

Turística, papers de turisme 2020 (2). Miscel·lània
**Rutas Turísticas en la Provincia de La Rioja
(Argentina)**

María Dolores Sánchez Fernández¹, Universidade da Coruña (España).

José Ramón Cardona, Universitat de les Illes Balears (España).

Resumen

La Provincia de La Rioja posee un importante potencial turístico. Dos sectores conforman la economía provincial: la agricultura y el turismo. Dentro del sector agrícola destacan los cultivos de vid y olivos. En el sector turístico el principal atractivo es el Parque Nacional Talampaya. Este trabajo realiza una descripción de tres rutas existentes (vino, olivo y Talampaya) y una propuesta de ruta (Los Colorados). En la actualidad, la ruta de Talampaya y la ruta del vino están bastante bien estructuradas y reciben turistas; la ruta del olivo necesita mejoras; y la ruta de Los Colorados se mantiene como propuesta.

Palabras clave: La Rioja, Argentina, Talampaya, Ruta del Vino, Ruta del Olivo.

Abstract

The Province of La Rioja has a remarkable tourist potential. Two sectors make up the provincial economy: agriculture and tourism. Within the agricultural sector, vine and olive crops stand out. In the touristical sector the main attraction is the Talampaya National Park. This paper describes three of the existing routes (wine, olive and Talampaya) and a proposal of a route (Los Colorados). Currently, the Talampaya route and the wine route are quite well structured and receive tourists, the olive route requires improvement, and the route of Los Colorados remains as a proposal.

Keywords: La Rioja, Argentina, Talampaya, Wine Route, Olive Route.

¹ Autor de correspondencia: msanchezf@udc.es

Rebut: 2020/04/13
Revisat: 2020/07/29
Rebut: 2020/08/02
Acceptat: 2020/08/10

Introducción

La Provincia de La Rioja está situada al Noroeste de Argentina, limitando al norte con Catamarca, al sur con San Luís, al oeste con San Juan, al este con Córdoba y al noroeste con la República de Chile (Figura 1). Es uno de los 24 estados autogobernados de la República Argentina, siendo su capital la ciudad de La Rioja. La Provincia de La Rioja tiene una superficie de 89.680 km² y una población cercana a los 390.000 habitantes, residiendo 210.000 de ellos en la capital de la provincia. El resultado es que hay una baja densidad de población en la mayor parte de la provincia (Argentina, 2020). Esta provincia posee núcleos de población de interés turístico como Jag e, Chilecito, Villa Unión y Guandacol, en el noroeste. En la parte central está la capital, y dirigiéndonos hacia el sur están las poblaciones de Chamental, Santa Rita de Catuna y Chepes. La Provincia de La Rioja se caracteriza por un paisaje montañoso, bastante árido y seco (Turismo La Rioja, 2020).



Figura 1. Mapa de la Provincia La Rioja. Fuente: Instituto Geográfico Nacional de la República Argentina.

El lugar más famoso de la provincia, por ser declarado patrimonio de la humanidad, es el Parque Natural Talampaya. Talampaya engloba terrenos del Departamento Coronel Felipe Varela y del Departamento Independencia, siendo elevado a la categoría de Parque Nacional el 11 de junio de 1997 en aplicación de la Ley n  24.846. En 2000 fue inscrito como Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO. Su superficie total es de 2.138 km², mayoritariamente terrenos áridos.

La Rioja es una de las provincias por las cuales atraviesa la Ruta 40, famosa en Argentina a semejanza de la Ruta 66 de Estados Unidos. La Ruta Nacional n  40 *Libertador General Don José de San Martín* recorre Argentina de norte a sur, en paralelo a la cordillera de los Andes, pasando por ciudades emblemáticas, pueblos históricos y paisajes naturales de todo el país (La Ruta 40, 2020).

La provincia de la Rioja depende de dos sectores fundamentales que conforman el motor económico de sus ciudades y pueblos. El principal sector y más antiguo es la agricultura, con los cultivos de vid y olivos destacando frente a otros tipos de producción agrícola. Por otra parte debe indicarse que la actividad turística ha crecido en los últimos años, especialmente por la capacidad de atracción del Parque Natural Talampaya.

Combinando ambas actividades se pretende impulsar la atracción de turistas mediante rutas vinculadas a los principales productos agrícolas de la provincia, la ruta del olivo y la ruta del vino, en este último caso pudiendo visitar las diferentes bodegas de la zona. Más explotada y mejor organizada para el turista está la ruta del vino, en comparación con la ruta del olivo. La provincia ofrece al visitante poder disfrutar de las reservas arqueológicas, tesoros paleontológicos, paisajes y bodegas donde se evidencia la historia de la vitivinicultura.

Además de las bodegas de la zona, se ofrece al turista una oferta gastronómica interesante, representada por los restaurantes locales, lugares donde reposar, paradores, y cultura local mediante la disposición de artesanía. El turismo vitivinícola y la ruta de las bodegas se combinan con la ruta del olivo en un producto más amplio y que complementa el tradicional atractivo turístico del Parque Natural Talampaya (Figura 2).

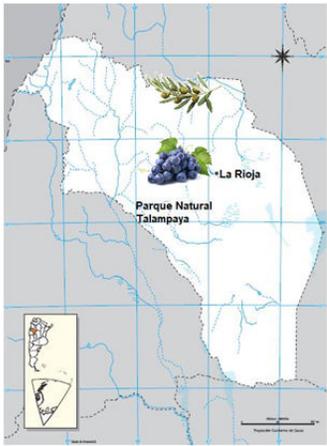


Figura 2. Principales atractivos turísticos. Fuente: elaboración propia.

Este artículo analiza las cuatro rutas en que se estructuran los atractivos turísticos de la Provincia de La Rioja. Después de una pequeña revisión de las rutas turísticas como producto turístico y un apartado de metodología, se realiza una descripción de estas rutas: en primer lugar se expone la ruta del vino; seguidamente la otra ruta de producción agrícola, la del olivo; en tercer lugar se presenta la ruta de la principal reserva natural de la provincia de la Rioja, el Parque Nacional Talampaya; finalmente se expone una propuesta de ruta basada en atractivos menos conocidos y conformada por la combinación senderista-cultural de Los Colorados.

Las Rutas Turísticas como Producto Turístico

Cuando se analiza el turismo es posible detectar múltiples tipologías en base a las motivaciones del turista, aunque de una forma general se podría plantear una primera división entre el turismo que busca el descanso (ej. turismo de sol y playa) y el turismo que busca el conocimiento (ej. turismo cultural). Los atractivos turísticos son de muy diversa índole pero si se toma como referencia su capacidad para atraer y retener a los turistas se podría hablar de dos tipos principales:

- Los atractivos turísticos con capacidad para atraer turistas por sí mismos y mantenerlos varios días en el lugar. Sería el caso, por ejemplo, de las grandes ciudades y los destinos

de sol y playa principales. En este caso su atractivo es suficiente para motivar el viaje del turista y entretenerlo durante todos los días del viaje, sin abandonar el lugar.

- Los atractivos turísticos que no son capaces de atraer y retener a los turistas por sí solos más de unas horas o un día. Son elementos de interés para el turista pero visitables en unas horas y, por tanto, sólo pueden atraer excursionistas o conseguir que un viajero se desvíe de su camino. En unos casos son susceptibles de excursiones desde destinos turísticos importantes y en otros casos pueden ser combinados con otros elementos similares o complementarios formando un paquete de elementos que sí posee capacidad para atraer y retener a los turistas.

Cuando se combinan elementos con un modesto atractivo turístico individual pero con potencial como conjunto se suele hablar de rutas turísticas. Las rutas turísticas deben tener una unidad temática y estructurar las visitas y actividades complementarias de forma que minimicen los desplazamientos y maximicen el atractivo global de la ruta. Normalmente se plantean rutas alternativas en una misma región para tener un producto lo más ajustado posible a las diferentes preferencias de los turistas.

Algunas de las más clásicas son las rutas que permiten visitar varias poblaciones, habitualmente pequeñas pero con patrimonio histórico destacado, o diversos yacimientos arqueológicos. Un ejemplo de esto último son los cruceros turísticos por el Nilo que llevan realizándose desde hace más de un siglo. Estos cruceros permiten visitar diversos emplazamientos arqueológicos del Egipto faraónico, además de otros atractivos de épocas más modernas. Aunque otros tipos de turismo han eclipsado al turismo arqueológico, sigue siendo estudiado (ej. Clini; Frontoni; Quattrini; Pierdicca y Puggioni, 2019; Hose, 2018; Joyce, 2013; Petriaggi; Bruno; Lagudi; Medaglia y Puglisi, 2018; Sarnsittiyot; Boonchai y Laoakka, 2012; Underberg-Goode, 2014) y practicado, especialmente en la forma de ruta turística.

En las últimas décadas se ha incrementado el interés por el conocimiento sobre los productos de alimentación; sus características; variedades; modo

de elaboración y culturas locales asociadas. De los diversos productos del sector de la alimentación; el producto que; posiblemente; ha tenido mayor desarrollo turístico ha sido el vino. El turismo del vino o enoturismo ha adquirido una gran importancia tanto en el Viejo Mundo (las zonas productoras de Europa) como en el Nuevo Mundo (las zonas productoras situadas fuera de Europa). Normalmente; el enoturismo se estructura en rutas turísticas que combinan visitas a bodegas; catas comentadas; gastronomía local y alojamiento; siempre con el elemento común de la zona de producción del vino. El turismo es tan importante para algunas bodegas que sus edificios son adaptados o construidos pensando en la doble función de producción de vino y turismo enológico; permitiendo en algunos casos que los turistas puedan alojarse en la propia bodega. En el campo académico ha habido un reflejo de la importancia de este turismo; especialmente en el análisis de las rutas enoturísticas (ej. Alberdi, 2018; Carrà; Mariani; Radic y Peri, 2016; Cloutier; Renard y Arcand, 2019; Colombini, 2015; Efstathios; Anastasia y Athanassios, 2009; Ferreira y Hunter, 2017; Festa; Shams; Metallo y Cuomo, 2020; Figueroa y Rotarou, 2018; Galletto, 2018; Grybovyh; Lankford y Lankford, 2013; Hojman y Hunter-Jones, 2012; López-Guzmán; Sánchez y Rodríguez, 2009; López-Guzmán; Vieira y Rodríguez, 2014; Ramos; Cuamea y Galván-León, 2019; Trišić; Štetić; Privitera y Nedelcu, 2020). En el ámbito cultural se ha reflejado la cultura del vino en películas como *A Good Year*; dirigida por Ridley Scott y estrenada en 2006; y las rutas del vino en películas como *Sideways*; dirigida por Alexander Payne y estrenada en 2004.

El éxito de las rutas del vino ha llevado a plantear rutas similares en relación a otros productos agrícolas. Uno de estos casos es el turismo del aceite de oliva u oleoturismo; que ya está siendo analizado desde el mundo académico (ej. Campón; Folgado y Hernández, 2017; Carrillo; Casado y Pulido, 2019; Cuesta y Moya, 2019; Folgado; Campón y Hernández, 2019; Hernández; Di-Clemente; Folgado y Campón, 2019; Millán y Pérez, 2014; Millán; Agudo y Morales, 2011; Millán; Amador y Arjona, 2015; Millán; Arjona y Amador, 2017; Millán; Pablo y Sánchez, 2018; Molina; Quesada y Ruiz, 2011; Tregua; D'Auria y Marano-Marcolini, 2018). Hasta el momento los estudios

académicos se centran en la Cuenca del Mediterráneo; especialmente en el sur de España. El oleoturismo se ha desarrollado como equivalencia y complemento al enoturismo; con el que se ha comparado en estudios previos (Millán y Pérez; 2014). Cabe indicar que el turismo del olivo se ha desarrollado como rutas de oleoturismo (ej. Folgado *et al.*; 2019; Millán y Pérez; 2014; Millán *et al.*; 2011; Millán *et al.*; 2017); a semejanza del turismo del vino.

Otra forma de rutas turísticas, en este caso vinculadas al disfrute de espacios naturales y el deporte, serían las rutas de senderismo. Las rutas de senderismo son muy populares y poseen una gran variedad en cuanto a dificultad y longitud. Algunas rutas son de pocas horas y baja dificultad pero otras son muy extensas y famosas, como es el caso del Sendero de los Apalaches en Estados Unidos. El Sendero de los Apalaches tiene una extensión de 3.500 km y fue el hilo conductor de la película *A Walk in the Woods*, dirigida por Ken Kwapis y estrenada en 2015.

En otros casos son rutas a realizar en automóvil o motocicleta y están vinculadas a importantes carreteras del pasado, como la Ruta 66 en Estados Unidos (originalmente unía Chicago y Los Ángeles a través de 3.940 km de carretera) o la Ruta 40 en Argentina (une Cabo Vírgenes y La Quiaca a través de 5.194 km de carretera). En este caso el elemento cohesionador de la ruta turística es un país y la nostalgia, al tratarse de carreteras que vertebraron el país en un momento histórico reciente.

Finalmente, hay que indicar que sólo se han mencionado algunos tipos de rutas turísticas y son múltiples las posibilidades ya que cualquier combinación de atractivos turísticos con un hilo conductor que le dé unidad y coherencia puede constituir una ruta turística con potencial éxito entre el público objetivo adecuado.

Metodología

Este trabajo es un análisis descriptivo de la oferta turística de la Provincia de La Rioja centrado en las rutas turísticas actuales y potenciales. Para ello se han revisado las fuentes de información turística y las publicaciones disponibles sobre La Rioja, especialmente las páginas Web oficiales de diversas instituciones gubernamentales y de

información turística y vitivinícola. Con la información obtenida se ha organizado la oferta turística actual y potencial de la provincia en cuatro rutas que se exponen en el siguiente apartado.

Rutas Turísticas en la Provincia de La Rioja

En este apartado se analizan las cuatro rutas fundamentales que permiten potenciar el turismo de la Provincia de La Rioja: Ruta del Vino; Ruta del Olivo; Ruta del Parque Nacional Talampaya; Ruta senderista cultural Los Colorados. Estas rutas explotan los tres principales elementos distintivos de la provincia y uno no tan conocido (Los Colorados), mediante la composición de itinerarios con el fin de dar a conocer los diferentes atractivos locales (culturales, gastronómicos, naturales, entre otras).

A) Ruta del Vino

Las rutas de enoturismo permiten disfrutar del paisaje y son un gran reclamo para el visitante al permitir disfrutar del vino y el entorno en el que es producido. En este sentido La Rioja posee gran riqueza histórica, cultural y gastronómica susceptible de ser aprovechada en forma de ruta enoturística. Actualmente, la ruta del vino de La Rioja conforma un circuito de 450 km y un total de 17 bodegas situadas entre Chilecito, Anillaco, Villa Unión y Fátima (Argentina, 2020).

Villa Unión, capital del Departamento Coronel Felipe Varela, es una de las ciudades más importantes de la provincia y posee una gran tradición vitivinícola, tanto de producción de vinos artesanales (producciones inferiores a 12.000 litros anuales) como de vinos pateros, expresión usada para referirse a vinos de uva prensada con los pies (Gobierno de La Rioja, 2017). Los Valles de Famatina, en el Departamento de Chilecito, es la zona vitivinícola más importante de la provincia, estando situada al oeste de la capital de la provincia, entre el Nevado de Famatina y el macizo de Velazco. Estos valles ofrecen unas condiciones óptimas para el cultivo de la vid: entre 600 y 1.350 metros sobre el nivel del mar, suelos de aluvión,

baja humedad ambiente, muy soleado y con temperaturas que oscilan entre los 36° C durante el día y los 17° C durante la noche en verano (Argentina, 2020; Welcome Argentina, 2020; Wines of Argentina, 2013).

Las variedades de uva más cultivadas y tradicionales son la Bonarda y la Torronté (esta última representa el 35% de la viña total de la provincia), ambas autóctonas, pero se están expandiendo los cultivos de otras cepas como las de Cabernet Sauvignon, Syrah y Chardonnay (Welcome Argentina, 2020). La Rioja tiene poco peso en la viticultura nacional y en 2012 había 1.260 viñedos con 7.124 hectáreas de viña en la provincia, siendo sólo el 0,8% del total de Argentina (Wines of Argentina, 2013).

Algunas de las bodegas más conocidas de la ruta del vino son (Welcome Argentina, 2020): El Águila, SA (Nonogasta), Coop. Vitinifrutícola La Riojana (Chilecito), Chañarmuyo Estate (La Rioja) y Bodegas San Huberto, SA (Anillaco). En la actualidad, las bodegas de La Rioja producen vinos de variedades tintas: Bonarda, Cabernet Sauvignon, Malbec, Merlot, Pinot Noir, Syrah y Tempranillo y, principalmente, blancas: Chardonnay, Riesling, Savignon Blanc, Semillón, Torrontés, Viognier (Argentina Turismo, 2020). Los vinos de La Rioja están determinados en sus parámetros organolépticas por la combinación de las características climáticas, del suelo y del relieve que caracterizan los valles de Famatina (Argentina wine tourism, 2020; Wines of Argentina, 2013).

B) Ruta del Olivo

La ruta del olivo de La Rioja se encuadra en una oferta más amplia y que abarca las provincias de Catamarca, La Rioja, San Juan y Mendoza, planteando una ruta de ámbito nacional, aunque en este apartado sólo se desarrollará la ruta concerniente a La Rioja. El olivo es para La Rioja un cultivo de gran potencial por la combinación climatológica, de suelo y de agua existente en diversas zonas de la Provincia (Farabolini, 2015).

La principal producción de la zona es la aceituna Arauco, una variedad autóctona originaria del Departamento de Arauco (Di Genova, 2018). Esta dispone de un reconocimiento internacional debido a sus características diferenciales: el gran tamaño

que posee y su sabor (Argentina, 2020). Los productores más importantes de la Provincia son las siguientes empresas: Agroaceitunera, El Matucho y Nucete, La Compañía Industrial Olivarera y Hital Hermanos.

Además de las almazaras y los cultivos de olivos jóvenes, existe un olivo declarado monumento histórico nacional (Decreto Nacional N° 2.232/46) en el Departamento de Arauco, cerca de Aimogasta (Figura 3). Siendo considerado el árbol más viejo de la zona, gracias a que logró sobrevivir a la intensa tala de árboles del año 1870, y el origen del cultivo del olivo en Argentina y Chile (Mestre, 2018). En la ruta agro-olivarera es de parada obligada la visita de este árbol y de la capital del departamento, la ciudad de Aimogasta (Perfil, 2020).



Figura 3. Olivo más viejo de Arauco. Fuente: Mestre (2018).

Otro de los lugares emblemáticos de la ruta de los olivos, por su concentración de almazaras y empresas productoras de oliva es Chilecito, ciudad situada al pie de la Sierra de Famatina y perteneciente a la Ruta 40 (La Ruta 40, 2020).

Uno de los inconvenientes que presenta esta ruta es que la tiene que planificar el propio turista realizando paradas en los bordes de las carreteras y caminos, aprovechando que hay plantaciones ubicadas al lado de las carreteras y son visibles desde las mismas. Lo ideal sería disponer de un programa de visitas *in situ*, en las fábricas y su entorno, con el fin de poder apreciar desde dentro la riqueza y esplendor de las explotaciones, en vez de poner en riesgo al visitante parando en los bordes de las carreteras y tener que organizarse el mismo su ruta del olivo.

C) Ruta del Parque Natural Talampaya

Una de las maravillas naturales que posee La Rioja es el Parque Nacional Talampaya, declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 2000, del que se puede disfrutar de su gran belleza paisajística y natural. Dispone de un patrimonio natural rico en animales fósiles, flora, fauna y estratos geológicos. Siendo el cañón del Talampaya el principal reclamo turístico del parque, el cual está conformado por un conjunto de geoformas y representaciones rupestres. Resulta este conjunto un ecosistema que hace de la reserva natural un gran atractivo para el turista (Administración de Parques Nacionales, 2020). Aunque hay que recordar que uno de los objetivos del parque es preservar la flora y fauna autóctona y, para ello, las autoridades del Parque han establecido normas de comportamiento a cumplir durante la visita. Cada año llegan 60.000 turistas al Parque Nacional Talampaya pero es un turismo bastante estacional, concentrándose en los meses de invierno. Sin embargo, con el tiempo, se ha conseguido atraer turistas en otras estaciones como en otoño y primavera, reduciendo así la masificación (Talampaya, 2020).

El Parque ha diseñado un *Sendero Triásico* en el que es posible visualizar por orden cronológico las diferentes especies de dinosaurios que habitaron en la zona. Estas recreaciones están realizadas en fibra de vidrio a escala natural acompañadas por paneles informativos.

Otro de los atractivos que incorpora el parque es la implicación con el turismo accesible. En el parque se han tomado las directrices de accesibilidad propuestas por el Ministerio de Turismo en el Sistema Argentino de Calidad Turística:

Trabajan sobre la arquitectura, comunicación, iluminación y señalética, seguridad y capacitación del personal, se procura desarrollar un sistema de gestión de las actividades turísticas y recreativas que contemplen de manera integral la satisfacción de los usuarios con movilidad y/o comunicación reducida, su grupo de acompañantes y los prestadores de servicio (Ministerio de Turismo y Deportes, 2016).

Estas directrices se aplican adaptando el centro de interpretación y varias excursiones para que

puedan ser disfrutadas por las personas discapacitadas, pero estas adaptaciones no se aplican a la totalidad de la extensión del parque. Se disponen de varios servicios para facilitar la accesibilidad, entre ellos la dotación de ayuda en los desplazamientos, paneles en braille, entre otras medidas (Talampaya, 2020).

D) Ruta Senderista Cultural Los Colorados

Esta ruta es una combinación de deporte y cultura, presentando una planificación de Falchi y Torres (2008) de un pequeño trayecto que combina ambas actividades. El planteamiento del turismo cultural que aportan estos autores se apoya en la visita de diferentes lugares con riqueza patrimonial, pudiendo complementarse con actividades recreativas y deportivas. A la propuesta cultural se añade la ruta senderista pudiendo practicar a la par actividad física de baja intensidad. Esto es debido a que abarca un tramo de fácil recorrido aunque no accesible para aquellos que tengan dificultades de movilidad. La propuesta es realizar un recorrido corto desde el pueblo hasta la zona rupestre de la población, situada en la Reserva Provincial Los Colorados. Reserva Provincial Los Colorados está conformado por una serie de formaciones geológicas de color rojizo, con tonos de violeta y blanco en forma de sierra. Estas formaciones geológicas no solo abarcan la provincia de La Rioja, ya que son mucho más extensas y abarcan otras provincias colindantes (Caselli; Marsicano y Arcucci, 2001).

Este pequeño recorrido son aproximadamente 11 km, incluyendo ida y vuelta (recorrido total), pudiendo disfrutar de la naturaleza, el paisaje y la cultura vinculada a la arquitectura y el arte rupestre del lugar. La propuesta de la ruta senderista tiene como punto de partida el pueblo de Los Colorados, situado en el departamento Independencia. Esta pequeña población fue levantada alrededor de la estación de ferrocarril de Los Colorados, perteneciente al ramal A3 del Ferrocarril General Belgrano y actualmente fuera de servicio. Los Colorados destaca como un pueblo que posee una intensa identidad arquitectónica, debida a una agrupación de casas construidas

utilizando traviesas de madera (denominadas durmientes de quebracho colorado) y vías de ferrocarril, aspecto a considerar para incluir esta visita en la ruta senderista y cultural propuesta. La ruta empieza en este conjunto arquitectónico y sigue por la Cueva de Chacho, la cual está situada a 5 km, pudiendo disfrutar el visitante en este recorrido del paisaje natural de la zona. La Cueva de Chacho fue declarada como lugar de interés provincial en base al Decreto Provincial número 25357/80 al haber sido refugio del caudillo de montonero Ángel Vicente Peñaloza en el siglo XIX (Bazán, 1991; Chávez, 1974). A 200 metros de la cueva, y mediante el acceso por un desvío, se encuentran los siete bloques de arte rupestre que se encuentran dispersos en la zona y tres áreas con morteros.

En esta ruta, además de los paneles informativos propuestos por Falchi y Torres (2008), para un adecuado conocimiento cultural se debería disponer desde el inicio del recorrido (el pueblo de Los Colorados) de señalización apropiada para delimitar la ruta senderista con las principales características de la misma. Además, acorde a la protección de un entorno limpio y sostenible, se deberían incluir unas pautas de comportamiento en las visitas, como la gestión de residuos, protección de la arqueología ante actos vandálicos (grafitis, marcas, entre otros). Por otra parte convendría delimitar las zonas de paso para evitar la compactación del terreno y la destrucción de flora y material geológico o arqueológico.

La promoción de esta ruta permitiría poner en valor el patrimonio cultural de la zona de Los Colorados, en concreto de diversos elementos arqueológicos seleccionados por Falchi y Torres (2008), mediante un circuito temático que combina el arte rupestre con la arquitectura tradicional. Con todo ello se conseguiría activar el sustento de los habitantes de la zona bajo criterios de sostenibilidad y respeto.

Además de dinamizar la economía local, con la propuesta de esta ruta se conseguiría la difusión del patrimonio cultural acercándola al público en general, pudiendo entender así el significado del patrimonio, historia y estado actual, realizando una interpretación y contextualización *in situ* para los visitantes. Con ello, Falchi y Torres (2008) pretenden la puesta en valor, conservación y potenciación económica de una zona con alto valor

científico y arqueológico.

Finalmente, indicar que la pequeña ruta planteada se podría incrementar con la visita a Plancho, la cual cuenta con varios ejemplos de arte rupestre, con el fin de realizar una *ruta del arte rupestre* interesante y más extensa.

Conclusiones

La Rioja es una de las provincias de Argentina con menor densidad de población y es menos conocida que otras partes del país. Ello pone a La Rioja en cierta desventaja respecto a otras provincias argentinas, como la limítrofe Córdoba, a la hora de plantear productos atractivos para los turistas.

El principal atractivo turístico de La Rioja es el Parque Nacional Talampaya, declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO y conocido por su paisaje árido y las formaciones rocosas que lo caracterizan. Además, Talampaya forma parte de una zona famosa por el hallazgo de restos fósiles del Mesozoico, principalmente de dinosaurios, y se ha aprovechado este hecho para crear una ruta que permite contemplar reproducciones de los dinosaurios encontrados en la zona.

La agricultura de La Rioja está adaptada a las características climáticas de la provincia y predominan cultivos de origen mediterráneo, destacando la viña y el olivo. En relación al vino,

existe una ruta del vino de la que forman parte 17 bodegas y que une a las poblaciones del centro y oeste de la provincia. En el norte de la provincia hay una ruta del olivo que forma parte de una ruta mayor con las provincias limítrofes y que permite dar a conocer el Departamento de Arauco, supuesto origen de los cultivos de olivos en Argentina y Chile y de la aceituna autóctona Arauco. La ruta del olivo tiene el inconveniente de que necesita mejoras organizativas para que no sea necesario que los turistas organicen las visitas y la ruta por su cuenta.

Algunas de las rutas turísticas de la provincia son compartidas con otras provincias limítrofes. Es el caso de la ruta del olivo que es compartida con la Provincia de Catamarca y la Provincia de San Juan. En el caso del Parque Nacional Talampaya, este parque nacional forma un conjunto con el Parque Provincial de Ischigualasto, también conocido como Valle de la Luna y situado en la Provincia de San Juan. Ello es una muestra de la importancia de crear productos que superen las fronteras regionales o estatales cuando un atractivo turístico o un conjunto de atractivos turísticos se encuentran divididos por fronteras políticas.

A parte de estas tres rutas, existe potencial para desarrollar nuevas rutas que den a conocer la arquitectura y el arte rupestre existente en la provincia, como sería el caso de Los Colorados. También quedarían por desarrollar rutas que lleven turistas al noroeste y sureste de la provincia.

Bibliografía

Administración de Parques Nacionales (2020). **Parque Nacional Talampaya**. Recuperado el 22 de marzo de 2020 de <https://www.argentina.gob.ar/parquesnacionales>

Alberdi, J.C. (2018). El prestigio de la marca y la promoción turística, claves del éxito de la ruta del vino de la Rioja Alavesa. *Lurralde: Investigación y Espacio*, 41, 5-32.

Argentina. (2020). Recuperado el 20 de marzo de 2020 de <https://www.argentina.com/>

Argentina Turismo (2020). **Bodegas en la Rioja, Argentina**. Recuperado el 22 de marzo de 2020 de <http://www.argentinaturismo.com.ar/>

Argentina Wine Tourism (2020). **Suelo y clima ideales**. Recuperado el 25 de marzo de 2020 de <http://www.argentinawinetourism.com/>

Bazán, A.R. (1991). *Historia de La Rioja*. Buenos Aires: Editorial Plus Ultra.

Campón, A.M. ; Folgado, J.A. ; Hernández, J.M. (2017). Rural destination development based on olive oil tourism: The impact of residents' community attachment and quality of life on their support for tourism development. *Sustainability*, 9(9), art. 1624.

Carrà, G. ; Mariani, M. ; Radic, I. ; Peri, I. (2016). Integrating stakeholders' perspectives to develop tourism business strategies: The case study of a wine route. *Rivista di Studi Sulla Sostenibilita*, (2), 173-186.

Carrillo, I. ; Casado, J. ; Pulido, J.I. (2019). Características de la oferta de oleoturismo. Estructuración interna para operar en el mercado turístico. *Espacios*, 40(32), art. 25.

Caselli, A.T. ; Marsicano, C.A. ; Arcucci, A.B. (2001). Sedimentología y paleontología de la Formación Los Colorados, Triásico superior (provincias de La Rioja y San Juan, Argentina). *Revista de la Asociación Geológica Argentina*, 56(2), 173-188.

Chávez, F. (1974). *Vida del Chacho*. Buenos Aires: Ediciones Theoria.

Clini, P. ; Frontoni, E. ; Quattrini, R. ; Pierdicca, R. ; Puggioni, M. (2019). Archaeological landscape and heritage. Innovative knowledge-based dissemination and development strategies in the distretto culturale evoluto flaminia nextone. *Capitale Culturale*, 2019(19), 211-235.

Cloutier, L.M. ; Renard, L. ; Arcand, S. (2019). Collective economic conceptualization of cider and wine routes by stakeholders. *Journal of Wine Economics*, 14(4), 383-391.

Colombini, D.C. (2015). Wine tourism in Italy. *International Journal of Wine Research*, 7(1), 29-35.

Cuesta, M.J. ; Moya, E. (2019). Oleoturismo y desarrollo rural: Avances y retos en el caso de la provincia de Jaén (Andalucía, España). *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 32, 255-264.

Di Genova, F. (2018). **La historia del olivo más viejo de la Argentina que se convirtió en el padre de la aceituna**. *La Nación*, 19 de junio. Recuperado el 20 de marzo de 2020 de <https://www.lanacion.com.ar/>

Efstathios, V. ; Anastasia, G. ; Athanassios, K. (2009). Wine tourism. Planning and development of a wine route network in the region of Thessaly in Greece. *Tourismos*, 4(4), 311-330.

Falchi, M.P. ; Torres, M.A. (2008). Los Colorados (Provincia de La Rioja). Un caso de planificación interpretativa. *Comechingonia Virtual: Revista Electrónica de Arqueología*, 2, 110-128.

- Farabolini, V. (2015). **Turismo en espacios rurales en el sudoeste bonaerense: La ruta del olivo en la localidad de Cabildo**. Tesina de Grado de Licenciatura en Turismo, Departamento de Geografía y Turismo. Bahía Blanca: Universidad Nacional del Sur (Buenos Aires). Recuperado el 02 de agosto de 2020 de http://repositoriodigital.uns.edu.ar/bitstream/123456789/3294/1/Farabolini_Victoria.pdf
- Ferreira, S.L.A. ; Hunter, C.A. (2017). Wine tourism development in South Africa: A geographical analysis. *Tourism Geographies*, 19(5), 676-698.
- Festa, G. ; Shams, S.M.R. ; Metallo, G. ; Cuomo, M.T. (2020). Opportunities and challenges in the contribution of wine routes to wine tourism in Italy – A stakeholders' perspective of development. *Tourism Management Perspectives*, 33, art. 100585.
- Figueroa, B.E. ; Rotarou, E.S. (2018). Challenges and opportunities for the sustainable development of the wine tourism sector in Chile. *Journal of Wine Research*, 29(4), 243-264.
- Folgado, J.A. ; Campón, A.M. ; Hernández, J.M. (2019). Potential of olive oil tourism in promoting local quality food products: A case study of the region of Extremadura, Spain. *Heliyon*, 5(10), art. e02653.
- Galletto, L. (2018). Una comparación entre los perfiles de los turistas de dos rutas del vino Italiano. *Revista de la Facultad de Ciencias Agrarias*, 50(1), 157-170.
- Gobierno de La Rioja**. (2017). Recuperado el 20 de mayo de 2017 de <http://larioja.gov.ar/>
- Grybovych, O. ; Lankford, J. ; Lankford, S. (2013). Motivations of wine travelers in rural northeast Iowa. *International Journal of Wine Business Research*, 25(4), 285-309.
- Hernández, J.M. ; Di-Clemente, E. ; Folgado, J.A. ; Campón, A.M. (2019). Olive oil tourism: State of the art. *Tourism and Hospitality Management*, 25(1), 179-207.
- Hojman, D.E. ; Hunter-Jones, P. (2012). Wine tourism: Chilean wine regions and routes. *Journal of Business Research*, 65(1), 13-21.
- Hose, T.A. (2018). A wheel along Europe's rivers: Geoarchaeological trails for cycling geotourists. *Open Geosciences*, 10(1), 413-440.
- Joyce, R.A. (2013). Confessions of an archaeological tour guide. *International Journal of Historical Archaeology*, 17(2), 296-314.
- La Ruta 40**. (2020). Recuperado el 20 de marzo de 2020 de <http://www.turismoruta40.com.ar/>
- López-Guzmán, T. ; Sánchez, S.M. ; Rodríguez, J. (2009). Wine routes in Spain: A case study. *Tourism*, 57(4), 421-434.
- López-Guzmán, T. ; Vieira, A. ; Rodríguez, J. (2014). Profile and motivations of European tourists on the sherry wine route of Spain. *Tourism Management Perspectives*, 11, 63-68.
- Mestre, N. (2018). **Historia de la aceituna arauco**. Recuperado el 22 de marzo de 2020 de <http://www.distintotiempo.com.ar/>
- Millán, M.G. ; Pérez, L.M. (2014). Comparación del perfil de enoturistas y oleoturistas en España: Un estudio de caso. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 11(74), 167-188.
- Millán, M.G. ; Agudo, E.M. ; Morales, E. (2011). Análisis de la oferta y la demanda de oleoturismo en el sur de España: Un estudio de caso. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 8(67), 181-202.
- Millán, M.G. ; Amador, L. ; Arjona, J.M. (2015). El oleoturismo: una alternativa para preservar los paisajes del olivar y promover el desarrollo rural y regional de Andalucía (España). *Revista de Geografía Norte Grande*, 60, 195-214.
- Millán, M.G. ; Arjona, J.M. ; Amador, L. (2017). Olive oil tourism: Promoting rural development in Andalusia (Spain). *Tourism Management Perspectives*, 21, 100-108.

Millán, M.G. ; Pablo, M.P. ; Sánchez, J. (2018). Oleotourism as a sustainable product: An analysis of its demand in the South of Spain (Andalusia). *Sustainability*, 10(1), art. 101.

Ministerio de Turismo y Deportes (2016). **Directrices de Accesibilidad**. Recuperado el 5 de noviembre de 2016 de <https://www.argentina.gob.ar/turismoydeportes>

Molina, V. ; Quesada, J.M. ; Ruiz, I. (2011). Potencial del oleoturismo como diversificación económica del sector cooperativo agrario: El caso español. *Revista de Ciencias Sociales*, 17(3), 533-541.

Perfil (2020). **La Ruta del Olivo en todo su esplendor. Perfil: Turismo**. Recuperado el 20 de marzo de 2020 de <http://turismo.perfil.com/>

Petriaggi, B.D. ; Bruno, F. ; Lagudi, A. ; Medaglia, S. ; Puglisi, V. (2018). UCRCA - Underwater cultural routes in classical antiquity. Un Progetto Europeo per la promozione del turismo archeologico subacqueo. *Archaeologia Maritima Mediterranea*, 15, 103-137.

Ramos, K. ; Cuamea, O. ; Galván-León, J.A. (2019). Wine tourism: Predictors of revisit intention to micro, small and medium wineries on the Valle de Guadalupe wine route, Mexico. *International Journal of Wine Business Research*, 32(1), 22-40.

Sarnsittiyot, P. ; Boonchai, P. ; Laoakka, S. (2012). Religious buildings and ground: Strategic development of cultural tourist sites in the Mekhong Basin area. *European Journal of Social Sciences*, 31(3), 327-332.

Talampaya. (2020). Recuperado el 2 de febrero de 2020 de <https://talampaya.com/>

Tregua, M. ; D'Auria, A. ; Marano-Marcolini, C. (2018). Oleotourism: Local actors for local tourism development. *Sustainability*, 10(5), art. 1492.

Trišić, I. ; Štetić, S. ; Privitera, D. ; Nedelcu, A. (2020). Wine routes in Vojvodina Province, Northern Serbia: A tool for sustainable tourism development. *Sustainability*, 12(1), art. 82.

Turismo la Rioja. (2020). Recuperado el 10 de febrero de 2020 de <http://www.turismolarioja.gov.ar/>

Underberg-Goode, N. M. (2014). Cultural heritage tourism on Peru's North Coast. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 6(3), 200-214.

Welcome Argentina. (2020). **La Ruta del vino en la Rioja**. Recuperado el 25 de marzo de 2020 de <https://www.welcomeargentina.com/>

Wines of Argentina. (2013). **San Juan y La Rioja dos regiones argentinas que encuentran su lugar en el mundo**. Wines of Argentina, 19 de marzo. Recuperado el 25 de marzo de 2020 de <http://www.winesofargentina.org/>

© María Dolores Sánchez Fernández i José Ramón
Cardona dels continguts de l'article.

© *Turística, papers de Turisme* de l'edició.
ISSN 2695-5334