

X JORNADAS NACIONALES Y IV SIMPOSIO INTERNACIONAL
DE INVESTIGACIÓN-ACCIÓN EN TURISMO



REUN

RED DE EDITORIALES
DE UNIVERSIDADES
NACIONALES



EDUNLa Cooperativa

29 de setiembre 3901

Remedios de Escalada – Partido de Lanús

Pcia de Buenos Aires – Argentina

TEL. 54 11 6322-9200 int. 5727

edunla@unla.edu.ar

La fotocopia mata al libro y es un delito.



Universidad Nacional de Lanús

**X JORNADAS NACIONALES
y IV SIMPOSIO INTERNACIONAL DE
INVESTIGACIÓN-ACCIÓN EN TURISMO**

**Aportes de la investigación-acción
al desarrollo turístico sustentable**

*Consejo de Decanos y Directores
de Unidades Académicas
Relacionadas con la enseñanza
del Turismo CONDET*

Ediciones de la UNLa

Diseño de tapa: Claudio Loiseau

Diseño de interior: Vladimir Merchensky, www.tantatinta.com

Impreso en Argentina

Queda hecho el depósito que marca la Ley 11.723

© Los autores

© **Ediciones de la UNLa**

29 de setiembre 3901

Remedios de Escalada – Partido de Lanús

Pcia. de Buenos Aires – Argentina

Tel. +54 11 6322-9200 int. 227

www.unla.edu.ar/public

Índice

Autoridades de la Universidad Nacional de Lanús.....	9
Prólogo.....	13
Comité Académico, CONDET - Consejo de Decanos y Directores de Unidades Académicas Relacionadas con la Enseñanza del Turismo	15
Eje 1 - Turismo y tecnología	17
Eje 2 - Turismo, sociedad y economía	27
Eje 3 - Turismo, territorio y desarrollo	67
Eje 4 - Turismo, potencial humano y empleo	161

Universidad Nacional de Lanús

Autoridades

CONSEJO SUPERIOR:

Titulares:

- Dra. Ana María Jaramillo
- Dr. Juan Carlos Geneyro

Consejeros - Directores de Departamento

- Dr. Daniel Rodríguez
- Prof. Héctor Muzzopappa
- Dra. Mirta Fabris
- Oscar Tangelson

Claustro Docente

Titulares:

- Silvia Cárcamo
- Graciela Liliana Gangiácomo
- Nerio Neirotti
- Alicia Peire
- Daniel Toribio
- Georgina Hernández
- Eduardo Halliburton
- Ricardo Martínez

Claustro de No-Docentes

Titular:

- Lic. Noemí Perri

Suplente:

- Luis García Yero

Claustro de Alumnos

Titulares:

- José Pablo Abd
- Santiago Pedernera
- Marcelo Musante
- Graciela Haydee Pérez

Suplentes:

- María Eva Castillo
- Diego Hernán Lligoña Bosch
- Silvina Paola López

Claustro de Graduados

- César Liendo

DEPARTAMENTO DE DESARROLLO PRODUCTIVO Y TECNOLÓGICO

Director del Departamento:

- Dr. Oscar Tangelson

Consejeros Directores de carrera

- Tecnicatura: Guillermo Guirín

Grado

- Pedro C. Sonderéguer
- Miguel Giraudó
- Juan Carlos Manes Rossi
- Julián Kopecek
- Ricardo Lelli
- Rodrigo Herrera Bravo

Posgrado

- Ruben Pesci
- Máximo Giordano

Consejeros Docente

Titulares:

- Marina Abruzzini
- Marcelo Godoy
- Martín Ramos

Suplentes:

- Ricardo Braga

Consejeros No Docente

Titular:

- Mirta Césare

Suplente:

- Juan Menéndez

Consejeros Alumnos

Titular:

- Marcelo Pópoli

Suplente:

- Mónica Larraz

Prólogo

Es para mí un orgullo presentar las X JORNADAS NACIONALES y IV SIMPOSIO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN - ACCIÓN EN TURISMO, “Aportes de la investigación-acción al desarrollo turístico sustentable” esfuerzo realizado en el marco del trabajo mancomunado de 11 Universidades Nacionales que hoy integran el CONDET (Consejo de Decanos y Directores de Unidades Académicas Relacionadas con la enseñanza del Turismo) Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, Universidad Nacional de La Plata, Universidad Nacional de Lanús, Universidad Nacional de Mar del Plata, Universidad Nacional de Misiones, Universidad Nacional de Quilmes, Universidad Nacional de San Juan, Universidad Nacional de San Martín, Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, Universidad Nacional del Comahue y Universidad Nacional del Sur.

El CONDET ha establecido desde su primera Reunión Plenaria, en la sede de la Facultad de Turismo de la Universidad Nacional del Comahue en noviembre de 1997, el propender a facilitar el intercambio con fines académicos, de estudiantes, docentes e investigadores en turismo, fomentando actividades conjuntas en donde los saberes compartidos permitan una contribución al desarrollo sostenible de la actividad turística.

Debemos comprender la realidad siempre cambiante y los acontecimientos instituyentes de una nueva urdimbre social y productiva. En particular, las consecuencias del turismo se prestan a dos lecturas diferentes. En su vertiente positiva, cabe destacar que juega un papel importante en el desarrollo socioeconómico de muchos países, contribuye al intercambio cultural, y fomenta la paz y las relaciones entre los pueblos, creando una conciencia más global para el respeto a un amplio mosaico cultural y a las diferentes formas de vida de los países.

Ocurre que no siempre se han cumplido las expectativas que se tenían del turismo como motor de desarrollo económico. Muchos países, sobre todo del Sur, apuestan por este sector como fuente de riqueza con la esperanza de obtener ingresos en divisas, nuevos empleos y un equilibrio socioeconómico en todas sus regiones. Pero, con más frecuencia de la deseada, este intento resulta en vano porque el turismo, como actividad económica de temporada, reacciona con celeridad a los imprevistos.

El CONDET como ámbito exclusivo de la universidad pública argentina no busca verdades universales sino que su misión es la de contribuir a través de la producción y distribución de conocimiento a resolver los problemas nacionales, regionales y municipales. Mejorando la calidad de vida y fortaleciendo los

valores democráticos en el conjunto de la sociedad, articulando el conocimiento universal con los saberes producidos por nuestra comunidad.

Lamentablemente, tanto el mercado editorial privado como los medios de comunicación carecen, en general, de trabajos analíticos acerca del turismo y su problemática, por lo cual el rol del CONDET en estos 12 años de labor se ha convertido en un invaluable espacio de expresión y referente nacional e internacional de investigadores vinculados con la temática del turismo.

Mgtr. Julián Kopecek

Presidente del CONDET / www.condet.com.ar

Comité Académico - CONDET

CONSEJO DE DECANOS Y DIRECTORES DE UNIDADES ACADÉMICAS RELACIONADAS CON LA ENSEÑANZA DEL TURISMO

- **Univ. Nac. de la Plata:** Titular Lic. Santiago Barcos; Suplente Arq. Alfredo Conti
- **Univ. Nac. De San Juan:** Titular Dra. Susana Aneas, Suplente Lic. Eduardo Carelli
- **Univ. Nac. De Quilmes:** Titular Mg. Noemí Wallingre, Suplente Lic. María Elisa Cousté
- **Univ. Del Centro de la Prov. De Bs. As.:** Titular Mg. Graciela Nogar, Suplente Prof. Valeria Capristo
- **Univ. Nac del Comahué:** Titulares Prof. Lucia Tamagni y Prof. Sandra Sanchez; Suplentes Prof. Silvana Suarez y Prof. Noemí Gutiérrez
- **Univ. Nac del Sur:** Titular Dra. Maria del Carmen Vaquero, Suplente Lic. Silvia Grippo
- **Univ. Nac de San Martín:** Titular Dra. Regina Schütler, Suplente Mg. Eugenio del Busto
- **Univ. Nac. De Mar del Plata:** Titular Mg. Marcela Bertoni, Suplente Lic. Marta Mónica Asensio.
- **Univ. Nac. De Misiones:** Titular Marina Niding, Suplente Ángela Beatriz Rivero
- **Univ. Nac. De la Patagonia San Juan Bosco:** Titulares Lic. Ángela Cucciaro y Mg. Marisol Vereda, Suplentes Lic. Magdalena Garbellotti y Esp. Francisco Omar Huertas
- **Univ. Nac. De Lanús:** Titular Mg. Julián Kopecek, Suplente Lic. Marta Comoglio

EJE 1
TURISMO Y TECNOLOGÍA

Nuevas tecnologías de comunicación e información TICs. Una experiencia en el campo del turismo

Lic. Marcela Silvana Molina
Mg. Fabiana Andrea Quadrini¹

Las nuevas tecnologías de la comunicación y la información –TICs– han potenciado el aspecto comunicativo en la educación y en la sociedad. Diferentes tipos de discursos, imágenes fijas o en movimiento, distintos emisores y receptores: el mundo de la comunicación en las universidades es amplísimo, y puede convertirse en un objeto de análisis y reflexión para mejorar las comunicaciones tradicionales e incorporar otras a partir de la tecnología. Nuestro propósito es brindar a los alumnos los recursos necesarios para que puedan integrar las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación a la actividad de aprendizaje, favoreciendo así la transformación y construcción del conocimiento.

En tal sentido, se inició principalmente el uso de Educación a Distancia –EaD– de un modo experimental en la Plataforma virtual MOODLE perteneciente a la Universidad Nacional del Comahue (PEDCO), incorporando desde la Facultad de Turismo y en el ámbito de las Cátedras en las cuales desempeñamos tareas docentes, fichas de cátedra, bibliografía digitalizada, publicando eventos, cargando Programas de materias, subiendo links de contactos, creando foros de discusión, etc, con la finalidad de poner al alcance de los alumnos otro medio de comunicación y fomentar el uso y aplicación de la misma

Bajo dicha modalidad, y en el marco del proyecto de educación, la propuesta de trabajo del equipo de Cátedra, fue realizar el dictado de la asignatura bajo una concepción innovadora y teniendo en cuenta la tendencia mundial a incorporar metodologías de aprendizaje tecnológicas y sus aplicaciones virtuales en el ámbito educativo en general y de aplicación e implementación en nuestra Universidad.

La experiencia indica que los alumnos lograron interactuar con la tecnología, con los docentes y con sus propios compañeros, utilizando múltiples recursos que le otorgaron herramientas para desarrollar un producto u oferta turística,

¹ Docentes investigadoras de la Universidad Nacional del Comahue e integrantes del CECIET. Centro de Estudios del Conocimiento e Innovación Empresarial Turístico-Empresarial. E mails: fabianaquadrini@yahoo.com.ar / fliasokos@yahoo.com.ar

generando sentimientos encontrados, pero a la vez reconfortantes, cumplimentando el propósito de la cátedra, no siendo un obstáculo para el desarrollo de la enseñanza a distancia.

Palabras clave: virtual - turismo - educación - tecnologías

Innovación Tecnológica en Turismo. De su presente al hoy.

Lic. Carlos Icaza²

Lic. Pablo M. Vanevic³

Palabras clave: *innovación tecnológica, turismo, clusters.*

La cantidad de información y de nuevas técnicas de comunicación, en la actualidad es abrumadora; sin embargo, la utilización de las mismas en el campo del Turismo es en algunos casos desprestigiada o al menos, tenida en cuenta solo para modernización y no aplicando los conceptos de innovación tecnológico-productiva.

Ya no podemos hablar de que el turismo es una actividad nueva, donde los desarrollos son apenas incipientes y por otra parte ufanarnos diciendo que el Turismo será la actividad del futuro. Las investigaciones corresponden a pocos aspectos de la “visión holística” que su estudio hace merecedora y, aunque acotemos ese campo para su mejor estudio, los resultados no serán siempre satisfactorios.

El presente trabajo tratará de acercarse a un concepto, el de la Innovación Tecnológica, desde la mirada –acotada si se quiere– de los usos del mismo, de su aplicación y, sobre todo, de su inclusión en la actividad turística.

Se desarrollarán las nociones de TICs y GDS, como así también se analizarán las diversas normas y/o certificados de calidad; al fin de poder establecer su correcto uso y adecuación al concepto principal de Innovación Tecnológica y su contrapuesta con el utilizado en la actualidad.

A la vez, se analizarán las cuestiones carentes que son clave para la verdadera revalidación del concepto en el ámbito turístico, como: clústers, participación con universidades y, principalmente, la elaboración de procesos antes que el pensamiento en resultados.

Trabajaremos con bibliografía específica de diversas ramas de análisis, haciendo hincapié en la publicada para turismo; como así también realizaremos entrevistas a actores clave en la inclusión de procesos de innovación tecnológica en la actividad.

² Lic. Carlos Icaza - carlosidro.icaza@gmail.com

³ Lic. Pablo M. Vanevic - pablo.vanevic@gmail.com

Líneas Aéreas y Destinos Turísticos, ¿Trabajan Sinérgicamente?

Autores: Mancini Marcelo; Toros Scorians, Claudia; Tamagni, Lucía

Palabras clave: marcas turísticas - sitios web - líneas aéreas

INTRODUCCIÓN:

En la última década la penetración de Internet en el total de la población ha crecido exponencialmente, al igual que los compradores on-line. Las ventas de tickets aéreos a través de la Web han pasado del 0,5% (del total de tickets vendidos) en 1996 a más del 35% en 2008, siendo la categoría Viajes la que lidera los ingresos generados por el e-commerce a nivel mundial. La tendencia está lejos de modificarse; por el contrario, la aparición de las “low cost airlines” ha potenciado la compra on-line de tickets y servicios turísticos. A efectos de aprovechar este fenómeno y en el marco del proyecto de investigación “Marketing de Destinos turísticos. La gestión de las marcas”⁴, se ha planteado una línea de investigación específica vinculada al rol que aportan las líneas aéreas a través de sus sitios web, al posicionamiento de los destinos y productos turísticos argentinos.

OBJETIVOS

Determinar la presencia de marcas de destinos turísticos argentinos y de productos turísticos del país en los web-sites de las líneas aéreas que operan rutas hacia/desde la República Argentina, así como también qué características tienen en dichos sitios.

METODOLOGÍA

El diseño de investigación fue de tipo descriptivo, utilizándose como técnica de relevamiento de información la observación estructurada para un posterior análisis de contenido de los sitios web. Se relevaron todos los sitios web de líneas aéreas que operan en Argentina así como de aquellas que aunque no

⁴ Desarrollado por la Facultad de Turismo de la Universidad Nacional del Comahue. Directora: Lucía Tamagni, Codirectora: Marina Zanfardini. E-mail: romeoeco@fibertel.com.ar / ltamagni@uncoma.edu.ar

lo hacen directamente, participan de alianzas en las que al menos uno de sus miembros opera en destinos turísticos argentinos.

RESULTADOS

El estudio evidenció una escasísima presencia de marcas de destinos turísticos argentinos, una nula presencia institucional (links de web sites oficiales) y muy pocos “productos de Argentina” accesibles a través de los web sites de las principales líneas aéreas que operan en el país.

CONCLUSIONES

Hasta el presente, y a pesar de la considerable importancia que tiene el transporte aéreo a la hora de planificar un viaje, y, asimismo, la penetración lograda por las líneas aéreas entre los compradores on-line, no se advierte una relación sinérgica entre éstas y los destinos turísticos a fin de posicionar competitivamente los mismos.

Canales de distribución electrónica. Diagnóstico para su aplicación en hoteles independientes de la ciudad de Mar del Plata.

Autor: Lic. Pablo N. Montero⁵

Esta investigación se propone describir las claves de la evolución del comercio electrónico en el sector hotelero y, sobre la base de antecedentes y conceptos generales acerca del uso y el aporte de las TIC al sistema de distribución del sector, explorar el conjunto de variables que intervienen sobre nuestra unidad de análisis: los hoteles independientes.

El trabajo pretende efectuar un diagnóstico evaluando oportunidades y restricciones para la aplicación de canales de distribución electrónica en hoteles independientes. Sobre la base metodológica de estudio de casos, se extrae información relevante de ocho casos de análisis, representativos de un universo conformado por hoteles y apart-hoteles oficialmente categorizados, situados en el ejido urbano de la ciudad de Mar del Plata, con funcionamiento permanente y gerenciados por sus propietarios.

Los resultados obtenidos ponen de manifiesto la necesidad de establecer parámetros que orienten a los gerentes/propietarios de estos pequeños y medianos hoteles independientes acerca de cuál o cuáles son los canales de distribución que mejor se adaptan a su estructura de negocio y al mercado en el cual compiten, identificando los ventajas y desventajas, y considerando la incorporación de medios electrónicos de comercialización, a partir de sus propias necesidades, en función de las características de su establecimiento y conforme a sus restricciones.

Para optimizar los canales electrónicos de distribución es necesario adaptar todos los recursos del hotel a las exigencias que imponen las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, aprovechando las oportunidades que estas brindan en un mercado altamente competitivo, mediante el desarrollo de una estrategia que involucre a todos los actores de la empresa con vistas a un objetivo en común: el negocio electrónico.

Palabras clave: TIC - canales de distribución electrónica - hoteles independientes

⁵ Facultad de Ciencias Económicas - Universidad Nacional de La Plata

Estudio de caso: sitio web del Observatorio Turístico de la Argentina

Rafael Staffolani y Marcelo C. Musante

Palabras clave: internet, nuevas tecnologías, turismo, información, comunicaciones

El otoño de 2001 marcó un momento crucial para la web. El estallido de la burbuja tecnológica determinó que muchos concluyeran que las expectativas puestas en la misma eran exageradas. Muy por el contrario, esta crisis económica fue seguida de una revolución tecnológica, que en franco ascenso, estaba ya madura para ocupar su lugar.

Si bien existe un gran desacuerdo en torno al término web 2.0, el cual para algunos es una expresión de marketing, para otros una simple palabra de moda y para otros, un nuevo paradigma.

La participación del usuario, como parte del proceso y el rol de la web como facilitadora, como puente de transmisión de conocimiento, produciendo una sinergia entre ambos, en el cual se genera nuevo conocimiento, de los extremos al centro, es la nueva concepción de este modelo.

En el turismo se precisa una gran necesidad de intercambio de información (Sheldon, 1997) y en este intercambio participan todos los actores de la actividad turística, proceso en el cual se establecen los mecanismos de gestión y distribución del conocimiento.

La rápida identificación de las necesidades del consumidor y la personalización que el mismo realice sobre ésta, resulta esencial en el diseño de distintas páginas de información, orientadas a la vez a un determinado público potencial, destino, o institución, con información apropiada para cada caso.

Otro de los rasgos destacables, es como esa información se adapta a las necesidades del usuario, y también la facilidad de uso y comprensión de dicho entorno.

El uso de estas nuevas tecnologías es escalable y en la práctica ilimitado (Jobs, 2004), basado en un principio: el servicio mejora automáticamente cuanto más gente lo use (Dougherty, 2006)

Una buena administración web, es aquella capaz de abastecer de información a la red de manera ordenada, con un medio o soporte gráfico atractivo, herramientas efectivas y eficaces de rastreo y transmisión de la información.

En esta exposición, desarrollaremos el modelo escalable y el posicionamiento del Observatorio Turístico realizado por docentes de la Universidad Nacional de Lanús, y su interacción con usuarios, alumnos y docentes.

EJE 2
TURISMO, SOCIEDAD
Y ECONOMÍA

Turismo sexual infantil

Celia Alejandra Zuleta⁶

Palabras claves: Turismo- Sexo- Infancia

Hoy por hoy, en este mundo globalizado, la prostitución infantil aparece como una forma contemporánea de esclavitud, basada en la coerción y la violencia.

Si bien, el turismo sexual infantil no es la única causa que la origina, requiere de este tipo de conductas aberrantes que atentan contra la dignidad y los derechos de la niñez, pues para que exista turismo sexual infantil es necesaria la explotación sexual de niñas, niños y adolescentes por parte de turistas nacionales o extranjeros, a cambio de una prestación económica o favor de alguna clase.

La investigación se basó en estadísticas e informes elaborados por distintas organizaciones, organismos y/o instituciones, nacionales e internacionales que velan por la protección de la infancia, y en artículos periodísticos referidos al tema y versó sobre las motivaciones del turista sexual, condiciones sociales, culturales y económicas tanto del explotador-usuario-cliente como de la víctima, intereses económicos, destinos turísticos orientados al sexo, lugar de procedencia de turistas sexuales, países de origen de las víctimas, modos de operar, etc.

Los resultados arrojados permitieron: Identificar los factores que pueden propiciar la explotación sexual comercial de la niñez a través del turismo, cumpliendo así con el objetivo planteado para este trabajo.

Mediante el conocimiento de esta problemática y la difusión de los resultados obtenidos, cada profesional de turismo, podrá desde el rol que desempeñe, contribuir en la prevención de prácticas de esta modalidad turística, que constituye un verdadero flagelo para nuestra sociedad.

⁶ Alumna de la Licenciatura en Turismo, Facultad de Filosofía, Humanidades y Artes U.N.S.J. Email: celiazuleta@yahoo.com.ar

El uso de técnicas prospectivas y la gestión de museos de uso turístico

Comoglio Marta; Puccio Hilda; Peroni Laura

Palabras clave: gestión de museos - uso turístico- técnicas prospectivas.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo recoge los resultados parciales de una investigación que indaga la gestión de los museos en tanto patrimonio cultural de uso intensivo por el turismo.

OBJETIVOS

Un objetivo del trabajo fue identificar variables estratégicas que permitieran contribuir al desarrollo de un modelo para el análisis y tipificación de la gestión de museos.

METODOLOGÍA

Se utilizó un método prospectivo normativo, con soporte en un software informático. Durante una fase exploratoria se adaptaron instrumentos utilizados en la gestión estratégica, que se aplicaron para la recolección de datos sobre los que trabajaron los expertos en la fase prospectiva.

Las tareas de esta fase se pueden fueron: Identificación de variables, localización de las relaciones en la matriz del análisis estructural y búsqueda de las variables clave a través del método MICMAC.

RESULTADOS

Los resultados se proyectaron a horizontes de distinto alcance temporal según su influencia (directa e indirecta).

Si bien las variables mantuvieron en casi todos los casos su afiliación original (corto plazo) se pudieron observar algunos desplazamientos que permiten inferir la existencia de un modelo de análisis diferente para el largo plazo.

Se han identificado variables determinantes, de resultado y autónomas. Asimismo se han podido individualizar variables objetivo del modelo y fundamentalmente las de enlace y por lo tanto destinatarias de las estrategias para su gestión.

CONCLUSIONES PRELIMINARES

El modelo de análisis hallado para el corto plazo se ve alcanzado por un mayor número de variables estratégicas que el correspondiente al largo plazo

Esta distribución favorece la posibilidad de intervención ya que por el corrimiento de cuadrante pasan a ubicarse como variables reguladoras, que si bien permiten influir significativamente en el sistema son más estables y por lo tanto su comportamiento resulta más previsible.

Competitividad de las Agencias de Viajes Operadoras de Turismo Receptivo en Argentina

*Mag. Cristina Iglesias.*⁷

INTRODUCCIÓN

Los cambios en las necesidades y valores de los clientes y la evolución tecnológica continua, presionan a las empresas hacia la búsqueda de ventajas competitivas.

En este contexto ¿Cómo generar y mantener una ventaja competitiva tanto para las empresas como para los destinos turísticos?

El objetivo general que guía este proyecto es continuar con el tema “La competitividad en destinos turísticos” que se desarrolla desde el año 2005 en la Facultad de Ciencias Aplicadas al Turismo y la Población, centrandolo ahora la mirada en las empresas turísticas, denominadas “empresas del sector” para describir cual es el rol que ellas cumplen en la generación de las ventajas competitivas del destino.

Se analizará la evolución de las Agencias de viajes operadoras de turismo receptivo en Argentina, su posición dentro del sector turístico, su estructura de mercado y las tendencias sobre su futuro.

HIPÓTESIS Y OBJETIVOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN

Entre las Agencias Operadoras de Turismo Receptivo existen diferencias significativas en la orientación de sus enfoques estratégicos (factores clave de éxito) en función del tipo de negocio desarrollado.

METODOLOGÍA

Análisis documental, encuestas exploratorias y desarrollo de la metodología para identificar los Factores Clave del Éxito en el Sector Empresarial seleccionado.

RESULTADOS ESPERADOS

Contribuir al debate que se plantea en el ámbito académico sobre los aspectos que influyen en el origen y sostenimiento de la ventaja competitiva en el sector turismo.

⁷ INDICAT - Universidad de Morón. cristinaiglesias@fibertel.com.ar

Generar un conjunto de datos empíricos sobre las Agencias Operadoras de Turismo Receptivo que detallará su capacidad real o potencial de generar ventajas competitivas desde la propia organización.

Producir un diagnóstico sobre la real colaboración existente entre empresas para la producción valor en los destinos.

Palabras Clave: Competitividad. Innovación. Operadores

Especialización turística y Niveles de ingreso: un análisis estadístico

Victoria Crociati, Silvina Elías, María del Rosario Fernández⁸

Palabras clave: Crecimiento Económico- Especialización en Turismo

En su rápida evolución, el turismo se ha convertido en las últimas décadas es una actividad que puede contribuir al crecimiento económico de un país. Es una fuente generadora de empleo y divisas, un motor que impulsa el desarrollo del sector servicios y un eficaz mecanismo para redistribuir la renta. Generalmente la expansión de este sector se asocia a un mayor crecimiento económico del área en la que se localiza, por lo que frecuentemente se busca fomentar su desarrollo.

En este contexto, el objetivo del presente trabajo es analizar las performances de crecimiento, para 208 países en el ámbito internacional clasificándolos de acuerdo a los diferentes niveles de ingreso para el período 1995-2005 haciendo especial hincapié en aquellos países especializados en turismo.

Para ello se realizará un análisis estadístico sobre la base de la evidencia empírica encontrada utilizando las bases de datos del World Bank (2007). Para definir aquellos países con un grado de especialización turística se utilizará el índice planteado por Brau y otros (2007).

Del análisis estadístico se pudo inferir que el turismo por sí mismo no puede promover el crecimiento económico salvo para aquel grupo de países pertenecientes al estrato de ingresos altos en los cuales se encuentra un efecto positivo sobre la tasa de crecimiento del PBI per cápita.

⁸ Docentes e investigadoras del Departamento de Economía de la Universidad Nacional del Sur- Bahía Blanca- selias@uns.edu.ar / cfernand@uns.edu.ar

Las prácticas comunicacionales en los sistemas socioinstitucionales turísticos

Lic. Daniela Castellucci⁹

Palabras Claves: Prácticas Comunicacionales, Sistema Socioinstitucional, Municipios Bonaerenses

La presente ponencia integra la investigación Turismo y Territorio II. Del diagnóstico a la proposición de desarrollo turístico, realizada por el Centro de Investigaciones Turísticas de la Universidad Nacional de Mar del Plata. El abordaje de la dimensión comunicacional trasciende el estudio desde el marketing y el papel que juega la comunicación en la promoción turística de destinos, realizado en la fase I del proyecto de investigación, y se da apertura en fase II, al estudio de los procesos y prácticas comunicacionales dentro de la trama socioinstitucional de localidades bonaerenses y en un contexto de proceso de desarrollo local.

El objetivo de la ponencia es caracterizar y analizar la dinámica y herramientas comunicacionales dentro del sistema socioinstitucional, que se inscriben en los procesos de desarrollo local turístico en municipios bonaerenses. La posibilidad de dar curso a una iniciativa de desarrollo local, supone y requiere algún grado de institucionalidad. De este modo, el sistema socioinstitucional, conformado por actores individuales y colectivos, constituye una red de interacción que es capaz de promover, en circunstancias y contextos específicos, el desarrollo local.

El estudio es de carácter descriptivo, y el análisis se basa en información primaria recogida en el trabajo de campo mediante encuestas realizadas a prestadores de servicios, residentes y turistas, y entrevistas a informantes calificados del sistema institucional. La investigación, en la cual se encuadra esta presentación, se realizó con un enfoque cuali-cuantitativo en una modalidad de estudio de casos. Los resultados del estudio demuestran ciertas singularidades y diferencialidades en las prácticas comunicacionales del sistema socioinstitucional en las localidades analizadas. De acuerdo a estos resultados, se evidencia la necesidad de comenzar a operar con estrategias de comunicación apropiadas. En este sentido, se plantean una serie de proposiciones a fin de generar condiciones que propicien una mejor comunicación dentro de los sistemas socioinstitucionales.

⁹ Centro de Investigaciones Turísticas. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Universidad Nacional de Mar del Plata. Funes 3250. (7600) Mar del Plata, Buenos Aires. Email: dicastel@mdp.edu.ar

Turismo joven en Argentina: preferencias y características

Luisa Lazzari, Patricia Mouliá, Florencia Chelmicki, María José Fernandez, Mariano Eriz¹⁰

Palabras clave: turismo joven, características, destinos turísticos.

La Organización Mundial de Turismo considera que el turismo joven es uno de los segmentos de más rápido crecimiento. En las conclusiones de la Conferencia Mundial de Viajes para Jóvenes y Estudiantes realizada en Madrid en octubre de 2004 se estableció que la tasa anual de crecimiento del mercado de viajes para jóvenes en todo el mundo es del 5 %.

La actividad turística ocupa un rol protagónico en la economía de Argentina, en particular el turismo joven representa casi un 20 % del mercado turístico total. La Secretaría de Turismo de la Nación lo vincula con el turismo activo y realiza acciones para promover los viajes dentro del país. A partir del año 2002 se ha incrementado la cantidad de albergues juveniles y de agencias de viajes que están adecuando su oferta a los requerimientos de este segmento de turistas.

En este contexto, contar con información relevante sobre las preferencias turísticas de los jóvenes es importante y necesario para los organismos públicos y privados involucrados en la actividad, debido a que les ayudará a tomar sus decisiones y satisfacer las necesidades de una demanda cada vez más cambiante.

En este trabajo se reportan algunos resultados del PICT 383: “Turismo joven en Argentina: estudio del conjunto de consideración de los destinos elegidos”, cuyo objetivo es analizar el comportamiento de los estudiantes universitarios en la elección de un destino turístico de Argentina a lo largo de tres años.

Los resultados que se presentan fueron obtenidos mediante estudios de campo en seis universidades nacionales y permiten analizar los destinos turísticos visitados por los jóvenes en sus vacaciones de verano 2009, los atributos que tuvieron en cuenta al elegirlos, los medios de transporte utilizados, el tipo de alojamiento y las influencias recibidas al realizar la elección.

¹⁰ CIMBAGE. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires. Av. Córdoba 2122, Ciudad de Buenos Aires, Argentina. Tel/Fax: +5411-4374-4448 int. 6550, e-mail: cimbage@econ.uba.ar - <http://www.econ.uba.ar/cimbage>

Fortalezas y debilidades de la Certificación de Turismo Sostenible y su aporte a la gestión turística en Argentina

Fabián Román¹¹

Palabras Claves: Certificación - Calidad - Turismo Responsable

INTRODUCCIÓN:

El tema central de la investigación, iniciada a principios del 2008, es la Certificación de Turismo Sostenible entendida como “un proceso voluntario que evalúa, monitorea y otorga un certificado escrito en el que hace constar que una empresa, producto, proceso, servicio o gestión del sistema cumple con una serie de requerimientos específicos”¹².

Mientras algunos actores consideran que la certificación es una herramienta útil para mitigar o reducir los impactos negativos del turismo, otros cuestionan su verdadero aporte a la construcción de sostenibilidad turística.

Con el afán de dar claridad al debate, nos proponemos resolver el interrogante sobre la verdadera utilidad y contribución de la herramienta a la sostenibilidad turística. Asimismo, esta evaluación será de suma utilidad para la posible implementación de proyectos pilotos de certificación en Argentina.

OBJETIVOS:

General

Estudiar la situación actual de la Certificación de Turismo Sostenible y analizar la contribución de esta herramienta a la sostenibilidad turística en Argentina.

Específicos

- Estudiar los sistemas miembros de la Red de Certificación en Turismo Sostenible de las Américas.
- Analizar los estándares bases generados por la Red.
- Evaluar los impactos ambientales, sociales y económicos registrados de la aplicación de la Certificación en Turismo Sostenible en América.

¹¹ Universidad Nacional de Lanús. 29 de Septiembre 3901. Rem. de Escalada, Lanús. Mail: turismo@unla.edu.ar

¹² Ronald Sanabria, Síntesis Congreso Nacional de Ecoturismo, Buenos Aires, Sector, 2002

- Analizar fortalezas y debilidades de los modelos de certificación.
- Generar recomendaciones para su aplicación en Argentina.

METODOLOGÍA:

- Análisis de los sistemas vigentes en América y la Red de Certificación en Turismo Sostenible, universo de estudio del proyecto.
- Relevamiento de documentación y entrevistas personales o vía email con los actores claves de los sistemas de certificación vigentes, actores del sector público, privado e instituciones académicas vinculadas al turismo.
- Procesamiento de datos.
- Elaboración de recomendaciones para Argentina.
- Presentación de los resultados.

RESULTADOS:

- Análisis de la situación de la certificación de turismo sostenible en América.
- Análisis de fortalezas y debilidades de los sistemas de certificación en relación con la construcción de la sostenibilidad turística.
- Recomendaciones para su posible aplicación en Argentina.

CONCLUSIONES:

A partir de la información relevada en este primer año, identificamos a los actores claves de la Red de Certificación Sostenible de Las Américas y analizamos sus respectivas experiencias. Asimismo, con el objetivo de profundizar y fortalecer el relevamiento de documentación realizado, decidimos acompañar nuestra etapa de recolección de datos con un cuestionario dirigido a los actores identificados.

Si bien aún estamos en plena ejecución del proyecto, a partir de la información sistematizada y del análisis de las respuestas obtenidas en los cuestionarios, a la fecha las conclusiones preliminares arrojan resultados favorables a la certificación, considerándola como una herramienta eficaz en la construcción de sostenibilidad. De todos modos, en lo que a Argentina respecta, no es menor destacar que los resultados nos permiten considerar que existen algunas dudas acerca de la viabilidad de la aplicación de los sistemas de certificación.

El desarrollo turístico como combinación de recursos, políticas y gestión

Juan Omar Agüero¹³

Palabras Claves: Recursos - Políticas - Gestión Del Turismo

Hay un aspecto del desarrollo turístico que comúnmente no es tan conocido ni reconocido. Este aspecto se refiere a la necesaria vinculación que el desarrollo turístico requiere entre los recursos, las políticas y la gestión del turismo. En efecto, no se trata sólo de discutir el contenido de las políticas públicas en materia turística, algo muy necesario por cierto, sino también su necesaria vinculación con los recursos económicos y turísticos y con la gestión pública y empresarial del turismo. De hecho, hay innumerables ejemplos de territorios con alta potencialidad turística, pero, al mismo tiempo, con escaso aprovechamiento de la misma. ¿Qué se quiere decir con esto? Que no alcanza con la creación de organismos, la sanción de regímenes normativos o el diseño de planes, sino que el desarrollo turístico requiere recursos y gestión, tanto pública como empresarial. De esta manera, podemos sostener, a modo de hipótesis, e intentar demostrarla, que el desarrollo turístico es el resultado (variable dependiente) de la combinación de recursos, políticas y gestión (variables independientes), combinación que, por supuesto, se realiza dentro y no fuera de las determinaciones históricas y las condiciones materiales de reproducción del orden social. En esta ponencia se presentan y discuten algunas conclusiones de tres investigaciones turísticas llevadas a cabo en el ámbito de la Universidad Nacional de Misiones y publicadas recientemente en Agüero, Juan Omar (2009) Política y gestión del turismo, Dunken, Buenos Aires. En estas investigaciones se aborda el proceso de configuración del turismo como sector económico en Misiones, los aspectos políticos, institucionales, económicos y socioculturales del mismo, una caracterización de las empresas turísticas de la provincia, centrada en las agencias, la hotelería, el transporte y los casinos, y una exploración de las casas típicas del Parque de las Naciones de Oberá como unidades estratégicas de negocios.

¹³ Profesor titular regular de organización y administración de empresas turísticas, Universidad Nacional de Misiones, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Departamento Turismo, Tucumán N° 1946, C.P. 3300, Posadas, Misiones, correo electrónico: juanaguero@arnet.com.ar

Turismo residenciado - Turismo serviciado

Mg. Juan Carlos Mantero. Mg. Leandro Laffan - Lic. Daniel Lefrou.

En el contexto de la investigación en curso Turismo y Desarrollo se plantean cuestiones, dilemas y proposiciones que genera el devenir turístico en el territorio. Una de las cuestiones objeto de estudio remite al turismo residenciado y al turismo serviciado como alternativas de acceso al usufructo turístico, entendiendo por residenciado aquel que hace de la vivienda la unidad de alojamiento turístico respecto de aquel que hace unidad de alojamiento aquella que le propone el servicio de hotelería, sin perjuicio de considerar la alternativa tercera de la unidad en apart hotel, opción mix de la alternativa vivienda - hotel.

El estudio se propone dar cuenta de las diferenciales condiciones de desarrollo turístico que plantean una u otra de las opciones, en particular a propósito de su impacto en el territorio y en el destino, en las utilidades generadas al visitante y al habitante, en la urbanidad inducida y en el desarrollo local y regional del litoral atlántico signado por el turismo de sol y playa.

La ponencia presenta la diferencial incidencia que en la actividad del turista plantea la opción del turismo residenciado respecto de aquella que plantea el turismo serviciado, a partir del análisis de los resultados de la cuestión incluida en encuesta al turista de temporada localizado en Mar del Plata en temporada estival, realizada en cooperación con el Ente Municipal a partir de una muestra representativa y de un cuestionario inclusivo.

No obstante la singularidad de Mar del Plata, en tanto metrópoli diversificada en su conformación y en su producción, con respecto a centros de actividad turística excluyente, la presentación de los resultados resulta elocuente de la incidencia diferencial porque la muestra remite a un universo de turistas diversificado que dispone además de diversificadas alternativas de acceso al uso y fruición de su tiempo turístico.

Palabras claves: Devenir turístico. Turismo residenciado - turismo serviciado. Mar del Plata.

El turismo como variable de desarrollo

Fernández M.; Laumann, Y.¹⁴ Grill Goñi, D.¹⁵

Palabras clave: Turismo-Desarrollo Económico

El sector turístico es una variable fundamental para la consecución de objetivos inherentes al desarrollo y crecimiento económico: mejora los niveles de bienestar de los sectores sociales de menores ingresos y, a partir de su expansión, genera beneficios para el área en la que se localiza y fomenta encadenamientos sobre otros sectores. El objetivo del presente trabajo es analizar qué impacto genera el sector turístico sobre el desarrollo de un país. Para ello, contrastamos empíricamente su incidencia e implicancias a nivel mundial y, en particular, en Argentina.

El sector turístico constituye por sí mismo un canal importante para el desarrollo económico permitiendo modificar parámetros estructurales de una economía, en particular la pobreza y la desigualdad. Esto se da por varias razones; entre ellas se destacan dos: por un lado, este sector se caracteriza por ser trabajo intensivo, con la particularidad de incluir a la mujer en el mercado laboral y también al sector informal. Por otro lado, el aumento de la cantidad de turistas internacionales permite maximizar los ingresos de divisas. Como consecuencia de ambos, los niveles de pobreza se ven directamente disminuidos. Sin embargo, este sector también genera costos sociales, ambientales y culturales.

En la medida que Argentina sea capaz de establecer un trade-off eficiente entre las consecuencias positivas y negativas resultantes de la actividad turística, va a poder utilizarla como una variable fundamental para su desarrollo económico a corto, mediano y largo plazo. En este sentido, consideramos que los beneficios del turismo exceden a sus costes y que en la medida que se ejecuten programas nacionales tendientes a impulsar la industria vinculada con éste, los efectos positivos que estos generen serán más fáciles de redistribuir entre los sectores sociales promoviendo mayor equidad social y menor pobreza. Una adecuada planificación e institucionalización junto con la intervención del Estado en el sector turístico, podrían permitir al turismo contribuir al desarrollo económico.

¹⁴ Docentes e investigadoras, Departamento de Economía, Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca. cfernand@uns.edu.ar

¹⁵ Alumna avanzada de la Licenciatura en Economía, Dto. de Economía, UNS.

Comercialización en los hoteles de la ciudad de Ushuaia. Experiencias 2007 y 2008

*Lic. Francisco Omar Huertas - Tec. Ana Arcos - Tec. Romina Bandiera
Tec. Cecilia Colombres - Tec. Mariana Esperón - Tec. Roberto Fernández
Tec. Mercedes Hileman - Tec. Griselda Rodríguez Farfán - Tec. Oscar Roncoron*

Palabras Clave: Calidad - Servicios - Marketing

INTRODUCCIÓN:

El trabajo corresponde al desarrollo de dos cohortes de alumnos, quienes realizaron un estudio de alojamientos, donde se analizaron diversas áreas desde la perspectiva del marketing y la calidad de servicios.

METODOLOGÍA:

La metodología utilizada consistió en la confección de distintos cuestionarios para realizar las entrevistas a los propietarios y empleados, como así también a los huéspedes de los alojamientos.

Se realizó un relevamiento de los servicios y estado de los alojamientos a través de la observación directa en el lugar.

Se obtuvo información bibliográfica para la elaboración del marco teórico. Finalmente, se procesaron los datos obtenidos y se realizaron las conclusiones y propuestas para lograr una mejor calidad de los servicios prestados.

MARCO TEÓRICO:

Se elaboró trabajando material bibliográfico de diversos autores, en donde se plantean diversos aspectos relacionados con el marketing.

Se confeccionó la matriz DAFO, en donde se diseñan, conforme el relevamiento en el campo de estudio, las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

Se analizó el medio ambiente de las empresas hoteleras, pudiendo observar aquellos factores externos que influyen en los alojamientos.

Se observó el mercado hotelero de la ciudad, realizando el análisis de la oferta de alojamientos turísticos.

Por último se analizó el Marketing Interno, realizando encuestas y entrevistas al personal de la misma y la gerencia.

CONCLUSIONES:

se observó que en los alojamientos no hay estudios previos de la demanda del mercado, se observó que desde la perspectiva comercial existe una gran confianza del incremento del turismo a futuro, sin contar con datos fehacientes.

Se distinguieron problemáticas en cada uno de los establecimientos que no permitían lograr estándares de calidad acordes a las expectativas de los huéspedes.

Conforme lo observado se realizaron propuestas de mejoramiento de aquellos aspectos negativos del establecimiento y se destacaron aquellos otros positivos.

Estacionalidad de la demanda de turismo en la Argentina

Lic. en Economía Patricia B. Carruitero¹⁶

INTRODUCCIÓN

La mayoría de los destinos turísticos del mundo presentan una marcada estacionalidad; siendo este fenómeno objeto de varios estudios y análisis debido a la importancia de sus efectos en la performance económica de los mismos. Los sectores del turismo poseen un equipamiento de capital indivisible, lo cual genera que en el corto plazo la capacidad de producción de las empresas esté fija, incurriendo en altos costos fijos de operación, financieros y de mantenimiento. En el marco de la Teoría de la Regulación Económica existen varios autores que se dedicaron a estudiar el problema de la fijación de precios con limitaciones de capacidad, lo que dio origen a la “Teoría de Precios Estacionales”.

OBJETIVOS

El presente trabajo tiene como objetivos analizar la estacionalidad de la demanda de turismo en la Argentina y, en el marco de la teoría económica, estimar la verificación de la Teoría de Precios Estacionales. Para ello, se analizó el turismo receptor de la Argentina y ocho destinos turísticos argentinos. Luego, se sugirió la creación de un fondo fiscal para contrarrestar los efectos de la estacionalidad y, así, ayudar a las empresas turísticas a contrarrestar los efectos de tener una capacidad fija instalada.

METODOLOGÍA

Se calculó un índice de estacionalidad de la demanda de turismo a través del Método de la Razón Media Móvil

RESULTADOS

En cuatro de los ocho casos estudiados, los precios se elevan por el factor estacional de acuerdo a la demanda de turismo.

¹⁶ Estacionalidad, Peak-Load pricing

CONCLUSIONES

La aplicación de un fondo contra cíclico permitirá bajar los precios de los servicios turístico durante los períodos de demanda valle, atrayendo más visitantes y de esta manera se desestacionalizara la demanda. Sin embargo, la medida fiscal posee las mismas dificultades que otros fondos públicos para su implementación.

Interpretar la producción orgánica de agroalimentos: una propuesta recreativa y educativa en la comunidad de San Patricio del Chañar

Lic. María Fernández Mouján¹⁷ y Gut Maria Daniela Rodríguez¹⁸

Palabras clave: recreación, producción orgánica, centro de visitantes, interpretación

La propuesta Centro de Visitantes “Circuito de la Producción Orgánica”, es un proyecto que se pretende desarrollar en el Puesto de Capacitación Agropecuaria N° 2 de San Patricio del Chañar, Provincia del Neuquén, como una nueva actividad a las que ya se realizan, con el propósito de resaltar los valores del trabajo con la tierra y la producción de agroalimentos.

En un momento que adquiere especial importancia el tema de los alimentos a nivel planetario, la creación de este Centro de visitantes, espacio público productivo, educativo y recreativo, promueve el conocimiento de los procesos productivos e invita a la reflexión acerca de la relación de los hombres con la naturaleza.

En el proceso de crecimiento y desarrollo del Puesto surge el interés por dar a conocer la riqueza de esta experiencia y se plantea entonces, cómo transmitir todo lo que aquí se hace de manera que pueda servir a otros y los anime a ser ellos mismos los productores de sus alimentos.

Las tendencias de consumo hoy incluyen la elaboración de productos orgánicos y artesanales como así también la necesidad de información sobre los alimentos que se adquieren. En este sentido el Puesto reúne las características buscadas por el consumidor además de integrar los procesos de producción hasta llegar al producto final en conserva, por ejemplo. Aprovechar estas cualidades y sumarlas hacia el desarrollo de actividades recreativas en un espacio público que garanticen la interacción con el medio natural obliga a fortalecer estrategias de organización y participación interna en el Puesto

La manera de llevar a cabo el proyecto será mediante la interpretación como método para revalorizar el espacio público y ponerlo al alcance de todos. Se pretende poner en juego y estimular los sentidos para descubrir e identificar todo aquello que la naturaleza esconde en el lugar de manera entretenida y didáctica.

¹⁷ Lic. en Turismo. Auxiliar docente área Tiempo libre, Ocio y Recreación. Facultad de Turismo. U.N.C. Buenos Aires 1400. (8300) Neuquén. Email: moujanmaria@yahoo.com.ar

¹⁸ Guía Universitaria de Turismo. Becaria de Investigación. Facultad de Turismo. UNCo. Buenos Aires 1400. (8300) Neuquén. Email: dany_bolivar@hotmail.com

Oferta turística de carácter sostenible: una alternativa de producción viable y conveniente en épocas de crisis mundial

*Juan Carlos Picón Cruz*¹⁹

Palabras claves: turismo - consumidor sostenible - oferta sostenible - desarrollo sostenible.

INTRODUCCIÓN

Se presenta el caso de un destino turístico de sol y playa en la provincia de Guanacaste, Costa Rica. Existe una demanda turística insatisfecha, en cuanto al tipo de servicio de carácter sostenible, cantidad de alojamiento y alimentación. La zona es rica en recursos turísticos, y no cuenta con proyectos que satisfaga el segmento del mercado de consumidores sostenibles.

OBJETIVO:

Promover el turismo sostenible en los destinos de sol y playa, ofreciendo servicios bajo la filosofía de la sostenibilidad.

METODOLOGÍA

Se aplicó encuesta a los turistas que visitan la comunidad, además de entrevistar los administradores de la oferta turística. Se utiliza literatura relacionada con el desarrollo sostenible.

RESULTADOS

Costa Rica es reconocido como destino de naturaleza, sin embargo, la realidad demuestra grandes vacíos en la aplicación de las políticas de sostenibilidad en la oferta actual de sol y playa.

Se formuló y evaluó un proyecto de turismo sostenible. Los resultados de la investigación permitió identificar un 5% de los hoteles con Certificación de Sostenibilidad Turística, la demanda insatisfecha de alojamiento turístico.

¹⁹ Máster en Turismo de Naturaleza. Académico- Investigador de la Universidad Nacional de Costa Rica. Email: jpicon@chorotega.una.ac.cr

Se propone una oferta en plena armonía con el ambiente, con espacios confortables y ergonómicos. Los materiales de construcción tradicionales, locales y de fácil mantenimiento, además, se implementó el uso de estrategias pasivas climáticas en cuanto al viento, sol y la lluvia, el uso adecuado de energía disponible (energía solar) y recursos naturales (recurso hídrico), utilización de biodigestores y la arquitectura amigable con el medio natural.

El estudio demuestra, que la oferta sostenible es factible financieramente, soporta una ocupación por debajo al promedio de los proyectos tradicionales y es viable social y ambiental.

El gasto turístico y su contribución al desarrollo local. Estudio de caso: Ciudad de Buenos Aires (1º parte)

Dr. Rubén F. Guido (Director) / Mag. Julián Kopecek (Co-Director)
Lic. Roxana Mata Botana / Lic. Mónica García / Lic. Daniel Sist
Lic. Marcelo Musante / Lic. Santiago Hernández / Lic. Federico Gendelman

Palabras clave: indicadores socio-económicos - gasto turístico - desagregación - desarrollo local

FUNDAMENTACIÓN DEL PROYECTO

Una de las características fundamentales y mayoritariamente percibidas de la actividad turística, es su relevante dimensión socio-económica-productiva, o si se quiere su reflejo económico. En la actualidad, parece de general aceptación que el Turismo, por el conjunto de efectos que origina –no solo económicos– sea considerado como una herramienta de desarrollo económico y dinamizador socioeconómico.

La presente investigación pretende analizar –desde el punto de vista de la demanda– el conocimiento del turismo. Particularmente, buscará definir un sistema de indicadores que permita dar cuenta de la composición del gasto turístico diario realizado por visitantes no residentes de la Ciudad de Buenos Aires (extranjeros y nacionales), y la desagregación del mismo en las diferentes partidas que lo componen.

Para ello, se trabajará en el marco de un diseño metodológico exploratorio-descriptivo, con enfoque cuali-cuantitativo. Se identificarán las características de la oferta turística, se relevarán sus actores para obtener una visualización de su composición, desarrollo y situación actual, se entrevistarán a informantes clave y actores del subsector para establecer un sistema de indicadores del sector. En simultáneo, se analizará la demanda turística, tomando una muestra no probabilística de conveniencia de al menos 1000 individuos.

Los resultados esperados en los ámbitos académico-científico, público y privado es el desarrollo de nuevas metodologías de medición que contribuyan a brindar nuevas herramientas para el conocimiento holístico de la actividad

OBJETIVO GENERAL

- Definir un sistema de indicadores que permita dar cuenta de la composición del gasto turístico diario realizado por visitantes no residentes de la Ciudad de Buenos Aires (extranjeros y nacionales), y la desagregación del mismo en las diferentes partidas que lo componen.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar el consumo turístico para el caso de la ciudad de Buenos Aires.
- Identificar los elementos fundamentales del gasto turístico y la composición de la oferta.
- Identificar segmentos de turistas diferenciados a través de sus características asociadas al viaje y al gasto turístico.
- Caracterizar a los distintos actores que forman parte del universo turístico de dicha comunidad.
- Analizar la percepción que tienen los oferentes y la comunidad respecto al impacto de la actividad turística en destino.
- Evaluar si el desarrollo del turismo urbano y el incremento del gasto turístico contribuyen a mejorar las condiciones de vida de los circuitos objeto de estudio.
- Armonizar los conceptos que engloban el gasto turístico y su metodología para la medición eficaz del mismo.

Influencia del turismo en las sociedades y su economía. Herramientas para mitigar estos impactos

Sandra Miriam Gonzalez²⁰

Palabras Claves: Turismo - Sociedad - Economía.

INTRODUCCIÓN

El trabajo intenta plantear la estrecha relación que existe entre el turismo, la sociedad y la economía. Como se subsumen uno con otro, dependen y llegando a la posibilidad de aniquilarse.

Para ello partimos del concepto que tanto el turismo y la economía son solo herramientas y no un fin en si mismo. Y que si existe un fin o mejor dicho una finalidad es la sociedad que es la que permite y da origen tanto al turismo como a la economía.

OBJETIVOS

El objeto de análisis en principio es detectar los temas- problemas inherentes al turismo que afectan en forma directa a una sociedad, con las consecuencias económicas tanto favorables como perniciosas, que influirán directa o indirectamente llegando a extremos que afecta la calidad de vida de los componentes de esa sociedad.

Asimismo establecer pautas que permita detectar con antelación todos los posibles inconvenientes que traen ligados estas actividades dentro de una sociedad.

Como también, encontrar herramientas para realizar una mejor gestión que permita el constante análisis y el estrecho trabajo entre lo público y lo privado, pero siempre con la participación de actores locales.

METODOLOGÍA

Para ello, definir en principio estos tres conceptos, para de esta forma poder establecer los nexos que entre ellos tienen.

²⁰ Email: sanndra8@yahoo.com.ar

Luego proceder a analizar la actividad turística en tres ciudades como Dubai, Cancún y Quebrada de Humahuaca.

RESULTADOS

Detectar los impactos que afectaron a estas sociedades, para prevenir y utilizar de guía en todos aquellos lugares donde se desarrolle una masiva afluencia de turismo.

CONCLUSIONES

Es sabido que cada sociedad presente una identidad, cultura e idiosincrasia determinada, pero a pesar de esto se intentara dar algunas herramientas que permitan mitigar los problemas y lograr un desarrollo sustentable.

Articulación e inclusión productiva para el desarrollo económico de los destinos turísticos

*Sergio Paz*²¹

El desarrollo económico de un destino, bajo las premisas productivas de la actividad turística, necesitará de la comprensión sobre su naturaleza económica y la profundización de la articulación productiva, preocupada por la profundización de la inclusión y la extensión de sus eslabonamientos, de modo de promover beneficios económicos sobre la comunidad receptora.

El objetivo de este trabajo es identificar y analizar los elementos fundamentales del desarrollo endógeno en los destinos, vinculados a la dinámica económico-productiva en la actividad turística, colocando especial énfasis en las implicancias de los esfuerzos en materia de cooperación e integración productiva, y en la forma que adopta su entramado empresarial bajo la preocupación por el fomento de la actividad turística y el impacto socioeconómico.

De esta forma, se analizan líneas de acción seguidas donde las redes productivas de las empresas turísticas se presentarían como un sistema de relaciones que permiten los intercambios, pero exigiendo un cuadro de confianza mutua y la búsqueda de compromisos, bajo un cuadro de cooperación extendida. Se manifiesta entonces la preocupación por la formación de redes empresariales con una preocupación por la inclusión productiva, en tanto permitirían alcanzar ventajas competitivas y cooperativas para el desarrollo equitativo y sustentable de los destinos.

Se aboga entonces por la formación de entramados socioeconómicos y productivos que participen activamente en el logro de los objetivos del desarrollo económico de los destinos, a partir de sus preocupaciones por la creación de empleo, la integración productiva de proveedores locales, la difusión de los conocimientos y las buenas prácticas, junto a la formación de recursos humanos, la preservación de los recursos, el combate a la pobreza y la mejora de la distribución de la renta. En este sentido, será necesario compatibilizar las exigencias en materia de calidad y competitividad, junto al objetivo de contribuir al aprovechamiento de las capacidades instaladas y la integración de zonas y poblaciones marginadas.

Palabras clave: destinos turísticos - desarrollo endógeno - articulación productiva - impacto socioeconómico

²¹ Docente-investigador de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ). Dirección: Departamento de Ciencias Sociales, Roque Saenz Peña, N° 352, Bernal, Provincia de Buenos Aires. Correo electrónico: spaz@unq.edu.ar.

Desarrollo sustentable en el ámbito local: Impacto socioeconómico y evaluación de la sostenibilidad del turismo gastronómico en Tomás Jofré (Pcia. de Buenos Aires)

*Daniela Thiel Ellul; Juana Carrizo; Fernando Navarro
Adrián Gutiérrez Cabello, Regina Schlüter*

Palabras claves: turismo, desarrollo local, sostenibilidad

INTRODUCCIÓN:

El presente trabajo se enmarca en la investigación que el CIDeTur-EEyN viene efectuando desde el 2007 en la localidad de Tomás Jofré -reconocida como un afamado Polo Gastronómico- y que tiene continuidad a través del Subsidio para Proyectos de Investigación UNSAM 2008.

OBJETIVOS

Los objetivos generales consisten en corroborar que la gastronomía puede convertirse en un atractivo turístico y potenciar el desarrollo sustentable de una localidad; conocer la evolución y comportamiento de la oferta de servicios y el impacto que el turismo produce en su población local; y evaluar la sostenibilidad turística del destino, a través de un proceso de elaboración de indicadores.

METODOLOGÍA

Se plantea una investigación descriptiva cuali-cuantitativa conformada por dos etapas. La Primera, realizada íntegramente, estuvo destinada a conocer el perfil de los visitantes, los motivos por lo cuales concurren al lugar, la evolución y características de la oferta gastronómica y la opinión de los hogares sobre la repercusión en ellos del desarrollo turístico del pueblo. La Segunda etapa, en pleno desarrollo, está dedicada a seleccionar y elaborar, con un enfoque participativo, un conjunto de indicadores de sostenibilidad acordes con las características del lugar.

RESULTADOS Y CONCLUSIONES

La decisión de la comunidad de Tomás Jofré de impulsar la gastronomía del lugar como modo de desarrollo económico -cuando el ramal ferroviario que llegaba a su estación dejó de funcionar- generó un crecimiento de la actividad turística que permitió la salvación del pueblo y repercutió no sólo en la localidad sino también en la región con el abastecimiento de materias primas e insumos y con el incremento de la demanda laboral.

Sin embargo, el estudio empírico efectuado en la primera etapa dio lugar a la determinación de un conjunto de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para el destino, que demuestran que para mantener la competitividad en el futuro y, para alcanzar un desarrollo sustentable, todos los actores de la localidad -públicos y privados- deberán integrarse y cooperar. Para ello se requiere una planificación estratégica integral y una permanente actitud de diagnóstico, control y seguimiento de lo que se está haciendo y de lo que se puede hacer en todas y cada una de las situaciones.

Competitividad sistémica en destinos turísticos

Mg. Cristina Varisco²² - Lic. Gonzalo Cruz²³

La ponencia se encuadra en el proyecto de investigación “Turismo y Desarrollo: cuestiones, dilemas y proposiciones” que actualmente se está desarrollando en el Centro de Investigaciones Turísticas de la Universidad Nacional de Mar del Plata. El tema se corresponde con la dimensión económica de dicho proyecto que aborda entre otras cuestiones el tema de la competitividad de los destinos turísticos en el contexto de la Provincia de Buenos Aires.

La teoría de la Competitividad Sistémica propone un acercamiento a la problemática del desarrollo empresarial teniendo en cuenta una perspectiva en la que el Estado aparece como un actor decisivo a partir de sus intervenciones. La idea gira en torno a la interacción de los niveles macro económico, meso económico, micro económico y meta económico. Su aplicación a nivel de destinos turísticos es aún incipiente y se identifica una considerable disparidad de criterios para su aplicación.

A través de la ponencia se pretende indagar acerca de los posibles indicadores que permitan realizar un análisis adecuado teniendo en cuenta esta teoría referida a la competitividad y la actividad turística. A fin de cumplir este objetivo, se realiza un análisis teórico sobre la competitividad sistémica y su aplicación en economía industrial, para profundizar luego en los antecedentes de aplicación a la actividad turística.

El trabajo concluye con la propuesta de una serie de indicadores de competitividad sistémica adaptados a los destinos turísticos con un análisis de viabilidad respecto de su construcción en base a datos primarios y secundarios. Se ratifica la importancia de avanzar en modelos teóricos - metodológicos que dentro del ámbito de la economía aplicada al turismo, permitan analizar la actividad desde una perspectiva amplia y compleja.

Palabras clave: competitividad sistémica - destinos turísticos - clusters

²² Docente - Investigadora. Centro de Investigaciones Turísticas - Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Universidad Nacional de Mar del Plata. cvarisco@mdp.edu.ar

²³ Becario - Docente. Centro de Investigaciones Turísticas - Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Universidad Nacional de Mar del Plata. gonzalocruz83@hotmail.com

Ushuaia como destino de cruceros desde la visión de las armadoras, las tour operadoras, agentes de viaje locales y visitantes

Marisol Vereda, Marie Jensen y María Elena Daverio²⁴

Palabras clave: turismo de cruceros, actores, puerto

El turismo de cruceros ha ido presentando cambios significativos en los últimos años desde las diferentes modalidades ofrecidas en los programas de viaje, itinerarios propuestos hasta embarcaciones de distinto porte. En este sentido, la ciudad de Ushuaia ocupa un lugar destacado como puerto de cruceros turísticos que se dirigen al extremo de América del Sur y a la Antártida.

El objetivo de esta contribución es conocer el lugar que ocupa Ushuaia como destino de cruceros desde la mirada de distintos actores del sector turístico involucrados en la actividad.

La metodología ha comprendido entrevistas a informantes clave del sector turístico como así también la realización de encuestas a cruceristas que han desembarcado en el puerto de Ushuaia durante la temporada 2007/2008.

Los resultados permiten reconocer las potencialidades de la relación buque-destino en tanto aportan recomendaciones para la toma de decisiones del sector público y del sector privado.

²⁴ Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Departamento de Turismo, Sede Ushuaia. Emails: marisol.vereda@speedy.com.ar; jensenmarieush@gmail.com; medaverio@arnet.com.ar

Trabajo y turismo, desenterrando discursos. Discusión teórica y diálogos con experiencias en Buenos Aires y Mar del Plata

Gabriel Videla²⁵ y Andrés Mazzini²⁶

Palabras clave: trabajo - turismo - trabajadores

Siendo usuales las apelaciones a la capacidad de generación de empleo que la plataforma promotora en turismo difunde sobre la actividad (económica), contrasta que hayan pocos escritos en la Argentina y Latinoamérica que sitúen a la categoría “trabajo” en turismo dentro de los debates y conceptos de la economía política, en tanto que las perspectivas dominantes neoclásica (Capanegra 2008) y pragmática suelen analizar datos (arribos internacionales, ingresos generados, empleos, etc.) eludiendo abordar las condiciones laborales de los trabajadores en Turismo.

¿Cómo se conformarían los valores y los precios de la fuerza de trabajo en Turismo luego de dos décadas de ofensiva neoliberal y con precariedad laboral generalizada?; ¿poseería el trabajo en turismo “rasgos excepcionales” en relación a otras ramas económicas y de servicios?, y ¿qué modalidades individuales y organizativas experimentan sus trabajadores en la actual coyuntura?

El propósito de este trabajo es ejercitar una teorización que habilite el enunciado de algunas hipótesis cuya confrontación empírica tenga validez en el marco de dos proyectos de investigación de posgrado. Sus objetivos son: a) revisar cuestiones teóricas y conceptuales atinentes a categorías de economía política clásica, b) relacionarlas con procesos manifiestos en el ámbito del trabajo en turismo, c) relevar dinámicas notables del proceso de trabajo, y de trabajadores, en la actividad turística, y d) cotejar similitudes y/o diferencias relevantes entre el trabajo en turismo respecto a otras actividades.

El método seguido es la consulta a bibliografía clásica sobre trabajo, la redacción de un estado de la cuestión referida a trabajo en servicios y en Turismo,

²⁵ Universidad Atlántida Argentina, Arenales 2740 (7600) Mar del Plata, atlantida@atlantida.edu.ar. Investigador también del Instituto de Geografía, FFyL, (UBACyT F 078 Crecimiento económico y fractura socioterritorial en la poscrisis metropolitana, nueva agenda para el desarrollo urbano en Buenos Aires) y del PRITUS (Programa Investig. en Turismo y Sociedad), Fac. Cs. Económicas, UBA

²⁶ Docente e investigador de la Universidad Atlántida Argentina, y propulsor de CITYOS (Centro de Investigación de Turismo y Obrero Social)

consulta documental y a otras fuentes, previos al paso metodológico final, entrevistas a actores.

Un resultado preliminar muestra que los trabajadores en turismo no escapan a las determinaciones estructurales y coyunturales imperantes, hecho velado por mecanismos ideológicos generales y específicos de la actividad.

El valor de las marcas Villa La Angostura y Villa Pehuenia

Zanfardini, Marina, Tamagni, Lucía y Gutauskas, Andrea

Palabras clave: Valor marca - Imagen percibida - Villa Pehuenia - Villa La Angostura

INTRODUCCIÓN

En el marco del proyecto de investigación “Marketing de Destinos turísticos. La gestión de las marcas”²⁷, se ha planteado una línea de investigación específica vinculada a la evaluación del posicionamiento de marca comparando a un destino ya consolidado versus un destino emergente.

OBJETIVOS

La ponencia que se presenta da cuenta de un estudio que tuvo como objeto conocer el valor de marca de dos destinos turísticos neuquinos, Villa La Angostura (VLA) y Villa Pehuenia (VP) por parte del mercado emisor de la ciudad de Neuquén Capital.

METODOLOGÍA

El diseño de investigación seleccionado fue de tipo descriptivo. Se aplicó una encuesta personal altamente estructurada a una muestra de 400 habitantes de diferentes barrios de la ciudad seleccionada. La mitad de las encuestas se refirieron a VLA y la otra mitad a VP. Se incluyeron preguntas para evaluar los componentes afectivos y cognitivos de la marca, la calidad percibida en los destinos y la fidelidad hacia la marca. Asimismo se evaluó el rol y la importancia otorgada a los diferentes agentes de conformación de la imagen de marca de los destinos.

RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Se detectó que el mercado de Neuquén Capital tiene en general una conciencia elevada de los destinos, siendo mayor la familiaridad con la marca

²⁷ Desarrollado por la Facultad de Turismo de la Universidad Nacional del Comahue. Directora: Lucía Tamagni, Codirectora: Marina Zanfardini. Facultad de Turismo. E-mail: mzanfard@uncoma.edu.ar; ltamagni@uncoma.edu.ar; andregutauskas@hotmail.com

VLA. En cuanto al componente cognitivo, VLA presenta evaluaciones levemente mayores en cuanto a la majestuosidad paisajística, que ofrecen oportunidad de aventura y el encanto del pueblo/ciudad. VP en cambio ofrece valores levemente más altos en cuanto a las garantías de seguridad que ofrece para vacacionar.

En relación a los sentimientos que despiertan los destinos todos son positivos. Ambos coinciden en ser considerados muy agradables. VP se presenta como un destino más relajante y tranquilo pero a su vez menos divertido en comparación a VLA. La fidelidad es muy alta hacia ambos destinos y lo mismo sucede con la calidad percibida.

Los agentes más frecuentes de conformación de la imagen de marca en este mercado son internet, la visita previa al destino y los comentarios espontáneos de amigos.

El turismo social en la Ciudad de Buenos Aires: un análisis de su estado actual y perspectivas a futuro

*Magister Rubén Octavio Villán*²⁸

La ponencia presentada refleja someramente los resultados de la investigación realizada con el apoyo de la Universidad Nacional de Lanús y su Departamento de Desarrollo Productivo y Tecnológico, y cuyos primeros avances fueran presentados en la anterior edición de la Jornada y Simposio de Investigación-Turismo convocado por el CONDET, sobre el estado del turismo social en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires a partir de la identificación y análisis de políticas públicas nacionales y locales, y sindicales.

Se presenta una breve conceptualización y estado del arte acerca del turismo social, presentando una definición propia que resulta funcional a los fines de la investigación. Posteriormente, presento una introducción al turismo social en la Argentina, para encarar así el análisis del estado actual del mismo en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

La unidad de análisis será el funcionamiento de las políticas de turismo social en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en los años 2007-2008, en base a las siguientes variables: qué programas de turismo social están en funcionamiento bajo la órbita del Gobierno de la Ciudad y el Gobierno Nacional, qué legislación existe al respecto; cuál es la infraestructura existente para poder llevar a cabo programas de turismo social y cuál es el presupuesto destinado a dichos programas.

²⁸ Universidad Nacional de Lanús. Dirección: 29 de Septiembre 3901, Remedios de Escalada. Dirección e-mail: ruben.villan@gmail.com

Microempresas y encadenamientos productivos con el sector turismo en los cantones de Carrillo, Santa Cruz, Nicoya y Nandayure, Guanacaste, Costa Rica

Víctor Julio Baltodano Zúñiga²⁹

María Auxiliadora Brenes Díjeres; Verónica Espinoza Ríos; Laura Vázquez Campos³⁰

Palabras claves: Encadenamientos productivos, micro y pequeña empresa, turismo, desarrollo local, Costa Rica.

RESUMEN

La mayoría de empresarios de las MIPYMES actualmente no cuenta con un préstamo bancario para solventar sus necesidades financieras y de capital. Este bajo acceso a estas fuentes de financiamiento se da por varias razones, siendo las principales el exceso de requisitos que exigen las entidades financieras, la informalidad en las que se mueven estas microempresas y el temor al endeudamiento.

En el caso de las capacidades lingüísticas se muestra la carencia que tiene el personal de las micro, pequeñas y medianas empresas de una mayor preparación del idioma inglés, el cual permita proporcionar un mejor servicio a sus clientes, aunque para algunos sectores esta necesidad aún no es tan evidente, como es el caso del sector textil, todos reconocen la gran necesidad de contar con personal preparado en este campo

En lo que respecta al conocimiento del personal en informática, los resultados son un poco más alentadores que con respecto al conocimiento del inglés, sin embargo, se debe mejorar bastante. Los siguientes resultados lo evidencian: para el sector entretenimiento, un 16,7% de las empresas cuenta con personal que tiene un conocimiento malo en informática, un 33,3% tiene un personal cuyo conocimiento en informática es regular, un 11,1% tiene un conocimiento bueno y otro 11,1% cuenta con colaboradores con un conocimiento muy bueno en el área informática. Para el sector ebanistería un 50% reconoce que, en general, su personal registra un conocimiento malo de informática, un 10% tiene un conocimiento regular, otro 10% un conocimiento bueno, ninguno cuenta con un conocimiento muy bueno.

²⁹ vbaltoda@una.ac.cr / Director Académico, Campus Nicoya, Universidad Nacional, Costa Rica

³⁰ Licenciadas en Dirección Empresarial, Universidad de Costa Rica

En cuanto a la flexibilidad de los procesos se puede percibir que los cuatro sectores, en su gran mayoría, pueden tener flexibilidad para variar la producción. En caso de que surgiera algún imprevisto, las MIPYMES estarían en posibilidad de variar la producción, de acuerdo con la demanda y ajustarla a los requerimientos de los clientes, con respecto al sector de ebanistería, éstos pueden cambiar con facilidad los diseños de los muebles y, en igual medida, consiguen aumentar o disminuir su producción, así como variar los materiales, caso similar ocurre con el sector textil, mientras que para informática y entretenimiento es aún más fácil variar los servicios, pues éstos se basan en lo que desea el cliente.

En lo respecta a la capacitación las MIPYMES deben mejorar ya que no es una política continua. El sector de entretenimiento son las que mayor capacitación han recibido para la gerencia, situación que les ha permitido adquirir mayor conocimiento y especialización en su capacidad administrativa y operativa, esto debido a que el 50% de ellas ha participado en algún tipo de capacitación.

A pesar del gran aporte que puede brindar a las MIPYMES, contar con una relación a largo plazo con otras empresas, sean hoteles de la zona o no, son muy pocas las empresas que han tenido la oportunidad de establecer este ejemplo de relación, ya que para el sector de ebanistería, tan solo un 10% de las empresas manifiesta que en algún momento han entablado una relación duradera con otra empresa, muy similar al porcentaje que muestra el sector textil, el cual es de un 10,5%. Por su parte, las empresas del sector de entretenimiento e informática son las que reflejan un mayor grado de interrelación y compromiso con otras firmas, dado que un 23,5% de MIPYMES del sector de entretenimiento y un 58,3% de empresas del sector de informática han experimentado, en algún momento, cierto grado de encadenamiento.

INTRODUCCION

la presente ponencia aborda los principales elementos caracterizadores de las MIPYMES en los cantones de Carrillo, Santa Cruz, Nicoya y Nandayure.

Estudia desde los años de experiencia que tienen las MIPYMES de los cuatro sectores estudiados hasta aspectos del financiamiento bancario de estas. Es importante anotar que también se estudió las habilidades lingüísticas de las mismas, centradas en el dominio o no del idioma inglés, así como el manejo de herramientas computacionales. En ambos casos se concluye que el manejo de ambos no es suficiente y debe fortalecerse.

Por otro lado, la flexibilidad de los procesos productivos es un elemento que caracteriza a las microempresas, dado su tamaño, estas pueden responder más rápidamente que las empresas grandes.

Sin embargo, a pesar que la flexibilidad se anota como una fortaleza de las MIPYMES, la capacitación por parte de la gerencia y hacia los colaboradores es una debilidad que se debe subsanar.

Por último, es relevante apuntar, que los encadenamientos productivos entre las MIPYMES y el sector turístico son sumamente débiles. Lo anterior, los microempresarios lo achacan a la falta de oportunidades de los hoteleros, y otras empresas relacionadas, a las desconfianza entre ellos, y a la preferencia a trabajar solos sin tener que depender de nadie.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

Se realizó un trabajo de campo donde se contactaron 153 empresas. De estas 56 asistieron a los 5 talleres convocados por los investigadores. Una parte de las sesiones se utilizaron para recabar la información y otra parte para capacitación en alfabetización empresarial. Para ubicar las MIPYMES en el contexto de la investigación se procedió a definir las unidades de estudio como: Microempresas: Unidades económicas que cuentan con un número de colaboradores mayor a uno pero menor o igual a cinco y ventas anuales no superior a \$150.000 USA. Pequeñas empresas: De 6 a 30 colaboradores y ventas no superiores a \$500.000 USA y las medianas empresas: 31 o más colaboradores y ventas anuales no superior a \$1.000.000 USA. En la práctica se trabajó con microempresas.

Adicional a lo anterior las empresas debían estar operando en el mercado y encontrarse ubicadas en los cantones de Carrillo, Santa Cruz, Nicoya y Nandayure de la Provincia de Guanacaste, Costa Rica. La investigación realizada es de tipo descriptiva y cuantitativa.

En cuanto a los instrumentos se aplicó un cuestionario denominado “Encadenamiento Productivo entre PYMES y el Sector Turístico de Guanacaste” con 42 preguntas, de ellas 38 cerradas y 4 abiertas. Además, se trabajó con una Guía de Necesidades de los colaboradores, otras para los Gerentes y una Guía de Observación de las empresas.

EJE 3
TURISMO, TERRITORIO
Y DESARROLLO

Aportes del turismo a la economía solidaria. Ruta de emprendedores: caminos de turismo comunitario para la promoción del desarrollo local de la zona sudoeste de la ciudad de Rosario, Santa Fe

Marta Vitta, Adela Puig, Natalia Urquiza³¹

Las comunidades barriales de las cuales provienen los emprendedores, son, en su mayoría, sectores marginales de la ciudad que vienen, resistiendo a procesos de crisis y exclusión, intensificados por la macropolítica nacional y las desigualdades presentes en el desarrollo local-regional.

Sobrellevan dificultades para el acceso al mundo laboral provocadas fundamentalmente por la edad y la falta de capacitación o escolaridad. También reconocen y valoran la presencia de saberes artesanales que les fueron transmitidos por sus antecesores. Transmisión interrumpida en muchas familias y que es deseable recuperar. Estos saberes que se han plasmado en sus microemprendimientos han sido percibidos por los mismos emprendedores como un potencial para ser ofrecido a los turistas, especialmente a un perfil de turista que busca el contacto con estas identidades.

Los objetivos de este proyecto intentan precisamente generar ámbitos de desarrollo de propuestas turísticas que involucren a la comunidad local, resaltando la identidad cultural de Rosario a través de sus emprendedores y promoviendo emprendimientos productivos asociados el turismo justo y comunitario.

Como consecuencia de la creación de este nuevo producto turístico que reúne tanto a la demanda en busca de identidad como a la oferta en busca de promoción de sus productos, se intenta fortalecer a los emprendimientos ya existentes a través del acceso a un mercado como el turístico.

La Cooperativa de Trabajo Encuentro, propone un entramado de redes que impulsen acciones de desarrollo local sustentable para fortalecer los emprendimientos productivos accediendo al mercado turístico en la modalidad de justo y comunitario en la zona sudoeste de la ciudad de Rosario incrementando la oferta turística de la ciudad bajo el lema “Rosario, ciudad emprendedora”, y orientado a rescatar los valores artesanales de los emprendedores.

Palabras clave: economía solidaria, turismo responsable, identidad.

³¹ Universidad Nacional de Rosario, Oroño 1261, Rosario, Santa Fe. Email: Email: adelapuig@hotmail.com

¿La cultura como recurso dinamizador de la economía local? El turismo y el patrimonio como motor de regeneración urbana en la ciudad de Buenos Aires

Mariana Gómez Schettini, Karina Benito.³²

En la Ciudad de Buenos Aires se ha elaborado una relación entre turismo, patrimonio y dinamización económica a partir de los cambios registrados desde la devaluación de la moneda argentina post crisis del modelo de convertibilidad en el año 2001. La ponencia describe cómo se ha articulado tal relación a los fines darle legibilidad a un proceso vinculado con las políticas públicas orientadas a fomentar la regeneración urbana. Las políticas, en la actualidad, a nivel local, se articulan así con transformaciones urbanas evidentes que se han comenzado a promover como consecuencia inevitable de las crisis. La fórmula de la “cultura como recurso” analizada por Harvey; 1989, Yudice; 2004 e influencias de las experiencias de gestión cultural y producción teórica española (Ballart Hernández y Tresserras 2001, Cortés Puya 2005, Santana, 1997, Prats, 1997, Puig, 2004, etc.) sitúan la cuestión en un debate internacional sobre cómo serán las ciudades contemporáneas.

En este contexto, a través del relevamiento de fuentes secundarias de las políticas públicas, se analizan los modos de promoción y dinamización de ciertos circuitos turísticos culturales y patrimoniales en los barrios de Palermo y Mataderos en el marco de las nuevas transformaciones socio-territoriales de la Ciudad de Buenos Aires.

³² Instituto de Investigaciones Gino Germani UBA. Correo electrónico: karina.benito@speedy.com.ar y marianghs@hotmail.com

Hacia una caracterización de los Municipios Turísticos Costeros del Sudoeste de la Provincia de Buenos Aires, para contribuir con la planificación del desarrollo turístico local

Lic. Lorena Beier - Lic. Erica Porras - Lic. Claudio Tesan - Dra. Andrea Savoretti³³

INTRODUCCIÓN

Los municipios turísticos costeros del sudoeste bonaerense (SOB) presentan ciertas características que lo diferencian de la mayoría de los municipios meramente agropecuarios de esta región.

En estos municipios, el turismo no solo es la principal fuente de recursos sino que genera un impacto social y cultural en toda la comunidad. La problemática que atraviesan estos distritos radica principalmente en que han de prestar determinados servicios de manera obligatoria por lo que se ven compelidos a realizar un especial esfuerzo financiero, planificador y organizativo debido al incremento en la demanda de los usuarios, motivado por el flujo turístico. Este gran esfuerzo no está compensado económicamente ya que los ingresos del municipio son totalmente insuficientes para dichas atenciones. De esta manera se ocasiona un mayor desequilibrio financiero del que habitualmente vienen sufriendo.

Asimismo, la estacionalidad de la demanda que poseen estos destinos costeros genera problemas en el empleo y en la posibilidad de capacitar y retener personal más allá de la alta temporada, sumado a una gran ociosidad del equipamiento turístico en una parte importante del año.

OBJETIVOS, METODOLOGÍA, RESULTADOS Y CONCLUSIONES

La necesidad de reforzar el marco teórico referido a los municipios turísticos costeros argentinos y producir información específica sobre aquellos que se encuentran en el SOB, condujo a realizar el presente trabajo cuya finalidad es explorar e identificar los indicadores que permitan delimitar a los municipios turísticos costeros de esta región, para luego poder definir su concepto y caracterización.

³³ Universidad Provincial del Sudoeste, Alvarado 328, Bahía Blanca, Buenos Aires. Emails: savoreti@upso.edu.ar - lbeier@upso.edu.ar - ctesan@upso.edu.ar - erica.porras@upso.edu.ar

En primera instancia, se realiza una exploración de la bibliografía actual con el fin de presentar una aproximación a la conceptualización de los municipios turísticos costeros. En una segunda etapa, se analizará como caso de estudio al partido de Monte Hermoso, para verificar que los parámetros obtenidos efectivamente representen las características de estos municipios.

A modo de conclusión, se propone no sólo obtener los parámetros necesarios sino también un avance en el conocimiento de la idiosincrasia de estos municipios, ya que es un paso fundamental para la planificación estratégica de un destino turístico. Es por eso que se considera que este aporte podrá servir de base para la realización de futuros trabajos.

Palabras claves: municipios turísticos costeros - estacionalidad - partido de Monte Hermoso

Mar del Plata como destino maduro: capital social y estrategias turísticas alternativas

Bernarda Barbini³⁴

Palabras claves: Mar del Plata - estrategias de reconversión turística - actores locales - capital social

La ciudad de Mar del Plata, se define como un destino caracterizado por la estacionalidad, es decir, la concentración de turistas e ingresos en concepto de turismo en la temporada estival. A ello se suma su condición de destino turístico maduro, cobrando relevancia aspectos tales como la degradación del paisaje, la saturación del espacio, la reducción del gasto medio de los turistas y la escasa capacidad de generar productos turísticos complementarios.

Esta situación, plantea la necesidad de incorporar a la oferta turística marplatense opciones alternativas que superen el modelo turístico tradicional de sol y playa, priorizando el desarrollo local, de manera tal que los ingresos en concepto de turismo permanezcan y se derramen en la comunidad mediante la implementación de estrategias de reconversión, en función de nuevas opciones de valorización, patrimonialización y gestión del espacio local.

Este proceso demanda un reconocimiento por parte de los actores y agentes turísticos locales que se involucran con la actividad, surgiendo así la necesidad de búsqueda de condiciones que estimulen sinergias de desarrollo, basadas en las complementariedades y asociaciones entre diferentes sectores y dentro de ellos.

Con esta perspectiva, la ponencia describe los avances de un proyecto de investigación en curso³⁵ donde se aplican entrevistas a una muestra cualitativa intencional, con el propósito de describir y analizar el estado del capital social de los actores y agentes correspondientes al sector turístico de la ciudad, para evaluar la factibilidad de puesta en marcha de procesos de cambio.

Se concluye que los componentes del capital social de actores y agentes turísticos en esta ciudad, entendido como el contenido de estructuras y relaciones sociales caracterizadas por la confianza, la reciprocidad y la cooperación; varían en relación a la diferencial ubicación y consecuente variedad de intereses dentro del sector.

³⁴ Lic. en Sociología. Mg. en Ciencias Sociales. Centro de Investigaciones Turísticas. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. UNMDP.

³⁵ Capital social y desarrollo local: Diagnóstico sobre el sector turístico marplatense para la implementación de estrategias de reconversión turística". Centro de Investigaciones Turísticas, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, UNMDP.

Turismo y capital social. Enfoques para el análisis del desarrollo turístico local

Bernarda Barbini³⁶, Nadia Roldán³⁷, Mariangel Cacciutto³⁸

Palabras Clave: Turismo - Desarrollo Local - Capital Social

El estudio del turismo y su aporte al desarrollo es abordado en forma casi excluyente desde enfoques económicos y territoriales. Considerando la complejidad del fenómeno, es posible dar cuenta de la escasez de investigaciones referidas al análisis de las sociedades locales, incluyendo sus interrelaciones, concepciones y acciones en función del desarrollo turístico.

Para el abordaje de este aspecto se introduce el concepto de capital social, entendido como el contenido de relaciones y estructuras sociales que incluyen actitudes de confianza, reciprocidad y cooperación entre los actores sociales involucrados con el turismo. A través de esta conceptualización, se propone un enfoque complementario para abordar los estudios de potencialidad turística.

Tomando esta perspectiva, el objetivo del trabajo consiste en dar a conocer, a través de la presentación de dos investigaciones en curso sobre casos diferentes (tanto en el aspecto territorial como en lo referido las instancias de desarrollo turístico); alternativas de análisis a partir del concepto de capital social, susceptibles de ser aplicadas para conocer la factibilidad de concreción de proyectos de desarrollo turístico.

A partir de los avances de estos proyectos, se espera obtener resultados diferentes respecto de la composición del capital social de las comunidades estudiadas, atribuibles a las distintas situaciones analizadas, tratándose en un caso de un territorio turístico potencial de interior y de mediana escala; y en el otro, de una comunidad inserta en un territorio mayor de turismo litoral consolidado.

³⁶ Lic. en Sociología. Mg. en Ciencias Sociales. Investigadora del Centro de Investigaciones Turísticas. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. UNMdP.

³⁷ Alumna de la carrera de Licenciatura en Turismo. Becaria de investigación. Centro de Investigaciones Turísticas. FCEyS. UNMdP.

³⁸ Alumna de la carrera de Licenciatura en Turismo. Becaria de investigación. Centro de Investigaciones Turísticas. FCEyS. UNMdP.

Rutas temáticas y valorización turística del territorio

Rodolfo Bertonecello³⁹

Este trabajo tiene por objetivo reflexionar acerca de la relación existente entre las rutas temáticas, uno de los productos turísticos que viene desarrollándose con énfasis en los últimos años, y los procesos de valorización y organización del territorio. Lo hace a partir de resultados de investigación alcanzados en el marco del equipo de trabajo “Turismo y territorio” del Instituto de Geografía de la UBA.

Como productos turísticos, las rutas temáticas se organizan en torno a un tema convocante que les da sentido, incluyendo desde la selección de atributos que se convierten en atractivos turísticos hasta la organización de los circuitos que, a modo de redes, se fijan en determinados lugares. De esta manera, el territorio de lo cotidiano es resignificado y reapropiado para la función turística. En este proceso, se activan mecanismos de selección y exclusión que, si bien no se manifiestan en los discursos turísticos que tematizan la ruta en cuestión, resultan de gran interés para comprender sus características y, al mismo tiempo, sus impactos en los lugares donde se llevan a cabo.

El trabajo expone una revisión y sistematización conceptual acerca de estas cuestiones, y presenta resultados de investigaciones llevadas a cabo sobre distintas rutas temáticas del país (estudios de caso). Los resultados permiten reconocer el papel que juegan los discursos y narraciones que, en función del eje temático, reorganizan el territorio y sus atributos en función de su adecuación a los contenidos narrativos propuestos, iluminando ciertos atributos y desdibujando otros. Estas cuestiones permiten repensar el papel de las escalas y de los recursos turísticos del territorio (particularmente aquellos a los que se atribuye valor patrimonial), y realizar aportes de interés no sólo para el avance del conocimiento sino también por su potencial transferencia para la gestión sectorial.

Palabras clave: rutas turísticas - territorio - patrimonio - escala

³⁹ Profesor titular de la UBA e investigador independiente del CONICET. Instituto de Geografía de la Universidad de Buenos Aires (rberton@fibertel.com.ar).

Modelos de diagnóstico para la localización de club de pesca

Carlos Gabriel Bianchi⁴⁰

ANTECEDENTES:

Existe la tendencia en Argentina de desarrollar nuevos productos en función del tipo de organización, elección del atractivo y segmento al cual apuntar. Estos productos aparecen como distintas opciones de turismo alternativo que en muchos casos surgen junto con el desarrollo de distintos destinos que buscan oportunidades de crecimiento de la mano del turismo.

Este artículo se ha generado a partir de la realización de un trabajo de desarrollo de un nuevo producto orientado a la pesca deportiva bajo un principio de sustentabilidad en la cátedra de Planificación espacial de las actividades turísticas.

Describe un modelo que permite analizar los lugares aptos para el desarrollo del proyecto.

METODOLOGÍA:

Se ha realizado un relevamiento de diagnóstico mediante la utilización del modelo F.A.S. (modelo de la Organización Mundial de Turismo - OMT- que permite analizar la realidad de la actividad turística). Tal información de datos objetivos ha permitido la toma de decisiones sustentadas en la realización de un análisis FODA. Ambos modelos fueron elegidos por ajustarse a los requerimientos de los términos de referencia TDR de unidades bancarias que financian la implementación de nuevos proyectos turísticos .

RESULTADOS:

Muestran que la aplicación del presente modelo logra una descripción concreta de la realidad sobre la cual debemos intervenir, permitiendo una rápida sistematización de los datos relevados, permitiendo relacionarlos entre sí para la correcta toma de decisiones, identificando a su vez, los puntos más importantes a trabajar.

⁴⁰ Alumno de la carrera de Lic. en Turismo de la Facultad de Ciencias Aplicadas al Turismo y la Población de la Universidad de Morón. Website: www.unimoron.edu.ar / Email del autor: gabriel_bianchi@hotmail.com

CONCLUSIÓN:

La utilización de la presente metodología brinda la posibilidad de aplicarla en cualquier proyecto que requiera el relevamiento de un determinado lugar para el posterior desarrollo de un proyecto turístico.

Palabras claves: Productos innovadores - Modelos de diagnóstico - Turismo alternativo

Mar del Plata en el imaginario colectivo. Estudio de caso: la marca Mar del Plata

Mg. Ana María Biasone⁴¹

Palabras clave: marca / Mar del Plata / city-marketing

INTRODUCCIÓN

“Ya la conocés, ahora descubrila”. Con este slogan se puso en marcha en 1996 una campaña para recuperar la fuerza de la *Marca Mar del Plata*. En momentos en que desde el Estado Nacional se trabaja en el proyecto *Estrategia Fundacional de Marca País* adquiere sentido y resulta oportuno, analizar el caso como experiencia pionera de formación de imagen de marca de un destino.

OBJETIVO

Analizar la génesis y el desarrollo de la *Marca Mar del Plata* hasta su actual posicionamiento y describir los elementos que contribuyen a la formación de la imagen del destino turístico, desde la contribución que realiza la comunicación institucional, a partir de la proposición de marca-ciudad (*city-marketing*) y en el marco de la investigación en Turismo.

METODOLOGÍA

El modo de abordaje del objeto de estudio se inscribe en el método de caso (exploratorio y descriptivo). Desde esa perspectiva se observa el comportamiento y el recorrido de las variables más relevantes y pertinentes a la temática en cuestión.

RESULTADOS

En un contexto competitivo a ultranza de los destinos, resulta imprescindible comprender el devenir de la actividad si se aspira a la supervivencia de centros turísticos que, como Mar del Plata, transitan su etapa de madurez.

⁴¹ Universidad Nacional de Mar del Plata - Funes 3250 (7600) Mar del Plata - biasone@mdp.edu.ar

CONCLUSIONES

Mantener vivos los factores que sostienen la vigencia de la *marca Mar del Plata* en el imaginario colectivo de los argentinos, es una tarea que requiere de la acción conjunta y mancomunada de residentes, agentes económicos y Estado. La identidad de la marca constituye un atributo diferencial y posee un alto valor estratégico en la conformación de una imagen institucional poderosa, factor de vital importancia en el actual contexto de sociedades del conocimiento donde lo que hay que gestionar no es ya la ciudad, sino su imagen y su marca.

Indicadores de articulación y asociatividad para las políticas turísticas de la ciudad de Neuquén

Bosch, José Luis y Merli, María Carolina

Palabras clave: políticas turísticas, articulación, asociatividad

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene por finalidad exponer algunos resultados del trabajo “Estudio de las políticas públicas y la gestión en el proceso de desarrollo turístico-recreativo de la ciudad de Neuquén” con el objeto de caracterizar la articulación de las políticas entre organizaciones públicas y la asociatividad para el desarrollo turístico.

OBJETIVOS

Definir los indicadores que dan cuenta de la articulación de las políticas turísticas de los distintos organismos públicos de la ciudad de Neuquén y la asociatividad entre el sector público y privado.

METODOLOGÍA

Se realizaron entrevistas con bajo grado de estructuración a informantes clave de organismos del sector público involucrados en el turismo, asociaciones que nuclean distintos organismos privados vinculados al turismo e informantes de agencias de viajes de la ciudad.

RESULTADOS

Como resultado de este análisis se ha analizado el modo de darse la articulación de políticas turísticas en distintos grados de complejidad o su ausencia entre organismos públicos. Así también se ha analizado la asociatividad público-privada a través de indicadores que reflejan diversos niveles de integración entre estos sectores.

CONCLUSIONES

La articulación de las políticas turísticas es observable a nivel de gestión, no así en la etapa de diseño de las mismas. La articulación se da principalmente en los niveles operativos del gobierno a partir de la resolución de necesidades concretas.

Existen problemas en articulación de políticas hacia el interior de los propios organismos públicos de turismo, reflejada en dificultades o ausencia de gestión.

Respecto de la asociatividad público - privada esta se evidencia a través de acciones específicas tanto con los organismos de turismo municipal como provincial.

Se observó también otra modalidad de asociación entre los organismos privados, que si bien es ajena a las políticas públicas del turismo se relaciona con la misma y se considera de relevancia como indicador del grado de desarrollo que alcanza la actividad.

El desarrollo turístico como estrategia política de Estado, Argentina 1934-2005, una visión “secular”

Lic. Alejandro Capanegra⁴².

Palabras clave: Turismo, política, desarrollo.

INTRODUCCIÓN:

El Estado debe intervenir en la actividad turística, esto es innegable. Las implicaciones económicas, sociales, políticas y medioambientales del desarrollo turístico, justifican plenamente el accionar del Estado. En tal sentido, la ponencia presenta una visión de largo plazo sobre el sentido de las principales actuaciones políticas que, a lo largo del siglo XX, fueron aplicadas por el Estado Nacional para el desarrollo del turismo.

OBJETIVO:

Exponer el significado y sentido asignados al desarrollo turístico, como estrategia política del Estado Nacional, durante el período 1934-2005.

METODOLOGÍA:

Es una investigación de sociología histórica comparativa. Convoca un diseño no-experimental y una estrategia de análisis longitudinal que plantea la combinación de dos métodos fundamentales de los estudios comparativos: *el análisis de casos* y *el análisis de variables*.

CONCLUSIONES:

La dimensión política del desarrollo turístico argentino, se desplegó en dos planos: 1º Argumental, donde se postula al sector como factor de gran relevancia a los “*intereses*” del país. Este plano, fue consolidándose lentamente con una clara impronta de modelos analíticos producidos en Europa, que actores sociales

⁴² Sociólogo, Coordinador del “Programa Interdisciplinario de Investigación en Turismo y Sociedad”, Facultad de Ciencias Económicas, UBA, Av. Córdoba 2122 1º of. 111 (CP 1120AAQ) Mail: pritus@econ.uba.ar

locales expusieron e ilustraron de diversas maneras. 2º Operacional, donde más allá de las singularidades asumidas por las actuaciones y políticas implementadas desde 1934 y hasta la actualidad, las mismas contribuyeron a consolidar para el desarrollo turístico tres orientaciones de gran alcance, a saber:

1. Como agente modernizador.
2. Como política social.
3. Como estrategia económica.

Estas orientaciones, contribuyeron a fortalecer tres funciones básicas de todo gobierno:

1. Asegurar el orden social.
2. Crear y consolidar condiciones para el proceso de acumulación.
3. Obtener y aumentar el apoyo político.

Ciertamente, dichas orientaciones cooperaron en grado diverso con cada una de éstas funciones según los intereses particulares de cada gobierno. Ello, permite inferir que el accionar del Estado en materia turística no ha sido errático ni disperso, sino funcional a los intereses y objetivos que cada gobierno se planteó, promovió y pudo impulsar.

Demanda y percepción de calidad de servicios turísticos. Estudio de caso: Comarca Turística de Sierra de la Ventana

Lic. Josefina Caruso⁴³ y Mg. Ma. del Carmen Vaquero⁴⁴

El presente trabajo corresponde a la Beca de “Iniciación a la Investigación para Egresados” y forma parte del proyecto “El Circuito Mar y Sierra como nuevo destino turístico del Sudoeste de la Provincia de Buenos Aires”, perteneciente al PGI-TIR (Proyectos de Grupos de Investigación en Temas de Interés Regional), que se lleva a cabo en el Departamento de Geografía y Turismo, subvencionado por la Secretaría General de Ciencia y Tecnología de la Universidad Nacional del Sur.

El objetivo principal de esta ponencia es “Caracterizar la demanda turística de la Comarca Serrana y conocer la percepción que sobre la calidad de los servicios tienen los visitantes” y, como objetivos específicos se propone, conocer el perfil del turista, la composición del gasto y el grado de satisfacción del visitante.

La investigación realizada es de tipo cuali-cuantitativa y el método de obtención de la información se apoya en un cuestionario semi-estructurado, con preguntas abiertas, cerradas y mixtas. La información primaria se obtiene a través de la encuesta personal, por ser la técnica más utilizada y confiable para la recopilación de datos.

Las encuestas fueron distribuidas de modo proporcional a la capacidad de alojamiento (hotelero y extra-hotelero) que en forma simultánea ofrecen los centros que conforman la Comarca Turística de Sierra de la Ventana. Se identificaron y determinaron cuatro puntos de toma, que corresponden a: Sierra de la Ventana, Villa Ventana, Parque Provincial Ernesto Tornquist y Saldungaray y se aplicaron en vacaciones de invierno, período estival y Semana Santa.

Los resultados obtenidos permiten realizar un estudio comparativo y determinar las diferencias: en el perfil del turista, en su percepción sobre la calidad de los servicios y atención al visitante y el grado de satisfacción de los mismos, en los distintos períodos asignados. Estos resultados contribuirán, además, en la elaboración de un sistema de indicadores tendiente a convertirse en una herramienta para la gestión y evaluación de la calidad del destino.

⁴³ Universidad Nacional del Sur- Departamento de Geografía y Turismo. mjcaruso@uns.edu.ar

⁴⁴ Universidad Nacional del Sur- Departamento de Geografía y Turismo. mvaquero@uns.edu.ar

Flujos de visitantes y de buques de turismo antártico que operaron en el puerto de Ushuaia durante la temporada 2008/2009

María Elena Daverio⁴⁵ y Marisol Vereda

Palabras clave: Turismo antártico, flujos turísticos, Tratado Antártico.

La ciudad de Ushuaia (54° 48' S - 68° 19' O), ubicada en el extremo meridional de América del Sur, se caracteriza por tratarse de la puerta de entrada marítima de flujos de visitantes antárticos más activa desde mediados de la década del '90, concentrando, aproximadamente, más del 90 % de los buques turísticos que visitan la Antártida.

Esta contribución tiene como objeto presentar la situación de los flujos de visitantes y de los buques que a través del puerto de Ushuaia visitaron la Antártida para la temporada 2008/2009. Para tal fin se consultaron los manifiestos de los buques de turismo antártico registrados ante la autoridad de aplicación argentina, en algunos casos se ha contrastado la información presente en estos documentos con los itinerarios publicados por las tour operadoras y sus planes de viaje.

A partir de los datos obtenidos ha sido posible construir información estadística que permite conocer la cantidad de buques que operaron la Antártida para la temporada de análisis, los tipos de buques, cantidades de pasajeros y tripulantes, especificidades en relación con miembros del "staff" y capitanes de hielo, registros, entre otros.

La interpretación de la información obtenida es una herramienta que permite observar cómo las acciones vinculadas a la práctica turística se relacionan con las regulaciones que impone el Tratado Antártico y de qué modo Ushuaia opera en su rol de puerto de entrada a la Antártida.

⁴⁵ Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Sede Ushuaia. Darwin y Canga s/n° (9410) Ushuaia. medaverio@arnet.com.ar; marisol.vereda@speedy.com.ar

Puesta en valor y en desarrollo de recursos turísticos regionales en el salado sur: Chascomús y su región

Arq. Ricardo Dosso⁴⁶

INTRODUCCIÓN

Las condiciones que dieron a Chascomús significación en el contexto de la actividad turística de la Provincia de Buenos Aires, la impronta de su laguna, como recurso natural protagónico y el casco histórico neocolonial relativamente desvitalizado en sus condiciones susceptibles de activación, ya no resultan suficientes por si mismas para inducir actividad turística sostenida y cualificada. Sin embargo las condiciones potenciales de atractividad, aptitud y accesibilidad de su entorno regional confieren alternativa para articular actividades turístico-recreacionales que potencien sus posibilidades de competitividad a condición de su puesta en valor y en desarrollo turístico-recreacional apelando a las nociones de complementariedad regional, competitividad económica, habitabilidad socio-turística y sustentabilidad ambiental.

OBJETIVOS

1) Realizar un diagnóstico de actualidad y potencialidad de recursos naturales, culturales y paisajísticos regionales al tiempo que de la situación de los campos de actuación en que interviene el turismo. 2) Realizar una propuesta de recomendaciones de acción regional y municipal dirigidas a la construcción de un sistema de productos turísticos regionales articulables y al mejoramiento y/o desarrollo de los campos de actuación que confieran capacidad de gestión y soporte

METODOLOGÍA

La unidad de estudio es el territorio integrado por los partidos de Chascomús, y los partidos adyacentes de Gral Paz, Gral Belgrano y Pila. Las instancias del proceso metodológico incluyen las fases diagnóstico y proposición aten-

⁴⁶ Centro de Investigaciones Turísticas. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Universidad Nacional de Mar del Plata. Funes 3250. CP 7600. Mar del Plata . Email: rh2so@hotmail.com

diendo en cada fase los campos de actuación y las variables que le implican en las fases consignadas. Las técnicas empleadas se han centralizado en entrevistas realizadas a actores claves, la consulta documental, y las técnicas de evaluación A.A.A, Foda y matrices interactivas.

RESULTADOS

Los resultados del estudio 1) ratifican la nodalidad turística actual y potencial de Chascomus sustentada en su centralidad territorial significativa en microregion; 2) determinan las condiciones potenciales de los centros urbanos de Ranchos y Gral Belgrano y sus respectivos entornos como de centro recreacional y nodalidad potencial respectivamente susceptibles de integrar con Chascomús - centro de estadía -, una red turístico-recreacional competitiva por complementariedad de sus recursos, productos, y de la acción y actuación de los campos de actuación que integran el sistema de gestión local y regional; 3) permiten la puestas en valor y en desarrollo.

CONCLUSIONES

Los resultados del trabajo constituyen una contribución práctica para la región, para los municipios que le integran y para la gestión provincial a través de la propuesta de un sistema de estrategias y proyectos de acción y actuación apelando a la noción de complementariedad intermunicipal para alcanzar una fortaleza posicional de la microregión en la cuenca del Salado Sur.

Palabras clave: Puesta en valor y Desarrollo - Productos Turísticos Articulables - Región Salado Sur.

Identificación, evaluación y puesta en valor de bienes arqueológicos para un turismo sostenible mediante la parametrización: caso Isla Gran Canaria

*Um Flores, Erika*⁴⁷

Esta investigación pretende desarrollar un diseño de estrategias de carácter integral, en este sentido se propuso aplicar una metodología de carácter analítico con el objetivo de evaluar y comparar la situación actual de los subsistemas sociales, físico ambientales y económicos mediante la identificación de parámetros de medición, con el fin de valorar que bienes patrimoniales arqueológicos son potencialmente serían utilizados como parte de la oferta de turismo cultural sostenible.

Actuando bajo el concepto de sostenibilidad se dividió los parámetros en cuatro subsistemas: medio ambiente, arqueológico, social político, y economía del turismo, este estudio se aplicó en la comarca de noroeste de la isla Gran Canaria por ser una de las zonas más representativas por su patrimonio arqueológico y étnico.

Para lo cual se utilizó el método delphi, basado en la realización de encuestas a expertos, complementado con métodos de ponderación de criterio; teniendo cinco etapas de trabajo: i) identificación de parámetros para valorar y evaluar la situación actual de los bienes arqueológicos y su gestión, así como los factores externos que lo influyen, ii) realizar una fase de criba de parámetros, iii) identificación de valores que son sostenibles, iv) planteo de un sistema de mejoras de cada subsistema y v) determinación de zonas turísticas mediante el empleo del SIG.

Siendo los parámetros más valorados el valor intrínseco del bien arqueológico, es decir la representatividad, la significancia, la temporalidad y la complementariedad con otros bienes alrededores, asimismo los factores externos sociales y económicos de relevancia fueron la titularidad y uso del suelo, el plan de ordenamiento de la comarca y el nivel de co-gestión de la comunidad local con los actores responsables, así como la cercanía a áreas naturales protegidas o senderos aborígenes.

Y fue el ayuntamiento de Gáldar en la que se identificaron más zonas para desarrollar este turismo cultural.

Palabra clave: Turismo, valoración, arqueología, planificación, sostenibilidad.

⁴⁷ Universidad las Palmas de Gran Canaria, edificio de Arquitectura Planta 3, Dpto. Ciudad Arte y Territorio. Campus Universitario. <http://www.dact.ulpgc.es/principal.html>.

Patrimonio material e inmaterial del centro histórico de Carmen de Patagones: la incidencia de la política pública en la consolidación de un destino turístico potencial

Fabrizio Inglesé⁴⁸

La actividad turística en el sudoeste bonaerense ha ido evolucionando de manera sostenida en la última década. Este espacio geográfico ha visto como las nuevas tendencias en el turismo junto a las técnicas de información disponibles lo han posicionado como un escenario emergente dentro de los mercados regionales y nacionales.

El caso de estudio, centrado en la localidad de Carmen de Patagones, se orienta principalmente hacia el análisis del centro histórico de la ciudad (fundada en el año 1779) y hacia cómo las medidas políticas impulsadas desde el municipio, la provincia y la nación han permitido la conservación del patrimonio material e inmaterial para la consolidación de la actividad turística en el sector. Carmen de Patagones posee una importancia estratégica como puerta de conexión entre la Patagonia argentina y la dinámica provincia de Buenos Aires, lo cual ha generado un replanteamiento en la organización de su actividad turística. A partir de esta situación, se hace hincapié en la relevancia que reviste la comunicación entre agentes públicos y privados a la hora de planificar una actividad sobre un espacio determinado, priorizando el beneficio colectivo sobre el sectorial.

El análisis de bibliografía específica de geografía y turismo, la revisión de documentación oficial, la utilización de cuadros estadísticos y la elaboración de cartografía se presentan como los puntos sobresalientes de la metodología utilizada. La investigación ha permitido concluir que la potencialidad de la localidad como destino turístico encuentra una fuerte limitante en la escasa inversión privada, la marcada estacionalidad de la actividad y la elección de la ciudad como destino de paso.

Palabras clave: Carmen de Patagones - Ciudad histórica - Potencialidad turística.

⁴⁸ Licenciado en Geografía. Departamento de Geografía y Turismo. Universidad Nacional del Sur, 12 de Octubre y San Juan - 4º Piso - (8000) - Bahía Blanca. Email: fabricioinglese@yahoo.com.ar. El presente trabajo integrará el Proyecto: "Turismo y desarrollo: nuevos escenarios en la gestión integral de destinos turísticos en el Sudoeste bonaerense" (24/G051)

Tensiones socio-territoriales en las localidades balnearias del Partido de Tres Arroyos. Hacia un modelo de desarrollo turístico excluyente

Facundo Martín Hernández⁴⁹

Las localidades balnearias del Partido de Tres Arroyos (Orense, Claromecó y Reta) han tenido un crecimiento exponencial en materia turismo de sol y playa, que se ha traducido en un desarrollo urbano intensivo asociado. Con ciertas diferencias de escala entre los tres balnearios, este proceso se ha generado a partir del llamado turismo alternativo –o postfordista– que reubicó las playas tresarroyenses dentro del modelo de turismo ecológico y slow, iniciando de esta forma procesos de turistificación que implicaron nuevas formas de comercialización de estas costas. El turismo neo-exclusivista es el modelo que se proyecta para estas costas basadas en el modelo de urbanizaciones privadas, los paradores costeros, la forestación de los campos de dunas, el equipamiento para deportes de elite, entre otros.

Sin embargo, persisten resistencias al cambio del turismo tradicional –de carácter familiar y multicasista– a un turismo neo-exclusivo. En función de esta situación, el presente trabajo tiene por objetivo analizar estas tensiones socio-territoriales entre los actores afianzados al modelo de desarrollo turístico preexistente –tanto pobladores locales como turistas– y los nuevos actores extraterritoriales de carácter empresarial –principalmente desarrolladores urbanos. Se partió del supuesto que las nuevas formas de desarrollo turístico neoexclusivo, y el tipo de urbanización asociada, desarticulará la economía turística local, por tratarse de un modelo cerrado sin capacidad de distribución de las riquezas generadas por la actividad.

La metodología de trabajo fue la realización de entrevistas a informantes claves, encuestas a pobladores permanentes y turistas. Se realizaron trabajos de campo a través de mediciones con GPS, relevamientos e inventarios del paisaje, estudios comparativos a nivel nacional e internacional. De esta forma se obtuvieron distintos resultados proyectivos sobre los impactos negativos sobre la sociedad, la economía y el medio ambiente del turismo neo-exclusivista en las localidades balnearias de Tres Arroyos.

Palabras Clave: Turismo de sol y playa - neo-exclusivismo - Tres Arroyos

⁴⁹ Profesor en Geografía, UNMdP. Investigador del Centro de Estudios Históricos Arquitectónicos y Urbanos (CEHAU), FAUD, UNMdP. Doctorando UNNE. Becario CONICET.

El turismo alternativo: una herramienta posible para fomentar el desarrollo local en pequeñas localidades rurales

Lic. Luciano Fernández de Liger⁵⁰

TEMAS PRINCIPALES:

- Localidades Rurales: N° estadísticos, problemas y necesidades.
- Turismo Alternativo: características que lo distinguen del convencional.
- Clasificación del turismo.
- Modalidades del Turismo Alternativo: Ecoturismo, Turismo de Aventura y Turismo Rural.
- Beneficios económicos y sociales del desarrollo del turismo alternativo en comunidades rurales.
- Desarrollo Local: sus características principales y las que coinciden con las estrategias del Turismo Alternativo.
- Marco Legal: Ley 13.251 breve descripción del “Régimen de Promoción de Pequeñas Localidades Bonaerenses”.
- Algunos Programas que sirven de herramienta al proceso de desarrollo local en los pueblos rurales.
- Algunas asociaciones y organizaciones de ayuda que están trabajando con los pueblos.

Caso de estudio: Paraje Monasterio, Partido de Chascomús, Provincia de Buenos Aires - Argentina.

Mediante este trabajo, investigo la posibilidad de establecer al turismo alternativo, en cualquiera de sus modalidades (turismo de aventura, ecoturismo o turismo rural), como opción de desarrollo económico local del Paraje Monasterio.

Para esto, analizo la participación y organización de los distintos actores públicos y sociales, que pueden intervenir como impulsores del turismo alter-

⁵⁰ Licenciado en Turismo, graduado en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de La Plata. Master en Dirección de Empresas, UNLP-FCE. (En curso). E-mail: totourism03@hotmail.com

El Turismo Alternativo, el Desarrollo Local y las Comunidades Rurales fueron temas que tuvieron gran protagonismo en su tesis final. Durante su trabajo de investigación participó como disertante, en eventos y seminarios relacionados a estas temáticas. Trabajó en distintas empresas del sector turístico. Actualmente como Asesor del la Diputada Provincial Ana de Otazúa, se encuentra trabajando en diversos proyectos, que tienen tanto al turismo como a las comunidades rurales, como objetivo central.

nativo en este paraje. Posteriormente realizo un inventario de los recursos naturales, históricos y culturales, del equipamiento y de la infraestructura de apoyo existente, para determinar finalmente el potencial turístico del área.

Finalmente se presentan las conclusiones generales y las recomendaciones derivadas de la investigación.

Propuesta de circuito turístico de las áreas mineras de Tandil, Buenos Aires, Argentina

Guillermina Fernández⁵¹; Aldo Guzmán Ramos; Cristina Van Morlegan; Marisa Pascuzzo

El crecimiento de la actividad turística en la Provincia de Buenos Aires esta generando la necesidad de crear nuevos productos turísticos a partir del patrimonio cultural y natural.

En este sentido la ciudad de Tandil, puede revalorizar y refuncionalizar el patrimonio asociado a las áreas mineras urbanas y periurbanas de la ciudad; considerando a todos los bienes inmuebles, (áreas de extracción, zonas de producción, de vivienda, etc.), los bienes muebles (maquinaria, herramienta, los archivos, etc.) y los modos de vida de los trabajadores como el *know how* de los procesos productivos. Esto comprende un amplio abanico de manifestaciones que espacialmente referenciadas conjugan manifestaciones de procesos transformadores más o menos perdurables en el tiempo.

Considerando esto el objetivo del trabajo es proponer un nuevo producto turístico a partir de las áreas mineras existentes, las cuales se encuentran en estadios diferentes de uso, revalorización y estado.

Para esto se realizó un relevamiento de una decena de áreas mineras, diferenciando las activas de las inactivas, el grado de accesibilidad física y legal y considerando en aquellos casos donde no es posible acceder su papel valorización en términos paisajísticos.

Los resultados del estudio demuestran la coexistencia de usos, la reutilización para actividades de aventura y senderos, el valor geológico y el rescate de procesos productivos diversos asociado a historias singulares.

La puesta en valor del patrimonio local como recurso turístico es un reto, que debe ser diagnosticado, planificado y gestionado de forma articulada entre el sector público y privado para que pueda inscribirse en el marco del desarrollo sostenible, este es el mayor reto de la propuesta.

Palabras clave: Patrimonio. Minería. Circuito turístico.

⁵¹ UNCPBA. FCH. CINEA.

Una aproximación al uso recreativo potencial de los pasivos ambientales mineros de Tandil. Buenos Aires. Argentina

*Guillermina Fernández, Aldo Ramos, Susana Ricci, Silvia Valenzuela, Raúl Castronovo.*⁵²

Palabras claves: Pasivos ambientales mineros, usos recreativos, diagnostico preliminar.

INTRODUCCIÓN:

La discusión en torno a los Pasivos Ambientales Mineros (PAM) parte de la existencia de caleras y yacimientos inactivos o abandonados, sin procesos de remediación que han generado diversos impactos, que en el caso de las sierras de Tandilia se pueden relacionar al deterioro de la calidad visual del paisaje en algunas áreas periurbanas.

Se suman las modificaciones ambientales producto de los procesos de extracción y explotación, que generan cambios en la escorrentía superficial y subterránea, pérdida de cobertura vegetal y de suelo, entre otros deterioros.

OBJETIVOS:

Teniendo en cuenta esto el trabajo propone una primera aproximación a los usos alternativos, a partir del acondicionamiento del pasivo ambiental minero para actividades productivas, turísticas, culturales, de recreo, deportivas u otras, y el control sobre las actividades que hoy se dan en carácter de espontáneas. Estos objetivos están comprendidos en el proyecto “Potencialidades para usos recreativos sustentables en pasivos ambientales mineros de Tandilia”, recientemente iniciado por el grupo dentro del CINEA y con tres años de duración.

METODOLOGÍA:

La metodología EVALUACIÓN AMBIENTAL. En ella se aplican instrumentos cartográficos e imágenes satelitales, grillas de relevamiento de cada subsistema, documentos, etc.

⁵² Centro de Investigaciones y Estudios Ambientales. CINEA. Facultad de Ciencias Humanas. Universidad nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires. E-mail guillermina_73@hotmail.com

El proceso para analizar los pasivos ambientales consta de tres fases Primera fase. Evaluación Ambiental de Sitio INVENTARIO. Segunda fase: Evaluación Ambiental de Sitio Fase II O DIAGNOSTICO Tercera fase. Aptitud ambiental del Sitio. Fase III. APTITUD. Aplicación de matrices de aptitud del pasivo para usos alternativos.

RESULTADOS:

En esta oportunidad se identificaron los pasivos ambientales del área de Tandil, teniendo en cuenta, ubicación, superficie, relación con otras actividades y con los usos recreativos y se abordan los usos recreativos actuales y potenciales de los mismos, a partir de algunos lineamientos generales.

CONCLUSIONES:

Este primer avance pone de manifiesto PAMs de diverso nivel de complejidad en fase de inventario, pero con una aptitud potencial inicial amplia para usos recreativos.

Respuestas desde la investigación patrimonial a la propuesta de turismo cultural “Meseta Infinita”

Débora Finkelstein - María Marta Novella - Annabel Fernández⁵³

Palabras claves: Turismo cultural - Patrimonio - interacción

La propuesta “Meseta Infinita” surge de un grupo asociativo de pequeños y medianos productores rurales cercanos a la localidad de Los Menucos, en el área de la Línea Sur de Río Negro y el ámbito de la Meseta de Somoncuro, quienes, identificaron al turismo cultural como una actividad factible de impulsar el desarrollo territorial y que permitiría a la vez diversificar sus actividades económicas para inyectar nuevos recursos al territorio y revalorizar su cultura.

En principio el grupo identificó una serie de evidencias materiales y repertorios para su puesta en valor como atractivos pero, considerando que les faltaba información para su incorporación a la propuesta turística, solicitó nuestra participación para inventariar los recursos y producir información sobre los mismos.

En esta ponencia se dará cuenta del proceso de trabajo conjunto entre el grupo portador de los recursos culturales y los especialistas en patrimonio y turismo a través del análisis de casos en los que se pone en evidencia cómo se efectuaron los procesos de selección de qué rasgos de la cultura local integrarían los atractivos turísticos de la propuesta.

Las conclusiones analizan las variables que inciden en la asignación de atraktividad turística a los recursos culturales y cómo este proceso repercute en la conciencia patrimonial e identitaria del grupo en cuestión.

⁵³ Facultad de Ciencias Económicas - Sede Esquel - Universidad Nacional de la Patagonia. Ruta 259 Km. 4 (9200) Esquel - Chubut. Correo electrónico: debora@ar.inter.net - mnovella@speedy.com.ar - annabel_fernandez@hotmail.com

Relevamiento, análisis y propuesta de intervención de senderos en ambientes vulnerables. Estudio de caso; Sendero Laguna Esmeralda, Tierra del Fuego, Argentina.

Marión Galdames⁵⁴ y Silvina Cárdenas⁵⁵

Gran parte de los senderos que actualmente se utilizan en las proximidades de Ushuaia para fines recreativos y turísticos se han generado espontáneamente, reutilizando picadas antiguas que fueron creadas para la extracción forestal y arreo de hacienda, por tal motivo no se ha previsto el uso creciente que posteriormente se ha producido a causa del aumento de la demanda de prácticas turísticas más activas.

El caso de estudio en el presente trabajo se refiere al sendero Laguna Esmeralda, ubicado a 20 km. de Ushuaia, que se ha constituido en uno de los productos más comercializados, comprendiendo ambientes vulnerables. El problema reside en la gran cantidad de visitantes que ingresan en forma particular sin un guía a cargo, desplazándose aleatoriamente por la infinidad de sendas alternativas abiertas.

El objetivo de esta contribución es plantear propuestas y recomendaciones para intervenir el sendero, adecuando su trazado y equipamiento, de acuerdo a los diferentes tipos de terrenos que en el transcurso del mismo se transita. Asimismo, se propone un tratamiento especial en el área cúlmine del recorrido que comprende la orilla de la laguna y que requiere un ordenamiento particular por los usos actuales que se desarrollan.

Para tal fin se ha trabajado, por un lado, con una metodología de relevamiento de senderos (Re.Je.Sen©2008) y, por otro, en la consulta a documentos y entrevistas a informantes clave.

Finalmente, se pudo identificar los sectores con problemas de impacto de uso a causa del pisoteo constante y que se agrava en determinados nodos anegados a causa de presencia de castoreras y unidades vulnerables como la turba, sectores de escorrentía y pendientes. De este modo, se proponen intervenciones para adecuar su uso actual.

Palabras clave: ambientes vulnerables, senderismo, intervención en senderos.

⁵⁴ Práctica Profesional I, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, Sede Ushuaia. Darwin y Canga s/nº, Ushuaia. marionush@yahoo.com.ar

⁵⁵ Práctica Profesional I, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, Sede Ushuaia. Darwin y Canga s/nº, Ushuaia. silvina_cush@hotmail.com

Turismo y biodiversidad en áreas protegidas. El Parque Marino Costero en la Provincia del Chubut

*Mg. Garbellotti, Magdalena - Mg. González, Adriana - Mg. González, Myriam*⁵⁶

En las últimas décadas, el turismo ha experimentado grandes transformaciones que requieren de nuevas relaciones entre la actividad turística y el entorno natural y sociocultural de las áreas receptoras. Nos encontramos frente a un turismo centrado en la naturaleza, más respetuoso, menos masivo. Entre estas nuevas modalidades el ecoturismo constituye una forma de vincular el turismo con la biodiversidad, recurso básico dentro de la oferta turística.

Entendemos por biodiversidad a la variedad de ecosistemas, que comprende a las comunidades de organismos de hábitats particulares y a las condiciones físicas en las que viven.

El propósito de este trabajo es plantear las relaciones entre turismo y biodiversidad a partir de un estudio de caso, el Parque Jurisdiccional Marino Costero del Golfo San Jorge en la provincia del Chubut.

EL Parque Marino Costero, está localizado al noreste de la provincia del Chubut en el Golfo San Jorge, con 100 km de costa y 40 islas, se caracteriza por la presencia de una importante fauna marina en especial aves, siendo algunas de ellas especies únicas.

La gran biodiversidad con que cuenta el parque permite a los visitantes disfrutar de paisajes singulares, sin embargo, este nuevo turismo de intereses especiales, requiere para su implementación un conocimiento de la geografía del área receptiva, no sólo para conocer los recursos turísticos y los potenciales productos turísticos, sino también para garantizar la planificación integrada e iniciativas de políticas concretas de gestión sostenible.

De esta manera, la diversidad biológica juega un papel importante, ya que alcanza su máxima expresión cuando se interpreta como recurso turístico, como síntesis del paisaje geográfico. Por otra parte, la actividad turística puede representar una opción viable de la educación e interpretación ambiental para la conservación del entorno, que integre a la comunidad y sus visitantes.

Palabras claves: Áreas protegidas, ecoturismo, biodiversidad.

⁵⁶ Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco - Ciudad Universitaria Km4- Comodoro Rivadavia. garbetur@uolsinectis.com.ar / gonzalez_rt@hotmail.com / msgonzalez@sinectis.com.ar

Abordaje teórico sistémico del turismo rural. Estudio de caso Sistema de Tandilla

*Ada Graciela Nogar*⁵⁷

Palabras claves: transformaciones territoriales-espacios rurales-análisis crítico-SIAL.

En los espacios rurales (ER) pampeanos, las contradicciones están presentes, hay ciertos actores que a través de la incorporación de insumos tecnológicos aumentan los índices de productividad con técnicas que deterioran el capital natural, mientras que otros, a partir del saber-hacer re-valorizan diferentes recursos dejados de lado por la cultura productivista, como es el caso del turismo rural (TR).

En este contexto las interacciones entre lo urbano y lo rural re-construyen estructuras diversificadas sobre la base de nuevos usos, funciones, jerarquías y escalas. Las combinaciones entre factores exógenos y endógenos han favorecido el desarrollo de actividades no productivas-extractivas, como el turismo que en cierta manera, disminuyen el intercambio desigual, el sometimiento y la marginación consecuentes de un sistema productivista-extractivo.

El objetivo del artículo es analizar y discutir el turismo rural desde el enfoque SIAL para comprender las dinámicas territoriales consecuentes. La investigación que sustenta el presente artículo ha zigzagueado constantemente entre la teorización y la investigación empírica, pues se han transferido los conceptos teóricos a los estudios de casos y en ese encuentro entre teoría y materialidad territorial se han comprendido, analizado y explicado las transformaciones del espacio rural en estudio.

Los estudios de casos desarrollados en el Sistema de Tandilla conforman el esqueleto del ejercicio teórico del presente artículo, se realizaron por medio de la aplicación de la triangulación metodológica, articulando técnicas cuali-cuantitativas de investigación que permitieron superar los riesgos asociados al empleo de un único camino de aprehensión de la realidad. De esta manera, se identificaron actores y procesos, articulaciones y redes sociales explicativos de la dinámica territorial, a través de los cuales se interpretaron las transformaciones territoriales como un todo cambiante aprehendiendo a la vez, sus singularidades y regularidades.

⁵⁷ Ms. en Desarrollo rural. Directora de la Carrera de Turismo. FCH. UNICen. Vice directora del CESAL. Prof. UNICen. Campus Universitario. Tandil. Mail: gnogar2007@hotmail.com

La innovación y los factores estratégicos de las empresas del sector. Aspectos que influyen en el origen y sostenimiento de la ventaja competitiva en el turismo

Autor Licenciada Hilda Puccio⁵⁸ / Colaboradora: Licenciada Nazarena Grana

El presente es un informe descriptivo acerca de las empresas turísticas, denominadas “empresas del sector” para narrar cual es el rol que ellas cumplen en la generación de las ventajas competitivas de los destinos turísticos de productos innovadores, analizando como variables, el nivel de innovación alcanzado y los factores estratégicos utilizados. Tiene como objetivo Contribuir al debate que se plantea en el ámbito académico sobre los aspectos que influyen en el origen y sostenimiento de la ventaja competitiva en el turismo

El universo de análisis lo componen los destinos como lugares geográficos en los cuales se involucran estas Empresas. El criterio de elección de las unidades de observación es hallar aquellas provincias, a las que consideraremos destinos, que sustentan geográficamente el desarrollo de productos turísticos innovadores. De esta forma el producto “Caminos del Vino” nos conducen a elegir las provincias de Mendoza, de Córdoba, de San Juan y Neuquén para estudiar las Empresas Hoteleras y las Empresas de Transporte Automotor de Pasajeros de Larga Distancia (empresas prestadoras de servicios).

Para describir la innovación se aplicó la metodología creada con anterioridad por el grupo de investigación, para identificar las innovaciones en productos, procesos, organización y comercialización basadas en las TICS y para el enfoque estratégico se optó por el estudio de los “Recursos y Capacidades” y el “Análisis de las Configuraciones Organizativas”

Como resultado se obtiene una matriz descriptiva de empresas innovadoras, la cual permite inferir que Existe diferencias significativas en la orientación de sus enfoques estratégicos (factores claves de éxito) entre las Empresas de Turismo en Argentina en función del tipo de negocio desarrollado.

Palabras clave: Empresas competitivas - Innovación - recursos y capacidades

⁵⁸ Directora del Instituto de Investigaciones Aplicadas al Turismo, Facultad de Ciencias Aplicadas al Turismo y la Población. Universidad de Morón.

Turismo, áreas naturales protegidas y gestión del territorio. El caso del área protegida Sierras de Tandil

Guillermina Jacinto⁵⁹ y María Luciana Noga⁶⁰

Durante la última década, en el partido de Tandil se han expandido y consolidado diferentes modalidades de turismo alternativo; constituyéndose numerosos emprendimientos recreativos y turísticos fundamentalmente en el espacio serrano. Este fenómeno ha tenido importantes repercusiones sobre la economía y la sociedad locales, revistiendo diferentes posibilidades y aristas de análisis. Una de ellas es el debate instalado en torno a la necesidad de protección del recurso paisajístico que sostiene a la actividad turística, recurso amenazado principalmente por la existencia de actividades extractivas (minería a cielo abierto) y por la expansión del uso residencial sobre los faldeos serranos.

Este trabajo explica la articulación entre desarrollo turístico y gestión del territorio a través del análisis del proyecto de creación del Área Protegida Sierras de Tandil. La triangulación metodológica ha permitido analizar la información cuali-cuantitativa relevada en fuentes secundarias y de los datos primarios obtenidos por entrevistas semi-estructuradas realizadas a informantes calificados.

En la primera parte del trabajo se describe sintéticamente la evolución del turismo en la zona serrana. En la segunda parte, se presenta la configuración de actores y los principales debates vinculados con la incompatibilidad de usos existentes en el territorio. En la tercera parte, se exponen las iniciativas públicas y privadas tendientes a construir alternativas de uso y manejo integrado de las actividades presentes en el espacio serrano. Finalmente, se discuten los alcances y limitaciones de las propuestas de gestión del territorio en marcha, para lograr un modelo de desarrollo turístico sustentable en las sierras de Tandil.

Palabras claves: turismo - gestión del territorio - Tandil.

⁵⁹ CONICET-CESAL (UNICEN). Paraje Arroyo Seco s/n. Campus Universitario. (7000) Tandil. gjacinto@fch.unicen.edu.ar.

⁶⁰ CICPBA-CESAL (UNICEN). Paraje Arroyo Seco s/n. Campus Universitario. (7000) Tandil. lnogarlopez@gmail.com

Turismo y cultura con responsabilidad. Caso Medellín, Colombia

Jaime Jaramillo Ramírez⁶¹

La dinámica social y económica de los diferentes destinos ha permitido encontrar nuevas y mejores oportunidades para el sector turístico y lo ha consolidado como motor socioeconómico de primera magnitud para impulsar el desarrollo integral de todos y cada uno de los sectores.

El turismo induce a la cultura y la paz en las diferentes localidades donde se ejecuta este tipo de actividad, permitiendo una integración real entre visitantes y residentes, donde el factor más importante es la convivencia pacífica y de intercambio cultural.

En este sector como en otros sectores empresariales, es primordial concebir aspectos como la innovación, el encadenamiento productivo y sectorial, las políticas estatales y mundiales, como aspectos para tener una influencia significativa en la gestión del crecimiento, el desarrollo integral y competitivo.

Teniendo como base el comportamiento mundial, el turismo crece cada día más, el número de viajeros aumenta en algunas regiones y disminuye en otras, pero lo más importante es determinar la categoría del visitante, este puede ser el típico turista, que visita los lugares sin importar cual es el motivo de viaje, el de categoría viajero, que investiga sobre el lugar, y el nómada, persona que viaja ligera de equipaje, lo más importante sus pies y llegar realizado al destino.

En el ámbito global, el turismo es uno de los sectores económicos más importantes y con mayores tasas de crecimiento en las regiones turísticas, el turismo es, por una parte un elemento prometedor para mejorar la situación laboral y para el desarrollo económico.

Palabras Claves: Turista, turismo, cultura, Responsabilidad social.

Colombia es un país de gran interés comercial y turístico gracias a sus distintos estamentos el turismo se ha desarrollado, a nivel nacional El Viceministerio de turismo lidera todas las políticas económicas y sociales del sector turístico. A nivel regional cada departamento maneja y coordina las diferentes instituciones que trabajan y jalonan esta actividad.

⁶¹ Universidad de Medellín. www.udem.edu.co - jjaramillo@udem.edu.co

En el departamento de Antioquia se reconocen hoy más que ayer, diferentes alternativas para disfrutar el turismo, instituciones como la Gobernación de Antioquia, a través de la secretaria de productividad y competitividad, fomenta y promociona las actividades de sensibilización y promoción de los municipios de las nueve subregiones del departamento de Antioquia. La campaña más exitosa es ahora “Antioquia un tesoro por descubrir” que busca fomentar el turismo regional.

En el caso de la ciudad de Medellín afectada anteriormente por su mala imagen, es el mejor ejemplo de transformación de ciudad, esta labor esta a cargo de la subsecretaria de turismo de la secretaria de cultura ciudadana que conjuntamente con entidades, agencias de viajes, paradores turísticos, hoteles y gremios como; Anato, asociación nacional de agencias de viajes, Cotelco, asociación hotelera de Colombia, Universidades e instituciones educativas muestran una imagen diferente de la ciudad.

Medellín es la ciudad de oportunidades y progreso que se levanta cada día con el propósito de trabajar por los sueños. Se reconoce por sus eventos, moda, salud, compras, adopciones, deporte y cultura, esta nueva oferta permite mostrar la ciudad con un aspecto diferente, cinco parque bibliotecas transforman los barrios o comunas de la ciudad, más de 65 mil libros y material de consulta, 71 barrios directamente beneficiados hacen parte de los cambios, igualmente la creación de nuevos espacios como el Parque Explora, un parque interactivo que exalta la creatividad y brinda a toda la población la oportunidad de experimentar, de aprender divirtiéndose y de construir un conocimiento que posibilite el desarrollo, el bienestar y la dignidad.

En la oferta hotelera la ciudad cuenta con hoteles con categoría cinco estrellas de empresas reconocidas, igualmente se cuenta con oferta de clase intermedia y opciones de alojamiento que compiten en forma paralela con la hotelería tradicional, las llamadas casas de familias y apartamentos amoblados. En las regiones la oferta hotelera incluye hoteles, hosterías, paradores, fincas rurales y posadas.

Las Posadas Turísticas de Colombia es una iniciativa del Señor Presidente de la República de Colombia liderada por Ministerio de Industria, Comercio y Turismo dentro del Plan Nacional de Desarrollo, el cual contempla la realización de un programa de viviendas productivas turísticas y cuyo objeto es crear condiciones para alojar turistas en las viviendas de los residentes en los destinos, especialmente en aquellas regiones que no disponen de planta turística de alojamiento desarrollada.

Actualmente se desarrolla este programa en la Guajira, la Costa pacifica y regiones con vocación eco turística, en el caso de Medellín se trabaja en los corregimientos cercanos a la ciudad que son buscados por los visitantes como refugios de fines de semana, especialmente en Santa Elena, un sitio que ofrece un clima frío, naturaleza y verdor.

Los hoteles utilizan cantidades considerables de energía en sus actividades cotidianas y recreativas, en muchos establecimientos el costo de energía es el segundo de los gastos de funcionamiento, después de los salarios. En muchos lugares del mundo, la demanda de agua supera a la oferta y las comunidades deben trabajar para mejorar su calidad de vida, todos estos factores son de vital importancia en la actividad turística, con buenas prácticas ambientales y sociales el turismo seguirá siendo una importante industria.

La responsabilidad social juega un papel muy importante en la actividad turística, hoy en día las empresas no piensan tanto en el factor de beneficio económico sino en los beneficios para la comunidad y región. Para muchos países y regiones el turismo es la principal fuente de ingresos y significa para muchas personas la única forma de ganarse la vida, en muchas ocasiones, se desplaza a la población local para permitir la construcción de un nuevo hotel o de un sitio para diversión de los turistas, independientemente de si las actividades económicas se concentran en la pesca o en la ganadería, las cuales dependen claramente del lugar en los que habitan.

La industria del turismo depende de una serie de actores que requieren de alojamiento, transporte, alimentación y entretenimiento. Esto implica una relación del sector con otros sectores económicos como agrícola, artesanal y agropecuario donde están directamente relacionados con el turismo, sin dejar a un lado la población local que se benefician del turismo. El desarrollo del turismo se considera una parte del desarrollo de la sociedad en general, por medio de la cual es necesario mejorar la calidad de vida de la población.

Hoy en día los consumidores o turistas se fijan muy bien antes de comprar un producto o un servicio, la mayoría están dispuestos a pagar más por un producto que haya sido elaborado de acuerdo con los estándares sociales y medioambientales.

La industria turística ofrece diferentes alternativas como prácticas responsables, en el caso de Colombia los hoteles, empresas de transportes, empresas turísticas y operadores se encargan de liderar estas propuestas, hoteles ecológicos como el Almejal en el departamento del Choco y el hotel Irotama en Santa Marta, son modelos en prácticas con responsabilidad social.

Actividades como grupos locales, entretenimiento, microempresas, escuelas de apoyo, también contribuyen al turismo sostenible.

Existen alternativas que impulsan el futuro en la actividad social, casos internacionales como Sur África desde la abolición del régimen racista del apartheid en 1994, este país se ha convertido en uno de los pocos países que ha optado por un camino muy prometedor en el marco del turismo, actualmente es uno de los países que mayor número de turistas recibe, en otros casos como Costa Rica que es el primero en ecoturismo, o Venezuela, Ecuador y Brasil que miran el turismo desde una óptica responsable y sostenible.

El turismo es una integración cultural y económica que debe desarrollar y promover el equilibrio sostenible.

El turismo sostenible como sector productivo no solo debe preocuparse por lo económico sino también por la creación de nuevos destinos y productos turísticos.

La responsabilidad social del turismo debe tener en cuenta además de los viajeros y empresarios, las perspectivas públicas y privadas, integradas a las normas nacionales e internacionales y a los niveles del gobierno, regional, nacional y local que junto a los empresarios, deben potenciar las comunicaciones y el desarrollo social para satisfacer las necesidades propias de la población local.

Cadenas hoteleras, aerolíneas, operadores turísticos, han iniciado a nivel nacional e internacional acciones sociales, donde se definen objetivos, prioridades en este sector y al mismo tiempo han fomentado una cultura corporativa de participación, de vinculación entre la empresa, los trabajadores y la comunidad local. Los resultados han mostrado una mejor gestión, la creación de programas especializados como formación y empleo, fondos solidarios, que permiten que se asigne un valor a una organización que trabaja en este ámbito social. La acción social no es un gasto, es una inversión que significa desarrollo.

CONCLUSIONES

La responsabilidad social en el sector turístico, no solo es compromiso de las empresas, sino también de los actores de la actividad turística, como los turistas.

El turismo es uno de los sectores económicos más importantes y con mayores tasas de crecimiento.

La responsabilidad social es la integración de objetivos económicos, sociales y ecológicos en la estrategia empresarial.

La acción social no es un gasto, es una inversión que significa desarrollo.

Respeto por la cultura y la identidad local.

NOTAS

1. Diseño del autor Jaime Jaramillo Ramírez.
2. Registro estadístico y paginas de consulta;
3. Centro de Ecología y desarrollo. www.kate-stuttgart.org
4. EES Tourism Watch. www.tourism-watch.de www.eed.de
5. Antioquia. www.antioquia.gov.co
6. Medellín. www.medellín.gov.co
7. Posadas Turísticas. www.posadasturisticas.com.co
8. Organización Mundial del Turismo. www.world-tourism.org

Turismo y desarrollo en cuestión: Dialéctica turismo de litoral - turismo de interior. A propósito del territorio de la Provincia de Buenos Aires

Mg. Juan Carlos Mantero

En el contexto de la investigación en curso Turismo y Desarrollo se plantean cuestiones, dilemas y proposiciones que genera el devenir turístico en el territorio de la provincia de Buenos Aires en consideración a la dialéctica turismo de litoral - turismo de interior y en función del propósito de contribuir al desarrollo local y regional, objeto de la consecuente actividad de investigación.

Las cuestiones emergentes de la problemática territorial en función turística sustentan diferencias respecto de las premisas, estrategias y políticas planteadas para la región Buenos Aires a partir del documento Turismo 2016 Plan Estratégico de Turismo Sustentable, en cuyo mapa de las opciones actuales cuanto en el mapa federal de las oportunidades, legitimadas por la política, la identificación de vías y destinos ratifican el cauce del flujo metropolitano y la asimétrica relación del litoral respecto del interior que se traduce en la prescindencia de alternativas emergentes y potenciales.

La paradoja incluso radica en las políticas adoptadas a nivel nacional y provincial, de incidencia vertical, y las aspiraciones y expectativas planteadas a nivel municipal. La verticalidad de la lógica del capital deslocalizado excluye la horizontalidad de la lógica de la comunidad localizada, en tanto la lógica del Estado se limita a promover lo turísticamente prescripto, congruente con lo políticamente correcto para el sector.

La diferencia se advierte al integrar Ciudad y Provincia en la en región Buenos Aires y se aprecia cuando se proclama país del gaucho a la Provincia que, no obstante reivindicar la diversidad de productos en el territorio se repliega en el producto sol y playa y prescinde de la potencialidad de destinos nodales. La vivencia de travesías en el territorio interior acredita lo expresado en relación al paisaje y al escenario natural y cultural que se conjugan en la nodalidad de interés turístico potencial de ciertos centros urbanos.

Consecuente, la ponencia plantea las reflexiones suscitadas por la diferencia entre lo prescripto, lo plausible y lo necesario, en función de garantizar una integral contribución de la actividad turística al desarrollo local y regional en el territorio bonaerense, sustentado en resultados de investigaciones realizadas y en curso.

palabras claves: Desarrollo turístico. Prescripción política. Región Buenos Aires.

Los Indicadores de Sustentabilidad Turística: una herramienta de gestión en el Sudoeste de la Provincia de Buenos Aires.

Mg. Juan Carlos pascal⁶² y Mg. María Julia AROCENA

Esta ponencia forma parte del Proyecto “El circuito mar y sierra como nuevo destino turístico del S.O. de la provincia de Buenos Aires” perteneciente al PGI-TIR (Proyectos Grupo de Investigación de Interés Regional), subvencionado por la Secretaría de Ciencia y Tecnología de la Universidad Nacional del Sur. Integran el equipo docentes-investigadores del Departamento de Geografía y Turismo de la UNS y participan como Institución Asociada los municipios de Tornquist, Monte Hermoso, Saavedra, Puán y Coronel Suárez.

El Corredor Mar y Sierra conformado por la ruta provincial n° 72, recientemente pavimentada, conecta los centros turísticos del área serrana con los balnearios del litoral bonaerense. Esta obra de infraestructura vial ha dinamizado los flujos turísticos entre ambos destinos del S.O. bonaerense, previéndose por ello la generación de impactos territoriales.

El presente trabajo plantea la necesidad de individualizar y conocer los componentes de la problemática enunciada, para luego, diseñar herramientas de gestión que contribuyan a disminuir los impactos generados por la actividad turística.

Como objetivos se proponen: definir indicadores de sustentabilidad para medir los impactos de la actividad turística y diseñar estrategias de gestión conjunta entre los actores públicos y privados para la aplicación de los indicadores, apuntando a un mejoramiento en la calidad de los destinos.

La metodología propuesta se desarrolla en base a dos enfoques centrales complementarios: el holístico y el sistémico. El primero permite obtener una percepción integral sobre el grado de participación de factores y procesos en la organización territorial del área objeto de análisis, mientras que el segundo facilita la comprensión de la complejidad de interacciones existentes entre los diferentes componentes del sistema territorial.

La definición de Indicadores, es una herramienta que se ofrece a los gestores locales del turismo para la toma de decisiones en el logro de un mejor desarrollo de la actividad y su relación con el espacio soporte. Conocer en profundidad los componentes de esta correspondencia, permitirá definir, previa selección y evaluación, los Indicadores apropiados que incorporen la variable ambiental.

⁶² Docentes Investigadores del Departamento de Geografía y Turismo de la Universidad Nacional del Sur

En cada jurisdicción, se observa la utilización de métodos disímiles para la medición estadística; los intentos por homogeneizarlos en un sistema único, conceptual y metodológico, no han cristalizado en consensos que permitan conformar una red estadística a nivel regional. Manejar información debe ser una política de estado y una impostergable necesidad del sector privado.

En este sentido, se ha definido un Sistema de Indicadores organizado en las dimensiones ambiental, sociocultural y socioeconómica. Así los gobiernos locales, independientemente de su tamaño y recursos, contarán con una herramienta de fácil aplicación, sencilla y útil que les permitirá evaluar la actividad turística y formular políticas de desarrollo sustentable. A nivel regional, posibilitará comparar y evaluar las diferentes realidades con un mismo parámetro, con el fin de mejorar las ventajas competitivas de los destinos del S.O. bonaerense.

Meseta Infinita: Una experiencia de turismo cultural como estrategia de desarrollo territorial

Grupo Meseta Infinita, coordinadores M. Eugenia Ordóñez y Juan C. Soria.

Palabras clave: Turismo cultural, desarrollo territorial, asociativismo.

El desarrollo territorial implica un proceso por el cual una comunidad determina en forma creciente su destino, construyendo mejores condiciones de vida para sí misma, aprovechando los recursos con que cuenta pero sin afectar las posibilidades de las generaciones futuras de alcanzar las mismas condiciones de vida.

La experiencia que se comentará en este trabajo se inscribe el Proyecto “Meseta Infinita” y se centrará en la llamada Línea Sur de la provincia de río Negro, más específicamente en la Meseta de Somuncurá y zona circundante.

Este proyecto pretende un turismo centrado fundamentalmente en la cultura local, basado en el aprovechamiento de los recursos y capacidades existentes en el territorio. No pretende impulsar la mercantilización de la cultura local, sino la valorización de la misma, sus prácticas productivas y formas de vida.

El camino a seguir en la ejecución de este proyecto ha sido la del asociativismo entre los productores interesados en desarrollar esta nueva salida productiva. En la ejecución del plan, también son fundamentales un conjunto de organizaciones territoriales y extraterritoriales que lo hacen posible.

En este sentido, los integrantes del grupo que conforma Meseta Infinita, identificaron los principales atractivos turísticos existentes del territorio. A partir de este inventario se diseñaron paquetes que agruparan atractivos según ejes temáticos de los cuales se hablará en este trabajo:

- El circuito de la lana
- Choique y Guanaco, protagonistas de la estepa
- Desde las Artesanías, rescatando la cultura,
- Piedras de la Patagonia
- Somuncurá, tierra de misterios y leyendas.

En esta presentación, expondremos el proceso de trabajo que ha realizado el grupo en conjunto con las demás organizaciones que apoyan la iniciativa, dando cuenta de una experiencia concreta de desarrollo territorial a partir del turismo cultural

Turismo Lento... hacia un equilibrio del desarrollo turístico.

El caso de Mar de las Pampas

Herve Guido Landetcheverry⁶³

INTRODUCCIÓN:

La investigación se plantea como problemática central si es factible o no la aplicación del concepto “Ciudad Lenta” en la localidad de Mar de las Pampas y, a partir de este estudio, incitar a otras localidades a implementar este tipo de turismo, o al menos servir como un disparador para que las empresas turísticas, el sector público, los turistas y todos los que participan de alguna manera u otra en la actividad turística tomen conciencia sobre la importancia del cuidado del medio ambiente y los distintos recursos mientras realizan actividades con fines turísticos en cualquier destino.

OBJETIVO GENERAL:

Investigar y llevar a cabo un análisis sobre la propuesta turística de la localidad de Mar de las Pampas para desarrollar el Turismo Lento.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Identificar y analizar las características y premisas principales del Turismo Lento, su origen y vinculación con el Movimiento Slow, los impactos positivos y negativos que genera sobre una localidad, desde un marco teórico general.
- Identificar los impactos que este tipo de turismo genera en Mar de las Pampas, tanto el impacto de tipo económico, así como también los efectos sobre la población local, sus estilos de vida, la relación residente local-turista.
- Analizar estrategias de marketing, tales como marca ciudad de Mar de las Pampas; la diferenciación, en cuanto a un producto de tipo selectivo dirigido especialmente a un sector de la población y por último la ampliación de la oferta de los servicios turísticos prestados tradicionalmente en la ciudad.

⁶³ Alumno. Email: herve_land@hotmail.com

- Identificar el papel del sector público en cuanto a la aplicación del concepto slow en Mar de las Pampas.

METODOLOGÍA:

Es una investigación de tipo descriptiva, con enfoque cualitativo y cuantitativo, la cual incluye un relevamiento de datos generales sobre el Turismo Lento y de datos específicos de la localidad de Mar de Las Pampas.

La investigación utiliza los siguientes instrumentos metodológicos:

- Relevamiento de infraestructura, servicios y componentes de la propuesta turística de Mar de las Pampas.
- Entrevistas físicas y virtuales a personal y propietarios de establecimientos gastronómicos y de alojamientos de la localidad.
- Entrevista a los responsables de la Secretaria de Turismo y a miembros de la Sociedad de Fomento de Mar de las Pampas.
- Cuestionarios físicos dirigidos al público que habitualmente practica el turismo lento o que está interesado en practicarlo.

Se tomaron cinco grupos de estudio presentes en el desarrollo de la actividad turística de Mar de las Pampas:

1. Residentes locales;
2. Sector gastronómico;
3. Sector de alojamientos;
4. Turistas de temporada baja;
5. Turistas de temporada alta.

CONCLUSIONES:

A partir del análisis de los resultados, podemos observar que los cinco grupos de encuestados consideran la aplicación del concepto SLOW en Mar de las Pampas como algo positivo, destacando sobre todo que los aspectos más beneficiados serían el medio ambiente, la población local y el turismo.

Entre los aspectos considerados por todos los sectores como más importantes, se destacaron los siguientes:

- “El turismo incentiva el desarrollo de más actividades culturales”.
- “La relación entre residente local - turista es siempre negativa o conflictiva”.
- “El turismo lento incentiva la protección del medio ambiente y de la cultura local”.
- “El turismo lento promueve la producción autóctona”.
- “El turismo se convierte en una actividad económica muy importante para la ciudad”.

- “El turismo actúa como fuente generadora de empleos en el propio sector y en otros por el efecto multiplicador del mismo”.
- “El turismo atrae inversiones para el desarrollo de la localidad”

No obstante esto, cabe mencionar que existen ciertos aspectos socioculturales, medioambientales y económicos que los cinco grupos de análisis consideraron negativos o en contraposición al desarrollo de la actividad turística; entre ellos se destacan:

- “La visita de turistas impacta de manera negativa sobre las costumbres y estilos de vida de los pobladores locales”.
- “El turismo aumenta la inseguridad en la localidad”.
- “En temporada alta se genera una saturación de los espacios públicos, como por ejemplo la playa”.
- “En temporada alta los precios tienden a subir”.

A su vez, se evidencia que la localidad de Mar de las Pampas está desarrollando un perfil muy claro tomando como base el modelo de las ciudades lentas, apuntando hacia un equilibrio entre los aspectos positivos y negativos que genera la actividad turística.

En cuanto a los puntos básicos exigidos por la asociación Cittá Slow, Mar de las Pampas cumple actualmente con el 50 % de ellos, entre los que se destacan el Código de Planeamiento Urbano, la protección del bosque y sus playas, limitaciones a la construcción, la defensa y promoción de la producción autóctona, y la toma de conciencia y difusión del concepto slow por parte de los ciudadanos.

El Patrimonio histórico cultural como componente de la oferta turístico-recreativa en las ciudades de Puan y Pigüé

Lic. Andrés Pinassi⁶⁴

La presente ponencia se enmarca en el Proyecto “Turismo y desarrollo: nuevos escenarios en la gestión integral de destinos turísticos en el Sudoeste de la Provincia de Buenos Aires”, que se realiza en el Departamento de Geografía y Turismo de la Universidad Nacional del Sur.

La misma tiene como objetivo caracterizar el patrimonio histórico- cultural urbano en las ciudades de Pigüé (Distrito de Saavedra) y Puan (Partido de Puan); y a través de tal caracterización poder evaluar la apreciación del conjunto patrimonial como parte integrante de la oferta turístico- recreativa urbana.

Se utiliza de esta manera una metodología de investigación documental, basada en la búsqueda, lectura y análisis del material bibliográfico y encuestas a turistas- recreacionistas, las cuales se constituyen como las fuentes de información prioritarias.

Como primera aproximación de análisis, la investigación permite obtener una descripción genérica y clara del patrimonio tangible e intangible de las ciudades como sustento y factor diversificador de la oferta turístico- recreativa; y a su vez favorecer al establecimiento de lineamientos de actuación integral, que contribuyan a la incorporación de los diferentes elementos patrimoniales que se desarrollan a nivel local, como parte integrante de un circuito histórico- cultural urbano de escala regional, coordinado y articulado de manera conjunta.

Palabras clave: Patrimonio; oferta turístico- recreativa; Pigüé; Puan.

⁶⁴ Universidad Nacional del Sur. Departamento de Geografía y Turismo. 12 de Octubre y San Juan. Bahía Blanca (8000). E- mail: andres.pinassi@uns.edu.ar

Planificando el desarrollo del subdesarrollo - una (re) interpretación de la planificación en turismo durante los 60' y 70'

Lic. Carlos I. Icaza⁶⁵

Luego de la Segunda Guerra Mundial y al comienzo de los ‘Treinta Gloriosos Años’ del capitalismo, la irrupción de una sociedad de consumo y ocio irrefrenable, el Turismo como fenómeno social ‘de masas’ no va a quedar exento de las consideraciones de las grandes políticas macroeconómicas de los países, sin excluir a las naciones latinoamericanas, que percibirán en el turismo y su crecimiento, una posibilidad de acercarse al desarrollo y alejarse de las condiciones del subdesarrollo.

En pleno impulso de los estados de bienestar, la planificación estatal como útil orientadora y ordenadora de la política económica y social de los países, va a tener su correlato en las políticas de planificar el turismo.

La planificación estatal en turismo, como un útil instrumento para la realización y la radicación de inversiones extranjeras que aporten al desarrollo de los países, era la premisa básica de estas políticas. A pesar de ello, y después de varios años, se puede observar que la radicación de esos capitales, si bien fueron exitosos y en cantidad (al punto de lograr integrar vastos espacios de Latinoamérica al ‘gran espacio turístico mundial’), no lograron su cometido de propender al desarrollo de la región, sino todo lo contrario. La planificación, como una herramienta, fue utilizada como caballo de Troya de las grandes inversiones en infraestructura que crea un escenario irreal de crecimiento y mejora en las condiciones socio-económicas de los latinoamericanos, asemejando a los espacios turísticos europeos, pero garantizando el mantenimiento (y el crecimiento) de estructuras económicas que sujetan tan eficaz y fuertemente el subdesarrollo de América Latina.

Lo que intentaremos con este breve escrito, es lograr ver hasta que punto la planificación estatal del turismo en América Latina, durante los años 60' y 70', logró minimizar las condiciones del subdesarrollo o, en caso contrario, como logro que esas condiciones se agraven.

Palabras clave: Desarrollo - Subdesarrollo - Planificación estatal

⁶⁵ Licenciado en Turismo y docente de la Universidad Nacional de Lanús. Maestrando en Políticas Ambientales y Territoriales, Facultad de Filosofía y Letras, UBA. Contacto: carlosisidro.icaza@gmail.com

El presente ensayo es informe final del seminario ‘integración y diferenciación en el proceso de formación nacional-estatal. Reestructuración capitalista, Globalización y nuevas relaciones economía-territorio’ de la Maestría en Políticas Ambientales y Territoriales (UBA).

Proyecto de turismo rural para la Parroquia Cagua del Municipio Sucre del Estado Aragua

prof. Luis Alfonso Sánchez Añez⁶⁶

El querer encontrar un mejor desarrollo económico ha motivado variar las actividades en el campo industrial, incluyendo el turismo y sus modalidades. Con una mayor exigencia por parte de los turistas, en cuanto a variedad de productos, los destinos han desarrollado productos turísticos de más calidad; pero a su vez, hacer mayor hincapié en la protección del ambiente y en la cultura de la localidad visitada. Además del turismo de sol y playa, de invierno o religioso, existe el turismo rural; que fue creado con el propósito de desarrollar comunidades autónomas. Esta fórmula de turismo rural continúa creciendo y en consecuencia aumenta la oferta de establecimientos. En este propósito, se realizó un diagnóstico en la Parroquia Cagua, que arrojó como resultado la no existencia de algún proyecto turístico en la Parroquia que se encuentre en proceso de ejecución ó que haya sido aceptado y aprobado para una posterior aplicación por las autoridades gubernamentales; nuestro principal objetivo es determinar el lugar de mayor interés que pueda constituir un atractivos turísticos en la localidad. A través de un procedimiento de muestreo no probabilístico, seleccionando una muestra por conveniencia y por juicio; se decidió entrevistar a un grupo de personas representarán el “juicio de expertos”; para la búsqueda y análisis de información relevante para el cumplimiento del objetivo. En los últimos tres años, la población de la parroquia Cagua, al igual que otras en Venezuela y el mundo, se ha dado cuenta que el desarrollo de la industria del turismo es símbolo del crecimiento económico de la región, por lo que existe en los pobladores un firme deseo de incursionar en este campo y la firme decisión de solicitar a las autoridades competentes el desarrollo de proyectos turísticos rurales.

Palabras Clave: Turismo - Turismo Rural - Producto - Turismo Sostenible

⁶⁶ República Bolivariana de Venezuela. Ministerio de Educación Superior. Convenio Interinstitucional Cuba-Venezuela. Universidad de La Habana-Colegio Universitario de Caracas. Maestría en Gestión Turística. Maracay, Estado Aragua. luisanchezx@hotmail.com / Instituto Idiomas

Importancia y valorización de los activos intangibles en la hotelería de San Martín de los Andes

Gazzera, María Alejandra; Lombardo Lorena; Vogel Mónica, Molina Marcela, Falquemberg Cristian

Palabras claves: Capital intelectual, activos intangibles, hotelería San Martín de los Andes

INTRODUCCIÓN:

Existe un conjunto de activos intangibles que deben ser gerenciados, no solo para mantener, sino especialmente para fortalecer la competitividad de la empresa. En el marco de la Investigación “El Capital Intelectual Como Generador Dde Innovación y Ventajas Competitivas en el Sector Hotelero-Patagonia, Argentina”⁶⁷, surge la cuestión central de la presente ponencia. La misma se basa en mostrar los resultados parciales del presente proyecto acerca de cómo las empresas más representativas del sector hotelero de San Martín de los Andes, en la provincia de Neuquén gestionan su capital intelectual y hasta qué punto son relevantes para su gestión.

Se identificará, medirá y analizará el conjunto de indicadores para cada uno de los elementos que configuren los activos intangibles o capital intelectual de las empresas en estudio en forma integral y adaptado a la realidad del sector, que propicie, no solo la generación de ventajas competitivas sostenibles y sustentables en el tiempo sino también la actitud innovadora de las empresas en la elaboración de sus productos/servicios y especialmente para fortalecer la competitividad.

OBJETIVOS:

- Conocer la percepción de los gerentes/dueños de las empresas hoteleras de San Martín de los Andes, acerca de la importancia de valoración de los intangibles del Capital Intelectual
- Indagar e identificar los principales indicadores que generan valor en relación a la estrategia de las empresas hoteleras para cada uno de sus activos intangibles

⁶⁷ Proyecto de Investigación aprobado por evaluación externa-Facultad de Turismo-UNC. Directora: Mg. María Alejandra Gazzera

METODOLOGÍA:

El tipo de muestra fue no probabilística intencional.

Las unidades de análisis fueron los hoteles y hosterías de 4 y 5 estrellas en la ciudad de San Martín de los Andes, mientras que las unidades de relevamiento los dueños; gerentes y/o propietarios de los establecimientos hoteleros

La metodología utilizada se basó fundamentalmente en la aplicación de una entrevista semi estructurada a los fines de buscar los indicadores más apropiados para cada uno de los componentes del Capital Intelectual.

Estos indicadores fueron variando en cantidad según cada capital y valorados por el gerente de la empresa en dos instancias: la primera fue valorar a los indicadores según se presentan en la empresa teniendo en cuenta los objetivos y las estrategias, dentro de una escala que varía desde considerar a los indicadores como muy adecuados, adecuados, poco adecuados ó no se aplica.

La segunda instancia fue asignar el grado de importancia de esos indicadores, teniendo como premisa si aumentarían el valor de mercado si se vendiera hoy su empresa. Para este caso la escala varía entre muy importante, importante, poco importante, sin importancia ó no sabe- no contesta.

RESULTADOS:

Los resultados han puesto de manifiesto la gran preocupación existente en la comunidad empresarial del sector hotelero de la ciudad de San Martín de los Andes en la valoración de los activos intangibles, considerando que los mismos constituyen el principal sustento de su posición competitiva.

El instrumento de recolección de los datos resultó ser adecuado, lo que permitió obtener respuestas claras por parte de los empresarios, al valorar cada indicador de cada capital.

CONCLUSIONES:

La presente ponencia que surge a partir del proyecto de investigación más arriba mencionado, pretende aportar una interesante y novedosa explicación a la forma de crear valor y competitividad en el sector hotelero.

Los activos intangibles representan entonces los recursos más importantes para poder implantar una estrategia exitosa, sin embargo estos activos son difíciles de prever sobre todo en un entorno tan cambiante. Por tal motivo habrá que evaluar adecuadamente el nivel de recursos que posee la empresa y utilizarlos eficientemente, logrando con ello la plena utilización, creando así nuevos activos intangibles.

Análisis de las actitudes ambientales para la comprensión de los alcances de la sustentabilidad.

López, María José⁶⁸

Palabras Clave: Reserva de Biosfera - Actitudes ambientales - Sustentabilidad Sociocultural.

El valor del concepto de Reserva de Biosfera se funda en la integración de las funciones de conservación, desarrollo sustentable y conocimiento ambiental; a través de la aplicación de los principios del desarrollo sustentable en prácticas locales apropiadas.

El rasgo distintivo es que admite la presencia de la población; lo que genera la necesidad promover el compromiso de la comunidad. Por lo cual, es necesario contar con actores persuadidos a reelaborar sus prácticas y sentidos culturales en el contexto de nuevo paradigma de conservación.

El trabajo presenta un planteo teórico metodológico para determinar el capital social cognitivo para la conservación de la naturaleza y el desarrollo turístico sustentable de los habitantes la Reserva de la Biosfera “Parque Atlántico Mar Chiquito”

Para ello se realiza revisión teórica sobre: actitudes ambientales, representaciones sociales y la dimensión sociocultural de la sustentabilidad. A partir de este análisis, se efectúa una reconstrucción y ordenamiento conceptual para la determinación de variables relevantes para el diseño de un cuestionario a aplicar a los residentes de la localidad de Mar Chiquita, que permita:

- Sistematizar y tipificar las actitudes socioambientales.
- Conocer el significado social atribuido a la Reserva y al desarrollo turístico sustentable.
- Determinar la aceptación y prioridad otorgado a los objetivos de la Reserva.

El trabajo indaga sobre las condiciones socioculturales de la sustentabilidad; dimensión que si bien es inherentes a todo proceso de desarrollo no ha sido abordada tradicionalmente.

⁶⁸ Universidad Nacional de Mar del Plata - Facultad de Ciencias Económicas y Sociales - Grupo de Investigación: Economía Ecológica. Correo Electrónico: lopezmj@mdp.edu.ar

El conocimiento sobre: las condiciones socioculturales que favorecen o no el uso sustentable, el carácter patrimonial del ambiente en función del significado social y los cambios a promover en la estructura sociocultural permiten comprender los alcances del desarrollo sustentable y brinda información a la gestión de la Reserva para compatibilizar las necesidades ecológicas con las demandas y preferencias sociales.

Actualización y caracterización del patrimonio cultural de la Parroquia Chuao para incorporarlo a la oferta turística del Municipio Santiago Mariño del Estado Aragua

Prof. Luís Enrique Leal Molina⁶⁹

El turismo cultural, afianza la interacción entre el hombre y la cultura de una región, para llegar a constituir una oferta atractiva, tal como se explica en la Carta Internacional sobre Turismo Cultural de ICOMOS (s/f). “El Patrimonio natural y cultural, la diversidad y las culturas vivas constituyen los máximos atractivos del Turismo”. (p.2)

El desarrollo de la actividad turística en Venezuela, ha estado determinada por contar con un patrimonio cultural rico en hechos históricos, procesos políticos, cambios sociales, mixtura de creencias religiosas, arquitectura marcada por las épocas y folklore derivado de la unión de diferentes culturas que forman parte de la idiosincrasia del venezolano. Por medio de investigaciones hechas se logra indagar acerca del potencial turístico que posee el Estado Aragua, encontrando que su oferta turística patrimonial cultural está siendo efectivamente demandada, aunque no cuentan con estadísticas que reflejen el flujo de turistas.

El Estado Aragua actualmente está conformado por 18 municipios autónomos, 33 parroquias y unos 558 poblados, entre ciudades y caseríos, Entre ellos destaca el Municipio Santiago Mariño el cual entre sus límites posee la Parroquia Chuao, Patrimonio Natural y Cultural del estado Aragua desde 1990 y también decretado bien de Interés Cultural a través del Instituto del Patrimonio Cultural en el 2003 (IPC, 2003). Esta Parroquia se perfiló como área de estudio por ser el pueblo más antiguo de Aragua, por ser un testimonio arqueológico único por su rica diversidad cultural y por celebrar, cada una de sus manifestaciones culturales tradicionales fielmente, tal como se hacía desde tiempos coloniales. Así lo evidencia Calzadilla (2005), cuando califica a Chuao como “el más privilegiado de los pueblos costeros y es uno de los lugares con mayor especificidad en cuanto a la conformación de su perfil como comunidad única en el mundo”.

Palabras Claves: Patrimonio, Chuao, Cultura, Turismo

⁶⁹ República Bolivariana De Venezuela. Ministerio De Educación Superior. Convenio Interinstitucional Cuba-Venezuela. Universidad De La Habana-Colegio Universitario De Caracas. Maestría En Gestión Turística. Maracay, Estado Aragua. Email del autor: solesurvivor58@hotmail.com

Tranvías en la Ciudad de Bahía Blanca (Prov. Buenos Aires): puesta en valor de su patrimonio tangible e intangible a través de un Circuito histórico-urbano

Martín Varisto, Yanel⁷⁰ y Herlein, Diego⁷¹

Los tranvías como transporte público en la ciudad de Bahía Blanca generaron grandes transformaciones socioeconómicas. Además del transporte, producían una sensación de paseo y bienestar. Su importancia radicaba en su valor socioeconómico, histórico, estético y técnico.

El patrimonio es la evidencia de aquella época desconocida, está compuesto por testimonios de sus protagonistas y vestigios del sistema tranviario. Se encuentra incorporado al paisaje de la ciudad desconociendo su origen. A través de estos elementos portadores de significados, se reconstruye la historia. El patrimonio, sin la comunidad que lo reconozca como tal, resulta un testigo lejano y silencioso.

El presente trabajo tiene por finalidad, “poner en valor el patrimonio tangible e intangible de los tranvías a través de un circuito turístico para recuperar su historia como parte de la identidad urbana”. Para ello, se recopilaban datos en función de entrevistas, periódicos, informes, fotografías, entre otras. Luego a través de un relevamiento se identificaron aquellos elementos existentes y su distribución espacial. Finalmente se diseñó un circuito turístico y se evaluó su potencialidad mediante una primera prueba piloto.

A partir de esta experiencia, se constata el desconocimiento por parte de la población, el interés que genera y el aporte que significa a la reconstrucción y recuperación de los significados manifestados espacialmente a través del tiempo. La oferta regular del circuito otorgará beneficios a la población local, visitantes, educación formal y municipio.

Preservar el patrimonio del tranvía y sus significados, a través del turismo urbano significa un aporte a la memoria colectiva, que busque preservar el sentido de pertenencia a través del conocimiento y la concientización, fortaleciendo la identidad local.

Palabras clave: Turismo-patrimonio-revalorización- Bahía Blanca-tranvías-

⁷⁰ Universidad Nacional del Sur. Departamento de Geografía y Turismo. San Juan y 12 de Octubre 4° Piso. yanelmartin@hotmail.com

⁷¹ Municipalidad de Bahía Blanca. Dirección de Turismo. Alsina 370. dherlein@hotmail.com

Incorporación de sistemas de restauración eco-eficientes en Parques Acuáticos en el Valle del Mezquital, Hidalgo, México

Restauración eco-eficiente

Ma. Concepción Jiménez Monroy⁷²

Palabras Claves: Eco-tecnologías Parques Acuáticos Turismo Sustentable

INTRODUCCIÓN

Una de las necesidades actuales y urgentes del turismo es plantear que todo lo que conlleve al crecimiento de este sector deberá involucrar un esquema de sustentabilidad, por lo que se enfoca la necesidad de un estudio para atender este problema como lo es la falta de esquemas prioritarios u óptimos de gestión en la modalidad de Parques Acuáticos. Cabe mencionar que esto es un problema que está siendo rebasado (KPMG Internacional y CIES, 2008) y en el que no se ha atendido la necesidad la incorporar sistemas de restauración, que permitan elevar la calidad de los sitios. En México existe una gran diversidad de Sitios Turísticos como lo son Parques Acuáticos que hoy están inmersos en la necesidad de sumarse a la modalidad de sustentabilidad y a todas las consideraciones que ésta conlleva, sin embargo en su totalidad no las han adquirido o ni siquiera han considerado lo que esto representa para ser más competitivos. Uno de los problemas a los que se ha enfrentado estos sitios han sido también los altos costos para la incorporación de tecnología, la capacitación adecuada, y por ende la corrección de estas acciones distan de ser factibles de obtener financiamiento en aquellas instituciones que promueven recursos para generar o propiciar la sustentabilidad (Collantes A.; Nuñez, L. 1994).

Esta investigación está orientada a analizar la condiciones y exigencias ambientales bajo las cuales operan los parques Acuáticos en la Zona del Valle del Mezquital (Estado de Hidalgo) la cual tiene un número superior a los 50 parques (Sánchez, 2008) y la adecuación que realizan de su reglamentación, normatividad y arquitectura, así como de la capacitación de sus Recursos Humanos.

⁷² Consultora en Turismo Sustentable/México/correo: jimenez_cony@yahoo.com.mx

OBJETIVO GENERAL:

El objetivo de la investigación recae en detectar y definir cuales son las sistemas de restauración que permitan potencializar el sitio turístico y como encaminar este proceso de incorporación de exigencias ambientales a todos sus componentes tanto humanos como tecnológicos, con la finalidad de logra el equilibrio del modelo del desarrollo sustentable.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Determinar las principales variables que permitan identificar una restauración ecoeficiente dentro del sistema operativo óptimo de la unidad turística.
- Identificar las variables de mayor impacto dentro del esquema operativo.
- Determinar el proceso de incorporación para el cumplimiento óptimo de las normas ambientales.
- Comparar el impacto de las variables de costo y tiempo de implementación de los sistemas de restauración ecoeficientes.
- Examinar el impacto y resultados que ha tenido los llamados Parques Acuáticos Ecológicos y los no ecológicos.

METODOLOGÍA

Este es un estudio teórico-práctico que inicia con el planteamiento de los objetivos y la delimitación del área de estudio (Zona del valle del Mezquita en Hidalgo, México) a la que se conceptualizó como una eco-región, definida bajo criterios ecológicos y económicos. Se realizará un análisis integrativo y se recurrirá al enfoque sistémico, para inventariar los Parques Acuáticos o Balnearios que existen en la zona, definiendo el proceso de restauración que han tenido estos centros y los elementos que integran el sistema. Posteriormente, se realizará un diagnóstico regional y ambiental; donde la regionalización es la herramienta fundamental, con lo cual se llegará a la evaluación de los recursos eco-eficientes con que cuenta cada balneario de la zona, que servirá de base para jerarquizar la problemática de sustentabilidad en cada uno de los balnearios.

RESULTADOS

El estudio está orientado a detectar y definir cuales son las sistemas de restauración que permitan potencializar el sitio turístico y como encaminar este proceso de incorporación de exigencias ambientales a todos sus componentes.

Dicho estudio está en la primera fase, cuyo estudio está considerado abarcar seis a ocho meses en los que se podrán derivar los primeros resultados.

CONCLUSIONES

Aun no podemos emitir conclusiones, ya que la investigación está en primera fase, sin embargo se puede concluir en que de este estudio se verán beneficiada la Zona del Valle del Mezquital en Hidalgo, México, una de las zonas de mayor marginación en el País y que por muchos años ha sido foco de grandes estudios y actualmente su principal actividad económica es el turismo. Este estudio permitirá realizar grandes aportaciones a esta Zona, esperando recaer los resultados en beneficios sociales, ecológicos y económicos.

Indicadores para el desarrollo turístico sustentable del balneario Monte Hermoso. Provincia de Buenos Aires

Mg. Cecilia A. Rodríguez⁷³

El presente forma parte del trabajo realizado en la cátedra Planeamiento Turístico, perteneciente a la carrera Técnico Universitario en Emprendimientos Turísticos y pretende plasmar el trabajo de extensión que se realiza desde la Universidad Nacional del Sur hacia su región de influencia. Asimismo esta temática es abordada de manera teórica y práctica en el Proyecto de Investigación “Circuito Mar y Sierra: estrategias de integración regional” el cual pertenece a los proyectos Temas de interés Regional (PGI-TIR), financiado por la Secretaría de Ciencia y Tecnología de la UNS.

El mismo tiene por objeto establecer indicadores de sustentabilidad para la localidad de Monte Hermoso y analizar sus características. Para ello se trabajó en clase en la selección de aquellos indicadores plausibles de ser aplicados al destino, para luego realizar un intensivo trabajo de relevamiento de campo y análisis de los mismos.

A partir de los resultados se podrá establecer la influencia que pueden ejercer los mismos en la gestión del Destino, al tiempo que se podrá determinar puntualmente cuales son los indicadores que mayor atención necesitan en términos de lograr el desarrollo turístico sustentable de Monte Hermoso.

Palabras Clave: Planeamiento Turístico - Indicadores - Desarrollo Sustentable - Gestión de Destino.

⁷³ Universidad Nacional del Sur. Departamento de Geografía y Turismo. 12 de Octubre y San Juan 4° Piso Gabinete 13. Bahía Blanca. Buenos Aires - Argentina. E-mail: crodriguez@uns.edu.ar

Análisis conceptual y operativo del turismo sostenible. El caso de Mar Chiquita

Marcela Berton⁷⁴

Palabras claves: turismo sostenible - sostenibilidad - destinos turísticos

El desarrollo del paradigma ambiental ha implicado cambios significativos en la actividad turística. La difusión de este paradigma plantea una concepción y una ética nuevas del turismo que reimpone el análisis de todas las dimensiones que inciden en la actividad: naturales, económicas, sociales y políticas.

La sostenibilidad se constituye en una referencia esencial, en los procesos de desarrollo y promoción de los destinos turísticos potenciales y de reestructuración de los destinos turísticos maduros o actuales.

En la experiencia la adscripción rápida y generalizada, en la actividad turística a los principios del desarrollo sostenible, contrasta con la pervivencia de patrones insostenibles en la conservación. Por lo que se plantea, respecto del turismo sostenible, una dicotomía entre su difusión y las limitaciones de los progresos alcanzados.

Esta situación se evidencia en la actividad turística del partido de Mar Chiquita, donde existe acuerdo generalizado, tanto desde el sector público como del privado y de la comunidad en su conjunto de que la sostenibilidad de la actividad turística es una meta social, pero no hay consenso de cómo alcanzarla. Por lo tanto, se propone un análisis teórico - metodológico para evaluar las posibilidades reales de aplicación de los principios de la sostenibilidad en la política y gestión la actividad turística de Mar Chiquita.

Para ello se realiza una revisión de: los distintos sentidos que se le asignan el concepto de turismo sostenible, los diversos modos de aplicar estrategias sustentables en los destinos turísticos y los variados marcos y enfoques de evaluación de la sostenibilidad.

El análisis de la sostenibilidad turística es un tema central a indagar y operativizar debido a sus dimensiones (natural, socioeconómica y política) y por su aplicación efectiva en el desarrollo turístico como una estrategia fundamental para el futuro de los destinos turísticos.

⁷⁴ Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Universidad Nacional de Mar del Plata. Funes 3250 Mar del Plata. E-mail:marber@mdp.edu.ar

Modificaciones en el territorio mapuche en relación al Turismo

Autora: María Daniela Rodríguez⁷⁵

Palabras claves: comunidad mapuche - efectos socioculturales - trabajo

INTRODUCCIÓN

El presente resumen pertenece a una investigación en desarrollo en el marco de una beca de investigación de la UNCo. La misma aborda los efectos sociales y culturales que genera el turismo en los jóvenes mapuches de la comunidad Puel, ubicada en el destino turístico de Villa Pehuenia, que trabajan en la actividad turística. Ellos trabajan como prestadores de servicios turísticos en dos emprendimientos: el Camping organizado "Quechulafquen" y el Parque de Nieve "Cerro Batea Mahuida".

El estudio tiene por objetivos reconocer los cambios socioculturales que se producen en los jóvenes de la Comunidad Mapuche Puel a partir del desarrollo del turismo en el destino turístico de Villa Pehuenia, como así también conocer la concepción y caracterización del trabajo de los jóvenes como prestadores de servicios turísticos.

La recolección de datos se realiza a través de entrevistas en profundidad a informantes clave y observación no participante en el área de estudio. La propuesta metodológica se basa en un análisis cualitativo y en función del abordaje seleccionado se plantea un diseño de investigación que se encuadra dentro de un esquema descriptivo- exploratorio.

Desde que la comunidad comenzó como prestadora de servicios turísticos, disminuyó el uso productivo (pastoreo de animales) en el Cerro Batea Mahuida.

Los grupos de turistas se interesan por el contacto con la cultura mapuche, el dialogo con sus integrantes que trabajan en la administración de los emprendimientos, las comidas típicas y la compra de artesanías.

En general los jóvenes mapuches tienen interés en trabajar con el turismo, aunque reconocen que es un trabajo estacional lo cual les implica que deben dejar en las temporadas el resto de sus trabajos. Esta situación genera que deban

⁷⁵ Guía Universitaria de Turismo, estudiante de Licenciatura en Turismo (UNCo) y becaria de iniciación en la Investigación (UNCo), Facultad de Turismo - Universidad Nacional del Comahue - Buenos Aires 1400- www.uncoma.edu.ar

dejar sus trabajos tradicionales y así modificar muchas de sus costumbres, prácticas de su vida cotidiana.

Por otro lado a mayoría de los jóvenes no se siente capacitado para ofrecer visitas guiadas. Esto se da porque en general no tienen capacitación el resto del año, que deben seguir con la escuela o trabajos invernales.

Turismo e Desenvolvimento territorial: Possibilidades e limites do turismo de base comunitária na Amazônia Brasileira

Maria Goretti da Costa Tavares⁷⁶

A atividade turística é o quinto maior gerador de divisas do Brasil. No entanto, se as atividades relacionadas ao turismo apresentam possibilidades de desenvolvimento territorial, por outro lado, provoca impactos sócio-ambientais, tais como, especulação imobiliária, alteração significativa dos costumes, impactos na água, etc...

Indicadores apontam para as condições de pobreza e exclusão social das comunidades locais frente às ofertas de oportunidades de participação no planejamento territorial voltado para o turismo e de inserção em práticas locais das ações turísticas para além de mão-de-obra barata por ser tida como desqualificada.

De fato, são inúmeras as comunidades amazônidas, que apesar de habitarem territórios que são apropriados para as práticas turísticas, continuam à margem dos processos e práticas deste setor, e quando absorvidos, sem qualificação, ou, ainda, mesmo qualificados no contexto de suas culturas e saberes locais, não sabem o que fazer diante dos valores externos voltados para o mercado.

Segundo a ONG WWF-International (2001), o turismo de base comunitária é definido como uma modalidade de ecoturismo onde a comunidade local tem controle substancial e envolvimento no seu desenvolvimento e gestão e a maior parte dos benefícios, provenientes da atividade, permanecem na comunidade. Nesse sentido, trata-se de uma atividade turística desenvolvida e operada pela população local, que busca a sustentabilidade econômica através dos recursos provenientes do turismo em benefícios para a comunidade. Segundo Bursztyn, (2005), a melhor distribuição da renda e o fortalecimento das comunidades envolvidas podem ser conseqüências desse processo que pode se dar com a formação de cooperativas, associações, joint ventures, empreendimentos comunitários, redes, além do estabelecimento dos micro, pequenos e médios empresários locais que, com seus empreendimentos, geram postos de trabalho.

Nesse sentido as principais questões a serem desenvolvidas nesta pesquisa são:

Quais as experiências de turismo comunitário na Amazônia brasileira?

Em que medida o turismo com base comunitária pode possibilitar o desenvolvimento territorial e sócio-espacial?

Palavras chaves: Amazônia - Turismo Comunitário - Território - Desenvolvimento

⁷⁶ Universidade Federal do Pará. Faculdade e Programa de Pós-Graduação em Geografia. Belém-Pará-Brasil. Email: mariagg29@gmail.com ou goretti@ufpa.br

Estrategias de manejo e innovación tecnológica para la sustentabilidad ambiental en territorio de comunidades mapuche. Proyecto de Extensión Universitaria

*Lic. María Fernández Mouján⁷⁷; Est. Rodrigo Sosa⁷⁸;
Est. Celeste Scarabotti; Est. Paola Nahuelquir*

Palabras claves: comunidad mapuche, desarrollo turístico productivo

Este proyecto asume una mirada interdisciplinaria para abordar la complejidad de las actividades productivas. El equipo de Extensión Universitaria se conforma con docentes, graduados y estudiantes de la Facultad de Turismo y del CRUB de la Unco.

El mismo surge ante requerimientos de asistencia técnica por parte de las Comunidades Mapuche Puel y Currumil, orientada a la exploración, estudio, evaluación y análisis de actividades productivas alternativas a la cría de ganado, y en relación con el desarrollo turístico que caracteriza al departamento Aluminé.

Se parte del desarrollo turístico productivo como eje que propicie el arraigo de la población rural en un escenario en el que se favorece la migración desde las zonas rurales a los centros urbanos y en consecuencia se produce la pérdida de importantes valores culturales.

La evaluación de alternativas productivas, factibles de fortalecer una mayor participación de la población local en la distribución de los ingresos que genera el turismo, supone la elaboración de propuestas de aprovechamiento de los recursos, y el análisis de la factibilidad ambiental, económica y social que haga sustentable las nuevas iniciativas. Los ejes propuestos refieren a: 1) aprovechamiento del recurso hídrico: análisis y recomendaciones de los posibles usos del recurso íctico, 2) experiencias de recuperación de suelos, compostaje y resiembra de nativas. 3) estrategias de manejo de los recursos (agua y bosque autóctono) con fines recreativos turísticos, y 4) Capacitación en temas referidos a alternativas productivas y su relación con el turismo.

⁷⁷ Lic. en Turismo. Auxiliar docente área Tiempo libre, Ocio y Recreación. Facultad de Turismo. U.N.C. Buenos Aires 1400. (8300) Neuquén moujanmaria@yahoo.com.ar

⁷⁸ Rodrigo Sosa rodrisosa87@hotmail.com, Celeste Scarabotti celeste.scarabotti@gmail.com y Paola Nahuelquir paoli2809@yahoo.com.ar son estudiantes de la carrera Licenciatura en Turismo de la Facultad de Turismo de la Universidad Nacional del Comahue

El desarrollo de este proyecto con las comunidades mapuche Puel y Currumil, contribuiría en sus procesos organizativos, propiciando una instancia de intercambio de experiencias y visiones acerca del desarrollo turístico productivo. A la vez que permite poner en tensión los conocimientos teóricos, resignificarlos y enriquecer la tarea de docentes, graduados y estudiantes

Reconversion de la estacionalidad y revitalización del escenario turístico de Necochea

lic. María Nagore Anduaga

El escenario turístico de Necochea no escapa a la problemática turística del litoral atlántico bonaerense caracterizado esencialmente por la estacionalidad de la actividad, circunstancia que impacta negativamente a la vitalización sostenida de las dimensiones económicas, sociales y físico-espaciales de la realidad de dicho escenario. No obstante las condiciones negativas que impulsan la estacionalidad y la desvitalización de dicho escenario, se reconoce la potencialidad de los recursos y actividades turístico-recreacionales presentes en la ciudad, tanto como la posibilidad de la creación de nuevos atractivos y actividades capaces de poner en valor y desarrollo con el objetivo de lograr así un desarrollo turístico integrado sostenido a lo largo del año.

El presente trabajo parte de la hipótesis de que el sistema de interior con centralidad en la ciudad de Necochea y el núcleo portuario presentan potencialidades turístico-recreativas que aunque diferenciales, son susceptibles de estrategias de puesta en valor y en desarrollo turístico e integración, articulación y complementariedad con el litoral costero cuyo rol comporta en la actualidad una relativa consolidación de la actividad turístico-recreativa, también susceptible de similar mejora y puesta en valor y en desarrollo integrado.

Los objetivos particulares de orden principal apuntan a lograr el desarrollo sustentable de la actividad turística integrada al sistema de actividades permanente apelando al logro de una mejor competitividad económica, habitabilidad social y sustentabilidad ambiental de la actividad turística como factor coadyuvante del desarrollo integral del municipio.

Palabras claves: Estacionalidad - Desvitalización - Desarrollo Turístico Integrado - Necochea

Historia del turismo en Tierra del Fuego: desde los precursores hasta finales del siglo XX⁷⁹

Lic. Horacio J. Ortell⁸⁰

Palabras claves: Turismo - Tierra del Fuego - Precursores

La presente ponencia tiene por objetivo dar a conocer la publicación de una obra sobre la Historia del Turismo en Tierra del Fuego (TDF), desde los “Precursores” hasta fines del Siglo XX.

Como su autor, no posee las herramientas técnicas del historiador, la obra rescata las cuestiones históricas en un formato de ensayo periodístico en base a documentos originales, artículos sobre la actividad turística en TDF de principios hasta final del siglo XX, basando su mayor contenido en entrevista a los actores de esas actividades, que conforman un patrimonio histórico invaluable.

El objetivo de la obra que presenta esta ponencia, es dejar testimonio de acciones y experiencias que dieron origen y desarrollo a turismo en TDF hasta finales del Siglo XX, constituyendo los cimientos de la actividad turística en general, y Ushuaia en particular, en base a actores puntuales de los sectores privado y público, que con relatos, anécdotas, y documentos escritos y fotográficos, dan testimonio del origen de su actividad turística en TDF, desde épocas donde los viajeros llegaban por vía marítima, hasta la conformación de empresas y dependencias oficiales dedicadas al turismo, para dar servicio y atención a los turistas que en épocas y con motivaciones distintas, buscaron el destino de TDF en general y de Ushuaia en particular para disfrutar de su tiempo libre y vacaciones.

Apellidos de la talla de Brisighelli, Giro, Preto, Bello, Torrejón, De Lorenzo, Leguizamon, Lovece y Baldasarre entre otros; y organizaciones (empresas, entidades públicas, académicas, empresariales y profesionales) como Rumbo Sur, Tolkeyen, Antartur, Tecni Austral, Dirección Territorial de Turismo, INFUER-TUR, Direcciones Municipales de Turismo, UNPSJB, Cámara de Turismo, Asociación de Guías y otras; el desarrollo de sus historias y acciones, darán idea de cómo el Turismo se conformó en una de las principales actividades de TDF, no solo por los recursos naturales y culturales base de su transformación como

⁷⁹ Presentación del libro del mismo nombre.

⁸⁰ Departamento de Turismo - UNPSJB - FHCS - Sede Ushuaia. Darwin y Canga s/nro. - (9410) Ushuaia - Prov. de Tierra del Fuego, A. e I.A.S. Email: ortelli-tour@speedy.com.ar

un Destino Turístico dentro de los “top-ten” de Argentina, sino por la acción de precursores y organizaciones que con sus aportes fueron conformando la compleja estructura que hoy sostiene a la actividad turística en TDF y Ushuaia, conformándose también en “Puerta de Entrada a la Antártida”, parte integrante de la Provincia y destino superlativo buscado por los turistas más experimentados, de alto nivel socio-cultural-económico, y con gran Concientización de las temáticas medioambientales que se imponen en la nueva corriente del Desarrollo Sostenible y Sustentable en las Prácticas Turísticas.

El alcance de las actividades turísticas y recreativas en los espacios naturales del Hinterland de Ushuaia⁸¹

Patricia A. Mosti⁸²

Palabras clave: uso público, recreación y turismo

Desde mediados del siglo XX se ha generalizado la percepción social de la población, mayoritariamente urbana, en relación con la naturaleza y la interpretación del paisaje, materializada en el auge creciente de prácticas recreativas y turísticas, entre otras, en entornos naturales. Las tendencias a nivel mundial indican que en los últimos años se ha registrado un aumento sostenido de la demanda de visitantes interesados en conocer espacios naturales con la finalidad de contemplar el paisaje o realizar actividades, deportivas y/o recreativas, en contacto con la naturaleza. Ushuaia, no escapa a esta tendencia; su hinterland es escenario de las prácticas de turistas y residentes, configurándose espacialmente como soporte físico, a la vez que como atractivo y depositario de las expectativas de los usuarios.

Esta comunicación tiene por objeto dar a conocer las preferencias y requerimientos de residentes y turistas en relación con sus prácticas recreativas y turísticas en espacios naturales de uso público en el hinterland de Ushuaia. Para tal fin se llevó adelante encuestas a los usuarios in situ y observación directa no participativa; mediante el uso de un SIG se procedió al análisis espacial de las mencionadas prácticas.

Los resultados obtenidos indican que la elección del sitio de uso se asienta sobre diferentes factores y/o valores, según los usuarios sean residentes o turistas, entre las que tienen particular relevancia el entorno paisajístico, la accesibilidad, y la disponibilidad de equipamiento. De este modo, se destaca la necesidad de conocer los requerimientos de los usuarios al momento de implementar medidas de gestión del uso público del espacio.

⁸¹ Esta comunicación forma parte de la tesis "El uso recreativo - turístico de los espacios naturales en el sur de Tierra del Fuego" realizada en el marco de la Maestría sobre Planificación, Gestión y Desarrollo Turístico Sostenible (2007- 2009) de la Universidad Internacional de Andalucía, en proceso de evaluación.

⁸² losdelca@arnet.com.ar o patomosti@hotmail.com

Recursos naturales y valorización turística. El producto termal en la localidad de Federación

Autor: Ramírez, Lucas⁸³

Palabras claves: termas - atractivos - Federación

En la provincia de Entre Ríos, el turismo termal ha cobrado gran impulso desde la década de 1990, y particularmente a partir de los primeros años de la década del 2000, siendo la localidad de Federación el primer lugar en impulsar, concretar y gestionar la explotación turística del recurso termal. Actualmente, Federación constituye el destino termal por excelencia de la provincia, debido a la cantidad de visitantes que recibe anualmente y cuyo modelo de crecimiento fue tomado como base para el diseño e implementación del producto termal en otros lugares de la provincia (casi todos ellos localizados sobre la margen del Río Uruguay).

El trabajo consiste en el análisis del proceso de conformación del producto termal existente en la localidad de Federación. Para caracterizar dicho producto, primero se realizará una breve reflexión acerca de lo que se entiende como proceso de construcción de atractividad. Posteriormente, se describirá cómo se conforma la oferta del equipamiento turístico de la localidad, identificando la infraestructura propia del recurso termal; junto a los servicios turísticos generales. Finalmente, se analizará en qué consisten los atractivos asociados a las aguas termales, y como estos se construyen en concomitancia con un uso-disfrute particular de un equipamiento especialmente diseñado para la explotación del recurso con fines turístico-recreativos.

Este trabajo permitirá identificar los atractivos que se construyen en torno al recurso “aguas termales”, siendo algunos aspectos “exclusivos” del recurso, mientras que otros, si bien pueden asociarse al “termalismo” también abarcan prácticas más generales vinculadas a lo que se denomina “turismo salud”. De este modo, se argumentará como los atractivos termales se sustentan, principalmente, en la asociación entre determinadas cualidades distintivas de las aguas (en relación a otro tipo de aguas) y sus propiedades benéficas para el cuerpo humano, cuyo aprovechamiento se concreta con la realización de actividades recreativas, de relax y vinculadas a la salud en general y al termalismo en particular.

⁸³ Licenciado en Geografía, UBA y Becario del Proyecto PICT “Turismo y Territorio. Actividad turística, desarrollo local y valorización del patrimonio: aportes para una gestión sustentable y participativa”. Director: Mg. Rodolfo Bertoncello. Instituto de Geografía, Facultad de Filosofía y Letras, UBA. E-mail: lucas2906@yahoo.com.ar

Ocio y renovación urbana: el legado ferroviario de la ciudad de Bahía Blanca

Rosake, Paola⁸⁴ y Ercolani, Patricia⁸⁵

La ciudad de Bahía Blanca fue fundada en 1828 como fortaleza militar ligada a una política expansionista nacional. A finales del siglo XIX y favorecida por el desarrollo del modelo agro-exportador vigente en el país, recibe numerosas inversiones públicas y privadas destinadas a consolidar su estratégica condición portuaria, contexto en el cual el sistema ferro-portuario juega un rol destacado.

Con el transcurso del tiempo, el ferrocarril pierde dinamismo y su rol de elemento organizador. Gran parte del patrimonio ferroviario de la ciudad se encuentra en la actualidad en un estado de abandono, generando espacios degradados e inseguros en su entorno y problemas de circulación.

Se observa, asimismo, un incremento de las demandas de ocio y esparcimiento por parte de residentes y visitantes regionales, acorde a las nuevas pautas de consumo de la sociedad que favorecen la generación de oportunidades turístico-recreativas para la ciudad.

En este sentido, el objetivo del presente trabajo es analizar las oportunidades actuales de refuncionalización del legado ferroviario para su incorporación a la oferta turístico-recreativa, a partir del nuevo rol de centro de producción de cultura y ocio que adquiere la ciudad en la región.

En este marco, se analiza la función turístico-recreativa de la ciudad en la región y se realiza una revisión de antecedentes del tratamiento de las tierras del ferrocarril en los diversos planes de ordenamiento urbano formulados en la ciudad.

Los instrumentos de gestión urbana que formaron parte del proceso de crecimiento de la ciudad dan cuenta de la importancia que las políticas públicas otorgaron al tratamiento de espacios vacantes vinculados con la traza ferroviaria. Sin embargo, los principales obstáculos que presenta el gobierno local para intervenir con un proyecto urbano integral continúan siendo los mismos que le dieron origen: situación dominial, falta de apoyo financiero del Estado Nacional y Provincial y el desinterés del sector privado.

Palabras claves: ocio - renovación urbana - sistema ferro-portuario.

⁸⁴ Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur. 12 de Octubre y San Juan, Bahía Blanca. rosake@uns.edu.ar

⁸⁵ Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur. 12 de Octubre y San Juan, Bahía Blanca. ercolani@uns.edu.ar

El paisaje de Mar del Plata como producto turístico. Puesta en valor y en desarrollo sustentable

Arq. Ricardo Dosso, Lic. Maria Julia Muñoz, Lic. Natalia Borthiry⁸⁶

INTRODUCCIÓN

El paisaje como recurso es un componente habitualmente considerado en el ideario turístico como un marco envolvente de la actividad valorado en su condición de escenario contemplativo. Sin embargo y a la luz de las condiciones complejas de su concepción actual, su consideración remite a un enfoque plurisensorial y pluridimensional que trasciende la tradicional consideración meramente estética. La política turística de Mar del Plata apela a la diversificación de opciones sostenibles a lo largo del año con la finalidad de desestacionalizar la actividad. Entre las opciones de productos más ensayadas no se advierte la potencialidad productiva del paisaje subestimado en su obvia condición de atracción complementaria y bien heredado merced a sus condiciones naturales de origen – el mar, las playas, estribación serrana – y de un patrimonio histórico edilicio en franco deterioro. La ponencia que se expone se inscribe en el Proyecto El Paisaje de Mar del Plata como Producto Turístico, proyecto de investigación-acción que aspira a la puesta en valor y en desarrollo del paisaje como sistema integrado pluridimensional susceptible de convertirse en producto competitivo, instalable y escenario turísticamente protagonizable.

OBJETIVOS

1). Conceptualizar el universo pluridimensional y multidisciplinar del paisaje; 2). Analiza y evaluar la actualidad y potencialidad del escenario paisajístico. Realizar un diagnóstico de actualidad y potencialidad; 3). Proponer un sistema de recomendaciones de acción y actuación orientado a la gestión pública y privada a través de un sistema de estrategias y proyectos indicativos para su puesta en valor y en desarrollo contemplando las dimensiones, campos de actuación y unidades de gestión involucrables.

⁸⁶ Centro de Investigaciones Turísticas. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Universidad Nacional de Mar del Plata. Funes 3250. CP 7600. Mar del Plata. rh2so@hotmail.com / borthiry@mdp.edu.ar / mjmunoz@capitalcreativo.com

METODOLOGÍA

1). Tipificar, clasificar, categorizar y especializar los recursos paisajísticos en todas sus dimensiones y enfoques. 2). a. Analizar y evaluar la actualidad y potencialidad del sistema paisajístico aplicando técnicas de intervención de expertos y de participación pluri-actoral y técnicas A.A.A; b. evaluación económica, físico-ambiental y social e identitaria; c. las combinaciones recursos paisajísticos-perfil de preferencias. 3). Identificar unidades paisajísticas articulables e integrables en un sistema de productos y subproductos. 4). Realizar una síntesis diagnóstica de estado y calidad de las unidades paisajísticas y los requerimientos de acción y actuación gestonaria necesaria para su puesta en valor y en desarrollo. 5). Proponer un sistema de recomendaciones de acción y actuación para su puesta en valor y en desarrollo como producto turístico dirigidas a las unidades de gestión involucrables.

RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Los resultados aspiran a la formulación de un sistema de estrategias y proyectos de acción y actuación para la puesta en valor y en desarrollo del paisaje de Mar del Plata como producto turístico integrado y opción de consideración en el sistema de mercado turístico. Las contribuciones aspiran a constituir un aporte práctico para la gestión al tiempo que una contribución conceptual y metodológica para la formación en turismo.

Palabras Clave: paisaje - puesta en valor - producto turístico - Mar del Plata

Competitividad en destinos turísticos emergentes. Indicadores de sustentabilidad

Prof. María Margarita Robledo y Arq. Héctor Rosendo Castro⁸⁷

Palabras Claves: Competitividad - indicadores- sustentabilidad

INTRODUCCIÓN:

El presente trabajo es un avance del proyecto “Criterios para medir la competitividad de destinos Criterios para medir la competitividad de destinos turísticos en San Juan: Gran San Juan- Rawson.” El cual se gesta en el marco del PFETS, en un compromiso con la Dirección Nacional de Gestión de la Calidad de la SECTUR, de un destino turístico emergente.

Los indicadores de sostenibilidad son instrumentos críticos para redactar directrices que promuevan el desarrollo de Sistemas Integrados de Gestión de la Calidad. “Los criterios para la construcción de un buen indicador de sostenibilidad son: la objetividad de su procedimiento de cálculo, su relación con objetivos políticos, su utilidad pública, su claridad y aptitud divulgativa, su cobertura de fenómenos sistémicos y su comparabilidad en el tiempo y en el espacio” (Moffat, 1996; Hanley, Et Al., 1999; Van Der Bergh y Verbruggen, 1999).

OBJETIVOS

- Determinar los indicadores de sustentabilidad en los tres campos: ambiental, socioeconómico e institucional a nivel general y específico.
- Selección de indicadores de mayor pertinencia en relación al destino turístico.
- Establecer la evaluación de indicadores para establecer parámetros de sustentabilidad del destino turístico.

METODOLOGÍA

Interpretativa - descriptiva.

⁸⁷ UNSJ, FFHA. Departamento de Geografía. PRITUR (Programa Universitario de Investigación en Turismo) Av. J. I. de la Roza 230 oeste. CP5400. Prof. María Margarita Robledo. e-mail. margarobledo@gmail.com

RESULTADOS

Se trabajaron Indicadores de sustentabilidad turística en tres campos de aplicación: 1. ambientales; 2. económicos; 3. socio-culturales e institucionales.

De los datos relevados en fuentes secundarias INDEC; Gobierno de la Provincia de San Juan, etc. se calculan los índices.

La falta de uniformidad en la elaboración y mantenimiento de las estadísticas dificultan la elección del dato con las características señalas por Mofaft y Van Der Bergh y Verbruggen.

La centralidad del manejo de la información así como la expresión global de la misma dificulta el análisis a escala local de los índices.

CONCLUSIONES

Para definir los criterios de competitividad es necesario aplicar criterios uniformes en la producción de datos estadísticos y sostenerlos en el tiempo.

Turismo y patrimonio. Valorización turístico-recreativa de la localidad de Tigre (AMBA)

Romina Iuso⁸⁸ y Ma. Ludmila Pautasso⁸⁹

En el marco de la creciente importancia del turismo, este trabajo se propone describir y analizar el proceso de valorización turístico-recreativo del Tigre (AMBA), a fin de comprender sus características actuales, los atractivos valorizados y las transformaciones socioterritoriales asociadas.

Sin desconocer que el atractivo turístico se basa en rasgos propios del lugar, consideramos que la condición de atractivo es producto de construcciones sociales, en las cuales intervienen diversos agentes con diferentes intereses y grados de poder, y en donde la demanda de la sociedad de origen de los turistas ocupa un rol destacado.

Asimismo, se considera al patrimonio como resultado de un proceso de activación patrimonial, es decir, de un proceso de selección y valorización de dimensiones (materiales y simbólicas) del lugar, en el cual también intervienen diversos agentes. El patrimonio como atractivo turístico es, por lo tanto, resultado de ambos procesos, que conducen a la valorización turística del lugar donde se encuentra.

El trabajo analiza, teniendo en cuenta el marco conceptual precitado, la oferta turística de Tigre y el proceso de definición de la misma. Reconoce los actores intervinientes, las intencionalidades subyacentes y los conflictos presentes, poniéndolos en relación con la definición de Tigre como un lugar turístico. La investigación se ha llevado a cabo en base a recopilación y análisis de fuentes secundarias y primarias (entrevistas a informantes calificados).

Si bien Tigre es una localidad que desde inicios del Siglo XX suma a sus funciones portuarias tradicionales, las de recreación y turismo, en la actualidad, estas prácticas adquieren nuevas características. Hoy constituye un destino privilegiado del turismo metropolitano, con una variada oferta que se articula en torno a su patrimonio histórico cultural y a la valorización de sus peculiares condiciones naturales. A su vez, esta puesta en valor turístico ha transformado la organización socioterritorial del lugar.

Palabras Clave: Turismo, patrimonio, Tigre

⁸⁸ Becaria de estímulo a la investigación (para estudiantes avanzados, carrera de Geografía) de la Universidad de Buenos Aires, con la dirección de Rodolfo Bertoncello. Integrante del grupo de investigación sobre Turismo y Territorio del Instituto de Geografía de la UBA. Dirección del Instituto de geografía de la UBA. E-mail: rominaiuso@hotmail.com

⁸⁹ Estudiante avanzada de la carrera de Geografía de la Universidad de Buenos Aires. Integrante del grupo de investigación sobre Turismo y Territorio del Instituto de Geografía de la UBA. Dirección del Instituto de geografía de la UBA: Puán 480, 4to piso. E-mail: ludmila979@hotmail.com

Las potencialidades de Bahía Blanca para el turismo urbano

Romina Valeria Schroeder⁹⁰ y Eduardo Garriz⁹¹

Palabras claves: turismo urbano - políticas urbanas - revitalización - impactos

El turismo urbano ha emergido como una de las modalidades adoptadas por muchas ciudades que presentan: valores patrimoniales e históricos, una serie de equipamientos y una determinada ubicación (condiciones de accesibilidad), y que han comenzando a desarrollar una variada gama de actividades aportando un importante valor agregado a su economía.

En algunos casos, estos destinos urbanos son objeto de un verdadero proceso de Marketing Urbano, donde actores públicos y privados accionan en forma conjunta para imponer un valor de marca, en un contexto por demás competitivo. El “fenómeno” del turismo urbano, si bien no es una práctica que caracterizamos como reciente, se ha convertido en un campo de estudio significativo por los diversos aspectos que involucra. La conformación de nuevos espacios abocados directamente al consumo y que ofrecen una contraposición de sectores en ciertas áreas de la ciudad, generan – en algunos casos – una fuerte fragmentación socio-espacial, producto de importantes cambios morfológicos y funcionales.

El trabajo investiga sobre la importancia de distintas políticas de tipo proactiva hacia el turismo, al considerarlo, cada vez más, como un sector estratégico para la revitalización urbana, como un elemento capaz de acelerar el desarrollo económico de una ciudad, de una región o de un país, o como una herramienta para el desarrollo económico local. Mientras se enfatiza el aspecto económico, los impactos provocados por el turismo comienzan a observarse, especialmente los sociales y las reales potencialidades del turismo para promover la inclusión social.

En tal sentido, este tipo de turismo representa hoy, cantidades substanciales de espacio dentro de los denominados destinos urbanos, cuya importancia radica en reunir gente, crear lugares y fomentar el consumo; en general una importante combinación de culturas, valores, expectativas y experiencias que se ponen de manifiesto – en muchos casos – en una ciudad creada como un híbrido, una ciudad espectáculo, por y para el consumo.

⁹⁰ Universidad Nacional del Sur – Becaria Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. email: roschroeder@hotmail.com

⁹¹ Prof. Universidad Nacional del Sur. email: ejgarriz@gmail.com

En los últimos años, la ciudad de Bahía Blanca - a través del área de Planeamiento Urbano del Municipio - ha comenzado un programa de intervención sobre diversos espacios urbanos con el fin de agregar valor al entorno, mejorar la calidad de vida urbana y atraer inversiones, entre los objetivos principales.

El presente trabajo tiene por propósito analizar las potencialidades para el turismo urbano que puede presentar la ciudad y sus posibilidades de concreción y escala de impacto. El proyecto de investigación en que se enmarca este estudio, se encuentra en su etapa inicial, por lo cual se indicarán algunos adelantos en términos generales y derivados del análisis de información secundaria y trabajo de terreno.

Los efectos ambientales de la actividad turística en Villa Ventana, Pcia. de Buenos Aires.

*Nadia Ladieux, Patricia Rosell, Stella Visciarelli.*⁹²

La incorporación de la dimensión ambiental en el turismo involucra la aplicación de propuestas y metas que orienten hacia una gestión sostenible de los recursos para su desarrollo. Se trata de consensuar pautas de manejo que contemplen la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los mecanismos de apoyo a la vida, en definitiva un equilibrio adecuado que se sume a la dimensión social y económica para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Bajo esta perspectiva, la presente investigación pretende abordar el Desarrollo Turístico Sostenible en la localidad de Villa Ventana en el sudoeste bonaerense, definida y promocionada como una comarca ecoturística, cuyo principal atractivo es el paisaje serrano.

Esta pequeña localidad ha impulsado desde la última década un turismo espontáneo, originando una significativa presión sobre el ambiente que se manifiesta en la densificación del uso del espacio urbano, situación que compromete, a corto plazo, la calidad de su desarrollo y su competitividad como destino turístico.

Por lo tanto se plantea como objetivo, analizar los efectos positivos y/o negativos del turismo en la Villa serrana a partir de la construcción de una matriz de importancia de impacto como herramienta de análisis y de diagnóstico.

Se concluye que la mayoría de los factores ambientales considerados en la matriz, generan impactos negativos en el ambiente, siendo los de mayor peso la ocupación del suelo y el consumo de agua; componentes críticos vinculados directamente con el incremento de la masa turística a partir del año 2001.

La relación entre los factores mencionados y las acciones turísticas resultan de suma significación al momento de realizar diseños de preservación del ambiente, situación que genera un mayor compromiso de las autoridades competentes para lograr la sostenibilidad del recurso.

Palabras claves: Villa Ventana- turismo sostenible-matriz de impacto.

⁹² Departamento de Geografía y Turismo. Universidad Nacional del Sur. 12 de octubre y San Juan. Email: prosell@uns.edu.ar

Cruceros turísticos ¿sustentables? en el Atlántico Sur

Dr. Rubén F. Guido (Director) / Mag. Julián Kopecek (Co-Director)

Lic. Roxana Mata Botana / Lic. Mirta Cesare

Lic. Marcelo Musante / Lic. Mónica García / Lic. Daniel Sisti⁹³

Palabras clave: globalización, turismo, actividad de cruceros, ambiente, Atlántico Sur

FUNDAMENTACIÓN DEL PROYECTO

A mediados de los '80 el antropólogo Foster y su mujer realizaron un cruceo en el Pacífico sur que inspiró un artículo en *Annals of Tourism Research*, en el que manifestaba su "asombro" por la falta de atención en la literatura especializada que se había deparado al sector de los cruceros. Este autor mantenía que "la actividad de cruceros es una frontera fundamental en la investigación turística" (1986:217).

Si la escasez de estudios resultaba asombrosa cuando Foster escribió su artículo, más lo parece hoy, después de más de dos décadas de explosivo crecimiento de este sector turístico. Los estudios sociológicos y antropológicos sobre el turismo de cruceros son prácticamente inexistentes. La literatura económica es algo más amplia, pero aun así es sorprendentemente limitada (Dwyer y Forsyth, 1998; Hall y Braithwaite, 1990; Hobson, 1993; Mescon y Vosikis, 1985).

OBJETIVO GENERAL

Contribuir al análisis del fenómeno de turismo de cruceros y su impacto ambiental y proponer posibles acciones para promover políticas que fortalezcan el desarrollo sustentable del turismo de cruceros en la región.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer la evolución del turismo de cruceros en destinos saturados y evaluar la situación actual en la región del Atlántico sur.
- Desarrollar indicadores de alerta.

⁹³ UNLA - Licenciatura en Turismo. Av. 29 de Septiembre 3901 Remedios de Escalada - Lanús Este - C.P.:1826 - Buenos Aires - Argentina. Telefax: (011) 6322-9200 int 128 turismo@unla.edu.ar

JUSTIFICACIÓN Y PERTINENCIA

La interrelación ambiente/civilización y las consecuencias negativas que de ella derivan se observan también en los mares y océanos. Este es el caso de la región Atlántico Sur, en la que a la degradación producida por las actividades económicas tradicionales se suma la contaminación marina, producto de los cruceros turísticos.

El análisis del turismo de cruceros proporciona un punto de vista privilegiado, tanto para la comprensión del turismo y sus cada vez más extensas ramificaciones, como para entender los procesos de globalización que vive hoy el mundo –en todos sus complejos matices globales y locales.

La Competitividad de Empresas de Transporte Automotor larga distancia. Turismo y Servicios Públicos.

Lic. Alejandra Simeoni / Lic. Claudia Vita / Lic. Omar Barrios⁹⁴

El presente es un informe exploratorio acerca de la competitividad de Empresas de Transporte Automotor y su relación con el turismo en la Argentina percibiendo su característica fundamental de Empresas de Servicios Públicos.. Para el mismo fue necesario no sólo generar un conjunto de datos empíricos sobre el parque móvil, representadas por las empresas de Transporte, sino particularmente integrar datos recolectados sobre otros aspectos que conforman a todo Sistema de Transporte, tales como Infraestructura de base y de apoyo, las tipologías organizativas, estrategias de inversión y de comercialización . Todos ellos son componentes altamente vinculantes e interdependientes entre sí.

Se realizó un relevamiento de tipo exploratorio para recabar información en primer lugar de las características generales del sector tales como cantidad de empresas, tipo de organización, origen del capital de inversión, características del mercado, innovación, inserción en el mercado, marco normativo nacional y provincial y la realidad fiscal. Se recurrió a los documentos emitidos y publicados por las unidades estatales de gestión correspondiente, al tiempo que se registraba su evolución histórica. Luego se recurrió a las páginas de Internet de un grupo de empresas de transporte para continuar con la búsqueda de información. Las unidades de observación son las distintas empresas y/o grupos de Empresas de Transportes Públicos Automotor con llegada a las provincias de Mendoza, San Juan, Córdoba, y Neuquén a las que se consideran destinos turísticos que sustentan geográficamente el desarrollo de un producto turístico innovador como lo es “Los Caminos del Vino “.

El resultado del análisis exploratorio ha generado cierto tipo de información que induce a pensar que la investigación sobre la Competitividad de las Empresas del sector Turismo, sustentada en el uso los modelos de análisis ad hoc deberán incluir un factor diferenciador que ellas carecen: el servicio público.

Palabras clave: Transporte automotor, servicio público, servicio turístico

⁹⁴ Todos son Licenciados en Turismo, Docentes Investigadores del Indicat, Facultad de Ciencias Aplicadas al Turismo y la Población, Universidad de Morón www.unimoron.edu.ar / Email hpuccio@gmail.com

Aplicación de indicadores de sustentabilidad en turismo. Un análisis comparativo de casos en Argentina y el mundo

Alina Rocha Tártalo, Noelia de la Cruz y Mario Ortiz Tártalo.⁹⁵

Palabras claves: turismo - sustentabilidad - indicadores

INTRODUCCIÓN

El turismo, ha surgido generalmente fuera de procesos planificados, no teniendo en cuenta la sustentabilidad turística.

Establecer un sistema de indicadores para el desarrollo del turismo sustentable es una tarea clave a fin de impedir el deterioro que supone la interacción del hombre con el ambiente. Para lograrlo es fundamental detectar la existencia de modelos sustentables standard y específicos para cada tipo de destino.

OBJETIVO

Analizar y comparar tres casos en Argentina con tres en el mundo en los que se aplicaron indicadores de sustentabilidad, a fin de detectar coincidencias y discrepancias entre los destinos.

METODOLOGÍA

- Investigación bibliográfica para construir el marco teórico.
- Selección de seis destinos con estudios de sustentabilidad.
- Análisis comparativo de los casos seleccionados. (ecoturismo, montaña y patrimonio edificado).
- Entrevista a un funcionario nacional del área turística.

RESULTADOS

Los destinos que desean desarrollar la sustentabilidad en Argentina, como San Martín de los Andes, Shincal (Catamarca) y Yacutinga (Misiones), actúan en

⁹⁵ Alumnos EEyN - UNSAM / Universidad Nacional de General San Martín - Escuela de Economía y Negocios (CIDEtur). Dirección: Caseros 2241 (1650) San Martín, Provincia de Buenos Aires. Email: cidetur@unsam.edu.ar

forma independiente, sin tener en cuenta Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable, encontrando destinos turísticos que alcanzan diferentes niveles de sustentabilidad.

Destinos como los Alpes Suizos están tan desarrollados, que sus proyectos alcanzan la integración de países limítrofes. En Cuba se da preponderancia a los valores culturales para desarrollar su imagen internacional, mientras que en Ecuador, la motivación reside en la importancia de su biodiversidad y la conservación de sus recursos naturales.

CONCLUSIONES

En la Argentina a diferencia del resto de los países estudiados el trabajo llevado a cabo en diversos destinos se encuentra en una etapa de inicio o intermedia, mientras que otros países poseen un nivel de desarrollo muy avanzado, logrando no sólo destinos, sino regiones sostenibles.

Es necesaria la relación interdisciplinaria a través de herramientas y planes para el correcto desarrollo sustentable.

Sitios con Arte Rupestre. Hacia la definición de estándares de uso turístico

Prof. Teresa Véga - Lic. Carolina Marzari /Mg.⁹⁶

Palabras Claves: conservación - uso turístico sustentable - gestión

RESUMEN:

El presente trabajo tiene por objeto dar a conocer los avances obtenidos entorno a la definición de las variables ambientales que posibiliten el desarrollo de estándares de uso para los sitios con arte rupestre, (en función de las diversas configuraciones espaciales de los mismos); no sólo desde factores numéricos o cuantitativos sino en términos de estándares cualitativos; que contribuyan en la proyección y/o evaluación de alternativas de uso turístico sustentable.

Desde el punto de vista metodológico; el éxodo considerado fue la relación del hombre con el ambiente rupestre, y la clave esta en el modo en que se establece y/o efectúa dicha relación; para lo cual se han contemplado dos grandes dimensiones; por un lado, la conservación de los sitios y por el otro, la calidad y satisfacción de la experiencia de los visitantes.

A partir de la elaboración de una matriz de análisis en torno a una serie de sitios con arte rupestre; que se encuentran abiertos para la recepción de visitantes (bajo formas sistematizadas de manejo); en diferentes países como Australia, Canadá, Brasil y México entre otros; se identificaron los factores críticos de intervención y gestión de los mismos. Dichos factores triangulados con los indicadores medioambientales de sustentabilidad desarrollados por el Comité de Medio Ambiente de la Organización Mundial del Turismo permitieron la definición de las primeras derivaciones traducidas en variables ambientales con indicadores instrumentales concretos.

Por lo tanto, hasta el momento los resultados, dan cuenta de una serie de variables y/o atributos que permiten medir o por lo menos establecer aproximaciones en relación al estado de los sitios con patrimonio arqueológico rupestre y orientar los estudios sobre la viabilidad para el desarrollo de determinadas actividades en los mismos, en función del óptimo aceptable para la conservación del arte, el ambiente que lo contiene y la calidad de la experiencia del visitante.

⁹⁶ Facultad de Turismo- Universidad Nacional del Comahue. Email: vegateresap@speedy.com.ar - mcmarzari@hotmail.com

Importancia del tiempo espacial en la aviación civil y comercial

Dr. Vicente R. Ciancio⁹⁷

El Transporte Aero comercial es el medio mas utilizado en el Turismo Internacional, siendo reconocido asimismo como el mas rapido, eficiente y seguro del Planeta.

Los nuevos Jets Comerciales ahora vuelan mas alto, mas lejos y mas rapido en rutas non-stop ultraprolongadas, permitiendo acceder entonces a cualquier Pais del mundo por mas lejos que se encuentre en menos de 24 hs.

Pero esta avanzada tecnologia trae aparejada algunos efectos adversos y no desados para el Pasajero, denominados Estresores de Vuelo, como son entre otros, la Exposicion a Radiaciones Cosmicas, de ahi la necesidad de contar con datos tempranos, precisos y concretos del novisimo Tiempo Espacial, particularmente relacionados con la Radiacion Cosmica de fondo y las Tormentas de Radiacion Solar y tambien con aquellas Rutas Aereas empleadas que resultan las mas afectadas, como es el caso de nuestra Ruta Transpolar.

Esta informacion es actualmente suministrada por los Paises del primer mundo y muy bien utilizada por sus Agencias Aeronauticas y Espaciales (como resulta para el nuevo Turismo Espacial) pero que aun no lo es para los Paises de Latinoamerica, no obstante existir el Derecho basico e inalienable de las Personas, en este caso los PASAJEROS, de ser informados sobre esta importante y trascendente tematica de una manera basica, simple pero completa, sobre los Riesgos inherentes a dicha Exposicion y de las contramedidas que deben ser adoptadas en estos casos puntuales, por lo que seria posible que de no instrumentarse desde la Aerolinea ningun procedimiento apropiado, incluso, el propio PASAJERO pueda adoptar la decision final de Tomar o Cancelar el VUELO programado.

⁹⁷ UNLP.

Pasado, presente y futuro de los tendidos férreos en el Sur de la Provincia de Misiones

Licenciado en Turismo Víctor José Torres⁹⁸

Equipo de Trabajo: Mgter Claudia Wrobel - Turismo Docente

Lic Fernanda Fiorino - Turismo Docente

Mgter. Marcela Verónica Torres - Economista Asesor Invitado

Walter Machado - Turismo - Estudiante

Verónica Stefani - Turismo - Estudiante

Palabras clave: Tren Turístico. Excursión. Itinerario

La llegada del ferrocarril a Misiones contribuyó al proceso de la llegada y radicación de diferentes corrientes migratorias, vinculando además a la región con el puerto de Bs. Aires permitiendo así el desarrollo socio-económico de los nuevos asentamientos, sustituyendo y/o complementando en algunos casos al transporte fluvial, tanto de cargas como de pasajeros

A través del proyecto se buscará analizar como ha sido su aporte a la actual provincia en general y en particular para la región sur y destacar su situación actual y potencial.

En primera instancia se formulará y evaluará el proyecto de instalación de un “Tren Turístico”, o en su defecto una “Excursión en Tren”, que una la Ciudad Capital, Posadas con la Ciudad de Apóstoles, distante aproximadamente a 77 km, con paradas en los sitios más relevantes del itinerario y/o continuado en ómnibus para visitarlos.

En una segunda etapa se buscará el recrear la utilización de los Sistemas Ferroviarios Decauville dentro de los grandes latifundios existentes en el territorio de la provincia, en particular los del Sur y analizar la posibilidad de potenciarlos como componentes de un sitio turístico en actividad, como lo es la Estancia Santa Inés.

Mediante circuitos determinados visitar los depósitos, secaderos, almacenes, iglesia, escuela, recorridos por la plantaciones, a pie, a caballo o simplemente practicar rappel

A principios de la década del año 1990, durante la presidencia del Dr. Carlos Saúl Menem, se cerraron kilómetros de ramales ferroviarios, fundamentalmente

⁹⁸ Universidad Nacional de Misiones - Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales - Departamento de Turismo - Tucumán 1946 - CP 3300. Posadas - Misiones. E-mail: vtorres@fhycs.unam.edu.ar

los trenes de pasajeros dejaron de correr en prácticamente todo el territorio nacional, repercutiendo en numerosas localidades que dependían del mismo para el sustento de sus economías y/o actividades socio-culturales.

No es el caso del movimiento de cargas, puesto que para ello se han concesionado los ramales, funcionando activamente aquellos que, a no dudarlo son rentables para el grupo empresario que los explota.

Es así que todas las localidades del sur misionero que dependían del paso del tren de pasajeros se vieron afectadas, generando desempleo directo - aquellos que eran empleados del FFCC - como indirecto, todos aquellos pobladores que brindaban algún tipo de servicio o desarrollaban su actividad ligada a este medio de transporte

La puesta en valor de las infraestructuras y equipamientos existentes permitirá recrear las mismas, permitiendo nuevamente dinamizar las economías, en particular de cada Municipio y en conjunto, la del Departamento al que pertenecen.

El permanente crecimiento poblacional y la expansión de las economías de las localidades que están a lo largo del tendido actual hace hoy en día, que los pobladores necesiten de un transporte alternativo entre estas y la Capital provincial, ya que en determinadas horas pico la cantidad de servicios existentes de transporte regular automotor de pasajeros, no es suficiente.

Contribuirá asimismo al descongestionando de vehículos la única ruta que las une contribuyéndose así con los lineamientos del nuevo Plan de Seguridad Vial Nacional

OBJETIVOS GENERALES

- Formular y evaluar la posibilidad de la puesta en marcha de una excursión en tren desde la Ciudad de Posadas a Apóstoles.
- Proponer un sistema de estrategias turísticas para el reestablecimiento y puesta en marcha de la infraestructura ferroviaria subsistente entre Posadas y Apóstoles, vinculando los elementos paisajísticos, culturales y recreativos existentes en la zona.
- Identificar la existencia y recorrido de los tendidos férreos del Sistema Decauville dentro del casco de la Estancia Santa Inés
- Formular y evaluar la posibilidad de la recuperación de los mismos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Describir la región objeto de análisis
- Búsqueda y relevamiento de información (documentos, bibliografía, informantes, fuentes secundarias)

- Búsqueda y relevamiento de información sobre la llegada del ferrocarril , su evolución , su declino , las concesiones.
- Determinación de viabilidad del mismo mediante el estudio de costos
- Registrar fotográficamente el itinerario, estaciones, apeaderos, parque móvil, existentes..
- Elaborar una investigación de mercados para determinar la demanda probable: viabilidad sobre la reactivación de los trenes, plataforma de gustos, preferencias y necesidades de la población en cuanto a implementaciones físicas y servicios requeridos.
- Crear programas complementarios a las estrategias bajo tres enfoques: regulación, evaluación y comercialización para el servicio de trenes turísticos.

6METODOLOGÍA

- Análisis FODA, que comprenderá la identificación de condiciones favorables y desfavorables en torno al tren, en el macro ambiente (Oportunidades/ Amenazas) y micro ambiente (Fortalezas y Debilidades).
- La recolección de datos se realizará mediante métodos cuantitativos y cualitativos.
- Se utilizarán los aportes de otros trabajos de investigación tanto nacionales como internacionales existentes sobre el tema objeto de estudio.
- Asimismo contribuirá con la investigación el aporte que realicen aquellos ex empleados y/o funcionarios de la antigua organización ferroviaria nacional y vecinos caracterizados, cuya economía dependía de la existencia de la línea férrea.
- Describir y analizar aspectos del desarrollo socio-económico que tuvo el tren a partir de su llegada a Misiones

CONCLUSIONES

Los integrantes del equipo esperan que los resultados del trabajo contribuyan a:

- Maximizar el desarrollo turístico de la región sur de la Provincia mediante la puesta en marcha de este tipo de oferta de servicios
- Incrementar los porcentajes de pernотaciones en cada una de las localidades, independientemente de las diferentes clases de alojamiento turístico que estas posean.

Buenas prácticas ambientales en turismo y hotelería en el Municipio Turístico Ecológico de Tornquist

*Torres, Yanina; Del Pozo, Olga; Haag, Ma. Isabel.*⁹⁹

El discurso de la sustentabilidad en turismo se ha diseminado ampliamente, sin embargo, el progreso real de estos conceptos es limitado. La sustentabilidad debe formar parte de la esencia misma de la actividad turística, puesto que el turismo se construye sobre una diversidad de recursos naturales, sociales y culturales sin los cuales el interés y la motivación de los turistas desaparecerían.

En este sentido, a través del trabajo de campo, se presenta una propuesta concreta de evaluación de la conciencia ambiental de los prestadores turísticos en el Municipio Ecológico de Tornquist, y de las Buenas Prácticas Ambientales que éstos han implementado, para luego desarrollar un Programa Distrital de Buenas Prácticas en Turismo y Hotelería, conscientes de la importancia que el medio natural tiene como recurso en esta región del Sudoeste de la Provincia de Buenos Aires.

Palabras Clave: Turismo, Buenas Prácticas Ambientales, Tornquist.

⁹⁹ Universidad Nacional del Sur - Departamento de Geografía y Turismo - 12 de Octubre y San Juan - 4° Piso - Bahía Blanca. E-mail: yaninat85@hotmail.com; odelpozo@uns.edu.ar; misabel@criba.edu.ar

Turismo cultural en la región sur de Jalisco

*Josè G. Vargas-Hernández, M.B.A.;Ph.D.*¹⁰⁰

Este trabajo tiene por objetivo determinar las potencialidades del turismo cultural en los municipios que comprenden la región 6 del Estado de Jalisco, delimitada territorialmente en el Sur de Jalisco. Primeramente se hacen análisis para determinar la demanda del turismo cultural para determinar el perfil del turista cultural bajo los supuestos de que los turistas motivados especialmente por la cultura, tienden a viajar más largas distancias que la mayoría de los turistas. Se analizan las motivaciones y satisfacciones del turista cultural para establecer el mercado potencial de conformidad con las características del mercado destino en la región Sur de Jalisco.

Toda operación de las empresas de turismo cultural debe realizar el diagnóstico estratégico, por lo que se explica el empleo del análisis foda como herramienta de planeación estratégica de las empresas del turismo cultural. Finalmente, se proponen las estrategias del desarrollo del turismo cultural para esta región del Sur de Jalisco.

Palabras clave: Desarrollo regional, empresas turísticas, Sur de Jalisco, Turismo cultural

¹⁰⁰ Profesor Investigador miembro del Sistema Nacional de Investigadores. Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales. Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas U de G. Periférico Norte 799 Edificio G-306. Zapopan, Jalisco C.P. 45100; México. Tel y fax: +52(33) 3770 3343 Ext 5097. Email: josevargas@cucea.udg.mx, jgvh0811@yahoo.com, jvargas2006@gmail.com

Turismo de ciudad: bases para la formulación metodológica de un plan estratégico de turismo de Mar del Plata

Autora: Mariángeles Salama Ortiz¹⁰¹

Palabras Clave: Mar del Plata – Turismo de Ciudad – Planificación Estratégica

El presente trabajo surge de la Monografía de Graduación presentada por la autora en septiembre de 2008, resultando el mismo un aporte conceptual y metodológico para un tratamiento y consideración de la actividad y sector turismo en la ciudad de Mar del Plata desde el enfoque de la Planificación Estratégica, con orientación al Turismo de Ciudad.

Se presenta la formulación de una base metodológica y técnica de un Plan Estratégico Sustentable de Turismo de Ciudad el cual sirve a una posible puesta en desarrollo concreto de un proceso estratégico participativo interdisciplinario y plurisectorial, susceptible de convocar a todo el sector turístico marplatense.

INTRODUCCIÓN

La Monografía de Graduación presentada por la autora en septiembre de 2008, presenta en su capítulo final una metodología y herramienta técnica para el abordaje de un Plan Estratégico de Turismo de Ciudad en Mar del Plata.

El proceso de planificación descrito permite generar una aproximación a la alternativa del Turismo de Ciudad, presentándolo como opción a un nuevo y posible desarrollo turístico en Mar del Plata. Esta modalidad se viene impulsando en las grandes y medianas urbes del mundo, generando en las mismas una oferta diversificada en una serie de productos turísticos específicos que tienen por objetivo reivindicar y reinventar la ciudad para el turismo. Para esto, una planificación y gestión estratégica integral y asociativa, sumada a una comunidad residente colaborando con la misma, son bases fundamentales en el desarrollo del turismo de ciudad.

La propuesta genera la posibilidad de revertir el proceso de estacionalidad y litoralidad consolidado y en serio proceso de decadencia, mediante la gene-

¹⁰¹ Licenciada en Turismo. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Universidad Nacional de Mar del Plata.
Email: m.salama.ortiz@gmail.com

ración de productos turísticos innovadores que adviertan sobre la potencialidad de los atributos del Turismo de ciudad, los cuales constituyen un nutrido campo de indagación creativa. Las posibilidades de ampliar la oferta turística en relación a una demanda cada vez más variada y exigente permiten favorecer a futuro el desarrollo de la actividad con un enfoque planificado e integral, de mayor beneficio en el sentido socio-económico, socio-cultural y socio ambiental sustentables.

METODOLOGÍA DE TRABAJO

A efectos de elaborar un trabajo reflexivo en cuanto a la problemática turística en la ciudad de Mar del Plata, se plantea una metodología de trabajo que sirva de instrumento para el diagnóstico y la proposición respecto del desarrollo turístico actual de manera integral, efectuar consideraciones a nivel crítico y, por sobre todo, alcanzar un nivel propositivo metodológico y técnico que intente generar un instrumento a modo de andamiaje como contribución a la realización de un Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sustentable específico del sector.

Asimismo, al plantearse una formulación metodológica y técnica para el desarrollo estratégico del turismo de ciudad en Mar del Plata, previamente se ha instado a la investigación y búsqueda de las diversas estructuras y métodos que han interactuado en materia de planificación estratégica de ciudades y de turismo a nivel nacional, provincial o local para generar una propuesta creativa e innovadora, y por sobre todo que sirva al tratamiento de la problemática que se plantea. En este sentido, no se puede tomar en cuenta sólo una formulación y propuesta conceptual al problema; éste debe ser nutrido de un tratamiento práctico de la cuestión, el cual genere una contribución eficiente que no permanezca en el ámbito teórico, sino que trascienda hacia una concepción utilitaria del mismo.

Perfil económico de la demanda turística. Circuito Mar y Sierra: Sudoeste de la Provincia de Buenos Aires

Lic. Adriana Torre (UNS) y Lic. Mauro Trellini (UNS)

Palabras clave: Turismo- demanda turística- gasto turístico- economía

Esta ponencia corresponde al proyecto “El circuito mar y sierra como nuevo destino del sudoeste de la provincia de Buenos Aires”, perteneciente al PGI-TIR (Proyectos de Grupos de Investigación en Temas de Interés Regional” subvencionado por la Secretaria General de Ciencia y Tecnología de la Universidad Nacional del Sur.

El impacto o efecto que la actividad turística genera sobre la economía de un país no sólo repercute vigorosamente en términos de su producto bruto, sino que es también ampliamente abarcativo. Varios sectores prestadores de servicios se ponen en marcha para satisfacer la necesidad de consumo turístico. Efectos directos sobre el sector, tales como generación de empleo, inversiones y gasto en hotelería, transporte y alojamiento se observan claramente. Otros efectos –indirectos– se esparcen por varios sectores de la economía, entre ellos gastronomía, comercio y servicios también se benefician de la actividad turística.

La complejidad de la medición en turismo y la generación de estadísticas confiables es una necesidad a resolver en los trabajos de investigación. La selección de variables y de los aspectos metodológicos relacionados con una adecuada medición fáctica, merece un análisis específico del caso de estudio en particular.

La caracterización del perfil del turista es información relevante para comprender las motivaciones que involucra la toma de decisiones de éste como consumidor de bienes y servicios turísticos.

OBJETIVOS:

Este trabajo pretende medir y analizar las características económicas del turista “mar y sierra” que visita los destinos de Monte Hermoso y Sierra de la Ventana, con el fin de determinar el perfil y evaluar su comportamiento económico a través de las variables del gasto.

EJE 4
TURISMO, POTENCIAL HUMANO
Y EMPLEO

La imagen de los destinos turísticos: una construcción social entre la historia, la publicidad, el marketing y la semiótica

Lic. Armando Azeglio

Palabras clave: Destinos turísticos- Construcción social- Turismo- Semiótica

“Una imagen se puede definir como la suma de creencias, ideas e impresiones que una persona tiene de un destino” (Crompton 1979)¹⁰²; esta sería una construcción mental desarrollada por el turista potencial en base a una serie de impresiones seleccionadas en el flujo total de impresiones – y de las cuales– él es un simple receptor.

Miossec (1977)¹⁰³ fue el primer geógrafo en considerar la imagen de los países y de las destinaciones turísticas, aseverando que cada individuo posee una “geografía personal”, particular, cerebral y muy específica hecha de mapas mentales y un universo de imágenes subjetivas de países lejanos. Las imágenes turísticas son esencialmente construcciones sociales creadas desde los espacios emisores. Y distingue tres tipos de imágenes emitidas: universales, inducidas y accidentales.

Por alguna razón –afirma Miossec– algunos lugares han creado una imagen muy sólida que se ha instalado en el imaginario colectivo. Este tipo de imágenes comunes o globales no son una reproducción fiel de los espacios representados, sino una selección sesgada de elementos con una fuerte carga simbólica. La percepción estos elementos está compuesta por una serie de sentimientos, imágenes y de acciones hacia un símbolo espacial en el que “implota” “argentinidad” (el Obelisco), la “italianeidad” (el Coliseo, la Torre de Pisa, Venecia), Lo francés (La Torre de Eiffel, Paris) Lo español (La plaza de Toros) etc. Son estereotipos simples y vagos que tienen un sólido sustrato histórico.

Las segundas imágenes son las inducidas. Aquí interviene el marketing, los publicistas, la semiótica, los creativos, las empresas de promoción y distribución que crean (o refuerzan) estas imágenes y las distribuyen en los mercado de origen, creando mensajes simples y sucintos que las robustecen. Especialmente cuando la distancia cultural entre el cliente potencial y la destinación es grande.

¹⁰² Crompton, J.L. “An assessment of the image of Mexico as a vacation destination an the influence of the geographical location upon the image” *Journal of Travel Reserarch*, 18 (4) 18-23 1979

¹⁰³ Miossec, J M *Limage touristique comme introduction à la géographie du tourisme* » *Annales de Géographie* 1977

A mayor “distancia” mayor distorsión, mayor simplificación. La percepción popular de la geografía está tan influenciada por los video-clips, por los spots publicitarios y por una serie de fragmentos inconexos de imágenes (tipo “zapping”) que hacen que la percepción total del mundo se haya hecho extremadamente simplificada. Que se haya “abreviado” en un puñado de íconos que –en cierto modo– dan un nuevo orden a este abanico de percepciones que conforman los destinos. Así, dentro de este nuevo universo simbólico Kenya –por ejemplo– es igual a un Safari, India a un brahmán, Tibet un monje budista, Puerto Madryn: la cola de una ballena sumergiéndose. En esta nueva lógica, la imagen de un país (o un destino) es más importante que el país mismo. La calidad e la imagen proyectada, es más importante que el país y salvo excepciones –repetimos– es directamente proporcional a la distancia que separa al turista del lugar. A medida que nos alejamos del lugar, la percepción del mismo se hará más vaga y estereotipada. La percepción de un país (como la de una destinación) se verá también afectada por el “ciclo de vida” del destino como producto turístico.

El tercer tipo de imágenes mencionadas por Miossec son las efímeras. Una noticia, una novela (una tele-novela) una obra pictórica o una película pueden generar de forma puntual la imagen colectiva de un lugar. En la mayoría de los casos estas imágenes son efímeras: se crean y se destruyen con la misma facilidad que una película cae en el olvido.

LA IMAGEN DE LOS DESTINOS

El estudio de la imagen de los destinos turísticos es central en el conocimiento de las prácticas turísticas contemporáneas ya que estas imágenes condicionan (y a veces determinan) la elección del lugar, educan la mirada, actúan sobre el comportamiento del turista y son un factor clave en la interacción del visitante y el lugar visitado. De cualquier manera, los estudios sistemáticos al respecto son escasos. Ello se debe tanto a la dificultad metodológica (el acceso a las imágenes y mapas mentales) como la diversidad conceptual y el carácter multidisciplinar de la imagen turística imbricada entre la historia, el marketing, la publicidad y la semiótica.

La primera frontera que debemos fijar, separa las imágenes percibidas de las imágenes emitidas. Las percibidas son percepciones individuales, introspectivas y subjetivas que se construyen en la mente de los visitantes. En este caso, debemos hacer una distinción entre la percepción a priori (la construcción mental que hace un individuo de un lugar sin que haya existido una conexión física con el mismo), la percepción in situ (balance de las imágenes previas y la lectura de la realidad) y la percepción a posteriori (la reinterpretación de la experiencia vivida ya de vuelta en el lugar de origen).

Las imágenes emitidas son – como dijimos– una construcción social que simplifica, selecciona y con frecuencia distorsiona la realidad que desea representar. Existe un emisor que conciente o inconscientemente, crea una determinada imagen de un lugar. Actúa como una antena que emite conceptos, atributos, valores, impresiones, palabras o visiones que componen la imagen de este lugar.

METODOLOGÍAS PARA EL ESTUDIO DE IMÁGENES

El estudio de las imágenes turísticas se caracteriza por una notable variedad metodológica, pero en esencia se pueden distinguir dos grandes vías:

1. El estudio cuantitativo de las imágenes (normalmente percibidas) basada en el tratamiento estadístico de las encuestas a los visitantes, análisis de los contenidos de las guías turísticas, de los folletos de los portales en Internet. Estudio de la imagen mental que tienen los visitantes.
2. La “deconstrucción”: El paradigma posmodernista identifica las imágenes con textos, que relacionados entre sí, crean “narrativas”. El objeto del estudio es “deconstruir” las narrativas con el fin de identificar el origen de cada uno de los textos que integran la imagen. De hecho, esta línea metodológica considera que las imágenes generadas se alimentan más imágenes anteriores que de la propia realidad, de manera que se debe rastrear el “hilo histórico” que permita dibujar la “biografía” de cada imagen.

CONCLUSIONES

El romanticismo (siglo XIX) creó los elementos básicos y estructurales de la mirada turística contemporánea¹⁰⁴. Esto modeló lo que podríamos denominar “la imagen universal” de muchas ciudades e hitos turísticos, presente hasta nuestros días. Se puede afirmar que esta visión en clave romántica ha demostrado tener una gran capacidad de supervivencia a lo largo del tiempo. Pese a los cambios físicos de muchos destinos turísticos, y pese a la evolución que ha habido en la apreciación estética de los lugares, en el período romántico se fijan (sino fosilizan) los principales sights, es decir, aquellos elementos que el turista si o sí debe visitar si quiere luego afirmar “haber estado en”. Los visitantes miran (sobre todo a las ciudades) con una actitud contemplativa y en busca de un placer estético. Esta es una nueva concepción entre la relación entre el espacio urbano y el turista: los visitantes buscan la calidad estética del conjunto monumental. Y estos parámetros suelen delinear en términos generales la imagen de una destinación. La mirada romántica también hace una selección de fragmento o piezas

¹⁰⁴ Nuria Galí, J.A Donaire (2003) “La imagen a priori de los destinos turísticos monumentales” Papers de Turisme, n° 34, 78-79

que integran la mirada turística de cada ciudad. Las guías de esta época son un catálogo de elementos del patrimonio, no representan una visión integral del conjunto de la ciudad o del hito turístico en cuestión (práctica rastreable hasta en la folletería contemporánea)

La extrapolación de esta lectura contemplativa en clave romántica hace que este fenómeno se repita en Latinoamérica en general y en la Argentina en particular. La imagen romántica de una Buenos Aires Tanguera –por ejemplo– es perpetuada en muchas guías de la ciudad porteña, donde se pueden identificar una iconografía, unas perspectivas, unos detalles que se repiten en forma cuasi clónica a lo largo del tiempo.

Las guías de turismo han perpetuado la mayoría de estos elementos de manera tal, que entre las guías de hace medio siglo y las últimas publicaciones (pese a las diferencias de estilo, contenido y soporte) se tiene la fuerte sensación de estar frente a más de lo mismo.

Esto no es en sí mismo algo negativo, pero nuevos espacios, nuevos valores, nuevos elementos y nuevas visiones deben incorporarse en la construcción de la imagen turística de una ciudad o un destino ligada a su ciclo de vida. Una imagen que consigue a partir de una relectura de los cánones de siempre, una cierta transfiguración de sí misma y un reposicionamiento de la percepción ante los ojos de los visitantes reales y potenciales, traduciendo lo anterior en un incremento de visitas a destino (si esta es la voluntad última de la planificación) por razones distintas o complementarias a las de siempre.

Parque Nacional San Guillermo. Proyectos productivos y de capacitación en turismo y producción de artesanías

Lic. Mgter. Aylene Fabiana Mereta¹⁰⁵

Palabras clave: Desarrollo sustentable - Turismo - Parques Nacionales - conservación

Desde hace diez años, la Administración de Parques Nacionales (APN) ejecuta el “Proyecto de Conservación de la Biodiversidad” (PCB), el cual distingue como variable substancial para la conservación: el trabajo junto a pobladores y comunidades orientado a crear proyectos de desarrollo sustentable a partir de actividades de investigación, capacitación y producción ya sean agropecuarias, agroindustriales, comerciales y turístico-recreativas; conocidos en su conjunto como proyectos de “Desarrollo de Actividades Sustentables” (DAS).

Este conjunto de actividades, que resultaron en 25 sub-proyectos implementados en el área, fueron financiados por el Fondo Mundial para el Ambiente o más conocido por sus siglas en inglés como GEF (Global Environmental Facilities).

ANTECEDENTES

En el marco de estos proyectos DAS, y específicamente para actividades turístico-recreativas, se llevó a cabo un diagnóstico previo de potencialidad turística (DPT), con el fin de constituir una base de datos y consideraciones elementales para facilitar la posterior toma de decisiones respecto a las actividades turísticas, impulsadas por la APN y/o por las instituciones municipales, provinciales y otras que así lo requieran.

El objetivo general de este Diagnóstico de Potencialidad Turística (DPT) para el Área de Influencia del Parque Nacional San Guillermo, fue la necesidad de contar con información de carácter originario y preliminar de los recursos y procesos locales, como insumos estratégicos y potenciales, que fundamenten las acciones tendientes a alcanzar el desarrollo sustentable del turismo y la recreación en pos de la conservación de la diversidad biológica y cultural de las comunidades implicadas.

¹⁰⁵ Mayo de 2009. San Juan, Argentina. Email: amereta@gmail.com

Además de los parámetros y variables que hacen a un estudio técnico de esta naturaleza, una cuestión fundamental fue la de conocer las necesidades y demandas de los actores locales, su predisposición y vocación laboral turística, así como las de los visitantes actuales a fin de determinar la demanda de inversión productiva y de capacitación especializada destinada a todos los sectores involucrados en el desarrollo del turismo del área de influencia del PNSG.

Una última cuestión de este diagnóstico, y base para la futura formulación de los proyectos, fue la de ofrecer lineamientos generales que sirvan a la comunidad local para que, ésta, pueda definir sus propias estrategias sustentables de desarrollo turístico-recreativo.

ESTRATEGIAS

La información que ofreció el DPT carecería de importancia alguna si las propuestas no se llevaban a cabo por la población local; materializadas a través de emprendimientos que aprovecharan directa o indirectamente el desarrollo turístico de toda el área y no sólo del parque nacional.

A su vez, para que los proyectos alcanzasen la “sostenibilidad” y la “rentabilidad” en el largo y corto plazo; éstos deberían basarse en los recursos valorados en términos de atractividad turística, de competitividad y de especialización en el mercado turístico regional; valorando la potencialidad del área como “producto turístico integrado”, resultante del conjunto de bienes y servicios que formaban parte de la oferta turística actual.

PROYECTOS PRODUCTIVOS Y DE CAPACITACIÓN EN TURISMO Y ARTESANÍAS

Así, a partir del año 2004 y hasta inicios del 2007 se desarrollaron cuatro proyectos relacionados con las actividades productivas y de capacitación en turismo y producción artesanías; que fueron asistidos técnicamente por la APN pero ejecutados a través de una unión vecinal de pobladores locales.

Las directrices generales que encaminaron la formulación y realización de estos cuatro proyectos fueron:

- Generar empleo y renta, de forma continuada y estable; contribuyendo a elevar la calidad de vida de la comunidad en general.
- Confiar y apostar por el asociativismo para contribuir a la integración productiva de la zona y rentabilizar actividades agropecuarias, de manufactura y otros servicios, a través de la actividad turística.
- Contribuir a la gestión y conservación del patrimonio cultural, etnográfico y natural; propiciando ideas que favorezcan a la reactivación del artesanado,

la recuperación de las “señas” de identidad y cultura local, la identificación de la comunidad con su propio modelo de desarrollo a partir de la revalorización que ésta hace sobre su identidad y patrimonio.

- Contribuir con el propio emprendimiento a la mejora del paisaje de la localidad donde éste se asienta.

LOGROS ALCANZADOS

- Si bien son muchos los resultados alcanzados, a pesar de las limitaciones de tiempo y dinero, el más importante y del que se desprenden todos los demás logros, ha sido el apoyo desde la APN hacia las comunidades implicadas en estos proyectos. Comunidades sumamente pobres y, por lo general, olvidadas por parte de los programas nacionales e internacionales de ayuda y de promoción del desarrollo.
- Del anterior se desprende, el haber iniciado una experiencia única de desarrollo sustentable, en general, y de turismo comunitario, en particular; desde una institución de la naturaleza de la APN.
- Los pobladores e instituciones involucradas descubrieron una ‘nueva’ dimensión de la conservación de la biodiversidad.
- Los beneficiarios cuentan hoy con mayor disponibilidad de recursos, herramientas y equipamiento para la producción sostenible de bienes y servicios, lo cual constituye una capitalización del sector más pobre de estas comunidades.
- Adopción de tecnologías apropiadas a la zona, con baja dependencia de insumos externos o recursos monetarios, y escasa influencia sobre recursos naturales de la región.
- Aumento del ingreso familiar a partir de la incorporación de actividades nuevas entre sus miembros: apicultura, lechería caprina y bovina, emprendimientos turísticos y artesanales. Integración de las mismas en un solo emprendimiento familiar diversificado.
- Mejoró la calidad y autenticidad en el diseño de artesanías (incremento de la producción y venta). Se perfeccionó el conocimiento en control de costos y adaptación a mercados.
- Mejoró calidad y cantidad de prestación de servicios turísticos elementales. Se incrementó su “producción” y comercialización.
- Creación de espacios de “encuentro” entre organizaciones de la sociedad civil de varias comunidades del Departamento Iglesia: Unión Vecinal de Tudcum (institución ejecutora), escuelas de capacitación laboral, grupos de mujeres, jóvenes y artesanos. Fortalecimiento de los mismos para enfrentar problemas y desafíos de forma autónoma.

- Conjunción, en tiempo y espacio, de reconocidos expertos del ámbito nacional como capacitadores de temáticas en: hilados y tejidos, diseño y producción, curtido ecológico de cueros, marroquinería y talabartería, guías baqueanos, mercadeo, atención al cliente, gestión de empresas, espeleología, primeros auxilios y rescate en alta montaña, etc.
- Producción y difusión de una colección de cartillas educativas de 12 volúmenes.
- Actividades de extensión "ricas" en aprendizaje e intercambio cultural, tales como participación en ferias regionales y nacionales; viaje "vivencial" para conocer una experiencia similar de turismo comunitario, participación en programas radiales; difusión de la experiencia en ámbitos académicos y técnicos.
- Entidades dispuestas a seguir trabajando en la zona desde un enfoque sustentable y amigable con el medio ambiente de la región: municipios y otras organizaciones de la sociedad civil.
- Se fortaleció un espacio inédito en la provincia de San Juan para la articulación y co-gestión de proyectos de uso sustentable.

REFLEXIÓN FINAL

Esta estrategia de intervención no debe entenderse como una acción de desarrollo turístico comunitario en sí misma, sino como un proyecto de desarrollo sustentable que ha generado actividades turísticas y artesanales como emprendimientos que han beneficiado no solo a los pobladores locales sino también que han contribuido a conocer, valorar y proteger el patrimonio y acervo de estas comunidades.

Lo realizado, a través de estos proyectos, ha sido algo nunca visto en la zona... un "pequeño" paso... pero suficiente como para iniciar un proceso en el que debe asumirse este compromiso, como ya lo hizo la APN, que debe extenderse hacia otras entidades provinciales y nacionales, así como también hacia las propias comunidades locales.

Caracterización y análisis de las Publicaciones efectuadas desde encuadres investigativos desarrollados en las Universidades miembros del CONDET

*Niding, Marina¹⁰⁶ / Sintés, Lila / Andueza, Julieta / Fariás, Diana / Zamudio, Antonio
Alonso, María de los Ángeles / Escobar, Rita / Cammarata, Emilce*

INTRODUCCIÓN

Esta ponencia constituye una separata de uno de los capítulos correspondientes al Informe Final del Proyecto de investigación “El Turismo como campo de investigación. Universidad pública y políticas globales. 2001–2008”. Para la elaboración de dicho capítulo se analizaron trescientas una (301) publicaciones –efectuadas por más de quinientos (500) autores y coautores– emanadas de ciento treinta y cinco (135) encuadres investigativos inscriptos en las diez universidades miembros.

Palabras claves: Investigación – Publicaciones - Temáticas

OBJETIVO

el objetivo de la misma es mostrar los rasgos más sobresalientes en torno a las publicaciones efectuadas en el marco de cada temática.

METODOLOGÍA

La citada investigación se abordó desde la Teoría de los campos (Bourdieu, 1989), sin embargo dado que esta ponencia se refiere tan solo a un aspecto de la misma, lo que aquí corresponde explicitar es la forma en que se realizó el procesamiento de los datos que en este caso se analizan.

Así, para la caracterización y análisis de las publicaciones se procedió a elaborar dos tablas de correspondencia por cada fuente consultada. En la primera, se volcaron datos contextuales –disciplinas de formación de los autores, categoría

¹⁰⁶ Equipo de investigación. Secretaría de Investigación y Postgrado. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. Universidad Nacional de Misiones (UNaM). E mail: manidi@correo.unam.edu.ar

de incentivos y cargo docente de los autores, asignaturas que desarrollan, y universidades a las que pertenecen-; mientras que en la segunda, se realizó el análisis de cada publicación –en lo atinente a objetivos de las mismas, hipótesis, marcos conceptuales y referencias bibliográficas, técnicas de recolección de datos, resultados alcanzados, escenarios y plataformas-. El contenido de esta presentación se refiere al análisis de la información contenida especialmente en esta última.

RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Caracterización y análisis de las publicaciones efectuadas a partir de proyectos de investigación. A la vez, esta Separata forma parte del Banco de datos obtenido con el desarrollo de la investigación mencionada.

El deporte como producto turístico venezolano

Lic. Jeglys Carolina Abreu G. (abreu.carolina@gmail.com)

Profa. (McE) Gladys Guerrero (gguerrerogladys@hotmail.com)

Lic. Javier Urdaneta (jauo@gmail.com)¹⁰⁷

El turismo y el deporte son elementos claves en la cultura de nuestro tiempo, y tienen un peso específico en el comportamiento de la sociedad actual. (...) Turismo y deporte son dos fuerzas que están contribuyendo a acelerar la velocidad a la que los países se acercan más y a la que los distintos grupos sociales, al conocerse, se hacen más próximos. (OMT s/f).

A nivel mundial se ha venido observando la expansión de un nuevo tipo de turismo dedicado a aquellas personas que viajan a lugares con características específicas que satisfagan sus intereses por la práctica de distintos deportes. Venezuela es de los pocos países en el mundo que reúne bajo una misma estación climática, durante todo el año, desierto, nieve, playas y rocas para la práctica de deportes extremos y otras manifestaciones deportivas ligadas al turismo internacional.

En este marco, el presente proyecto tiene como objetivo general:

“El análisis y desarrollo de las diferentes manifestaciones deportivas, como un producto turístico Venezolano”.

Se debe tener presente que el desarrollo de esta modalidad, con la potencialidad económica que suponen ambas disciplinas, coadyuva a mejorar la identificación de la demanda y la estructuración de la misma. Para lograr este noble empeño, se realizará un exhaustivo diagnóstico de los productos que actualmente oferta Venezuela para su mercado internacional, estableciendo cuáles podrían competir en la modalidad de turismo deportivo. Posteriormente estableceremos una comparación de estos resultados con los productos turísticos deportivos internacionales que actualmente demanda el flujo turístico.

Palabras Clave: Turismo, Deporte, Producto, Oferta, Demanda

¹⁰⁷ República Bolivariana De Venezuela. Ministerio de Educación Superior. Convenio Interinstitucional Cuba-Venezuela. Universidad de La Habana-Colegio Universitario de Caracas. Maestría en Gestión Turística. Maracay, Estado Aragua. Centro de Investigaciones EDUFISADRED - Venezuela.

Una aproximación teórica a la relación de la empresa turística con la ética y la responsabilidad social

*Alicia Ledesma*¹⁰⁸

Dadas las condiciones imperantes de sostenibilidad global es conveniente encontrar otros paradigmas que permitan el estudio del impacto y la generación de negocios turísticos inclusivos y equitativos. En otras palabras, se debe pensar a los negocios turísticos desde una concepción basada en valores éticos y sociales, que desarrollen vínculos interdisciplinarios y analicen las cuestiones sociales, económicas, históricas, culturales y naturales (medioambientales) presentes en la consolidación de todo desarrollo turístico verdadero. Mediante una aproximación teórica, este trabajo intenta traer una reflexión sobre la relación que existe entre la empresa turística, la sociedad la ética y la responsabilidad social.

Palabras Claves: empresa turística, ética, responsabilidad social

¹⁰⁸ Alicia Ledesma. Universidad Nacional de Rosario. Carrera de Posgrado Especialización Empresas y emprendimientos turísticos. Oroño 1261 3º piso - Rosario. Alicia_winger@hotmail.com

Actualización del inventario y caracterización del patrimonio cultural y lugares recreativos de ocio y esparcimiento en la ciudad de La Victoria, Municipio José Félix Ribas del Estado Aragua

Profa. Argelia Petit Hernández¹⁰⁹

El turismo es una práctica social de naturaleza espacial generadora de actividades económicas que se ha proyectado sobre la sociedad y ahora los turistas tienen mayor interés en conocer la cultura de un lugar. Esta investigación es solo el primer paso para aportar soluciones en el mejoramiento de los espacios de la ciudad de La Victoria, así como impulsar el desarrollo tanto social como económico, histórico ambiental y cultural para apoyar el desarrollo sustentable de la comunidad, proyectándola como potencial producto turístico del estado Aragua. Los objetivos generales son: ★ Actualizar y caracterizar el inventario del patrimonio cultural y ★ Actualizar y caracterizar los lugares de recreación ocio y esparcimiento. Los métodos utilizados en la investigación fueron: la observación directa y la entrevista, con un cuestionario de preguntas no estructuradas y respuestas abiertas y espontáneas, así como la revisión bibliográfica, documental y la web; el tipo de investigación fue de campo-documental. El turismo cultural es una riqueza potencial en la medida en que se transmitan los valores culturales e históricos, dándole identidad al lugar, recordando así todas las épocas pasadas. Concluyendo que la victoria fue capital federal de la republica en 1812, única capital de la provincia de Aragua en 1848, capital del estado Aragua desde 1864, capital del distrito Ricaurte y actualmente capital del Municipio José Félix Ribas, de su trayectoria histórica han quedado testimonios arquitectónicos que es necesario conservar, para que las futuras generaciones los conozcan e identifiquen con nuestro glorioso pasado. La Victoria tiene aproximadamente 30 lugares clasificados como patrimonio cultural. Y no se cuenta con la información necesaria para proyectar La Victoria como producto turístico.

Descriptor: Patrimonio - recreación - histórico - producto - turismo - comunidad.

¹⁰⁹ República Bolivariana de Venezuela. Ministerio de Educación Superior. Convenio Interinstitucional Cuba-Venezuela. Universidad de La Habana-Colegio Universitario de Caracas. Maestría en Gestión Turística. Maracay, Estado Aragua. Email: idiomas@hotmail.com / Instituto Idiomas

Transformaciones en el territorio Litoral originadas por el turismo

Lic. Graciela Benseny¹¹⁰

La interacción entre procesos naturales y sociales en las costas marítimas de la Provincia de Buenos Aires, plantea una problemática compleja vinculada con la transformación del territorio litoral en los destinos turísticos. En las primeras décadas del siglo XX la zona costera sufre un proceso de fragmentación territorial impulsado por su revalorización como escenario de ocio. Surgen urbanizaciones turísticas con una historia similar basada en tres momentos: fijación del médano, colonización y búsqueda de inversores para construir una nueva sociedad y desarrollo de la localidad unido al valor otorgado a la playa, como recurso natural y económico.

En Villa Gesell se forestaron las dunas con especies exóticas, urbaniza respetando la morfología, lotea y construye bajo la ausencia de un plan regulador. El recurso natural urbanizado crea un nuevo paisaje construido que altera la dinámica de la zona costera. Ante el peligro de perder el principal recurso se implementan medidas estructurales para mitigar la erosión y remodelación del frente costero.

Se realiza un estudio exploratorio y descriptivo, con el objetivo de analizar las transformaciones medioambientales que surgen del proceso de urbanización turística y la percepción del turista sobre las obras de remodelación del frente costero. Se indaga material bibliográfico, periodístico y virtual, realizan visitas de observación y encuestas a turistas. Se analiza la dimensión socio-espacio-temporal, aplicando un enfoque cualitativo y tomando como estudio de caso la ciudad de Villa Gesell (Argentina). La ponencia integra la investigación “Turismo y Desarrollo” que está realizando el Centro de Investigaciones Turísticas de la UNMDP.

Se aspira realizar un aporte que sirva de reflexión a los gestores costeros, destacando la importancia del territorio litoral en el desarrollo de urbanizaciones turísticas.

Palabras claves: Zona costera, Transformaciones medioambientales, Villa Gesell (Argentina).

¹¹⁰ Centro de Investigaciones Turísticas, Universidad Nacional de Mar del Plata. Funes 3250, Mar del Plata . benseny@mdp.edu.ar

Turismo accesible. Las barreras arquitectónicas en el Ciudad Autónoma de Buenos Aires

*Débora Paula Federico*¹¹¹

En la República Argentina existe la Ley Nacional N° 25.643 de Turismo Accesible, sancionada el 15 de Agosto de 2002 y Promulgada de Hecho el 11 de Septiembre de 2002, donde se establece un “Sistema de Protección Integral de las Personas con Discapacidades. Turismo. Se determina que las prestaciones de servicios turísticos deberán adecuarse a los criterios universales establecidos en la Ley N° 24.314 y el Decreto Reglamentario N° 914/97. Agencias de Viajes. Obligtoriedad de Información”

El objetivo de este artículo es comunicar un modelo para evaluar la situación del Turismo Accesible, respecto a la infraestructura vial en la Ciudad de Buenos Aires y describir algunas situaciones conflictivas en el entramado urbano de la Ciudad que afectan la facilitación turística de los siguientes atractivos: Plaza de Mayo y Plaza de los Dos Congresos.

Para ellos se ha utilizado la observación directa en función de un marco de referencia dado por la Ley anteriormente mencionada.

Esta observación se complementa con encuestas realizadas a usuarios, lo cual ha mostrado que, si bien existen algunos elementos de facilitación para discapacidades diversas, los mismos, o son escasos o no están lo suficientemente preservados.

Se ha hecho visible que es necesario contar con una metodología que sistematice las observaciones periódicas de los atractivos para preveer soluciones a los problemas que se presenten.

Palabras claves: Turismo Accesible, situación conflictiva, observación sistemática.

¹¹¹ Alumna Cátedra Teoría Turística, Facultad de Ciencias Aplicadas al Turismo y la Población. Universidad de Morón www.unimoron.edu.ar / deborafederico@hotmail.com

Valores y principios en la educación turística universitaria del Siglo XXI

*Gutierrez Coto, Fernando*¹¹²

*Académico*¹¹³

Palabras claves: Valores - Principios - Educación

INTRODUCCIÓN:

El siglo XXI está lleno de oportunidades y aperturas para el desarrollo de la educación universitaria. Verdú explica, que el ser humano del siglo XXI, será cada vez más un modelo mestizo, rico en identidades y de pertenencias múltiples (Verdú, 2003, p.190). Producto principalmente del auge del turismo, nos estamos mezclando con otras culturas y paulatinamente estamos asumiendo roles y caras sociales diferentes, pero considero que estamos perdiendo la relación con la familia, la cultura, la comunidad y una buena educación. La educación y la cultura van de la mano, son pilares para la formación y construcción de sociedades que determinan nuestra cotidianidad y la eclosión de nuevos paradigmas.

OBJETIVO:

Provocar un aprendizaje en materia turística con entusiasmo, creatividad, relacionalidad, expresividad, participación... que logre crear y recrear los sentidos entre aprendientes y maestros.

METODOLOGÍA:

Si queremos salir a flote en la educación turística universitaria del siglo XXI, debemos plantearnos, como indica Ferguson, un nuevo modelo educativo, basado en valores y principios renovados que tiendan a un desarrollo holístico de la persona.¹¹⁴ Al mismo tiempo, sustituiremos el modelo clásico de aprendizaje

¹¹² Egresado Doctorado en Educación. Universidad La Salle-Costa Rica.

¹¹³ Carrera de Turismo. Universidad Nacional, Sede Chorotega, campus Liberia. Costa Rica. Email: fdogutz@yahoo.com

¹¹⁴ Sisfontes, P. Extracto Charla Introductoria. Doctorado en Educación. Universidad La Salle. 2008

por otro centrado en potenciar las capacidades de aprender y pensar, migrando así a una era planetaria con bases para generar conocimiento.

RESULTADOS Y CONCLUSIONES:

Los daños causados por la oxidación, están dañando severamente la educación, por lo que esta propuesta se orienta hacia el paradigma emergente de recetar antioxidantes, para que se reestablezca su condición, dado que como dice Verdú, todo se rehace, se recicla y no muere. (Verdú, 2003, p.191) El reencanto de la educación turística universitaria es posible, al reconocer nuestros propios ambientes, valores, cultura... que nos lleven a generar y regenerar experiencias y expectativas entre los aprendientes. Esto es permisible cuando nos interconectemos para construir una nueva forma de asumir el mundo desde la totalidad, la interdependencia y la interacción.

Universidad, gobierno y empresa para el desarrollo socioeconómico sustentable. La Mejora en la Actividad Turística como Elemento Dinamizador de la Comunidad de San Miguel del Monte

Luis Grünewald - José Luis Sebastián¹¹⁵

Palabras claves: Desarrollo local - Empleo - Empleabilidad

El municipio de San Miguel del Monte instrumentó a partir del año 2007 con la asunción de las nuevas autoridades municipales una política que coloca a la actividad turística como una nueva alternativa de desarrollo y crecimiento. En este contexto hemos diseñado e implementado una serie de acciones a fin de colaborar en el desarrollo de esta iniciativa.

LA EXPERIENCIA:

Contar con una estrategia competitiva no es sino tratar de ser diferentes y significa seleccionar intencionalmente un conjunto distinto de alternativas que permitan ofrecer en el mercado una original mezcla de “valores” para la demanda. Este nuevo posicionamiento en el mercado para el municipio de San Miguel del Monte parte de tres ejes: Posicionamiento basado en la variedad de la oferta:– Posicionamiento basado en las necesidades de la demanda - Posicionamiento basado en la accesibilidad de las acciones para el logro de los objetivos de cada programa.

MARCO TEÓRICO:

El proyecto abarca diferentes campos temáticos. Los principales a emplear en esta primera etapa son: Los sistemas de aseguramiento de la calidad - Los sistemas de gestión empresarial y organizacional. Tendremos que fomentar el uso de herramientas tales como el diseño e implementación de herramientas de administración estratégica.

¹¹⁵ Universidad Nacional de Quilmes. Roque Sáenz Peña 352 - Bernal - B1876BXD - Bs. As. jlseba@unq.edu.ar

OBJETIVOS:

Fomentar el desarrollo social a través de mejoras en las condiciones de empleo y empleabilidad del sector turístico - Fomentar la confianza del destino a través del mejoramiento de la seguridad en la actividad turística - Generar y fortalecer el sistema local de alianzas para el desarrollo de la actividad turística - Desarrollar capacidades para la sustentabilidad de la actividad a mediano con proyección al largo plazo.

CONCLUSIONES:

El proyecto beneficiará de forma directa a quienes prestan servicios turísticos e indirectamente a la comunidad en general dado el efecto multiplicador.

El hecho de que la mayoría de los prestadores de servicios sean en su mayoría de tipo familiar es muy importante para el desarrollo del municipio y para que la generación de riqueza que el turismo produce sea de aprovechamiento interno, se distribuya de mejor forma y genere empleo directo e indirecto a un número significativo de personas con el consiguiente beneficio para la comunidad local.

Diagnóstico de actitudes y características emprendedoras de la comunidad de Bella Vista, para la gestión del turismo como alternativa de desarrollo sostenible, en torno a la Laguna de Taiguaiguay

*Lic. Joyce G. Rodríguez A.*¹¹⁶

Venezuela como destino turístico, está en etapa de introducción y de crecimiento, en razón de ello, la contribución de la actividad turística al PIB, comienza a ser significativa y ya hay un movimiento significativo tanto del turismo interno como externo, a pesar del recurrente déficit en alojamiento, comidas, bebidas, atención, comercialización, servicios, apoyo institucional e implicación comunitaria. Paradójicamente muchas parroquias y municipios del país, poseen atractivos turísticos envidiables, ubicación geográfica estratégica, un invaluable patrimonio histórico cultural, facilidades de financiamiento y sin embargo, muestran un desempeño desalentador en cuanto a su calidad de vida y al índice de desarrollo humano. Tal es el caso de la Parroquia Bella Vista, perteneciente al Municipio Sucre del Estado Aragua, ubicada en la ribera derecha de la Laguna de Taiguaiguay, hermoso ecosistema lagunar, hábitat de flora y fauna tropical, así como estación de descanso y recuperación de varias especies de aves migratorias. Adicionalmente, esta comunidad es una referencia nacional en muebles rústicos de madera, razón por la cual recibe más de doce mil visitantes anualmente. Para intentar resolver tal paradoja, se planteó una investigación diagnóstica, de nivel descriptivo, basada en un estudio de campo y con apoyo en fuentes documentales. Entre los principales hallazgos se tiene que el perfil sociodemográfico de los habitantes de Bella Vista exhibe un gran potencial para las actividades turísticas. El despegue en el turismo, podría basarse en los conocimientos que poseen sobre carpintería, agricultura, cría, transporte, artesanías, ventas y servicios; y que pueden ser reenfocados en la formulación y ejecución de proyectos sostenibles de desarrollo turístico en alojamiento, alimentación, bebidas, transporte, deportes, animación y recreación. Todo ello acompañado de una actitud positiva hacia la laguna, principal atractivo turístico del Municipio, de importancia económica y valor ecológico.

Palabras clave: Comunidad, Sostenibilidad, Taiguaiguay, Turismo.

¹¹⁶ Centro de Estudios Turísticos de la Universidad de la Habana. Colegio Universitario de Caracas. Maestría en Gestión Turística. E-mail: CETUR@UH.CU. República Bolivariana de Venezuela. Ministerio de Educación Superior. Convenio Interinstitucional Cuba-Venezuela. Universidad de La Habana-Colegio Universitario De Caracas. Maestría en Gestión Turística. Maracay, Estado Aragua.

CONDET 2009. Adscripción de opciones epistemológicas para que el turismo opere con marco de científicidad

Lic. Esp. Fabbroni, Mariana¹¹⁷

RESUMEN:

El presente trabajo contextualiza al turismo como conocimiento que busca marco epistemológico que le permita posicionar sus conocimientos y se consolide como campo disciplinar específico y lo posicionen en conocimiento científico, se plantea dicha posibilidad en la teoría de la complejidad y su funcionabilidad como praxiología.

OBJETIVOS:

- Analizar la legitimación del conocimiento como Praxiología con carácter de opción epistemológica y basamento teórico de la teoría de la complejidad.
- Conceptualizar el conocimiento del turismo a la luz de dichos encuadres.

METODOLOGIA:

Planteado en dos propuestas que se complementan: 1) trabajo de teoría y 2) obra pensada como ensayo.

1) Trabajos de difícil adscripción disciplinaria que intentan enriquecer o modificar los aparatos conceptuales de un campo a través de la conceptualización de ideas formuladas en otro sitio y para otras finalidades. Produce un nuevo enfoque de sentido. Presenta dos dobles juegos:

A) Estrategia analítica de la teoría de Raúl Serroni-Copello su aplicabilidad en un campo disciplinar: el Turismo.

B) Estrategia analítica de la Teoría de la Complejidad, intereses y posibilidades en el Turismo.

2) Es la estrategia de un obrar abierto que no disimula su propia errancia y no renuncia a captar la fugaz verdad de su experiencia.

¹¹⁷ Univ. Nacional de Quilmes R. Sáenz Peña 352 mfabroni@uvq.edu.ar

RESULTADOS:

1. Raúl Serroni-Copello (1997) enmarcar una disciplina no científica en una metodología valida permitiéndole operar con rigor científico, destacando las características y ventajas del turismo se lo adscribe fundamentando la opción.
2. Esclarecimiento de imprecisiones conceptuales.
3. El turismo como fenomenología: desde la complejidad se explica su funcionamiento.
4. Se describe la forma y contenidos a ser enseñados para devenir sujeto del conocimiento del turismo.

CONCLUSION:

Las limitaciones del turismo como conocimiento no están en el conocimiento mismo están en aquellos que lo esgrimen. Cuando la indagación sobre un tema denota falencias solo queda agotar instancias de saber. Hay información y formación para comenzar a trabajar la construcción guiada del conocimiento. Este trabajo argumenta de forma precisa las condiciones del turismo y sus infinitas posibilidades y formula mejoras para el sistema educativo.

Palabras claves: Turismo- Marco epistemológico - Complejidad

Inserción laboral de los graduados en turismo: Carrera de Turismo, Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, Sede Ushuaia

Marino Burgos¹¹⁸ / Ana Laura González¹¹⁹ / Sergio Chenlo¹²⁰ / María Elena Daverio¹²¹

Palabras clave: Graduados, inserción laboral, sistema turístico.

El turismo es un gran multiplicador de empleo y motor de desarrollo para las comunidades, según la OMT y diversos autores reconocidos que se ocupan de analizar la trascendencia de este fenómeno desde un enfoque sistémico. Resulta, pues, interesante analizar cómo la evolución de la actividad propone nuevos desafíos y una creciente profesionalización del recurso humano. En este sentido, las universidades tienen un rol vital y se abren para ellas nuevas oportunidades de oferta académica, que pueden significar un posicionamiento estratégico a la hora de la captación de matrícula.

El objetivo de la presente comunicación es evaluar la inserción de los graduados en turismo de la UNPSJB - Sede Ushuaia como recurso humano calificado dentro del sistema turístico en el contexto local, provincial, nacional e internacional.

La UNPSJB otorga el título “Técnico en Turismo” (con incumbencias de “Guía de Turismo”) y “Licenciado en Turismo”, siendo históricamente muy amplia la posibilidad de una rápida y exitosa salida laboral para los egresados con uno o ambos títulos. A fin de constatar si este hecho, y con la particular situación generada por la crisis económica mundial, se mantiene o por el contrario ha cambiado en la actualidad, se consultaron fuentes primarias y se realizaron entrevistas a informantes clave. Asimismo, se analizó la información estadística y se identificaron los campos laborales correspondientes al ámbito público y privado, en los que los egresados están ubicados según las incumbencias profesionales correspondientes a cada título.

¹¹⁸ Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Sede Ushuaia. Darwin y Canga s/n° (9410) Ushuaia. marinoburgos@hotmail.com

¹¹⁹ Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Sede Ushuaia. Darwin y Canga s/n° (9410) Ushuaia. alg2277@yahoo.com.ar

¹²⁰ Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Sede Ushuaia. Darwin y Canga s/n° (9410) Ushuaia. schenlo@hotmail.com

¹²¹ Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Sede Ushuaia. Darwin y Canga s/n° (9410) Ushuaia. medaverio@arnet.com.ar

Los resultados obtenidos pueden contribuir a una mejor planificación de la carrera de turismo; al análisis de nuevas ofertas educativas y como aporte a los órganos de decisión de la universidad. Asimismo, constituirán una fuente de información alternativa y complementaria, sobre la oferta profesional que brinda la UNPSJB para los distintos actores del sistema turístico.

Accesibilidad para las personas con discapacidad restringida en los establecimientos hoteleros de la ciudad de La Rioja

González, María Cecilia; Núñez, Alberto Gustavo;
Azcurra, Miriam Marcela; Romero, Lorena Gabriela.¹²²

Palabras claves: Turismo Accesible - Discapacidad - Integración.

INTRODUCCION:

El acceso al ocio y al turismo en igualdad de condiciones sigue siendo una asignatura pendiente frente al creciente colectivo de personas con discapacidad y mayores que nos visitan.

El Turismo Accesible¹²³ es el complejo de actividades originadas durante el tiempo libre que posibilitan la plena integración desde la óptica funcional y psicológica de aquellas personas con capacidades restringidas, obteniendo durante la misma una plena satisfacción individual y social del visitante.

Este turismo implica diseñar una política de inclusión para todos los ciudadanos, focalizando en aquellas personas que presentan algún tipo de discapacidad sea transitoria o permanente.

OBJETIVOS:

- Profundizar el conocimiento del sistema turístico y su relación con las personas con capacidades restringidas.
- Conocer la problemática de las barreras en el medio físico y proponer alternativas para la accesibilidad a un entorno dado.
- Transferir conocimientos y técnicas que permitan a los prestadores turísticos visualizar a las personas con capacidades restringidas como turistas potenciales.

¹²² UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA RIOJA. AV. RENE FAVALORO S/N°. CIUDAD UNIVERSITARIA DE LA CIENCIA Y LA TECNICA. Correo electrónico: mazcurra@unlar.edu.ar; mceiliagonzalez@arnet.com.ar; albertogustavon@yahoo.com.ar; lgrmero@arnet.com.ar.

¹²³ LUIS A. GRÜNEWALD, Octubre 2001. Pag. 2. CONFERENCIA TURISMO ACCESIBLE. V Jornadas del Seminario de Iniciativas sobre Discapacidad y Accesibilidad en la Red (SIDAR), II Congreso Iberoamericano de Tecnologías de Apoyo a la Discapacidad IV Congreso Iberoamericano de Comunicación Alternativa y Aumentativa. Mar del Plata.

METODOLOGIA:

se trata de una investigación exploratoria descriptiva. Se prevé las siguientes instancias de trabajo: Investigación bibliográfica específica; Análisis normativo específico; Relevamiento de las instalaciones de los establecimientos hoteleros y análisis; Encuesta a prestadores de servicios hoteleros; Difundir los resultados y elaborar propuestas.

RESULTADOS:

- Concienciar a los prestadores de servicios hoteleros sobre la importante demanda potencial que constituye el segmento de las personas con capacidades restringidas, y brindarles la información para la toma de decisiones desde un enfoque integral y sostenido en materia de accesibilidad, a fin de adecuar los servicios ofrecidos.
- Entender al turismo como una actividad del tiempo libre para todos.

CONCLUSIONES:

Es un proyecto posibilitará la formación y cualificación de los recursos humanos vinculados directamente a la actividad turística, en materia de accesibilidad, entre otros aportes para los alumnos de Turismo.

El Guía de Turismo y su formación profesional orientada a la Interpretación del Patrimonio

*Gutierrez, Noemí Josefina / Maragliano, María Graciela
Marenzana, Gabriela / Fuentes, Ivana / Danloy, Stella Maris*¹²⁴

Palabras claves: Guía de Turismo, Interpretación, Actuación Profesional.

La actuación del Guía de Turismo está vinculada con el entorno físico, el contexto social y quienes visitan un determinado lugar. Es una actividad social y, por ello, atravesada por la diversidad.

El guía es un referente importante para visitantes nacionales, extranjeros y también para la comunidad local, aportando a la difusión y conservación del patrimonio por medio de visitas interpretativas.

¿Qué papel juega en ello la Universidad Pública?; ¿cuál es la legitimación de la Carrera de Guía de Turismo?; ¿es posible promover, a través de la formación de estos profesionales, cambios culturales tendientes a la valorización de nuestra identidad, a la conservación y enriquecimiento de nuestro patrimonio, al cuidado de nuestro entorno natural en tanto hábitat que hace a nuestra calidad de vida?.

OBJETIVOS

- a) Construir saberes significativos para la práctica laboral del Guía de Turismo.
- b) Resignificar la dimensión actitudinal, promoviendo competencias personales.

METODOLOGÍA

En el marco conceptual de la interpretación del patrimonio la presente investigación se enmarca en los principios de la investigación - acción - participativa, con cuyo proceso se consigue identificar las necesidades, formular estrategias, inventariar los recursos disponibles y encaminarse hacia las soluciones, con la participación activa de los actores sociales involucrados en cada una de las etapas de la investigación.

¹²⁴ Facultad de Turismo - Universidad Nacional del Comahue - Neuquén. Domicilio: Buenos Aires N° 1400 - (8300) - Neuquén Capital. E-mail: noemijosefinagutierrez@gmail.com - pracprof@uncoma.edu.ar

RESULTADOS

Cuando se realizaron las observaciones de los visitantes y de los guías, en las prácticas turísticas - recreativas, se evidenció que, cuando hay un trabajo basado en la filosofía y metodología de la interpretación del patrimonio, el visitante tiene un encuentro diferente con el medio natural y cultural. Comienza a preguntarse cual es su relación con dicho medio y qué hacer para la continuidad del mismo.

CONCLUSIONES

El Guía Universitario de Turismo actúa como un facilitador - mediador - intérprete - para el buen intercambio entre visitantes, residentes y el patrimonio. Debe estar formado desde la interpretación para la gestión del patrimonio de uso turístico, y contar con las herramientas necesarias para efectuar un trabajo intelectual riguroso en la búsqueda, selección y utilización de la información. Y por sobre todo en la aplicación de los recursos más pertinentes para llevar adelante su tarea.

La interpretación del patrimonio en las prácticas turísticas-recreativas de una comunidad

Noemí Gutierrez / Ivana Fuentes / Gabriela Marenzana
María Graciela Maragliano / Natalia Marenzana¹²⁵

Palabras claves: Interpretación del patrimonio - identidad - construcción social

El presente trabajo surge a partir de resultados obtenidos en el marco del proyecto de investigación “La interpretación del patrimonio como instrumento para la gestión sustentable y accesible del turismo y la recreación”.

A partir de las acciones realizadas se puede observar que la interpretación del patrimonio, aplicada al turismo, colabora en fomentar y propiciar el encuentro entre las personas; estimulando el conocimiento y respeto del otro y su entorno, revelando los significados del lugar para sus habitantes y desde sus habitantes. Involucra a la población local en la planificación y gestión de actividades turísticas - recreativas desde la propia identidad y construcción social, resaltando al turismo como una práctica social y dinamizadora de los procesos identitarios, y no como un suceso exclusivo de rentabilidad económica en la lógica de mercado.

OBJETIVO

Indagar si la interpretación del patrimonio es una causa instrumental para la gestión del turismo y la recreación.

METODOLOGÍA

La presente investigación se enmarca en los principios de la investigación - acción - participativa, con cuyo proceso se consigue identificar las necesidades, formular estrategias, inventariar los recursos disponibles y encaminarse hacia las soluciones, con la participación activa de los actores sociales involucrados en cada una de las etapas de la investigación

¹²⁵ Facultad de Turismo - Universidad Nacional del Comahue - Neuquén. Domicilio: Buenos Aires N° 1400 - (8300) - Neuquén Capital. E-mail: educ-superior-mercosur.pdf - pracprof@uncoma.edu.ar

SÍNTESIS DE RESULTADOS

El trabajo de investigación se encuentra en su última fase de ejecución. Se está realizando un cruce entre el marco conceptual de los objetivos y principios de la interpretación del patrimonio y la información recogida en los trabajos de campo, a fin de generar criterios de gestión en el marco de la interpretación del patrimonio para la sustentabilidad y accesibilidad de los destinos turísticos seleccionados.

PRINCIPALES CONCLUSIONES

A partir del constante análisis de los resultados obtenidos tanto de los productos teóricos como de los trabajos de campo, se plantean posibles soluciones y se procura diseñar y promover diversos programas que lleven a la difusión del patrimonio, destinados a residentes y turistas.

La Articulación: una forma de gestión innovadora para el desarrollo turístico-recreativo.¹²⁶ Caso ciudad de Neuquén

Mg. Gladys Olivares¹²⁷ / Mg. Silvana Suárez¹²⁸

Palabras claves: articulación- Políticas turísticas recreativas

El tema central de esta investigación, refiere a la articulación de las políticas y la gestión del desarrollo del turismo y la recreación, su caracterización y el modo de llevarse a cabo las tareas de coordinación entre los actores involucrados en dicho proceso. Estos actores son: las organizaciones dependientes de la Municipalidad y la Provincia de Neuquén y los actores de la esfera privada, como las asociaciones y empresas vinculadas al turismo y la recreación. En este trabajo adquiere importancia el estudio de las políticas públicas y la gestión, relacionada con el desarrollo del turismo y la recreación poniendo énfasis en el modo de institucionalización de las políticas públicas.

Para la realización de este trabajo se seleccionó la ciudad de Neuquén debido a la transformación de las últimas décadas con relación a su matriz productiva. La función de centro turístico-recreativo de la última década, se sostiene en el cambio de la configuración urbana; la concreción de distintos tipos de proyectos urbanísticos que devienen en atractivos turísticos - recreativos, especialmente los de tipo cultural y la elaboración del circuito vinculado a modernas bodegas emplazadas en su área de influencia. La metodología empleada incluyó la utilización de técnicas de encuestas, entrevistas a informantes clave y observación. Los principales resultados obtenidos dan cuenta de: falta de articulación de políticas y gestión del desarrollo turístico recreativo de la ciudad con relación a las políticas provinciales; enfoque fragmentado y parcializado de las políticas turísticas recreativas implementadas; escasa articulación entre actores públicos - público que permitan coordinar y consensuar lineamientos políticos y acciones en el campo del turismo y la recreación que contribuyan a pensar en el bienestar de los turistas y de los residentes del centro turístico.

¹²⁶ Este trabajo es una separata del trabajo de investigación: "Estudios de las políticas públicas y la gestión en el proceso de desarrollo turístico recreativo de la ciudad de Neuquén". Equipo de Investigación: Bosch, J. Luis (director); Suárez, Silvana (co-director); Investigadores: Olivares, Gladys; Fernández Mouján, María, Merli, Carolina, Nataine, Daniel, Pasteris, Graciela y Ayudante alumna: Daniela Rodríguez

¹²⁷ Olivares, Gladys. E-mail: golivar@uncoma.edu.ar; golivar1@yahoo.com.ar / Facultad de Turismo-Universidad Nacional del Comahue. Buenos Aires 1400-Neuquén.(R:A)

¹²⁸ Suárez, Silvana R. E-mail: Ssuarez@uncoma.edu.ar; silreneesuarez@hotmail.com / Facultad de Turismo- Universidad Nacional del Comahue. Buenos Aires 1400. Neuquén. República Argentina

Evolución del conocimiento social de la ley de turismo estudiantil. LEY 25599

Sirota Gabriela Rosario¹²⁹ / Dono Maria¹³⁰

ANTECEDENTES:

En Argentina se venía desarrollando el producto Turismo Estudiantil en un contexto totalmente desregulado, hecho por el cual se producían estafas por parte de las empresas de turismo estudiantil y no se contemplaban aquellas exigencias para el funcionamiento de las agencias destinadas a ese tipo de viajes. Ante esta circunstancia la Secretaria de Turismo de la Nación planteo ante el poder legislativo Nacional la necesidad de regular la actividad y en el mes de Mayo del año 2002 se sanciono la Ley Nacional de Turismo Estudiantil N° 25599.

OBJETIVO

El objetivo de esta presentación es reflexionar si las normativas o regulaciones turísticas son conocidas para su uso y cual es la evolución en términos de información y comprensión que se encuentra en la comunidad a través del paso del tiempo.

METODOLOGÍA:

Se realizaron entrevistas estructuradas a la población de posibles usuarios (estudiantes) y a la población de organizadores de la actividad (agentes de viajes). La observación se realizo en dos momentos diferentes; la primera en el año 2007 y la segunda en el año 2009.

RESULTADOS

Los resultados muestran que la sociedad cuenta con una mayor cantidad de información acerca de la ley.

¹²⁹ Alumna de Universidad de Morón www.unimoron.edu.ar. Facultad de Ciencias Aplicadas al turismo y la población. gabrielasirota@gmail.com

¹³⁰ Alumna Universidad de Morón www.unimoron.edu.ar. Facultad de Ciencias Aplicadas al turismo y la población. Mariadono87@gmail.com

CONCLUSIÓN:

Se debería contar, para el seguimiento de las leyes relacionadas a la regulación de la actividad turística, de un modelo de recolección de datos y una matriz de análisis para el tratamiento de los mismos, que pudiera ser replicada con facilidad a través de los años.

Palabras claves: Turismo estudiantil; normativas; evolución de la información.

