donde trabajan.

## **7.5 Información de las localidades:**

Las localidades que se detallan a continuación serán las elegidas por el estudio para determinar la importancia del turismo interno y su relación con el sentido de identidad y pertenencia. Estas localidades son Carlos Keen, San Antonio de Areco y Villa Ruiz ubicadas en la Provincia de Buenos Aires.

Tanto Carlos Keen como Villa Ruiz forman parte del programa “Pueblos Turísticos” desarrollado por la entonces secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires.

El enfoque central es el desarrollo de oportunidades laborales, el fortalecimiento del sentido de pertenencia y la creación de identidad, con el fin de destacar los recursos locales y fomentar iniciativas empresariales en el sector turístico, con el propósito de elevar el nivel de vida de los habitantes de la región. (Cacciutto, Roldán, Corbo, Cruz y Barbini, 2015)

Este programa fue lanzado desde el 2008 mediante Resolución N 67/08 S.T. y sigue vigente. La resolución define a “pequeña localidad” como todo pueblo que según el último censo registra una población inferior a los 2 mil habitantes. En el presente, el programa abarca 33 localidades de la Provincia de Buenos Aires, las cuales pueden formar parte si cuentan con atractivos turísticos de interés. Como explica el ex Ministro de Producción Augusto Costa durante su discurso en el relanzamiento del programa Pueblos Turísticos en mayo del año 2022, el objetivo del programa es fortalecer una amplia gama de recursos, que van desde la orientación y la formación empresarial hasta el respaldo financiero para proyectos de infraestructura y la promoción turística. El propósito fundamental es consolidar la actividad turística como un pilar central del desarrollo. (NoticiasBaires, 2022)

Por lo mencionado anteriormente la localidad de San Antonio de Areco no forma parte del programa, ya que supera la cantidad de habitantes que se establece como requisito para ser incluida como tal.

### 7.5.1 San Antonio de Areco

El partido de San Antonio de Areco se fundó en 1730, a partir de la primera capilla dedicada a San Antonio de Padua, se ubica en el Noroeste de la Provincia de Buenos Aires. Su superficie es de 857,6 km<sup>2</sup>. La cantidad total de habitantes es 26.897 según el censo realizado en 2022. Está a una distancia de 113 km de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y, junto con Luján, es uno de los partidos más antiguos de la provincia. El municipio de San Antonio de Areco está compuesto por cuatro localidades: Vagues, Villa Lía, Duggan y San Antonio de Areco. Los primeros tres son pueblos rurales, pequeños y de pocos habitantes.

En este trabajo se enfocó el estudio en la localidad de San Antonio de Areco, ciudad cabecera del partido homónimo, donde se concentra la mayor oferta de bienes y servicios. (Heredia, 2018)

La arquitectura de la ciudad de San Antonio de Areco conserva las características del estilo colonial español. La cultura gauchesca permanece intacta a través del tiempo y se mantiene en sus tradiciones como parte de la memoria colectiva de sus habitantes. Esto es debido a que recrea, en gran medida, aspectos de las tradiciones argentinas. (Heredia, 2018 p. 7)

Esta localidad es considerada la cuna de la tradición y en el año 2015 fue declarada por el Congreso de la República como la "Capital Nacional de la Tradición". En el mes de noviembre se celebra la Fiesta de la Tradición, esta representa una de las celebraciones más importantes del gaucho en Argentina. ("La Fiesta de la Tradición: una fiesta de gauchos", s.f.).

Esta localidad es considerada la cuna de una creación literaria llamada novela gauchesca como por ejemplo Don Segundo Sombra del autor Ricardo Güiraldes. Por otro lado, este lugar tiene un profundo respeto por las reservas autóctonas del país. Areco fue declarado "Poblado Histórico de Interés Nacional".

Este Municipio representa una de las ciudades más antiguas y típicas del campo argentino con calles trazadas alrededor de una plaza central, calles adoquinadas,

casonas tradicionales, museos y estancias. También hay pulperías y almacenes de campo. Sus veredas son angostas y sus esquinas diseñadas en ochavas.

Dada la cercanía de San Antonio de Areco con la Ciudad de Buenos Aires, el lugar ha sido testigo de varios episodios importantes de la historia argentina como por ejemplo lugar de paso de José de San Martín y personajes del arte como Astor Piazzolla, Carlos Gardel y Jorge Luis Borges.

Según la información proporcionada en el sitio web de San Antonio de Areco (s.f.), una de sus principales atracciones es el Museo Gauchesco Ricardo Güiraldes creado en su honor. Otro de sus interesantes lugares para visitar es la Reserva Natural.

Villa Lía, Duggan y Vagues que se encuentran cerca del pueblo y se caracterizan por sus viejos almacenes de ramos generales, museos y caminos rurales.

Las mejores propuestas para los turistas son, además de conocer el ambiente colonial y gauchesco del pueblo, disfrutar de una excelente oferta gastronómica de platos típicos y pastelería artesanal.

La permanencia de las tradiciones y el sentido de identidad se reflejan de manera permanente en las famosas peñas que tienen lugar en la localidad.

Una peña se define como un lugar para el desarrollo de las canciones folklóricas de raíz nacional donde se comparte entre amigos vino, comida típica y bailes regionales.

El campo argentino encuentra en las peñas un lugar de identidad y pertenencia que los convoca y los une como integrantes de un mismo origen.

Actualmente San Antonio de Areco es uno de los más importantes pueblos para el interés turístico de la provincia de Buenos Aires y se valora no solo por su pasado histórico tan relacionado con lo gauchesco sino también por su arquitectura, y por su variada y atractiva oferta hotelera y gastronómica. También es muy apreciada la artesanía del lugar y sus paisajes pampeanos y por mantener vivo el pensamiento y forma de vida del gaucho argentino. Sus habitantes se dedican al mundo ecuestre y particularmente sus artesanos se especializan en trabajar el cuero realizando con inigualable maestría accesorios para jinetes como los típicos cinturones decorados con

monedas (rastra), cuchillos de plata (facón), botas de cuero y mates.

### **7.5.2 Carlos Keen**

Este pueblo forma parte de la municipalidad de Luján y se encuentra a 15km de la ciudad del partido homónimo, la cual se ubica al noroeste de la provincia de Buenos Aires y a 83 km de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Carlos Keen cuenta con una superficie de 132 km<sup>2</sup> y una población de 500 habitantes permanentes. El pueblo se fundó en 1881, adoptando su denominación de la estación, la cual formaba parte del ramal del Ferrocarril Oeste que conectaba Luján y Pergamino (Cacciutto, Roldán, Corbo, Cruz & Barbini, 2015).

La estación se nombró en honor al Doctor Carlos Keen, abogado y periodista, quien intervino en la guerra contra el Paraguay con el cargo de teniente coronel; y fue un político sobresaliente que llegó a ocupar un puesto en la legislatura. (Kalataluk, 2009)

En 1989 luego de que la ciudad de Carlos Keen pasará por un periodo de declive debido al desmantelamiento del ferrocarril, comenzó a plantearse la posibilidad de una puesta en valor patrimonial y turística con la visita de un grupo de arquitectas de ICOMOS (Consejo Internacional de Monumentos y Sitios) quienes propusieron a los habitantes reconocer el patrimonio, preservarlo y ponerlo en valor a través del desarrollo de turismo de fin de semana.

De acuerdo con Cacciutto et al. (2015), la inclusión del pueblo en el Programa Nacional de Turismo Rural en 2003 llevó a la instauración de la Fiesta del Sol, la cual continúa llevándose a cabo hasta hoy en día y se destaca como uno de los principales atractivos de la localidad.

Esta fiesta se festeja cada junio, en el solsticio del invierno, y se realiza en honor a la tierra y su relación con el sol; y está relacionada con los pueblos agrícolas indígenas. Según la información proporcionada por el sitio web de Festivales Argentina (s.f), en ella se encuentra una feria de artesanos, música, bailes, un paseo gastronómico, destrezas ecuestres y se cierra la jornada con la fogata de los deseos.

En el año 2006, la Junta Nacional de Museos, Monumentos y Sitios Históricos, declaró al pueblo “Sitio Histórico Nacional”, su desarrollo se completó con un gran número de sitios gastronómicos, esto lo convirtió en un importante destino del turismo gastronómico. (Cacciutto, 2015)

De a poco el pueblo se fue recuperando de la crisis generada por el desmantelamiento del ferrocarril, la estación de tren se constituyó como el punto central de la oferta del pueblo, el galpón de la estación fue transformado en un centro cultural y un centro de informes turísticos. Y algunos de los antiguos vagones son utilizados como espacios de oferta gastronómica. (Navarro y Schluter, 2010, citados en Cacciutto, 2015)

Actualmente cuenta con varios restaurantes, un complejo de chacras, tres country club y alojamientos. Los edificios de Carlos Keen cuentan con una arquitectura ladrillera, son construcciones bajas y homogéneas; y conservan las características de un pueblo de campo. Estas características permitieron el rodaje de algunas escenas de la telenovela de Telefé “Vidas Robadas” y se filmaron películas como “La vuelta de Peter” de Néstor Montalbano y “Mar de Lucas” dirigida por Víctor Laplace. (Kalataluk, 2009)

### **7.5.3 Villa Ruiz**

Este pueblo forma parte del Partido de San Andrés de Giles, se ubica a 80 km de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y cuenta con menos de 500 habitantes.

El surgimiento del pueblo ocurrió en 1889 coincidiendo con la apertura de la estación ferroviaria del tranvía rural de Federico Lacroze, marcando así el inicio de las operaciones del primer tren de tracción animal en la zona. (“BAE negocios”, 2023)

Villa Ruiz formaba parte del Camino Real, una ruta histórica que en la época colonial conectaba Buenos Aires con el Alto Perú. Este camino fue transitado por carretas, mensajeros y expediciones durante aquel período histórico. En su recorrido existían postas para el descanso y abastecimiento de alimentos. Los vecinos del pueblo decidieron poner en valor este trazado histórico y lo conmemoran con una fiesta que se realiza en el mes de noviembre, esta se llama “La fiesta del Camino Real”. En esta

fiesta se realiza un desfile de carruajes y autos antiguos, se puede degustar de la gastronomía en un patio de comida y se recrean música tradicional, danzas y exposiciones de artesanos. (Raingo, 2023)

Es un atractivo pueblo turístico, sencillo y tranquilo, con casas de ladrillo antiguo y aún conserva sus calles de tierra, que mantiene un aire de típico campo argentino. Ofrece una buena gastronomía y atractivos sitios históricos. Uno de estos atractivos es la vieja estación de ferrocarril donde hoy funciona un museo, otros son el almacén de Félix Lapegue, la capilla Nuestra Señora de Asunción, el Club Social y Deportivo, la panadería La Emilia y el Arroyo de la Cruz, que cuenta con el viejo puente de hierro por el que cruzaba el ferrocarril. (Hojas de Ruta, 2010).

## **7.6 La importancia de la identidad y el sentido de pertenencia en el desarrollo de un pueblo o una nación**

El turismo representa una actividad económica alternativa y es un instrumento de transformación, sobre todo porque al incorporar al turista, que es un extraño en la sociedad receptora, el impacto que genera se formula de diferentes maneras. El turista es un representante de otra sociedad, que está cargada de información, actitudes y subjetividad, y al ser el huésped, la sociedad que lo recibe está obligada a interactuar con él. La cual es apartada de su entorno familiar y es enfrentada al otro. Esto se evidencia aún más en circunstancias del turismo alternativo, donde lo artesanal y la vivencia es el producto expuesto. La actividad turística obliga a la sociedad receptora adoptar instrumentos técnicos de la modernidad, acelerando su incorporación al mundo. Además, genera empleos y fortalece las actividades económicas en general. Las diversas alternativas turísticas como ser, el ecoturismo, agroturismo, turismo-rural o etno-turismo son opciones válidas para los pueblos de campo y proponen formas de reactivación. (Bustos Cara, 2001)

Como se expresó anteriormente, el sentido de pertenencia según Luckmann define el espacio social donde los miembros de una comunidad plasman sus actividades

cotidianas, donde crean y modifican su realidad.

El sentido de pertenencia también crea sentido de lugar, el cual se considera como una construcción social, convertido en “lugar” por la experiencia y acción de los habitantes que lo humanizan y llenan de significados y contenidos (Massey, 1995)

La creación del sentido de lugar, moldeada por las experiencias diarias y los sentimientos personales, puede ser tan significativa que se vuelva fundamental en la construcción de la identidad individual (Rose, 1995, como se citó en Mendoza, 2012). Esta identidad se relaciona con el sentido de pertenencia, y este se evidencia en los valores, costumbres y actividades culturales que se construyen y mantienen al sentir ser parte de una familia, grupo o nación (Bourdieu, 1980, como se citó en Orlando, 2021).

Según Ranaboldo (2006), se pueden identificar tres premisas que resaltan la relevancia de la identidad cultural en el progreso de un área rural:

El primer enfoque sugiere que una gran cantidad de estos territorios poseen un valioso patrimonio cultural, ya sea material o inmaterial, y que invertir en la promoción de esta identidad cultural puede impulsar un desarrollo sostenible en estas zonas. La promoción de la identidad cultural se refiere a las tácticas que buscan convertir el conocimiento y las culturas locales en recursos económicos.

El segundo planteamiento indica que hay una creciente demanda por parte de los consumidores de productos y servicios que incorporen la identidad cultural asociada a las áreas rurales.

La tercera premisa, establecida por la autora, sostiene que la promoción de la identidad cultural requiere el desarrollo de nuevas iniciativas por parte de políticas públicas, inversiones estatales y servicios, así como el fortalecimiento de actores e instituciones que faciliten la producción y comercialización de bienes y servicios, la evaluación por parte de los consumidores, la difusión y la participación de grupos marginados en las estrategias de desarrollo territorial y en la distribución de los beneficios.

Ranaboldo (2006) destaca que es importante identificar, conocer y analizar las experiencias territoriales que han incorporado los elementos culturales, haciendo de la identidad un impulsador del desarrollo, en este punto es importante el territorio porque el desarrollo no ocurre solo en “el campo” sino en su vínculo con la historia, los mercados y los migrantes.

Si se considera y evoluciona la identidad cultural de un territorio, la misma no solo puede ser importante para la promoción del desarrollo económico, social y ambiental sino también puede jugar un rol regionalista, conservador de lo tradicional, proteccionista, con menor impacto y mayor necesidad de asistencia del sector público.

## 8. Resultados

En primer lugar, se presentan los resultados obtenidos de la encuesta a visitantes de las localidades de Carlos Keen, Villa Ruiz y San Antonio de Areco.

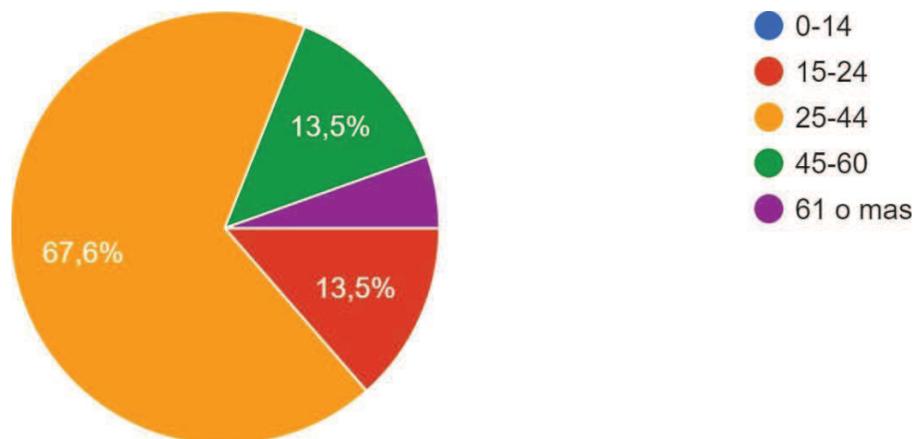
El instrumento constó de 14 preguntas de respuesta cerrada con escala de Likert y se pudieron establecer porcentajes para realizar la interpretación y análisis de las mismas. Se aplicaron a un total de 37 personas en los tres lugares estudiados.

En primer lugar, se pidieron datos demográficos que se expresan

### Gráfica N°1

#### Pregunta N°1

Edad

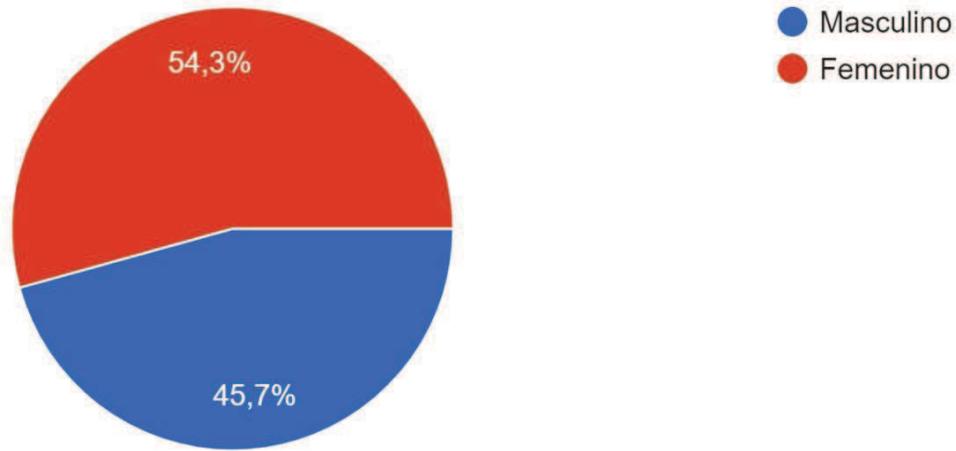


Como se puede observar en la Gráfica No. 1, ante la primera pregunta acerca de la edad, el 67.6% de los encuestados están comprendidos entre los 25 y 44 años. El grupo comprendido entre 0 a 14 años no respondió la encuesta. El grupo entre los 15 y 24 años se encuentra representado por un 13.5% y las edades entre 45 años y 60 por otro 13,5%. El sector menos representativo es el mayor a 61 años con un 5.4%. Si bien los niños comprendidos entre 0 y 14 años estaban presentes en los grupos familiares de visitantes, no se abordó por razones lógicas a este grupo, sin embargo, es importante decir que un porcentaje aproximadamente alrededor del 10 al 15% está representado por niños.

## Gráfica No. 2

### Pregunta No. 2

Género

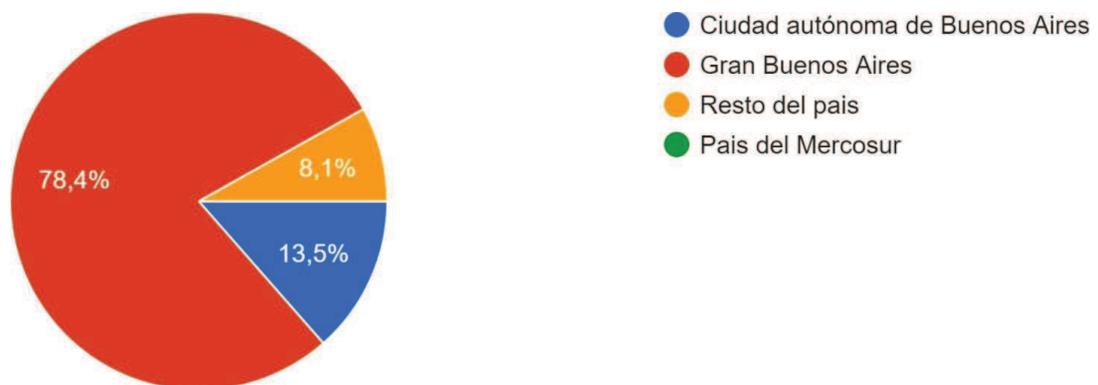


Como se observa en la gráfica, la encuesta fue respondida por un 54,3% de mujeres y un 45,7% de hombres.

## Gráfica No. 3

### Pregunta No 3

¿Cuál es su lugar de procedencia?



Ante la pregunta sobre su lugar de procedencia, un 78,4% de las personas encuestadas provienen de Gran Buenos Aires, un 13,5% de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y un 13,5% del resto del país.

#### Gráfica No. 4

#### Pregunta No. 4

¿Visitó alguna de estas localidades? Indique cuál.

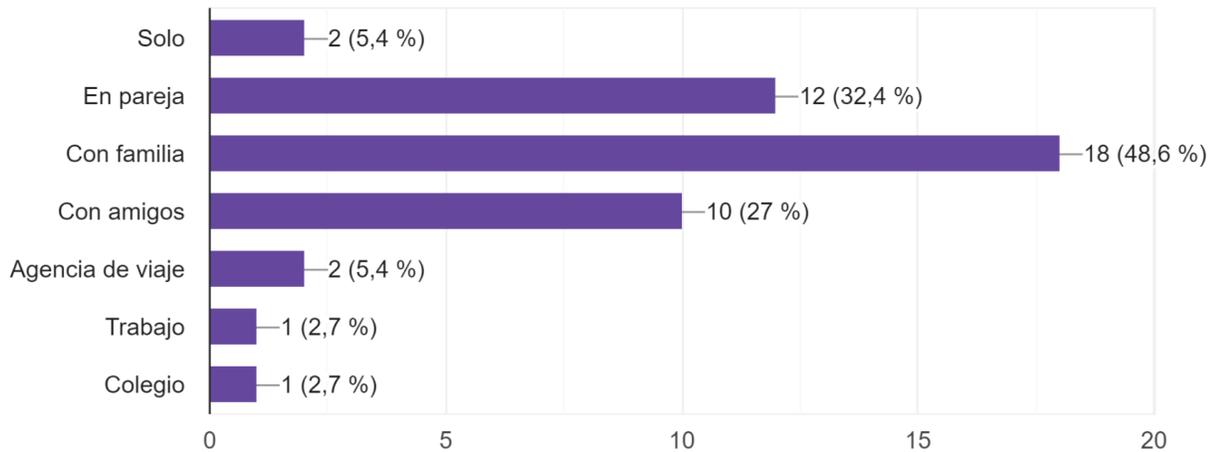


Ante la pregunta realizada a los visitantes de las localidades de Carlos Keen, Villa Ruiz y San Antonio de Areco, un porcentaje representado por el 70,3% respondió que había visitado en varias oportunidades la localidad de Carlos Keen. El 64,9 % respondió que había visitado San Antonio de Areco mientras que un 10,8% dijo haber visitado la localidad de Villa Ruiz.

## Gráfica No. 5

### Pregunta No. 5

¿Con quién visitó la localidad?

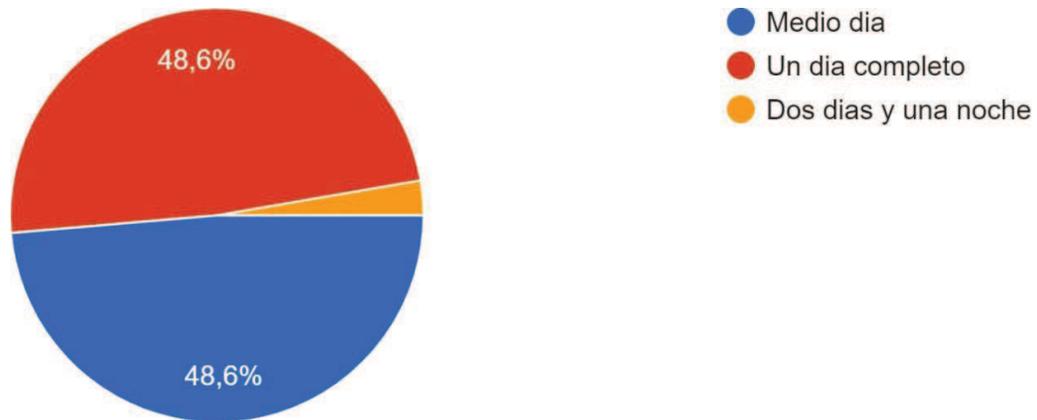


Ante la pregunta relacionada a las personas que acompañaron a los encuestados en la visita a la localidad, el 48,6% de los encuestados respondieron que realizaron su visita junto con su familia, el 32,4% realizaron la visita junto con su pareja, el 28% con amigos, el 5,4% con agencias de viajes, el 5,4% visitaron el destino solos y el 5,4% optaron por seleccionar la opción de otros y clarificar que visitaron los destinos junto con el trabajo y el colegio.

### Gráfica No. 6

#### Pregunta No. 6

¿Cuánto tiempo permaneció en la localidad?

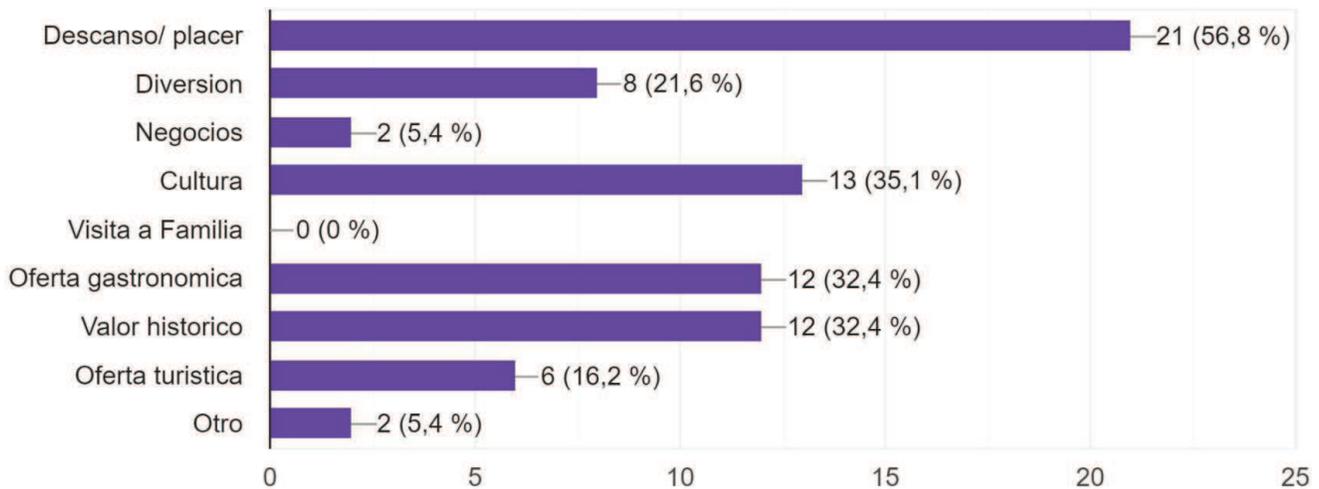


Ante la pregunta sobre el tiempo de permanencia en el destino el 48,6% de las personas encuestadas respondieron que permanecieron medio día, el 48,6% que permanecieron un día completo y el 2,6% que se quedaron dos días y una noche en el destino.

## Gráfica No. 7

### Pregunta No. 7

¿Cuál fue su motivo de visita?

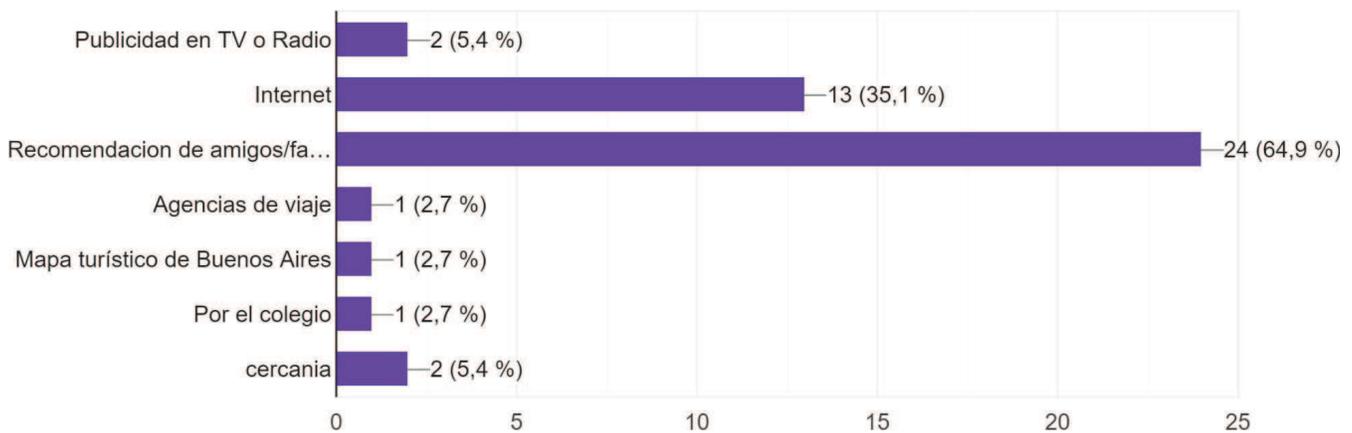


Cuando se preguntó el motivo de visita se recibieron variadas respuestas, la mayor cantidad de personas encuestadas, es decir el 56,8%, respondieron que visitaron las localidades con motivo de descanso o placer, el 35,1% respondieron que su visita fueron con motivos culturales, el 32,4% indicaron que visitaron las localidades por su oferta gastronómica, el otro 32,4% las visitaron por su valor histórico, el 21,6% visitaron los destinos con motivo de diversión, el 16,2% tuvieron en cuenta su oferta turística, el 5,4% visitan por motivos de negocios y el 5,4% visitaron por otros motivos que no fueron especificados a la hora de responder la encuesta. Por último, ninguna de las personas encuestadas viajó a las localidades con el motivo de visitar a familia.

## Gráfica N°8

### Pregunta N°8

¿Cómo se enteró de la existencia del destino?

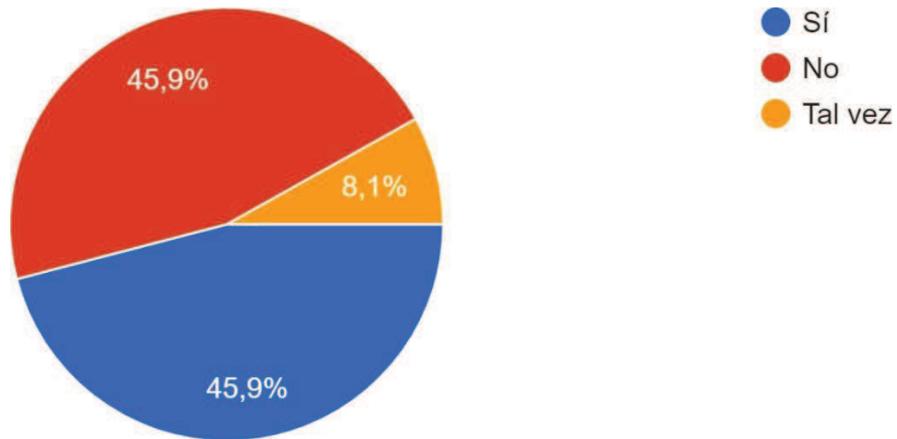


En el gráfico se puede observar que las personas encuestadas indicaron la forma en la que descubrieron la existencia de los destinos visitados, el 69,9% indicaron que fue por medio de recomendación de amigos o familia, el 35,1% se enteraron del destino por medio de internet y redes sociales, el 5,4% por publicidades de televisión o radio, el otro 5,4% por vivir en las cercanías a las localidades, el 2,7% se enteraron por medio de la agencia de viaje que contrataron para ir al destino, y por último el 5,4% eligieron la opción de otros y especificaron que se informaron de las localidades por el mapa turístico de Buenos Aires y por medio de la escuela.

### Gráfica No. 9

#### Pregunta No. 9

¿Tiene conocimiento de las actividades y tradiciones que se desarrollan en el destino?



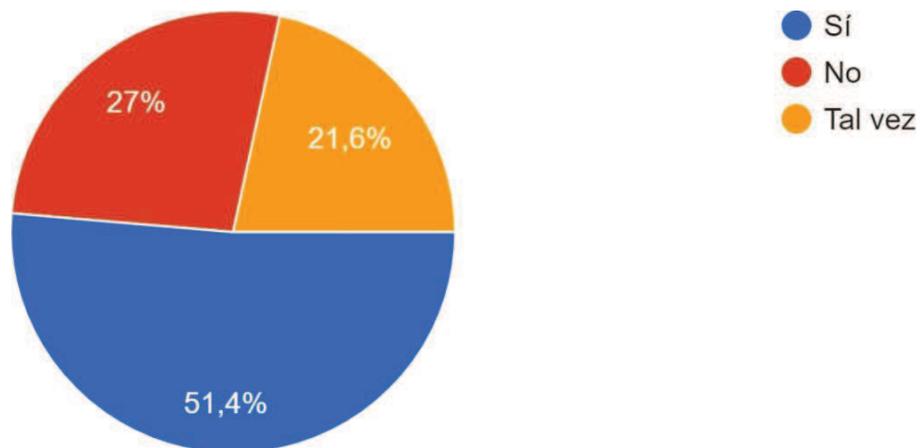
(Como fiestas, ferias, festivales, etc.)

Cuando se les preguntó si tenían conocimiento respecto a las actividades culturales y tradiciones que se desarrollan en el destino, el 45,9% respondieron que no, mientras que el otro 45,9% respondieron que sí tenían conocimiento, y el 8,1% restante respondieron que tal vez un poco de conocimiento al respecto tenía cuando visitaron las localidades

### Gráfica No. 10

#### Pregunta No. 10

¿Se sintió identificado con las costumbres del pueblo?

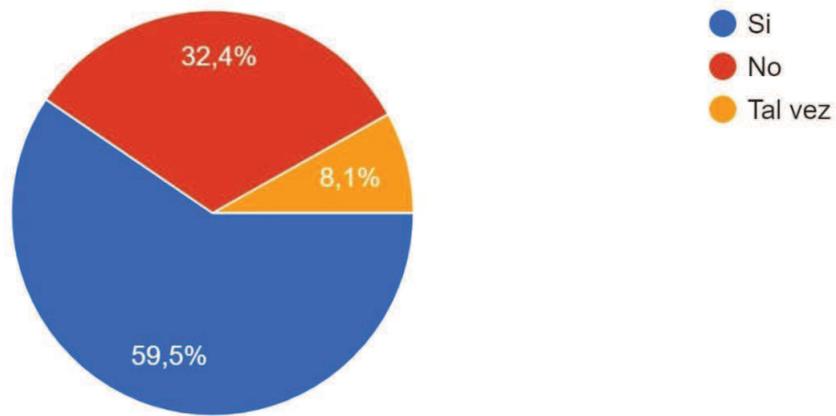


En la gráfica se puede observar que ante la pregunta No. 10, el 51,4% de los encuestados se sintieron identificados con las costumbres del pueblo, el 27% no sienten ningún tipo de identidad y el 21,6% respondieron que tal vez se sintieron identificados al visitar al pueblo.

### Gráfica No.11

#### Pregunta No.11

¿Sintió, de cierta forma, que formó parte de la comunidad cuando visitó la localidad?



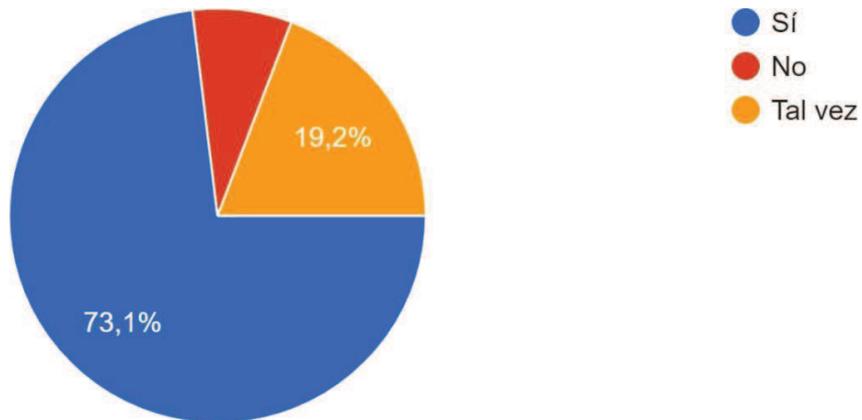
Cuando se les preguntó si sintieron que formaron parte de la comunidad en su visita, el 59,9% respondieron que sí, mientras que el 32,4% respondieron que no sintieron que formaron parte y por último el 8,1% indicaron que tal vez tuvieron la sensación de formar parte de la comunidad.

## Gráfica No. 12

### Pregunta No.12

*(Si la respuesta es sí en ambas preguntas 10-11)*

¿Cree que estas son unas de las razones que lo llevó a visitar el destino?

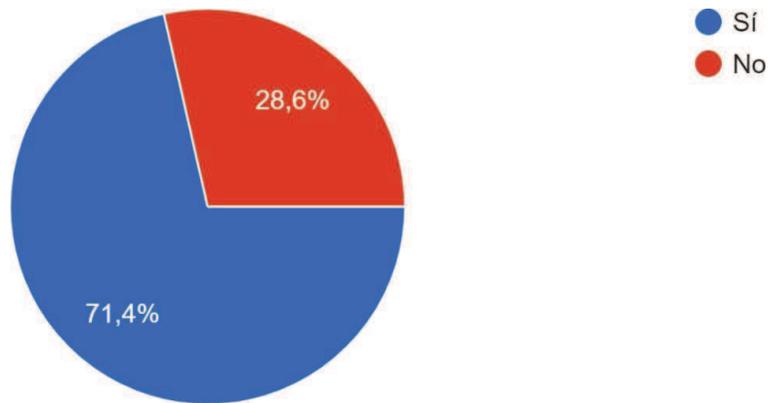


A las personas encuestadas que respondieron que sí a las últimas dos preguntas se les consultó si tanto la identificación con las costumbres y el sentido de pertenencia a las comunidades de las localidades eran motivo de visita y el 73,1% respondieron que sí, el 19,2% respondieron que no y el 7,4% restantes respondieron que tal vez fue un motivo de visita.

### Gráfica No. 13

#### Pregunta No.13

¿Realizó turismo interno en otras localidades de la provincia de Buenos Aires?



En la gráfica se puede observar que la gran mayoría de los encuestados realizaron turismo interno en otras localidades de la provincia de Buenos Aires, más específicamente el 71,4%, mientras que el 28,6% no visitaron otras localidades de la provincia.

(Si la respuesta es sí)

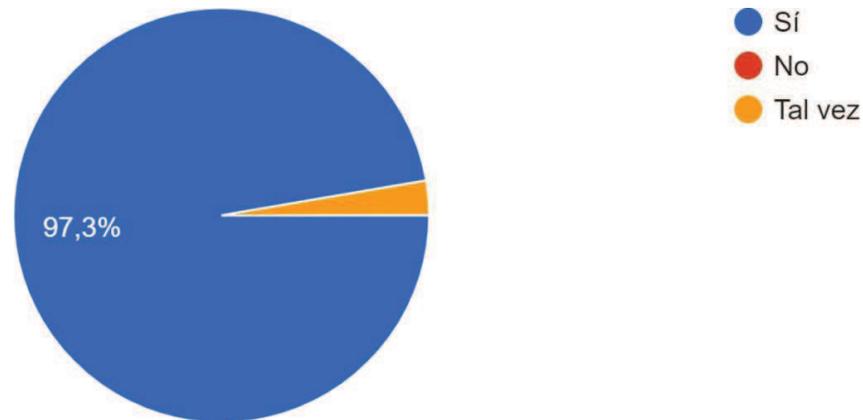
¿Cuál?

A las personas que respondieron que sí, se les preguntó si podían indicar algunas de las localidades donde realizaron turismo interno, respondieron variedad de localidades, pero la gran mayoría indicaron localidades ubicadas en el noroeste de la provincia de Buenos Aires, como ser Lujan, Tomas Joffre, Ingeniero Maschwitz, Chascomús, San pedro, Campana, Uribelarrea, Mercedes, entre otras. El restante de personas indicó localidades ubicadas al suroeste y sureste de la provincia, como por ejemplo Sierra de la ventana, Olavarría, Carhué y Tandil.

#### Gráfica No. 14

#### Pregunta No. 14

¿Volvería a visitar el lugar?



La última pregunta con respuesta cerrada y opciones fue si volverían a visitar las localidades y el 97,3% de los encuestados respondieron que sí, mientras que el 2,7% restante consideró que tal vez realicen una segunda visita a las localidades. Ninguno de los encuestados respondió que no volverían a visitar los destinos.

#### Pregunta No. 15

¿Qué fue lo que más le gustó o destaca del lugar?

Ante esta pregunta los visitantes destacaron que lo más les gustó del lugar fue la tranquilidad, el silencio, el sol y la belleza natural que se encontraban allí. Todas las casas son antiguas y de una sola planta manteniendo así la arquitectura de su fundación. Este aspecto protegido como patrimonio fue muy valorado por parte del turista.

Otra característica destacada por los visitantes fueron los locales y opciones gastronómicas que se reparten entre pulpería, parrillas, restaurantes y ventas de productos regionales en ferias. Un punto muy valorado fueron la historia de las tres localidades y las construcciones y la gente amable y tranquila que los recibía como buenos anfitriones. Un aspecto muy mencionado fue la diferencia del estilo de vida de

las personas del lugar en el día a día en contacto con los animales y la naturaleza. Es de destacar la seguridad de los lugares ya que todos sus habitantes se conocen, tienen una relación cordial entre ellos, las personas se ayudan entre sí, son solidarias, educadas y amables. Un elemento importante es la presencia de edificios representativos de la cultura y de la identidad del lugar como las iglesias y edificios que funcionan en la actualidad como museos regionales los cuales son muy visitados. En la localidad de San Antonio de Areco se encuentra el famoso Museo Gauchesco Ricardo Güiraldes, del conocido autor Ricardo Güiraldes quien fue un famoso novelista y poeta argentino que formó parte del movimiento de vanguardia de los años veinte, y eso se refleja en su colaboración en obras de la literatura gauchesca como el famoso libro Martín Fierro, Don Segundo Sombra y Proa.

En la localidad de Villa Ruiz se encuentra un museo muy visitado llamado Museo Domingo Eugenio Crosatto. En este museo se muestra el arte regional gauchesco, hay vestimentas del lugar y es parte de la historia del pueblo como también del ferrocarril. En las respuestas de las encuestas hubo comentarios muy favorables hacia este lugar por parte de los visitantes.

La mayor parte de los visitantes disfruta de la naturaleza y la tranquilidad ya que provienen de ciudades ruidosas, con muchos edificios y automóviles donde no existen muchos espacios verdes para disfrutar.

#### **Pregunta No. 16**

¿Qué comentarios y/o sugerencias tiene como visitante que podría ayudar al desarrollo turístico de la zona?

Ante esta pregunta, los visitantes de las tres localidades expresaron que podrían mejorar la infraestructura pública. Indicaron que en algunos lugares favorecería brindar un poco más de mantenimiento de calles y carreteras. En Carlos Keen y Villa Ruiz las calles son de tierra y pueden provocar dificultades para los locales en casos de lluvias.

Por lo demás, los comentarios fueron muy favorables en cuanto a la naturaleza y la limpieza de los lugares.

También respondieron que sugerían trabajar en la difusión de estos destinos y su puesta en valor patrimonial ya que creían que no se les daba la publicidad y el apoyo de difusión para que los turistas los visiten con mayor frecuencia.

Sugirieron también que el gobierno de la Provincia de Buenos Aires debería destinar recursos económicos y humanos para promover en las redes sociales a través de plataformas muy utilizadas estos lugares, sus tradiciones y actividades. Otra sugerencia fue que existieran más transportes aparte de los vehículos particulares y que se organicen excursiones a estos lugares. También sugirieron que los guías turísticos estuvieran bien informados y promuevan actividades culturales y artísticas que de otra manera no se conocen y pasan desapercibidas y se desaprovechan.

Mencionaron que no había mucha difusión tampoco respecto de la gastronomía y lugares para visitar. Sugirieron tanto en Carlos Keen como en Villa Ruiz que existieran oficinas de Turismo donde se pudieran brindar mapas, guías de paseos, lugares gastronómicos y actividades con aranceles y horarios.

En San Antonio de Areco fue el único lugar donde la arquitectura de época se ve invadida por construcciones nuevas que no mantienen la línea ni el espíritu del lugar. Esto fue señalado como una debilidad por parte de una visitante. Un alto porcentaje indicó que no sugiere cambios y que el lugar se mantenga como está hasta ahora.

Otro instrumento que se utilizó en el trabajo de campo para tener información más completa acerca del objeto de estudio y puntos de vista de parte de expertos en el tema y personas locales fueron entrevistas semiestructuradas.

A continuación, se presentan las respuestas de la entrevista a una persona local de Villa Ruiz:

En la localidad de Villa Ruiz se le realizó una entrevista a Patricia, dueña del Almacén “La Chaqueña” ubicado sobre la calle Bernardino Rivadavia que es la calle principal por donde se ingresa al pueblo.

Cuando se le preguntó si era residente de Villa Ruiz respondió que no, que es de la localidad de Paso del Rey, que trabaja en el pueblo hace 17 años y que su marido es originario de Villa Ruiz.

Luego se le consultó si conocía las costumbres y tradiciones del pueblo y comentó que una de las tradiciones es la del “Camino Real” que se festeja en el mes de noviembre, donde hacen asados y hay música y bailes folklóricos. Además, explicó que ese Camino Real lleva ese nombre en conmemoración del camino que realizó el General San Martín para cruzar los Andes y que es una tradición que se respeta todos los años y a veces se suspende por mal tiempo, pero que por lo general se conmemora.

Comentaba que los locales son gente gauchesca, son cerrados, son personas que acatan mucho su tradición. Ella, que tiene la mirada de una persona que no es local, los percibe como personas cerradas. Muchas veces van a su almacén a comprar en caballo y con la vestimenta gauchesca. Comentaba durante la entrevista que, aunque sea un pueblo que se encuentra a tan pocos kilómetros de la ciudad porteña de Buenos Aires la cultura y tradición del lugar se mantuvo a través del tiempo. A los habitantes del lugar se los distingue por sus vestimentas gauchescas. Esta costumbre se mantiene en los jóvenes y hombres de la localidad.

Luego se le preguntó si lo considera un pueblo turístico, respondió que mucho más turístico es Carlos Keen, pero que Villa Ruiz tiene el potencial para ser un pueblo turístico, aunque considera que la gente local, al ser cerrada, puede llegar a incomodar

al turista. Explicó que los locales tienen miedo de perder esa cultura al integrar al turismo a su vida cotidiana, les cuesta mucho integrar gente nueva. Patricia habló desde la experiencia personal ya que ella trabajando allí desde hace 17 años aún no se siente aceptada por parte de la comunidad local, la gente que más la integra son los visitantes de Villa Ruiz que son clientes del local donde ella trabaja. Y por último comentó que los habitantes no se dedican al turismo, sino que la gran mayoría se ocupa en trabajos de campo.

A continuación, se le preguntó si consideraba que hay que mejorar aspectos del pueblo para acrecentar el turismo en Villa Ruiz, y comentó que, a su parecer, creía que está bien que conserve su esencia, sus aspectos gauchescos ya que es algo que puede llamar la atención del turista. Manifestó que en los días de semana está “desértico” es decir que hay muy poca gente en el pueblo, distinto a lo que se está acostumbrado en la ciudad o en otros pueblos, es un cambio importante entre localidades.

Al comentar acerca de las edades de los habitantes de Villa Ruiz expresó que hay mucha gente joven y que son los más abiertos en aceptar a nuevas personas en el lugar. Dijo que es una nueva generación que a su creencia van a ir abriendo al pueblo a nuevos visitantes y al turismo.

Por último, se le preguntó si quería agregar o comentar algo más que no le se le hubiera preguntado y respondió que en el pueblo se puede encontrar mucha historia, que en la misma cuadra donde se encontraba ubicado el almacén hay una casona histórica muy pintoresca, también la estación de servicio que se localiza en una esquina de la calle Rivadavia la cual es muy antigua y mantiene su aspecto del pasado. Esta estación fue utilizada para grabar películas como “La Odisea de los Giles” y propagandas, como la de YPF donde se mostraba la evolución de las estaciones de servicio en la Argentina. Estos fueron los comentarios de una persona residente en Villa Ruiz.

Se aplicó luego una segunda entrevista a Oscar Eduardo, residente en la localidad de Carlos Keen:

En el pueblo de Carlos Keen vive este sujeto, jubilado de 70 años, quien nació y reside en el pueblo y es un miembro muy importante de la comunidad ya que formó parte de muchas asociaciones locales a las que se atribuyen el crecimiento y la mejoría constante de Carlos Keen.

Lo primero que se le preguntó fue si podía comentar un poco sobre las tradiciones y costumbres del pueblo, Oscar dijo que el domingo anterior, es decir el domingo 5 de noviembre, se festejaron las fiestas patronales y que todos los años el 22 de agosto se festeja el cumpleaños de Carlos Keen. Agregó que él pertenece a la sociedad de fomento del lugar y que desde ahí trabajan constantemente para mantener las tradiciones del pueblo, como la Fiesta del Sol y las fiestas patronales entre otras. Oscar, junto con la sociedad de fomento están de manera continua priorizando el pueblo y su constante mejoría.

Ante la pregunta de si consideraba el pueblo como una zona con tradiciones gauchescas comentó que sí, que el pueblo cuenta con muchas agrupaciones gauchas que trabajan en los campos.

Luego se le preguntó cómo percibía a la actividad turística y contestó que, con mucha alegría y entusiasmo, ya que él vivió toda su vida allí y junto con un grupo de locales formó una comisión de turismo desde donde intentaron exitosamente, formar al pueblo como un destino gastronómico. Comenzaron abriendo el primer restaurante que se encontraba a lado de la vía, que en su momento se llamaba Macrura, y después continuaron con el trabajo y hoy en día el pueblo cuenta con 28 restaurantes. Oscar es muy conocido en Carlos Keen porque fue el primer gastronómico de la localidad. Es muy respetado como un referente de la tradición y del turismo del turismo por su activa participación desde hace varias décadas.

Oscar comentó que el turismo le produce un sentimiento de orgullo por su pueblo, que al principio tenía problemas con la comunidad local, ya que los mismos habitantes

decían que los visitantes le iban a venir a robar las pertenencias. Ellos los tranquilizaban afirmando que “los turistas son buenos” y no iban a hacer eso. También contó que pasaron por momentos de miedo, sentimiento que ayudó a reorganizar muchos aspectos edilicios en el pueblo, ya que por miedo la gente ponía portones en las casas para proteger sus viviendas.

Ante la pregunta de si los habitantes trabajan en turismo afirmó que hay mucha gente trabajando en la actividad turística de Carlos Keen, casi el 40% de los habitantes trabajan en turismo, sus propios hijos y nietos también se desempeñan en la actividad turística. Tan fuerte es el movimiento que la gente para trabajar en el mismo no llega a ser suficiente, por lo que se incorporan a la vida laboral de Carlos Keen personas provenientes desde localidades cercanas como Luján, por ejemplo.

Luego se le preguntó qué consideraba que tiene Carlos Keen de diferente a otros pueblos o localidades turísticas de la provincia de Buenos Aire a lo cual respondió que los visitantes van al pueblo por la tranquilidad y por el buen trato que se les brinda por parte de los locales, ya que todos están predispuestos a recibir a los turistas con amabilidad y buenas opciones de entretenimiento y descanso.

Ante la pregunta de si consideraba que hay que mejorar aspectos del pueblo que pudiera ayudar a incentivar aún más el turismo en Carlos Keen comentó que todavía hay muchas cosas por hacer. Oscar todo el tiempo piensa en seguir mejorando el pueblo, en un momento tuvo la idea de hacer carreras de sortijas o tener un campo de doma, pero son cosas que necesitan de una buena inversión y es algo que no obtienen fácilmente.

Por último, se le dio el lugar para agregar algo que no se le haya preguntado en la entrevista y comentó que junto con la sociedad de fomento trabajan constantemente para recuperar edificios locales y comerciales que el pueblo perdió cuando dejó de pasar el tren por allí. Algunos de los edificios que ya recuperaron fueron la Casa de Correo, la Escuela Media Número 4, el Jardín de Infantes 915, entre otros.

Oscar también fue fundador de la farmacia que tiene ahora el pueblo, él se encargó de

conseguir el lugar y de traer al farmacéutico. De a poco fueron recuperando lo que en algún momento el pueblo fue, comentó que tenían hasta un Registro Civil con el que ahora ya no cuenta. Oscar formó parte de muchas comisiones que atribuyeron a la mejoría y recuperación de Carlos Keen.

Un tercer lugar visitado donde se realizó el trabajo de campo aplicando entrevistas a los lugareños fue la localidad de San Antonio de Areco, allí se realizó una entrevista a una técnica en turismo acerca del pueblo donde trabaja el pueblo hace 4 años. Ella se desempeña en el Centro de Información Turística del lugar.

Ante la pregunta sobre las tradiciones y costumbres de la localidad respondió que San Antonio de Areco se lo reconoce por el gaucho, por la Fiesta de la Tradición y por la gente que se encarga de preservar las tradiciones gauchescas, con las vestimentas y danzas. Ella considera que es importante conservar estas costumbres y que los mismos habitantes están muy aferrados a las mismas.

Afirmó que el turismo en la zona se está haciendo cada vez más fuerte, ya que la localidad cuenta con buena promoción y elevada presencia en las redes sociales.

Cuando se le preguntó si el turismo ocupaba un importante lugar en las actividades de los locales, respondió que sí, que todos los fines de semana tienen eventos y que aun en la semana el turismo se mantiene, además afirmó que los locales están preparados y predispuestos a recibir a los visitantes.

Por último, se le preguntó qué consideraba ella que atraía a los visitantes a la localidad y comentó que la cercanía con Capital Federal es la principal razón, luego que la belleza y tranquilidad del pueblo era otra de las razones.

Por último, se realizó una entrevista virtual a Soledad Giacomantone, Licenciada en turismo, que actualmente trabaja como Directora de Turismo de San Antonio de Areco. Ante la primera pregunta relacionada a sus años de experiencia comentó que trabajaba en turismo desde 1996, en el sector receptivo y ahora también lo hace desde el estado para contribuir al desarrollo de políticas públicas que fortalezcan la actividad

turística. Luego se le preguntó qué entendía por la expresión “sentido de pertenencia de una persona a un lugar de origen” y respondió que lo entiende como la identificación de una persona con un lugar donde se siente cómodo y aceptado.

Ante la pregunta ¿Cómo definiría la identidad de un pueblo? contestó que bajo su percepción la identidad de un pueblo se ve reflejada a lo largo de la historia en aspectos donde se refleja la cultura: idioma, costumbres y tradiciones.

Se le consultó si consideraba que todos los pueblos tienen una identidad y respondió que seguramente “sí, todos los que nacimos en pueblos siempre tenemos algo que nos identifica.”

Luego se le pidió que como profesional explique en sus palabras el concepto de identidad, comentó que serían las características que definen a una persona o pueblo en este caso.

Ante la pregunta relacionada a si cree que tiene relación el turismo interno y el desarrollo del sentido de identidad y pertenencia en la localidad de San Antonio de Areco respondió que sí, totalmente, el turismo siempre está relacionado con la cultura, costumbres y tradiciones y si estas se conservan, se puede transmitir la esencia del lugar.

Cuando se le preguntó si consideraba que el crecimiento del turismo favorecía el desarrollo económico y social de la zona, afirmó que indudablemente, el turismo es uno de los mayores ingresos económicos a nivel mundial y en los pueblos donde se trabaja con buenas políticas públicas y se logra un trabajo mancomunado entre lo público y lo privado, el crecimiento es innegable.

Luego se le pidió que comentara acerca de las tradiciones y costumbres de San Antonio de Areco. Expresó que allí se mantienen intactas las tradiciones como el folklore en la música y los bailes regionales y que las distintas escuelas públicas y privadas lo muestran en sus fiestas y celebraciones. Se mantiene y respeta la figura del gaucho y se celebra con mucha identidad y alegría la Fiesta de la Tradición. Actualmente se están desarrollando planes con el apoyo de las escuelas locales y el

Municipio para llevar usos y costumbres a las escuelas.

Cuando se le preguntó si consideraba importante conservar las tradiciones de estos lugares en la Argentina respondió que entiende que es importante mantener los usos y costumbres con el paso del tiempo para no perder la esencia local.

Al preguntarle cómo percibía la situación turística de la localidad de San Antonio de Areco, expresó que el lugar es un pueblo con nombre propio, figura a nivel mundial en las guías de turismo, pero hay mucho para trabajar en cuanto a desarrollo de políticas públicas y consolidar el trabajo en equipo entre lo público y lo privado.

Ante la pregunta de qué tipo de costumbres de San Antonio de Areco consideraba que atraían al turismo expresó que, en cuanto a la atracción del turismo, el pueblo en sí, al ser antiguo y haber sido fundado en 1730, los extranjeros lo ven como un lugar detenido en el tiempo y los nacionales lo toman como un paraje de descanso. Nos favorece estar dentro de lo que se considera turismo de cercanía en relación a CABA.

Cuando se le preguntó qué lugar ocupaba el turismo en las actividades de los lugareños dijo que se podría decir que ocupa el 40% de la población.

Luego se le preguntó a qué tipo de actividades se dedicaban los habitantes del lugar y ella explicó que el campo está creciendo, también se dedican a la industria y en cuanto a turismo tienen una plaza hotelera importante en continuo crecimiento, así como el sector gastronómico.

Ante la pregunta de qué ventajas ofrece el turismo interno a la Argentina en todos los sentidos respondió que el turismo es importante por ser un motor de desarrollo económico.

Para finalizar se le preguntó si se le ocurría alguna sugerencia para incentivar aún más el turismo interno en estos lugares a lo cual respondió que había que estar en continua actividad para innovar, nosotros están colocando QR con audio guías en inglés, español y lengua de señas, estamos agregando circuitos y visitas guiadas y también trabajan en circuitos sostenibles y educación del turista.

## 9. Análisis de Resultados

De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas estos tres destinos turísticos, en una gran mayoría de los casos, son visitados por personas que provienen del Gran Buenos Aires, esto se pudo ver cuando el 78.4% de los encuestados expresaron que venían de allí, ante esta respuesta se destaca que ninguna de las personas visitantes encuestadas vienen de países vecinos o de provincias del interior del país, sería importante promocionar estos sitios tanto a provincias del interior de la República Argentina como a países del Mercosur, para que la demanda turística de estas localidades crezca y se amplíe a diferentes culturas.

Otra de las conclusiones es que Carlos Keen y San Antonio de Areco son los destinos más visitados por el tipo de gastronomía, actividades de entretenimiento e infraestructura que ofrecen al turista, esto se debe a la mayor promoción en redes sociales, paquetes turísticos y recomendaciones de boca en boca que los visitantes hacen a sus familiares y amigos.

Algo interesante a destacar es que la mitad de visitantes de estos lugares está representado por grupos familiares, por lo cual se recomienda motivar actividades para todas las edades, como juegos infantiles, parrillas, parques, ciclismo, espectáculos al aire libre, etc. A modo de atraer y entretener a este tipo de público que es el que más frecuenta estos lugares de acuerdo con los resultados obtenidos.

Debido a que la mayor parte de los visitantes eligen pasar el día completo o medio día en el lugar se sugiere promover ofertas, paquetes o actividades turísticas que invitan a los visitantes a pasar una o dos noches en los destinos mencionados. Esto puede hacerse por medio de festivales nocturnos, espectáculos, bares, fogones y otras actividades nocturnas de interés. Comercialmente pueden impulsarse con promociones de 2x1 o 50% de descuento en la segunda noche, entre otras.

La mayor parte de visitantes de Villa Ruiz, Carlos Keen y San Antonio de Areco viajan a la localidad para descansar del ritmo acelerado de las ciudades por lo que esto debe destacarse y aprovecharse a la vez con una óptica comercial ofreciendo, por ejemplo,

actividades que ayuden a la calma, la tranquilidad y la pausa, como sesiones de spa, masajes, clases de yoga, equitación, etc. Debido a la variedad de edades e intereses en los visitantes también se puede impulsar a la gastronomía como una actividad relacionada al descanso y al placer.

En el trabajo de campo se pudo observar que el 70% de visitantes concurre al lugar por recomendación de amigos o familiares, motivo por el cual es fundamental brindarles a quienes visitan estos destinos una agradable experiencia teniendo en cuenta esta estadística.

Una gran parte de los turistas durante su visita se sintió parte de la comunidad por la calidez, cercanía y amabilidad de los lugareños. Esto es un valor que muchas veces en las grandes ciudades se ha perdido por la velocidad y los compromisos cotidianos que obligan a cierto egoísmo e indiferencia a los demás.

El 73% de las personas encuestadas sintió una elevada identificación con las costumbres locales demostrando así que, tanto los visitantes como los lugareños, pertenecen a una misma cultura y por este motivo es fácil identificarse unos con otros. También, sería recomendable impulsar las actividades turísticas en otros destinos cercanos que mencionaron los participantes de la encuesta como por ejemplo Lujan, Mercedes, Chascomús y Campana, entre otros.

Casi la totalidad de los turistas señalaron que volverían a visitar el destino en un futuro, por lo cual se recomienda ofrecer promociones a visitantes frecuentes como por ejemplo 50% de descuento en locales gastronómicos en su segunda o tercera visita, niños gratis, entre otros.

Entre las sugerencias que proponen los visitantes, y que sería bueno considerar, indicaron el mantenimiento de calles y carreteras, cuidar la arquitectura, la apariencia del lugar y sus edificios, ya que son la característica que le da identidad a cada espacio. Otros visitantes sugirieron mantener limpios los lugares naturales y darle más valor al patrimonio edilicio de los sitios que visitaron, sugirieron también aumentar la cantidad de guías turísticos para promover actividades o paseos que se

desaprovechan, los guías también pueden sugerir paseos, restaurantes, brindar mapas del lugar, ofrecer recomendaciones e informar aranceles y horarios de ciertas actividades de interés, es decir, brindar más información respecto a los destinos.

Se considera también importante incluir las sugerencias de los visitantes que indicaron que sería favorable tener transportes públicos o turísticos, como colectivos, micros o combis que organizan excursiones a estos lugares o que simplemente realicen un recorrido donde una de las paradas sean estas localidades, ya que muchos turistas se pierden de visitar estos destinos debido a que no cuentan con vehículo propio.

Por otro lado, es importante considerar el apoyo del estado a este tipo de lugares, ya que requieren de una importante inversión económica para el mantenimiento y optimización de espacios verdes, edificios, construcciones públicas y el mejoramiento de las calles y servicios. Esto aumentará el turismo y el valor cultural y de identidad de estos tres destinos, debido a que el principal patrimonio cultural está constituido por edificaciones antiguas y es fundamental brindarles mantenimiento permanente para que sigan siendo lugares de atracción para los visitantes, sin perder las características que lo definen. El embellecimiento de estos lugares no se trata de construir nuevos edificios, centros comerciales o lugares de entretenimiento, sino mantener la identidad del lugar respetando su patrimonio cultural y edilicio.

Parte de los resultados también, se acompañaron por una entrevista realizada a la señora Patricia dueña de un almacén ubicado en Villa Ruiz, para conocer sus opiniones acerca de la identidad, la pertenencia y la tradición desde un punto de vista diferente, esta persona respondió que existen muchas tradiciones locales que forman parte de las costumbres y la identidad del lugar. Afirmó que es importante para ella como persona que trabaja con el turismo el aumento del caudal de visitantes, porque se convertiría en el principal ingreso económico regional, ya que actualmente el turismo no es explotado del todo dentro del pueblo de Villa Ruiz y, debido a esto, se encuentra poco desarrollado ediliciamente y económicamente en comparación a otras localidades. Destaca que la localidad cuenta con el potencial para que el turismo

crezca y así poder mantener en pie sus costumbres y tradiciones que son una de las características principales que pueden llegar a llamar la atención al turista, permitiendo la identificación con las mismas. Un referente de las costumbres y de la identidad de la cultura de Carlos Keen, es el señor Oscar que pertenece actualmente a la sociedad de fomento de la localidad, que junto con otras agrupaciones trabaja por mantener la identidad y las tradiciones del lugar, ya que expresó que participa activamente desde hace años en todas las actividades y reformas que se realizan en Carlos Keen.

Para reforzar todos estos conceptos se pueden agregar las opiniones de Soledad Giacomantone, Licenciada en turismo, quien actualmente trabaja como directora de turismo en la localidad de San Antonio de Areco, sus consideraciones coinciden con las definiciones en el marco teórico, ya que afirmó que el sentido de pertenencia es la identificación de una persona con un lugar donde se siente cómodo y aceptado. También señaló que la identidad de un pueblo se ve reflejada en su idioma, costumbres y tradiciones, destacando que son tres aspectos muy importantes que se deben mantener y respetar a través del tiempo.

Se puede decir entonces que tanto los visitantes como las personas especializadas en turismo y los habitantes del lugar coinciden en la relación que tiene el sentido de pertenencia e identidad con el turismo, para que el turista se sienta atraído a visitar una localidad y para que los habitantes compartan sus costumbres y tradiciones.

## 10. Conclusión Final

El turismo es un importante motor de la economía en los tres lugares elegidos para esta investigación, la mayoría de visitantes valora cada localidad por sus costumbres, gastronomía, lugares históricos y naturaleza.

Es fundamental promover políticas públicas para que estos lugares sean mantenidos como centros de atractivos turísticos mejorando algunas de sus condiciones, impulsando la formación de guías turísticos y ofreciendo incentivos económicos, a estas y otras localidades que mantienen vivas las tradiciones y la identidad de los gauchos argentinos.

Desde hace siglos estos lugares mantienen la cordialidad de los vecinos, el respeto por la naturaleza y el apego a las tradiciones, que muchas veces en las grandes ciudades se pierden y se olvidan. El turismo interno ofrece una opción accesible económicamente y por su cercanía, por eso debe ser motivado por las autoridades de la provincia de Buenos Aires, los comerciantes y empresarios locales, lo cual también se sugiere para otros sitios como Tandil, San Pedro, Mercedes, Ituzaingo, y muchas localidades de la Provincia de Buenos Aires que cuentan con la infraestructura y los atractivos para recibir al turismo, ya que por la limitación de este trabajo únicamente se estudió las localidades de Carlos Keen, Villa Ruiz y San Antonio de Areco.

Ofrecer la opción de descanso, contacto con la naturaleza, espacios verdes y amplios, y un ritmo más tranquilo brinda a los turistas una sensación de seguridad y tranquilidad y a la vez un sentimiento de pertenencia e identificación que hace que quieran regresar y que lo recomienden con sus amistades y conocidos.

Además, el uso de redes sociales invitando a visitar estos lugares, mostrando sus bellezas naturales y culturales, y comunicando ofertas y promociones debe ser más explotado y estratégicamente diseñado para aprovechar al máximo su capacidad de convocatoria.

El objetivo general de esta investigación pudo cumplirse debido a que con la investigación bibliográfica en el desarrollo teórico y con el trabajo de campo, se pudo

demostrar la importancia del desarrollo del turismo en las tres localidades estudiadas y su relación con el sentido de identidad y pertenencia.

Asimismo, se cumplieron los objetivos específicos al establecer la vinculación que existe entre el turismo interno como una actividad que destaca y muestra el valor de la pertenencia, el orgullo por la identidad y las raíces de las personas que habitan estos lugares. Además, se pudo descubrir tradiciones, costumbres e historias de parte de personajes importantes y representativos de cada una de las localidades. Finalmente, fue posible en el proceso de este trabajo, comprender que existe una relación directa entre el turismo y el desarrollo interno de estas tres localidades de la Provincia de Buenos Aires.

El turismo es la actividad que sustenta y mantiene estos lugares vivos y de esta manera fortalece su pertenencia e identidad, tanto en los habitantes y en los turistas.

En este trabajo se llegó a la conclusión que el sentido de pertenencia e identidad en los habitantes es importante para que puedan transmitir y compartir con orgullo sus tradiciones y costumbres, y, además, tengan la voluntad para recibir al turista en sus pueblos y ciudades. Y también es importante en los turistas para que, al sentirse identificados o sentir que pertenece a las comunidades visitadas, se genere la intención y el deseo de volver a visitar las localidades donde tuvieron esa sensación de estar en un lugar familiar o similar a sus lugares de origen.

Con todo lo expuesto se puede confirmar la hipótesis presentada al principio de este trabajo: la identidad y el sentido de pertenencia se refuerzan con la actividad turística de estas localidades de la Provincia de Buenos Aires.

Para finalizar, se podría considerar a futuro investigar más en profundidad la razón del porque el pueblo de Villa Ruiz recibe menos caudal de turismo que las localidades aledañas, es importante para la actividad turística destacar e investigar el potencial con el que cuenta el pueblo y cómo puede desarrollar su infraestructura y actividades para recibir al turismo, es de gran importancia la cultura que conserva el pueblo ya que es uno de los pocos que quedan en la provincia de buenos aires que representa y

mantiene con orgullo la cultura gauchesca. Villa Ruiz tiene muchas posibilidades para seguir creciendo turísticamente, se debe planificar el desarrollo de la actividad preservando sus estructuras edilicias y adaptar a la comunidad a la actividad turística prestando atención a sus costumbres y tradiciones para que no pierdan su esencia.

## 11. Referencias Bibliográficas:

- Arecotradición. (s.f.). *La Fiesta de la Tradición: una fiesta de gauchos*. Recuperado de <https://arecotradicion.com/noticias/la-fiesta-de-la-tradicion-una-fiesta-de-gauchos>
- Argentina.gob.ar. (2020). *Previaje: una inversión histórica para reactivar al turismo mediante la devolución del 50% de los gastos turísticos en crédito*. Recuperado de <https://www.argentina.gob.ar/noticias/previaje-una-inversion-historica-para-reactivar-a-l-turismo-mediante-la-devolucion-del-50-de>
- Bustos, Cara (2001). *IDENTIDAD, TURISMO Y TERRITORIOS LOCALES. La permanente construcción de valores territoriales*. Departamento de Geografía. Universidad Nacional del Sur, Mar del Plata, Buenos Aires. Disponible en <https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/Apo2001a5v1pp11-28.pdf>
- Cacciutto, M., Roldán, N. G., Corbo, Y. A., Cruz, G. M., & Barbini, B. M. (2015). *Análisis de la participación social en el marco del programa 'Pueblos Turísticos'. El caso de Carlos Keen*. Universidad Nacional de Mar del Plata, Buenos Aires, Argentina.
- Cammarata, E. B. (2006). *El turismo como práctica social y su papel en la apropiación y consolidación del territorio*. En A. I. Geraiges de Lemos, M. Arroyo y M. L. Silveira (Eds.), *América Latina: cidade, campo e turismo* (p. 352). CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/edicion/lemos/20cammar.pdf>
- Dirección de turismo. (s.f.). *"La Ciudad"*. Areco Turismo. Disponible en: <https://sanantoniodeareco.tur.ar/laciudad>.
- BAE Negocios. (2023, 30 de noviembre). *Escapada de fin de semana: el pueblo con las mejores pastas de la provincia*. BAE Negocios. Recuperado de <https://www.baenegocios.com/findesemana/Escapada-de-fin-de-semana-el-pueblo-con-unas-de-las-mejores-pastas-de-la-provincia-20231001-0017.html>
- Festivales Argentina. *"Fiesta del Sol en Carlos Keen"*. Grupo Multimedia Montí.

<https://festivalesargentina.com/fiesta-del-sol-en-carlos-keen/>

- Flores, F. y Rebottaro, A. 2016. "El 'otro' Luján turístico. El caso de Carlos Keen".
- Guelmes Valdés, E. L., y Nieto Almeida, L. E. (2015). Algunas reflexiones sobre el enfoque mixto de la investigación pedagógica en el contexto cubano. *Revista Universidad y Sociedad*, 7(1), 23-29. Recuperado de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202015000100004&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202015000100004&lng=es&tlng=es)
- Guzmán Barquet, E. (2014). El turismo interno como alternativa creciente de desarrollo turístico del Ecuador. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, (17). Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/turydes/17/turismo-interno.html>
- Heredia, M. (2018). *San Antonio de Areco: Ciudad y Río*. Tesina de proyecto y desarrollo urbano, Universidad del Salvador (USAL), Escuela de Arquitectura y Arte (EAA), Argentina.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación científica* (6ta ed.) [Archivo PDF]. Recuperado de <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Hojas de Ruta. (2010, 5 de octubre). Villa Ruiz, Buenos Aires. Recuperado de <https://hojasderuta.wordpress.com/2010/10/05/villa-ruiz-buenos-aires-2/>
- Janesick, V. J. (1998). El baile del diseño de investigación cualitativa: metáfora, metodolatría y significado. En N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Estrategias de investigación cualitativa*. Thousand Oaks, CA: Sage. (Traducción propia).
- Kalataluk, C. G. (2009). *Diagnóstico turístico sobre la localidad de Carlos Keen*. Universidad Abierta Interamericana, Facultad de Turismo y Hospitalidad, Buenos Aires, Argentina.
- Massey, D. (1995). La conceptualización del lugar. En D. B. Massey y P. Jess (Eds.), *¿Un lugar en el mundo? Lugar, Cultura y Globalización* (pp. 45-85). Oxford, Nueva

York: Oxford University Press. (Traducción propia).

- Mendoza, C. (2012). *Mapas mentales, sentido de lugar y procesos migratorios: La comunidad mexicana en Albuquerque (Nuevo México)*. *Revista Colombiana de Geografía*. Recuperado de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/rcg/article/view/32211/36768>
- Noticias Baires. (2022, mayo 20). *El Ministerio de Producción, Ciencia e Innovación Tecnológica relanzó el programa Pueblos Turísticos*. Recuperado de <https://noticiabaires.com.ar/nota/5900/el-ministerio-de-produccion-ciencia-e-innovacion-tecnologica-relanzo-el-programa-pueblos-turisticos.html>
- Organización Mundial de Turismo. (2008). *Entender el turismo: Glosario básico*. Recuperado de: [https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/imported\\_images/38507/glossaryspr-ev.pdf](https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/38507/glossaryspr-ev.pdf)
- Orlando, S. (2021). *Construcción del sentido de pertenencia y la práctica de turismo comunitario, más que un simple cambio de paradigma social: Experiencia comunidad Amaicha del Valle, provincia de Tucumán, Argentina*. Recuperado de [https://repositoriosdigitales.mincyt.gob.ar/vufind/Record/FAUBA\\_e3dc761d066773b23a5601778354c4ed](https://repositoriosdigitales.mincyt.gob.ar/vufind/Record/FAUBA_e3dc761d066773b23a5601778354c4ed)
- Ortega, C. (2021). *Investigación de Mercado. Cómo realizar un muestreo probabilístico*. *Blog sobre investigación de Mercado*. Recuperado de <https://www.questionpro.com/blog/es/como-realizar-un-muestreo-probabilistico/>
- PueblosDeBuenosAires. (2022). *Villa Ruiz (Partido de San Andrés de Giles)*. <https://www.conocelaprovincia.com.ar/villa-ruiz/>
- Quesada Castro, R. (2007). *Elementos del Turismo*. San José: Editorial de la Universidad Estatal a Distancia San José de Costa Rica.
- Raingo, C. (2023). *Villa Ruiz, el pueblo que nació a la vera del antiguo Camino Real*. *Info Cielo*. Recuperado de <https://infocielo.com/historias-bonaerenses/villa-ruiz-el-pueblo-que-nacio-la-vera-del-a>

[ntiguo-camino-real-n763574](#)

- Ranaboldo, C. (2006). *Identidad cultural y desarrollo territorial rural*. Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural (CLADES).
- Reyes Mero, I. A. (2018). *Diseño de un producto turístico basado en el análisis del turismo interno en la ocupación hotelera del feriado de noviembre del 2017 en Bahía de Caráquez*. Facultad de Administración Turística y Hotelera, Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, Extensión "Bahía de Caráquez". Recuperado de <https://repositorio.ulead.edu.ec/bitstream/123456789/1071/1/ULEAM-HT-0003.pdf>
- Russell, R., & Faulkner, B. (2004). *Emprendimiento, caos y el ciclo de vida del área turística*. Roslyn. Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738304000258>.  
(Traducción propia).
- Sammarchi, M. (2001). *Situación actual del turismo en la Argentina*. Universidad del Salvador, Buenos Aires, Argentina. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/28053798 Situacion actual del turismo en la Argentina](https://www.researchgate.net/publication/28053798_Situacion_actual_del_turismo_en_la_Argentina)
- Tuculet. (2015). *Estacionalidad en un destino turístico* (Tesis de licenciatura en turismo). Universidad de La Plata, Facultad de Ciencias Económicas.

## 13. Anexos

### Anexo I: Estructura de la encuesta

1- Edad:

- 0-14
- 15-24
- 25-44
- 45-64
- 65 o más.

2- Género:F / M

3- Lugar de procedencia:

- Ciudad Autónoma de Buenos Aires
- Gran Buenos Aires
- Resto del país
- Países del Mercosur
- Otro

4- ¿Visitó alguna de estas tres localidades? Indique cual:

- San Antonio de Areco
- Carlos Keen
- Villa Ruiz

5- ¿Con quién visitó la localidad?:

- Solo
- En pareja
- En familia
- Con amigos
- Agencia de viaje

- Otro

6- ¿Cuánto tiempo permaneció en el destino?

- Medio día
- Un día completo
- Dos días y una noche
- Otro

7- ¿Cuál es su motivo de visita?

- Descanso/Placer
- Diversión
- Negocios
- Cultura
- Visita a Familia
- Oferta gastronómica
- Valor Histórico
- Oferta turística
- otro \_\_\_\_\_

8- ¿Cómo se enteró de la existencia del destino?

- Publicidad en tv o radio
- Internet
- Recomendación de Amistades/Familia
- Agencias de viaje
- Otro \_\_\_\_\_

9- ¿Tiene conocimiento de las actividades y tradiciones que se desarrollan en el destino? (como ferias, peñas, festivales, fiestas)

Si / No

10- ¿Se sintió identificado con las costumbres del pueblo?

Si / No / Tal vez

11- ¿Sintió, en cierta forma, que pertenece a esta comunidad?

Si / No / Tal vez

*(Si la respuesta es sí en ambas preguntas)*

12- ¿Cree que estas son unas de las razones que lo llevó a visitar el destino? Si

/ no / Tal vez

13- ¿Realizó turismo interno en otras localidades? Si / No

¿Cuál? \_\_\_\_\_

13- ¿Volvería a visitar el lugar?

Si / No / Tal vez

14. ¿Qué fue lo que más le gustó o destaca del lugar?

\_\_\_\_\_

15- Comentarios y/o sugerencias que creen que podrían ayudar a contribuir al desarrollo turístico de la zona.

\_\_\_\_\_

## **Anexo II: Entrevistas**

1) Entrevista realizada a Patricia del Almacén “La Chaqueña” ubicado en la calle Bernardino Rivadavia, en la localidad de Villa Ruiz. No es originaria del pueblo, ella trabaja allí desde hace 17 años:

- **¿Me podría comentar un poco sobre las tradiciones y costumbres del pueblo?**

Sí, una de las tradiciones es el camino real que se festeja ahora en noviembre, hacen asados, hay folklore, es el camino que hizo San Martín, se respeta a veces se supera por el mal tiempo. Pero por lo general se respeta.

Es gente gauchesca, que son cerradas, ellos acatan mucho su tradición. Son cerrados, yo que vengo de afuera son cerrados. A veces vienen a comprar en caballo, en boina, con faja. Que parecería a tan pocos kilómetros de la capital como que se perdió está cultura, pero no es así. Acá la gente gauchesca lo ve cotidianamente.

- **¿Lo considera un pueblo turístico?**

Mucho más es Carlos Keen, Villa Ruiz tiene el potencial para ser un pueblo turístico, pero la gente al ser cerrada puede llegar a incomodar al turista. Los habitantes tienen miedo, les cuesta mucho integrar a gente nueva. Yo trabajo acá hace 17 años y si te cuento con los dedos de la mano los clientes que tengo de acá es mucho.

- **¿Se siente parte de la comunidad?**

No, me puedo adaptar, pero falta que te acepten, si me siento integrada por la gente que viene de afuera de Villa Ruiz, pero no con los locales. Son conservadores.

- **¿Los habitantes trabajan en el turismo?**

No, acá son pocos habitantes y la mayoría trabaja en el campo.

- **¿Considera que hay que mejorar aspectos del pueblo que ayuden a acrecentar el turismo en la zona?**

Yo creo que está bueno que conserve su esencia, sus aspectos gauchescos y eso

puede llamar la atención del turista. En la semana es desértico, a lo que estamos acostumbrados, es un cambio importante entre pueblos. Yo creo que la gente no quiere que entre gente de afuera para que no se rompa esa cultura que ellos conservan, es muy respetable. La juventud si nos aceptó. Es una nueva generación que va a ir abriendo el pueblo a nuevos visitantes.

- **¿Hay algún tema en particular que quiera agregar y no le haya preguntado durante la entrevista?**

Acá podés encontrar historia, hay una casona muy linda, histórica, también la estación de servicio que se mantiene con su aspecto del pasado, dónde hicieron Novicia de los giles, muchas películas, hicieron la propaganda de YPF, sobre cómo fue evolucionando YPF.

2) Entrevista realizada a Oscar Eduardo, jubilado de 70 años, residente y originario de Carlos Keen:

- **¿Me podría comentar un poco sobre las tradiciones y costumbres del pueblo?**

Bueno, el domingo pasado festejamos las fiestas patronales, el 22 de agosto tenemos el cumpleaños de Carlos Keen, yo pertenezco a la sociedad de fomento y desde ahí estamos trabajando e intentando mantener las tradiciones. También está la fiesta del sol. Con la sociedad de fomento estamos siempre priorizando el pueblo y su mejoría.

- **¿Considera el pueblo como una zona con tradiciones gauchas?**

Sí, tenemos agrupaciones gauchas que trabajan en los campos.

- **¿Cómo percibe la actividad turística?**

Con mucha alegría y entusiasmo, yo estoy desde los comienzos, formamos la comisión de turismo que desde ahí con mucha gente intentamos formar el pueblo como un destino gastronómico, comenzamos abriendo el primer restaurante que se encontraba a lado de la vía, llamado macrura. Y después seguimos abriendo más y hoy contamos con 28 restaurantes.

Siento un orgullo inmenso, teníamos problemas con la comunidad local, que decían que le iban a venir a robar las cosas. Nosotros los tranquilizamos contándoles que los “turistas buenos” no iban a hacer eso. Pasamos por un momento de miedo, lo cual también viene bien para acomodar cosas en el pueblo, porque por miedo la gente ponía portones en las casas para proteger sus pertenencias, así que vino bien.

- **¿Los habitantes trabajan en el turismo?**

Sí, hay mucha gente trabajando en turismo, el 40% está todo en turismo, mis hijas y mis nietos también trabajan en turismo. No alcanza la gente para trabajar en el turismo, acá vienen desde Luján a trabajar. Lo bueno es que hay como más de 100 personas involucrada en turismo, ocupa gran parte de la vida de los pueblerinos el turismo.

- **¿Qué considera que tiene Carlos Keen de diferente a otros pueblos de la Provincia de Buenos Aires?**

La gente viene por la tranquilidad, y por el buen trato que le brindamos de parte de los locales, todos están predispuestos a recibir a los turistas.

- **¿Considera que hay que mejorar aspectos del pueblo que ayuden a acrecentar el turismo en la zona?**

Hay muchas cosas para hacer, todo el tiempo pienso en seguir mejorando, una de mis ideas era hacer carreras de sortijas, tener un campo de doma, pero son cosas que necesitan de una buena inversión.

- **¿Hay algún tema en particular que quiera agregar y no le haya preguntado durante la entrevista?**

Acá trabajamos muchísimo para ir recuperando las cosas, la casa de correo, la escuela media número cuatro; yo estuve en todas las comisiones, el jardín de infantes 915, fue inaugurado hace poco, soy fundador de la farmacia que tiene ahora Carlos Keen, conseguí el lugar, conseguí al farmacéutico. De poquito fuimos recuperando lo

que perdió el pueblo, acá había hasta registro civil, se perdió cuando se cerró el tren.

3) Entrevista realizada a Técnica en turismo, trabaja en la información turística hace 4 años en San Antonio de Areco:

- **¿Me puede comentar un poco más sobre las tradiciones y costumbres de la ciudad?**

San Antonio de Areco se lo reconoce por el gaucho, por la tradición y por la gente que se encarga de preservar las tradiciones gauchescas, con las vestimentas y danzas. Me parece importante conservar las costumbres de Areco, la gente está muy aferrada a las tradiciones.

- **¿Cómo percibe el turismo en la zona?**

Se está haciendo más fuerte, tiene buena promoción, buena presencia en las redes.

- **¿Considera que hay que mejorar el pueblo en algunos aspectos en cuanto al turismo?**

No, está bien.

- **¿El turismo ocupa un espacio importante en las actividades de los locales?**

Sí, todos los fines de semana tenemos eventos y en la semana se mantiene el turismo, todos se encuentran preparados para recibir a la gente.

- **¿Qué considera que tiene San Antonio de Areco de diferente a otros pueblos de la Provincia de Buenos Aires?**

La cercanía con la capital y la belleza y tranquilidad del pueblo, como se conserva, contamos con una ley municipal para conservar los edificios.

4) Entrevista realizada a la profesional Soledad Giacomantone, de 50 años, Licenciada en turismo, actualmente trabaja como directora de turismo de la localidad de San Antonio de Areco. Trabaja en turismo desde 1996, en el sector receptivo y desde el estado para contribuir al desarrollo de políticas públicas que fortalezcan la actividad.

- **¿Cómo definiría el sentido de pertenencia de una persona a un lugar de origen?**

Entiendo por sentido de pertenencia a la identificación de una persona con un lugar donde se siente cómodo y aceptado.

- **¿Cómo definiría la identidad de un pueblo?**

La identidad de un pueblo se ve reflejada a lo largo de la historia en aspectos donde se refleja la cultura: idioma, costumbres, tradiciones.

- **¿Considera que todos los pueblos tienen una identidad?**

Seguramente, todos los que nacimos en pueblos siempre tenemos algo que nos identifica.

- **¿Cómo explicaría el concepto de identidad?**

Serían las características que definen a una persona o pueblo en este caso.

- **¿Cree que tiene relación el turismo interno y el desarrollo del sentido de identidad y pertenencia?**

Totalmente, el turismo siempre está relacionado con la cultura, costumbres y tradiciones y si estas se conservan, se puede transmitir la esencia del lugar.

- **¿Considera que el crecimiento del turismo favorece el desarrollo económico y social de la zona?**

Indudablemente, el turismo es uno de los mayores ingresos económicos a nivel mundial y en los pueblos donde se trabaja con buenas políticas públicas y se logra un trabajo mancomunado entre lo público y lo privado, el crecimiento es innegable.

- **¿Cuáles son las costumbres y tradiciones de San Antonio de Areco?**

En Areco, se mantienen las tradiciones con el folklore y las distintas escuelas públicas y privadas que lo muestran, el gaucho y la fiesta de la tradición, ahora se están desarrollando planes junto con la educación para llevar usos y costumbres a las escuelas.

- **¿Considera que es importante conservar las tradiciones de estos lugares en la Argentina?**

Entiendo que es importante mantener los usos y costumbres con el paso del tiempo para no perder la esencia local.

- **¿Cómo percibe actualmente la situación turística de la localidad?**

San Antonio de Areco, es un pueblo con nombre propio, figuramos a nivel mundial en las guías de turismo, pero hay mucho para trabajar en cuanto desarrollo de políticas públicas y consolidar el trabajo en equipo entre lo público y lo privado.

- **¿Qué tipo de costumbres de San Antonio de Areco considera que atraen al turismo?**

En cuanto a la atracción del turismo, el pueblo en sí, al ser de 1730 los extranjeros lo ven como detenido en el tiempo y los nacionales lo toman como lugar de descanso, lo que si nos favorece es estar dentro de lo que se considera turismo de cercanía en relación a CABA.

- **¿Qué lugar ocupa el turismo en las actividades de los lugareños?**

Tomando directa e indirectamente con lo cultural incluido, podríamos hablar del 40% de la población.

- **¿A qué tipo de actividades se dedican los habitantes de este lugar?**

Al campo, está creciendo la industria y en cuanto a turismo tenemos una plaza hotelera importante en continuo crecimiento, el sector gastronómico

- **¿Qué ventajas ofrece el turismo interno a la Argentina en todos los sentidos?**

El turismo es importante por ser un motor de desarrollo económico.

- **¿Se le ocurre alguna actividad para incentivar aún más el turismo interno en estos lugares?**

Hay que estar en continua actividad para innovar, nosotros estamos colocando QR con audio guías en inglés español y lengua de señas, estamos agregando circuitos y visitas guiadas y estamos trabajando en circuitos sostenibles y educación del turista.

Anexo III: Fotografías fuente: propia.

**Carlos Keen**



El Centro Cultural y Turístico de Carlos Keen, Luján. funciona en el viejo Galpón

Ferroviano de 1884



Locales ubicados frente a la Plaza de la Estación



Sociedad de Fomento Carlos Keen



Iglesia San Carlos Borromeo



Casas que predominan en Carlos Keen, casas bajas y alargadas.



Entrada a la Feria De Artesanos Pueblo Del Sol



Edificaciones antiguas utilizadas para ubicar restaurantes.

**Villa Ruiz**



Museo Estación “Domingo Eugenio Crosatto”



Biblioteca ubicada en el edificio de la vieja estación.



Antiguo cartel que se utilizaba para anunciar los horarios de los trenes.



La Pulpería de Ruiz.





Calle San Martín, calle que rodea la plaza principal de Villa Ruiz, donde está ubicado el edificio de la vieja estación.

## San Antonio de Areco



La plaza Ruiz de Arellano rodeada de turistas que participaron de La Fiesta de la Tradición 2023 que se realizó los días viernes 10, sábado 11 y domingo 12 de noviembre.



Las tropillas preparándose sobre la calle Zerboni para comenzar el desfile de paisanos y tropillas programado para la fiesta de la tradición.



Caballos descansando en el espacio verde ubicado en la costanera del Río Areco.



Parroquia San Antonio de Padua.



Interior de la Parroquia