

# REALIDAD, TENDENCIAS Y DESAFÍOS EN TURISMO



---

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

**Consejo de Decanos y Directores de Unidades Académicas  
relacionadas con la Enseñanza del Turismo  
CONDET**

**Presidente**

Stella Marís Visciarrelli

Decana Departamento de Geografía y Turismo  
Universidad Nacional del Sur

**Vicepresidente**

Mónica Mabel Biasone

Decana Facultad de Cs. Económicas y Sociales  
Universidad Nacional de Mar del Plata

Ilustración y diseño de tapa: Julio Bariani - Diseñador en Comunicación Visual.

Adaptación tapa volumen 16: Lic. Luis David Villaverde.

Foto de tapa: Observatorio Cesco y vista a la cordillera de los Andes en San Juan.

Autor: Héctor López.

Impreso en Argentina - Printed in Argentina.

ISSN 01850-4787; e-ISSN 2545-6199.

**Impreso en:**

Educo 2018.

Editorial de la Universidad Nacional del Comahue.

Buenos Aires 1400 - (8300) Neuquén Capital.



# REALIDAD, TENDENCIAS Y DESAFÍOS EN TURISMO CONDET

## **Staf de la Revista**

### **Editora Responsable**

María Gabriela Torre, Universidad Nacional del Comahue

### **Consejo Editor**

Stella Marís Visciarrelli, Universidad Nacional del Sur

Rodrigo Cristian Gonzalez, Universidad Nacional del Comahue

Marcelo Paz, Universidad Nacional de San Martín

Noemí Wallingre, Universidad Nacional de Quilmes

Ana Biassone, Universidad Nacional de Mar del Plata

Hernán Quesada, Universidad Nacional Tierra del Fuego

Viviana Navarro, Universidad Nacional de la Patagonia Austral

Julieta Andueza, Universidad Nacional de Misiones

Norma Pereyra, Universidad Nacional de San Luis

Roxana Mata Botana, Universidad Nacional de Lanús

Sebastián Di Nardo, Universidad Nacional de Río Negro

Alicia Spinello, Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires

Pablo Montero, Universidad Nacional de la Plata

Graciela Iturrioz y Daniel E. Urie, Universidad Nacional San Juan Bosco

Héctor Castro, Universidad Nacional de San Juan

Pablo Reales, Universidad Nacional de Avellaneda

Adolfo Omar Cueto, Universidad Nacional de Cuyo

### **Comité de Redacción**

Yusara Mastrocola - Marina Zanfardini - Daniela Rodriguez - Pablo Azar

Maquetación: Luis David Villaverde - Hernán Santarelli

**Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo** es una publicación científica anual del CONDET (Consejo de Decanos y Directores de Unidades Académicas Relacionadas con la Enseñanza del Turismo, <http://condet.edu.ar>). Está editada por el Área de Publicaciones de la Facultad de Turismo de la Universidad Nacional del Comahue. La revista tiene el propósito de difundir la actividad científica de los formadores e investigadores en turismo y recreación. Acepta artículos científicos en los ejes temáticos: administración y servicios turísticos, planificación y gestión del espacio turístico, políticas públicas turísticas, marketing, ocio y tiempo libre, sociología, patrimonio cultural y natural, formación del profesional en turismo, derecho y legislación turística.

## PAUTAS PARA LA PRESENTACIÓN DE ARTÍCULOS

Las colaboraciones podrán ser:

**Artículos Científicos:** Corresponde a una investigación personal y/o grupal de carácter científico, cultural o profesional; sobre un tema determinado, basado especialmente en bibliografía actualizada y/o datos empíricos.

**Reseñas:** La revista recibe Reseñas de libros publicados en los últimos dos años y de reediciones de obras antiguas.

### Recepción y aceptación de los artículos:

- \* Con la entrega del artículo para su publicación el autor se compromete a aceptar las normas editoriales y garantiza la originalidad del trabajo.
- \* Todos los artículos son sometidos al sistema de doble referato ciego: ni los evaluadores ni los autores conocen las respectivas identidades de unos y otros. Para facilitar la evaluación, enviar al editor el trabajo original por correo electrónico o CD, en formato Word.
- \* Los evaluadores aceptarán, rechazarán o solicitarán modificaciones a los artículos presentados.
- \* Los artículos deberán ser enviados a la siguiente dirección de correo electrónico: [revista@condet.edu.ar](mailto:revista@condet.edu.ar)

### Instrucciones para los autores de artículos científicos:

Los originales se confeccionarán en formato Word, tamaño A4. Extensión máxima de 20 páginas incluyendo figuras y bibliografía. Fuente: Arial, cuerpo 11. Interlineado 1,5. Márgenes: superior, inferior y derecho 2,5 cm; izquierdo 3 cm. Alineación: Justificada. Sangría: 1ra. línea 0,63 cm. Se recomienda restringir al máximo el uso de cursivas y de negritas en el cuerpo del texto.

### Los artículos deben estar divididos en las siguientes secciones:

1. **Carátula:** los artículos deben tener una carátula con un título corto (50 letras como máximo). En esta carátula no deben aparecer los nombres de los autores para asegurar el anonimato necesario para efectuar la revisión ciega.
2. **Título:** en castellano e inglés (cada uno tendrá un máximo de 250 palabras). Los artículos en idioma extranjero se acompañarán de un resumen en español.

3. **Resúmenes:** se deberá incluir una pequeña nota de aclaración sobre los autores, que no exceda las 50 palabras.

4. **Palabras claves:** 3 (tres) en castellano e inglés.

5. **Texto:** subtítulos con numeración arábica, fuente minúscula con negrita, alineación izquierda.

6. **Agradecimientos.**

7. **Bibliografía:** sólo la citada en el texto. Para organizar las mismas se debe utilizar el formato APA.

A continuación la revista CONDET hará constar la fecha de recepción y aceptación del original en su versión definitiva.

**Imágenes:** todo material ilustrativo debe ser referido como "Figura"; CONDET no emplea los términos "Láminas", "Mapas" u otros semejantes. Las dimensiones máximas no deben superar el tamaño de caja de la Revista (16 cm x 20 cm) Se enviarán en archivo EN 300 DPI, en formato JPG

**Tablas:** incluidas en el texto como tabla de Word con fuente Arial 10 y epígrafe al pie. Debe constar en el texto la referencia correspondiente con números consecutivos, ej.: (Tabla 1). El tamaño máximo es de 12 x 16 cm. Las tablas muy extensas deberán necesariamente ocupar más de una página.

**Normas para reseñas:** CONDET recibe Reseñas de libros publicados en los últimos dos años y de reediciones o facsímiles de obras antiguas. Se deben remitir por vía electrónica a [revista@condet.edu.ar](mailto:revista@condet.edu.ar).

Las Reseñas tendrán una extensión máxima de 5500 caracteres (con espacios) y se confeccionarán en formato Word, tamaño A4. Fuente: Arial, cuerpo 11. Interlineado 1,5. Márgenes: superior, inferior y derecho 2,5 cm; izquierdo 3 cm. Alineación: Justificada. Sangría: 1ra. línea 0,63 cm. Al final del texto deben figurar el nombre y apellido del autor, su pertenencia institucional y su correo electrónico.

El Comité Editorial acusará recibo inmediato de los manuscritos y en el término de 30 días comunicará la aceptación o rechazo. CONDET hará constar la fecha de recepción y aceptación del original en su versión definitiva.

Autorización de los autores a la publicación, difusión

### **Consultas**

Secretaría de Investigación. Facultad de Turismo

Universidad Nacional del Comahue

Buenos Aires 1400. (8300) Neuquén - Argentina

Tel/Fax: 54-299-4490445

E-mail: [revista@condet.edu.ar](mailto:revista@condet.edu.ar) / [secretaria.investigacion@fatu.uncoma.edu.ar](mailto:secretaria.investigacion@fatu.uncoma.edu.ar)

Ediciones anteriores de la revista: <http://condet.edu.ar/>

## ÍNDICE

PROPUESTA DE DISEÑO DE ATRIBUTOS DE CALIDAD PERCIBIDA DE SERVICIOS AEROPORTUARIOS DESDE LA VISIÓN DE LOS PASAJEROS CORPORATIVOS. Natalia De Miguel, S. Soledad Gallucci, Ana Lía Guerrero.	10
LA FIESTA DE LA SOBERANÍA PATAGÓNICA COMO PATRIMONIO IDENTITARIO LOCAL Y RECURSO TURÍSTICO DE CARMEN DE PATAGONES. Mercedes Gazo luale, María Isabel Haag.	24
INCUBADORA DE TURISMO SOCIO SOLIDARIO DE BASE COMUNITARIA. Armando Azeglio, Ariel Barreto, Marian Lizurek.	38
MANEJO DE LA RECREACIÓN Y EL TURISMO EN CONSERVACIÓN EN SITIO DE OBSERVACIÓN ASTRONÓMICA. María Gabriela Torre, Héctor Segundo López.	54
EL VALOR DEL ARTE RUPESTRE EN LA ESTÉTICA DEL PAISAJE. Mónica Beatriz Gelós, Carolina Marzari.	70
HACIA EL DISEÑO DE UN ÍNDICE DE MUNICIPIO TURÍSTICO BONAERENSE PARA MEDIR EL IMPACTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA LOCAL. Lorena Beier, Andrea Baier, Patricia Del Cero, Guillermina Dumrauf, Andrea Savoretti.	85
DESARROLLO SOSTENIBLE Y TURISMO: REALIDADES Y CONTROVERSIAS. Giovanni Rodríguez Sánchez.	100

## ÍNDICE

LA ASISTENCIA TÉCNICA INTERNACIONAL DEL MINISTERIO DE TURISMO ARGENTINO. Diego Navarro.	119
LA PERSPECTIVA FENOMENOLÓGICA COMO APORTE AL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL TURISMO. Héctor R Castro, Eloy O. Luna Molina.	128
FORTALECIMIENTO DE BAHIA BLANCA COMO DESTINO SEDE DEL TURISMO DE REUNIONES. Valeria N. Gil, Lucia Lusto, Ma. Julia Arocena.	144

## PRESENTACIÓN

El volumen 16 N° 1 de la Revista **Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo de CONDET** presenta la mirada de diversos investigadores en Turismo y Recreación. Participan de este número artículos científicos especializados para la Revista y se suman los seleccionados de la presentación que en 2017 convocara la Universidad Nacional de San Martín en el VIII Simposio Internacional y XIV Jornadas Nacionales de Investigación-Acción en Turismo - CONDET 2017: Desafíos del turismo para el desarrollo sostenible.

Se presentan en este número artículos de la Universidad Nacional del Sur, sobre el patrimonio identitario local de Carmen de Patagones, propuestas sobre la calidad percibida de servicios aeroportuarios y del fortalecimiento de la ciudad de Bahía Blanca como un destino especial para el turismo de reuniones. Investigadora de dicha universidad junto a las de la Universidad provincial del Sudoeste presentan un artículo sobre el diseño de un índice de municipio turístico bonaerense que permite medir el impacto de la actividad turística local.

De la Universidad Nacional de Quilmes, un artículo sobre incubadora de turismo. De la Universidad Nacional del Comahue se investiga sobre el valor del arte rupestre en el norte neuquino; y en conjunto con la Universidad Nacional de San Juan sobre el manejo de la recreación y el turismo en un sitio de observación astronómica.

Investigadores de la Universidad Nacional de San Juan también escriben sobre el desarrollo sostenible del turismo desde la perspectiva fenomenológica y como representante de CONICET un trabajo sobre la asistencia técnica del MINTUR.

Desde la Universidad Nacional de Costa Rica se presenta un ensayo sobre la revisión documental del desarrollo sostenible y el turismo.

Se agradece a los autores la participación en este número.



**Mag. María Gabriela Torre**

Facultad de Turismo

Universidad Nacional del Comahue

## **PROPUESTA DE DISEÑO DE ATRIBUTOS DE CALIDAD PERCIBIDA DE SERVICIOS AEROPORTUARIOS DESDE LA VISIÓN DE LOS PASAJEROS CORPORATIVOS**

**PROPOSAL FOR THE DESIGN OF THE PERCEIVED QUALITY ATTRIBUTES ON AIRPORT SERVICES  
FROM A CORPORATE PASSENGERS VISION**

Natalia De Miguel<sup>1</sup>

S. Soledad Gallucci<sup>2</sup>

Ana Lía Guerrero<sup>3</sup>

Universidad Nacional del Sur

### **RESUMEN**

*El presente artículo plantea como objetivo diseñar un conjunto de atributos de calidad de servicios aeroportuarios que luego se constituyen en insumos para incorporar a herramientas de medición de la calidad percibida por el segmento de demanda corporativo que viaja por motivos de negocios, a partir del enfoque basado en procesos. Los resultados obtenidos muestran 35 atributos de calidad del servicio aeroportuario contruidos desde la óptica de este segmento, a partir de las cinco dimensiones del servicio propuestas por SERVQUAL y considerando las actividades que componen el proceso operativo "Tránsito de pasajeros". Estos atributos son aplicables a cualquier aeropuerto de uso comercial que opere vuelos domésticos en ciudades intermedias. Constituyen la base para diseñar los servicios a prestar en terminales aeroportuarias, garantizando así una experiencia global satisfactoria.*

**Palabras claves:** turismo de negocios - servicios aeroportuarios – procesos - atributos de calidad percibida.

---

(1) Licenciada en Turismo (UNS). Alumna de la Licenciatura en Administración de Empresas (UNS) y alumna de la Maestría Gestión y Desarrollo del Turismo (UNQ). Docente con dedicación simple en la carrera Licenciatura en Turismo. Agente de Servicio al Pasajero en LAN Argentina S.A en Aeropuerto Comandante Espora (Bahía Blanca). Participa en proyecto de investigación PGI/UNS. Correo Electrónico: nataliaademiguel@gmail.com

(2) Licenciada en Turismo (UNComa). Magister en Desarrollo y Gestión Territorial (UNS). Docente investigador con dedicación exclusiva en la carrera de Licenciatura en Turismo, Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur. Participa en proyecto de investigación PGI/UNS. Correo Electrónico: gallucci@uns.edu.ar

(3) Licenciada en Geografía (UBA). Magíster en Política y Estrategia (UNS). Doctora en Geografía (UNS). Docente investigador con dedicación exclusiva en la carrera de Licenciatura en Turismo y Licenciatura y Profesorado en Geografía, Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur. Participa en proyectos de investigación PGI/UNS. Correo Electrónico: aguerrero@uns.edu.ar

## ABSTRACT

*This article's goal is to design a set of quality attributes of airport services, which then become feedback for tools that measure the quality perceived by the corporate demand segment that travels on business reasons, based on the processes approach. The results show 35 airport services quality attributes built from the perspective of this segment, based on the five dimensions of the service proposed by SERVQUAL and considering the activities that comprise the "Transit passenger" operational process.*

*Keywords: business tourism – airport services – processes - quality - perceived attributes.*

## INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, el interés de las organizaciones por la calidad del servicio brindado ha aumentado notablemente ya que la necesidad de adoptar criterios de calidad se ha convertido en un elemento necesario para asegurar la viabilidad tanto económica como financiera del negocio.

Desde el punto de vista de las investigaciones científicas, diversos autores se han interesado en las técnicas y herramientas para la medición de la calidad del servicio percibida por el cliente. Existen diferentes modelos que permiten evaluar la calidad de servicios tales como modelo de la Imagen (Escuela Europea) y, los modelos SERVQUAL y SERVPERF (Escuela Norteamericana) Serrano Bedia y López Fernández (2007); Duque (2005).

A partir de la aparición del modelo SERVQUAL (propuesto por Parasuraman, Berry y Zeithaml a través de diferentes publicaciones en 1985 y 1988) se han publicado artículos científicos y estudios académicos que toman como referencia este modelo procurando hacer una adaptación útil para distintas organizaciones turísticas tales como agencias de viajes, oficinas de información turística, líneas aéreas, hoteles, entre otras Falces Delgado, Sierra Diez, Becerra Grande y Briñol Turnes (1999); Bigné Alcañiz, Martínez Fuentes, Romero y Andreu Simon (2003); Dipierri y Zanfardini (2004); Gazzera y Lombardo (2007) Vázquez Casielles, del Río- Lanza y Suárez- Álvarez (2009); Zanfardini y Fernández (2009);Zanfardini (2001;2004); Robledo Camacho (2004).

Con respecto a la medición de la calidad de los servicios aeroportuarios brindados a pasajeros se han desarrollado algunas investigaciones académicas Ruz Carreño (2015), Onton Sarmiento, Mendoza Suárez y Ponce Otoyá (2010), Acosta y Verbeke (2006) pero los estudios científicos más recientes sobre esta temática se aplican en países con muy diferentes modos de organización social y estados de desarrollo de sus economías Bogicevic, Yang, Bilgihan y Bujisic (2013); Fodness y Murray (2007); Han, Ham, Yang y Baek (2012); Lioua, Tangb, Yehb y Tsaic (2011); Rendeiro y Cejas (2006). En la Región Sudamericana y en Argentina en particular, se observa a través de la revisión bibliográfica para conocer el estado de la cuestión sobre la calidad de los

servicios aeroportuarios, que las investigaciones que abordan esta temática son en su mayoría realizadas a pedido de organizaciones concesionarias del servicio mientras que, son escasos los antecedentes existentes sobre investigaciones académicas que aborden la misma.

A nivel mundial, se observa en los aeropuertos una tendencia de incremento en la cantidad de vuelos, volumen de pasajeros y cargas. En este sentido, los aeropuertos deben facilitar el flujo de personas, equipajes y cargas, así como el movimiento libre y seguro de las aeronaves, a través de inversiones que garanticen la prestación de un servicio seguro y eficiente. Los pasajeros corporativos –que viajan por motivos de negocios- tienen exigencias diferenciales respecto a la calidad de los servicios aeroportuarios en comparación con otros segmentos de demanda. Al constituir uno de los segmentos que más ingresos representan para el sector aéreo comercial, es de fundamental importancia estudiar sus expectativas y percepciones respecto a los servicios que utiliza dentro de la terminal.

En este marco, el presente artículo plantea como objetivo diseñar un conjunto de atributos de calidad de servicios aeroportuarios que luego se constituyen en insumos para incorporar a herramientas de medición de la calidad percibida por el segmento de demanda corporativo que viaja por motivos de negocios, a partir del enfoque basado en procesos.

Los resultados del artículo exponen una batería de 35 atributos de calidad que poseen valor percibido por los pasajeros corporativos, en cuyo diseño se contemplan las cinco dimensiones del servicio propuestas por el Modelo SERVQUAL y las actividades que componen el proceso “Tránsito de Pasajeros” - y sus subprocesos “Partidas” y Arribos”- vinculado a la atención del cliente.

Respecto a las implicaciones prácticas, los atributos de calidad percibida propuestos son aplicables a cualquier aeropuerto de uso comercial que opere vuelos domésticos en ciudades medias. Estos atributos constituyen la base para diseñar servicios brindados a pasajeros corporativos en una terminal aeroportuaria y, a través de ellos, los clientes puedan evaluar la calidad de los mismos. Además, el conjunto de atributos diseñados, son factibles de ser aplicados en varios modelos de medición de la calidad de servicios.

Cabe señalar que, la propuesta de diseño de atributos del presente artículo, forma parte de una investigación más amplia para alcanzar el título de Licenciado en Turismo que tuvo como objetivo evaluar la calidad percibida de los servicios aeroportuarios por el segmento de demanda corporativo en el Aeropuerto Comandante Espora, Bahía Blanca, Argentina - según la aplicación del modelo SERVQUAL - a partir del enfoque basado en procesos De Miguel (2014).

Esta ciudad es ejemplo de un centro urbano de tamaño medio en la cual los servicios aeroportuarios constituyen parte de un destacado nodo de comunicaciones y transporte tanto a escala regional como nacional. El aeropuerto opera vuelos regulares principalmente hacia la ciudad autónoma de Buenos Aires.

## EL SERVICIO Y LA EVALUACIÓN DE LA CALIDAD PERCIBIDA

Para referirse a la calidad percibida es necesario definir en primer lugar atributos de calidad. Un atributo es una característica que posee un valor percibido por el cliente, en tanto califica, define y ayuda a distinguir un producto o un servicio. En consecuencia, los atributos pueden ser considerados como los significantes de las emociones esperadas (vinculado con las creencias, valores y esencia espiritual) Capece (2006). De este modo, se definen como netamente cualitativos desde la visión de la demanda.

Desde el punto de vista metodológico, los atributos de calidad se reflejan en dimensiones, subdimensiones e indicadores los cuales concretan, en forma empírica el concepto de calidad de servicio bajo estudio. Estos atributos se toman como base para diseñar los servicios y es justamente a través de ellos, que los clientes evalúan la calidad de los mismos.

Siguiendo a García Buades (2001, p.25 con base en Johnston 1987) existen dos aspectos de calidad del servicio que influyen en la experiencia del encuentro consumidor-producto/servicio. En primer lugar, existe una calidad de los tangibles ("calidad del producto") que refiere a los resultados, aspectos físicos de la calidad provistos para el uso o consumo del cliente. En segundo lugar, existe una calidad de los intangibles ("calidad del servicio") que hace referencia a los procesos, aspectos interactivos de la calidad, es decir la forma en que se ofrecen los productos y el trato que se le brinda al cliente.

Por consiguiente, la evaluación de la calidad del servicio en las organizaciones turísticas debe ser contemplada desde la óptica de los clientes en tanto es un concepto subjetivo ya que depende de las percepciones propias del cliente sobre la prestación del servicio comparado con impresiones previas al consumo. A partir de lo expuesto, se define la calidad percibida como la evaluación global, similar a una actitud, que el consumidor realiza sobre el nivel de excelencia o superioridad del servicio ofrecido por una determinada organización. Se entiende así a la calidad percibida, como un resultado de la comparación entre las expectativas en relación con la prestación que se espera de ese servicio y, la percepción sobre el servicio prestado por una organización concreta Zeithaml, Parasuraman and Berry (1993).

## METODOLOGÍA Y TÉCNICAS

El presente estudio de acuerdo a su finalidad constituye una investigación aplicada con base en un enfoque teórico metodológico cualitativo. Dicho enfoque implica un proceso de recolección y análisis de datos cualitativos. De acuerdo al objetivo planteado, su alcance es exploratorio. Con respecto al diseño de la investigación, es de tipo no experimental y de acuerdo a la evaluación del fenómeno es transversal.

El presente artículo se fundamenta en los resultados alcanzados en una investigación de mayor alcance la cual tuvo como objetivo evaluar la calidad percibida de los servicios aeroportuarios por el segmento de demanda corporativo aplicado a un estudio de caso según el modelo SERVQUAL y a partir del enfoque basado en procesos. Los instrumentos de recolección de datos utilizados para determinar los atributos desde la perspectiva del cliente fueron diversos y permitieron luego construir los cuestionarios según el modelo SERVQUAL.

En primer lugar, la entrevista semiestructurada a personal jerárquico del Aeropuerto Comandante Espora de la ciudad de Bahía Blanca, Argentina (la cual permitió conocer los servicios principales y de apoyo brindados en un aeropuerto de uso comercial que opera vuelos domésticos). En segundo lugar, la observación simple Vieytes (2004) a partir de la experiencia laboral de las autoras en dicho aeropuerto, complementada por las quejas presentadas por los usuarios del servicio. Los datos recolectados permitieron construir un conjunto de atributos (reflejados metodológicamente en dimensiones, subdimensiones e indicadores) para ser luego utilizados en la confección de tres cuestionarios. En el primero, se evaluaron las expectativas (deseos o pretensiones de los consumidores); en el segundo cuestionario, la percepción de calidad del servicio (evaluación global del servicio) y un tercer cuestionario, en el cual se evaluó jerarquizando la preponderancia de las dimensiones de calidad percibida, detectadas por el usuario en el cuestionario anterior.

Los modelos de cuestionarios propuestos por SERVQUAL, se adaptaron al caso de estudio, respetando el modelo de cinco dimensiones y se confeccionaron a través de la incorporación de indicadores que permitieron evaluar la calidad de los servicios prestados. A partir del análisis de los resultados de la aplicación de los cuestionarios, se identificaron y midieron las ineficiencias en la prestación del servicio.

En síntesis, el presente artículo propone atributos de calidad percibida por el cliente diseñados a partir de los resultados obtenidos en dicha investigación aplicada a un estudio de caso. Su posterior análisis y revisión en la actual investigación permiten obtener un conjunto de atributos de calidad con mayor grado de generalización aplicables a cualquier aeropuerto de uso comercial que opere vuelos domésticos en ciudades intermedias. Por lo tanto, los atributos propuestos constituyen la base para diseñar los servicios a prestar en terminales aeroportuarias.

### **Servicios aeroportuarios al pasajero y perfil del segmento de demanda corporativo**

Los servicios que forman parte de los procesos aeroportuarios, se prestan dentro y fuera de la terminal de pasajeros y se vinculan tanto a servicios prestados directamente a aeronaves como al servicio de transporte aéreo cuando para su funcionamiento se utilizan equipos e infraestructura especializada.

Además de los servicios aeroportuarios necesarios para el correcto funcionamiento de las aeronaves, existen otros tipos de servicios que complementan la oferta, tales como: concesiones para la venta de comida y bebida (restaurantes, bares, confiterías, máquinas expendedoras, entre otras), tiendas, bancos y casas de cambio, servicios de aprovisionamiento a las líneas aéreas, publicidad en aeropuerto, servicios de comunicación complementarios (telefonía, internet), alquiler de vehículos, estacionamiento de vehículos, entre otros.

Para la investigación, se determina el "Tránsito de pasajeros" como el principal proceso operativo vinculado a la atención de clientes. Dentro del mismo, se determinan los subprocesos "Partidas" y "Arribos", que permiten definir atributos específicos a partir de diferentes actividades que integran cada subproceso y que facilitan la prestación del servicio aéreo.

En síntesis, para llegar a diseñar atributos, desde el enfoque basado en procesos, se debe en primer lugar determinar el principal proceso operativo para luego identificar los diferentes subprocesos que lo componen. De este modo, se definen:

El subproceso "Partidas" que comprende actividades propias como entrada al aeropuerto, facturación y obtención de tarjeta de embarque, pre-embarque y embarque. En particular, incluye:

- Entrada al aeropuerto: Abarca el momento en que el pasajero ingresa al estacionamiento del aeropuerto, haciendo uso de las instalaciones e ingresa al edificio terminal.
- Facturación y obtención de tarjeta de embarque: Abarca desde el momento en que el pasajero, una vez dentro del edificio terminal, se acerca a los mostradores de la compañía aérea con la cual realiza su viaje para retirar su tarjeta de embarque y despachar su equipaje, y espera en los espacios públicos antes de ingresar al área de pre-embarque.
- Pre-embarque: Abarca el momento en que el pasajero se dirige al área destinada a la realización de los controles de seguridad hasta el consiguiente ingreso a la sala de embarque.
- Embarque: Desde que el pasajero cruza el control de seguridad, espera en sala, presenta la tarjeta de embarque y luego atraviesa la puerta de embarque continuando por manga o por plataforma hasta ingresar al avión.

El subproceso "Arribos" abarca actividades como tránsito del pasajero desde el avión hasta el edificio terminal, retiro de equipajes y salida del edificio terminal. En particular, comprende:

- Tránsito del pasajero desde el avión hasta el edificio terminal: Abarca desde el momento en que el pasajero cruza la puerta del avión y avanza por manga o plataforma hacia la sala de arribos.
- Retiro de equipajes: Abarca desde el momento en que el pasajero ingresa a la sala de arribos, se dirige al área de retiro de equipajes y espera la llegada de su equipaje.

- Salida del edificio terminal: Abarca desde el momento en que el pasajero se retira del edificio terminal y hace uso o no de las instalaciones del estacionamiento hasta retirarse del mismo.

Desde la perspectiva de los servicios aeroportuarios, en términos generales la demanda de pasajeros se divide en distintos segmentos en función de su motivación principal: ocio, negocios, visita a familiares o amigos, entre otros. Los pasajeros corporativos –que viajan por motivos de negocios- tienen exigencias diferenciales respecto a la calidad de los servicios aeroportuarios en comparación con otros segmentos de demanda. Además, al ser uno de los segmentos que más ingresos representan para el sector aéreo comercial, es de fundamental importancia estudiar sus expectativas y percepciones respecto a los servicios que utiliza dentro de la terminal.

Este segmento posee diferentes hábitos de comportamiento fácilmente identificables:

- En cuanto a las tarifas, adquieren las más altas, ya que disponen mayor flexibilidad en sus regulaciones (cambios a último momento, devolución, etc.),
- La compra de tickets se realiza por diferentes vías: autogestión a través de páginas web de las aerolíneas, por teléfono o bien a través de agencias con tarifas especiales para empresas.
- Integran un grupo preferencial para las líneas aéreas. Se consideran pasajeros frecuentes de las aerolíneas debido a la gran cantidad de viajes que realizan por mes, a los altos valores de las tarifas abonadas y a que muchas veces poseen tickets de cabinas superiores (ejecutiva o primera clase).
- Realizan el check in por web, ahorrando tiempos en la estación terminal.
- Viajan solos o en grupos reducidos de no más de 4 personas.
- La mayor parte de sus viajes llevan solamente equipaje de mano, principalmente maletines y/o mochilas porta notebooks.
- Arriban al aeropuerto poco tiempo antes de la salida del vuelo.
- En cuanto al alquiler de autos, gran proporción del segmento corporativo que viaja frecuentemente, no utiliza este tipo de servicios ya que se traslada con empresas de taxis o remises locales que poseen acuerdos con las empresas a las cuales pertenecen.
- Conocen las instalaciones, procedimientos y tiempos propios de cada aeropuerto en mayor medida que otros segmentos de demanda que utilizan los servicios de apoyo del aeropuerto.
- Se caracterizan por una mayor exigencia en la calidad de los servicios aeroportuarios.

En síntesis, el segmento corporativo que utiliza los servicios aeroportuarios posee características específicas y homogéneas, claramente diferenciables respecto a otros segmentos de pasajeros. La identificación de estos hábitos

de comportamiento durante la partida y arribo, se convierten en un factor clave para la gestión turística y en particular para la gestión de un segmento de importancia estratégica como son las personas que viajan por motivos de negocios. En este sentido, conocer estas características facilita el diseño de atributos de calidad percibida

### **Propuesta de diseño de atributos de calidad de servicio según el segmento de demanda corporativo**

A partir de los resultados de la aplicación de las herramientas de recolección de datos mencionadas anteriormente como parte de una primera investigación, se procede a diseñar el conjunto de atributos de calidad de los servicios aeroportuarios. Los resultados generados, brindan información útil para detectar las actividades que comprenden los procesos operativos y que aportan valor en la prestación del servicio y por ende en la satisfacción del cliente.

La construcción de los atributos de la calidad del servicio para aeropuertos se realiza a partir de cinco dimensiones propuestas por SERVQUAL: Instalaciones, Confiabilidad, Responsabilidad, Seguridad y Empatía. Además, se aplica el enfoque basado en procesos ya que se consideran las actividades que realizan los pasajeros en un Aeropuerto. Como se menciona anteriormente, se define el proceso "Tránsito de Pasajeros" y dentro del mismo se definen los subprocesos "Partidas" y "Arribos", cada uno con las distintas actividades que los conforman.

Las tablas 1 y 2, muestran los 35 indicadores propuestos (atributos de calidad percibida), asociados al proceso Tránsito de Pasajeros y los subprocesos Partidas y Arribos y, según las dimensiones del servicio consideradas. Se diseñan un total de veinte atributos de calidad para el subproceso Partidas (cinco para cada dimensión), los cuales hacen referencia a subdimensiones del servicio tales como: señalización, vigilancia, climatización del ambiente, manejo de idiomas, horarios de prestación de servicios, entre otros. En relación con el subproceso Arribos, se diseñan un total de quince atributos de calidad (tres por cada dimensión), los cuales refieren a subdimensiones del servicio tales como limpieza y mantenimiento, servicios de manga telescópica, normas de seguridad, información, señalización, áreas de espera, entre otras.

**Tabla 1: Atributos – Subproceso Partidas**

Atributos de calidad de servicio propuestos presentados por dimensión, para el subproceso Partidas correspondiente al proceso Tránsito de Pasajeros

PROCESO: TRÁNSITO DE PASAJEROS			
SUBPROCESO: PARTIDAS			
ACTIVIDADES	DIMENSIÓN	SUBDIMENSIÓN	INDICADOR (ATRIBUTOS DE CALIDAD PERCIBIDA)
ENTRADA AL AEROPUERTO	IN	Rampas de acceso	Rampas de acceso al edificio terminal desde el estacionamiento
	CO	Estacionamiento	Estacionamiento disponible las 24 horas
	RE	Información	Presencia de personal que oriente y brinde información
	SE	Personal de vigilancia	Personal de vigilancia permanente en el área de estacionamiento
	EM	Señalización	Lugares reservados y señalizados para personas discapacitadas
FACTURACIÓN Y OBTENCIÓN DE TARJETA DE EMBARQUE	IN	Áreas a disposición de las compañías aéreas	Amplitud de las áreas de obtención de tarjeta de embarque y facturación de equipaje puestas a disposición de las líneas aéreas
	CO	Manejo de idiomas extranjeros	Manejo de idiomas extranjeros por parte del personal que brinda servicios de alimentación y amenidades
	RE	Horarios de prestación de servicios complementarios	Servicios de kiosco y confitería disponibles las 24 horas.
	SE	Cámaras de vigilancia	Cámaras de vigilancia en las distintas salas del edificio terminal
	EM	Canales de comunicación en la gestión de reclamos	Conocimiento y acceso por parte de los usuarios a los canales de comunicación que permiten gestionar reclamos
PRE-EMBARQUE	IN	Ascensor y escalera mecánica	Ascensor y escalera mecánica en funcionamiento continuo
	CO	Información relativa a los vuelos	Información visible sobre horarios de embarque y estado de los vuelos
	RE	Servicio ágil	Agilidad del personal a cargo del control policial previo a sala de embarque
	SE	Control policial	Personal policial suficiente que garantice el proceso de control de ingreso
	EM	Personal policial	El personal de control policial es amable al ejercer su tarea
EMBARQUE	IN	Cajeros automáticos y casas de cambio	Disponibilidad de cajeros automáticos y casas de cambio
	CO	Áreas de formación de fila	Delimitación correcta de las áreas de formación de fila de cada vuelo
	RE	Personal de sala de embarque	Amabilidad y predisposición a resolver consultas por parte del personal de sala de embarque
	SE	Ambiente climatizado	Ambiente climatizado en sala de embarque
	EM	Sala VIP	Servicios de alimentación y amenidades y conexión a internet en la sala VIP

Fuente: Elaborado por Natalia De Miguel (2014)

Referencias: Instalaciones (IN) – Confiabilidad (CO) – Responsabilidad (RE) – Seguridad (SE) – Empatía (EM)

**Tabla 1: Atributos – Subproceso Partidas**

Atributos de calidad de servicio propuestos presentados por dimensión, para el subproceso Arribos correspondiente al proceso Tránsito de Pasajeros

PROCESO: TRÁNSITO DE PASAJEROS			
SUBPROCESO: ARRIBOS			
ACTIVIDADES	DIMENSIÓN	SUBDIMENSIÓN	INDICADOR (ATRIBUTOS DE CALIDAD PERCIBIDA)
TRÁNSITO DEL PAX DEL AVION AL EDIFICIOAEROPORTUARIO	IN	Limpieza y mantenimiento	Sanitarios en buenas condiciones de limpieza y mantenimiento
	CO	Área de circulación de pasajeros en plataforma	Señalización y delimitación del área de circulación de pasajeros por plataforma
	RE	Servicios de Manga telescópica	Servicio de manga suficiente para atender todos los vuelos diarios
	SE	Normas de seguridad en plataforma	Personal que garantice el cumplimiento de las normas de seguridad en plataforma
	EM	Personal de asistencias	Amabilidad del personal que brinda servicios de asistencia
RETIRO DE EQUIPAJES	IN	Cintas transportadoras de equipajes	Cantidad suficiente de cintas transportadoras de equipajes sin dar lugar a inconvenientes en vuelos simultáneos
	CO	Señalización en sala de arribos	Carteles que indique a que vuelo corresponde cada cinta
	RE	Colaboración e información en sala de arribos	Personal que brinda información y colabora en el retiro de equipajes
	SE	Control en el subproceso de retiro de equipajes	Personal policial que verifique la salida de cada pasajero de la sala de arribos y su correspondiente equipaje
	EM	Información en sala de arribo	Información en sala de arribos sobre tiempos de demora en salida de equipaje y vuelos de procedencia
SALIDA DEL EDIFICIO TERMINAL	IN	Vías de circulación de vehículos	Vías pavimentadas para la circulación de vehículos.
	CO	Áreas de espera de taxis	Señalización del área disponible para espera de taxis
	RE	Salida del edificio terminal	Personal que guíe y oriente en la salida del edificio terminal.
	SE	Seguridad en las áreas exteriores	Personal de seguridad en las áreas exteriores del edificio terminal.
	EM	Áreas exteriores cubiertas	Áreas cubiertas para la espera de pasajeros.

Fuente: Elaborado por Natalia De Miguel (2014)

Referencias: Instalaciones (IN) – Confiabilidad (CO) – Responsabilidad (RE) – Seguridad (SE) – Empatía (EM)

## CONSIDERACIONES FINALES

A modo de conclusión, se resalta que el artículo propone destacar la importancia del diseño de atributos de calidad percibida para los servicios turísticos en tanto su construcción constituye la base para la posterior implementación de herramientas de medición de la calidad del servicio. Los resultados obtenidos a partir de la aplicación de estas herramientas, son indicativos de cómo los clientes perciben los servicios brindados por la organización. Por lo tanto, la organización debe identificar aquellos atributos de calidad que afectan de forma más relevante la percepción global de calidad que tiene el cliente.

En este sentido, desde la perspectiva del cliente, la calidad de servicio integra atributos tangibles e intangibles. Sin embargo, ciertos atributos no son expresados claramente por el cliente y en ocasiones ni él mismo es capaz de identificar, pero sí percibe su presencia o ausencia influyendo ello en la percepción global de la calidad del servicio. Esto lleva a las organizaciones orientadas hacia la calidad a invertir esfuerzos y recursos que faciliten la identificación de dichos atributos y permitan luego, su medición. A su vez, esto posibilitará realizar ajustes en los procesos operativos que aportan valor a la actividad central de la organización, detectando oportunidades de mejora que permitan lograr la eficacia y eficiencia en el servicio brindado.

Por último, el diseño de atributos para la medición de la calidad del servicio debe considerarse como una etapa previa y necesaria para la planificación, implementación, seguimiento y control del proceso de satisfacción del cliente, de modo que posibilite realizar mediciones a través de cuestionarios (entre otros instrumentos) a fin de mejorar la calidad del servicio prestado y orientar a la organización en la cultura de la mejora.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, M. Verbeke, G. (2006). La investigación empírica: La calidad en los servicios de pasajeros. Seminario y Taller de Metodología de la Investigación Contable Actividad Académica. Buenos Aires, Argentina: Facultad de Ciencias Económicas, Instituto de Investigaciones Contables, Universidad de Buenos Aires, 173-185. Disponible en: [http://home.econ.uba.ar/economicas/sites/default/files/u35/SEMINARIOyTALLERLIBRO\\_140906.pdf](http://home.econ.uba.ar/economicas/sites/default/files/u35/SEMINARIOyTALLERLIBRO_140906.pdf). Fecha de Acceso: 15 de julio de 2014.
- Almeida, M. (2006). Gestión de la calidad de los procesos turísticos. Madrid: Síntesis.
- Bogicevic, V.; Yang, W.; Bilgihan, A.; Bujisic, M. (2013). Airport service quality drivers of passenger satisfaction. *Tourism Review*, 68 (4), 3-18. <http://dx.doi.org/10.1108/TR-09-2013-0047>

- Bigné Alcañiz, E.; Martínez Fuentes, C.; Romero, M.; Andreu Simó, L. (2003). Fiabilidad y validez de SERVQUAL en las agencias de viajes. *Annal of Tourism Research en español*, 5 (1), 167-170. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/149520>. Recuperado: 20 de Marzo 2015.
- Capece, G. (2006). Del inventario de recursos al inventario de atributos. Excelencia en marketing & administración turística, Foro de Profesionales en turismo, III (VII) Junio/julio, 27-29.
- De Miguel, N. (2014). Turismo de negocios: Calidad de servicios en el aeropuerto Comandante Espora de la ciudad de Bahía Blanca. Medición de la calidad percibida por el segmento de demanda corporativo. Universidad Nacional del Sur, Dpto. de Geografía y Turismo. <http://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/2391>.
- Dipierrri, A.; Zanfardini, M. (2004). Indicadores de calidad en agencias de viajes receptoras. *Aportes y Transferencias Tiempo Libre Turismo y Recreación*, 8(2), 45-60.
- Duque, O. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *INNOVAR Revista de Ciencias Administrativas y Sociales* 15 (25), Bogotá. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/818/81802814.pdf>. Recuperado: 15 de marzo 2015.
- Falces Delgado, C.; Sierra Diez, B.; Becerra Grande, A.; Briñol Turnes, P. (1999). Hotelqual: una escala para medir calidad percibida en servicios de alojamiento. *Estudios Turísticos*, 139, 95-100.
- Fodness, D.; Murray, B. (2007). Passengers' expectations of airport service quality. *Journal of Service Marketing*, 2 (7), 492-506. <http://dx.doi.org/10.1108/08876040710824852>
- García Buades, E. (2001). Calidad de servicio en hoteles de sol y playa. Madrid: Síntesis.
- Gazzera, M. A.; Lombardo, A. (2007). Calidad percibida en empresas de transporte aéreo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 16 (3), 361-371.
- Han, S.; Ham, S.; Yang, I.; Baek, S. (2012). Passengers' perceptions of airline lounges: Importance of attributes that determine usage and service quality measurement. *Tourism Management*, 33, 1103-1111. doi:10.1016/j.tourman.2011.11.023

- Lioua, J.; Tangb, C-H; Yehb, W-C; Tsaic, C-Y. (2011). A decision rules approach for improvement of airport service. *Expert Systems with Applications*, 38 (11), 13723-13730. doi:10.1016/j.eswa.2011.04.168.
- Ontón Sarmiento, I.; Mendoza Suárez, C.; Ponce Otoya, M. (2010). Estudio de calidad de servicio en el aeropuerto de Lima: expectativas y percepción del pasajero turista. Tesis para optar por el título de Magíster en Administración Estratégica de Empresas. Pontificia Universidad Católica del Perú. Junio 2010. Disponible en: <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/4562?show=full>. Recuperado: 7 de Diciembre de 2015.
- Rendeiro, R., Cejas, M. (2006). Tourism Service quality begins at the airport. *Tourism Management*, 27 (5), 874- 877. doi:10.1016/j.tourman.2005.05.005.
- Robledo Camacho, M. (2004). Modelos de medición de la calidad de servicio: su aplicación a empresas de transporte aéreo. *Cuadernos de economía y dirección de la empresa*, 18, 147-172. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1143677>. Recuperado: 7 de diciembre 2015.
- Ruz Carreño, J. (2015). Desarrollo de una escala de medición de calidad de servicio para LAN enfocado en el servicio en aeropuertos para rutas nacionales. Tesis para optar al grado de Magíster en Marketing, Posgrado economía y negocios. Santiago, Chile: Universidad de Chile. Disponible en: <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/136581>. Recuperado: 10 de Enero 2016.
- Serrano Bedia, A.; López Fernández, C. (2007). Modelos de gestión de la calidad de servicio: Revisión y propuesta de integración con la estrategia empresarial. XIX Congreso anual y XV Congreso Hispano Francés de AEDEM, Vol 2 (comunicaciones), Universidad de Cantabria, Cantabria. Disponible en: [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-ModelosDeGestionDeLaCalidadDeServicio-2480844%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-ModelosDeGestionDeLaCalidadDeServicio-2480844%20(1).pdf). Recuperado: 3 de Diciembre 2014.
- Vázquez Casielles, R.; del Río- Lanza, A.; Suárez- Álvarez, L. (2009). Las agencias de viajes virtuales: ¿Cómo analizar la calidad de e-servicio y sus efectos sobre la satisfacción del cliente?. *Universia Business Review*, cuarto trimestre (24), Madrid. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43312278008#>. Recuperado: 7 de Abril 2015.
- Vieytes, R. (2004). Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad. Buenos Aires: De las ciencias.
- Zanfardini, M. (2001). Calidad del servicio en las líneas aéreas de la Patagonia Argentina. *Estudios y Perspectivas en Turismo* 10 (3 y 4), 335-347.

Zanfardini, M. (2004). Calidad en hoteles de San Martín de los Andes, Patagonia, Argentina. Anuario de Estudios en Turismo III, 127-150. Disponible en: <http://170.210.83.98:8080/jspui/handle/123456789/170>. Recuperado: 20 de Julio 2015.

Zanfardini, M.; Fernandez, C. (2009). La calidad en las oficinas de informes turísticos, Caso Neuquén, Argentina. Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo IX, (7), 155-171.

Zeithaml, V.; Parasuraman, A.; Berry, L. (1993). Calidad total en la calidad de los servicios. Madrid: Díaz de Santos.

Recibido 30/11/2017 | Aceptado: 20/12/2017

## **LA FIESTA DE LA SOBERANÍA PATAGÓNICA COMO PATRIMONIO IDENTITARIO LOCAL Y RECURSO TURÍSTICO DE CARMEN DE PATAGONES**

**THE FESTIVAL OF PATAGONIAN SOVEREIGNTY AS A LOCAL IDENTITY HERITAGE AND  
TOURIST RESOURCE OF CARMEN DE PATAGONES**

Mercedes Gazo Iuale<sup>1</sup>

María Isabel Haag<sup>2</sup>

Universidad Nacional del Sur

### **RESUMEN**

*La presente investigación propone analizar el vínculo trazado entre un acontecimiento programado, el turismo como actividad económica y la cultura contenida en el patrimonio tangible e intangible de Carmen de Patagones. Procura identificar, asimismo, la correlación entre la identidad de los maragatos y su manifestación en el contexto de la fiesta, reconociendo el valor de la historia local en la configuración del territorio nacional y de la fiesta en cuestión como baluarte de protección de la memoria maragata.*

**Palabras claves:** fiestas populares - patrimonio cultural - identidad - turismo musical.

### **ABSTRACT**

*The present investigation proposes to analyze the link drawn between a programmed event, tourism as an economic activity and the culture contained in the tangible and intangible heritage of Carmen de Patagones. It also seeks to identify the correlation between the identity of the maragatos and their manifestation in the context of the fiesta, recognizing the value of local history in the configuration of the national territory and the fiesta in question as a bulwark of the protection of the maragata memory.*

**Keywords:** popular festivals - cultural heritage - identity - musical tourism.

(1) Licenciada en Turismo (UNS). Correo Electrónico: mercedes.gi@hotmail.com.ar

(2) Licenciada en Geografía, Máster en Gestión Pública del Turismo, España. Docente - investigador del Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca. Correo Electrónico: isabel.haag@uns.edu.ar

## INTRODUCCIÓN

Reconociendo a Carmen de Patagones como escenario portador de cultura, la Fiesta de la Soberanía Patagónica constituye el evento en que la memoria de la gesta local resulta distinguida. La misma defiende una identidad que no merece ser descuidada, ni mucho menos olvidada, frente al avance de la globalización y con ella las nuevas costumbres y formas de vida.

El estudio se encauza a partir del análisis del evento como componente destacado de la oferta turística cultural local y regional, identificando asimismo su singularidad en dicho ámbito y en el patagónico. Constituye un marco propicio para la aproximación de la sociedad a representaciones y producciones testigos de identidades pasadas, evocadas en un presente que las recrea y reinterpreta incesantemente.

## LA CULTURA Y SU INJERENCIA EN EL TURISMO

El turista cultural se siente motivado a visitar comunidades dueñas de un sistema valorativo distinto al suyo, que implica otros modos de actuar. La oferta se ha encauzado en busca de cierta especialización que convierta a cada lugar visitado en un generador de experiencias diversas (Labbé, 2009). El turismo cultural propone “incrementar la actividad turística desde la cultura –y viceversa –, mediante la puesta en valor del patrimonio material e inmaterial, y el rescate y la resignificación de la historia (...)” (Coscia, 2011, p. 367).

“Un turista que reconoce lo excepcional y auténtico, sabrá que está ante una riqueza que lo cambió, que le permitió aumentar sus conocimientos y su conciencia” (Labbé, 2009, p. 35). De la interacción entre lo turístico y lo cultural surge un espacio de contacto entre los visitantes y la comunidad anfitriona, significando una aproximación a aquellos otros, en una pugna por descubrir sus modos y circunstancias que se retroalimentan hasta encontrar los puntos de concordancia.

## PATRIMONIO CULTURAL MATERIAL E INMATERIAL

El patrimonio cultural de un pueblo “se hace y rehace cada día y no es ni fundamental, ni exclusivamente lo que se preserva en los museos, sino aquello que se recrea en cada copla, cada fiesta, cada pieza de artesanía, y cada plato de comida” (Consejo Federal del Folklore de Argentina, 2013, p. 5). El turismo y la cultura se engarzan en una simbiosis necesaria para el desarrollo económico de una determinada área geográfica, posibilitando tanto la generación de empleo como la vertebración de los ingresos necesarios para la preservación, conservación y recuperación del patrimonio recibido del

pasado (Lara de Vicente y López, 2004). Estas tres últimas acciones integran “un proceso de más envergadura, que es la conservación y recuperación de la memoria” (Barretto, 2007, p. 90).

## **IDENTIDAD Y TRADICIÓN**

El concepto de identidad ligado al turismo conlleva a pensar en la experiencia de lo auténtico. La identidad se erige como un cúmulo de rasgos que todo ser humano y grupo social posee, cuya estructura sufre modificaciones con el devenir de los años (Secretaría de Estado para la Cooperación al Desarrollo de Bélgica, 2002).

La permanencia del sentimiento de identidad no es aleatoria ni de presencia definida, sino que depende del sentido de continuidad que la persona logre otorgarle. De igual modo sucede con las tradiciones, cimientos del desarrollo y progreso de los pueblos y de su cultura, a partir de la vigencia de las manifestaciones originadas en el pasado (Moya, 1972).

Puede percibirse por parte de la sociedad una conducta que poco se involucra con el sentir colectivo, salvo en eventos puntuales en que gran parte de esa masa se siente llamada a participar, donde los individuos ven facilitado el identificarse por la gastronomía, vestimenta o actividades de esparcimiento (González y Araya, 2002).

## **TURISMO MUSICAL**

“Se evidencia que la música es el tipo de patrimonio cultural que incentiva los desplazamientos turísticos dejando el prejuicio de la clase social y el nivel cultural que estigmatiza cada ritmo con cada clase” (Chierichetti, 2012, p. 2). El turismo musical comprende la visita de lugares o espectáculos en donde se desarrolla el arte musical (Organización Mundial del Turismo, 2013), implicando desplazamientos hacia otros destinos, con fines recreativos, pero con una fuerte preponderancia musical y artística en lo que respecta a la decisión de viaje. Asimismo, refiere a la visita a monumentos o lugares que presenciaron el nacimiento de un estilo o composición musical, o ir al encuentro de autores e intérpretes, aunque no sea para consumir su música (Lickorish y Jenkins, 2000).

## **FIESTAS POPULARES Y PEÑAS FOLKLÓRICAS. EL FOLKLORE COMO EXPRESIÓN CULTURAL**

El término folklor fue establecido el 22 de agosto del año 1846 por el arqueólogo Thoms, procurando “sustituir ambiguas expresiones, como antigüedades o literatura popular” (Barrera, 1997, p. 13). Alude al conocimiento y a la

sabiduría tradicional de los pueblos, un saber que no debe entenderse como algo abstracto o científico, sino popular y concreto (Organización de Estados Iberoamericanos, 2007). "El hombre (...) crea, diseña y produce bienes materiales concretos y tangibles" a la vez que erige manifestaciones de carácter intangible, derivadas de "saberes cotidianos, prácticas familiares, entramados sociales (...)" (Consejo Federal del Folklore de Argentina, 2013, p. 1). A ello remite el Patrimonio Cultural Folklórico.

Por su parte, los acontecimientos programados son aquellos "eventos organizados, actuales y tradicionales, que puedan atraer a los turistas como espectadores o actores" (Centro Interamericano de Capacitación Turística, 1978, p. 3). Se encuentran motivados por una razón de ser, y "sólo tienen sentido si aportan algún tipo de experiencias a los diferentes públicos objetivos" (Berridge, 2007, p. 25). Si de folklore se trata, de inmediato remite a pensar en el concepto de peña, aquel evento nacido para nuclear a éste recorte de la cultura y sus expresiones musicales; como así también en el de fiesta popular,

*(...) un hecho cultural colectivo que evoca un ser o un acontecimiento sagrado o profano a través de ceremonias, rituales, festejos o actos conmemorativos en donde las creencias, los valores, los sabores, la memoria y la historia local salen a relucir con ritmo festivo (Dirección de Desarrollo de la Oferta, 2009, p. 1).*

La incorporación de estas últimas al patrimonio inmaterial de un lugar ha sido ejecutada por la UNESCO en el año 2003, por considerarlas "componentes indiscutibles de identidad, signos de lo propio, vehículos de tradiciones, promotores de la cultura" (Coscia, 2011: 367).

## **CARACTERIZACIÓN GEOGRÁFICA**

Carmen de Patagones constituye la ciudad más austral de la provincia de Buenos Aires, y cabecera del partido homónimo declarado área Patagonia Bonaerense por las leyes nacional N° 25.955 (Honorable Congreso de la Nación Argentina, 2004) y la provincial N° 12.322 (Legislatura de la Provincia de Buenos Aires, 1999).

La ciudad se emplaza a 30 km de la desembocadura del río Negro en el mar Argentino, actuando el primero de ellos como límite natural que la separa de la capital rionegrina. Se encuentra articulada con las provincias de Río Negro y Buenos Aires mediante uno de los principales ejes de vertebración a nivel nacional, la Ruta N° 3, y lindante al mismo, condición que le confiere una accesibilidad inmediata a la ciudad por parte de los transeúntes (Figura 1).

Figura 1. Conectividad del Partido de Patagones



Fuente: Gazo luale, M., 2015 sobre la base de Google Earth, 2015.

## CARACTERIZACIÓN HISTÓRICA

Ante el peligro que significaba la potencial invasión de otras potencias con intereses coincidentes con los de España, Bernardo de Gálvez ordenó, finalizando el 1778, instalar guarniciones en lugares estratégicamente determinantes para el control del estrecho de Magallanes y el descubrimiento de las vías de conexión con Chile, para su posterior penetración. Por tal motivo, el 22 de abril de 1779, el virrey Vértiz procede a la fundación de Carmen de Patagones, la primera ciudad patagónica (Navarro Floria y Nicoletti, 2001).

El gentilicio maragato debe su origen a que gran proporción de los colonos provenían de la Maragatería, una pequeña región al noroeste de León, España, "que recibe este nombre desde que los hombres dedicados a la arriería y al comercio, en torno al siglo XVI, son denominados maragatos" (Casanueva y Murgo, 2009, p. 21). Encomendados por la Corona Española para poblar y defender de posibles invasiones extranjeras lo que antiguamente se denominaba el desierto, desembarcaron el 2 de octubre de 1779 respondiendo al plan denominado Proyecto Patagonia.

Al constituir el segundo puerto de aproximación marítima luego del correspondiente a Buenos Aires, y considerando el bloqueo que la flota brasilera efectuó a este último, "desde Patagones operaron los corsarios que hostigaban a los barcos brasileiros durante la guerra de 1825-1828" (Navarro Floria

y Nicoletti, 2001, p. 68). Ello derivó en el combate conocido popularmente como del Cerro de la Caballada, escenario natural de defensa de la soberanía patagónica por parte de la guarnición maragata en la batalla de 1827. La gesta en cuestión "constituye un elemento central de la identidad cultural e histórica de los maragatos" (Dam en Patagonia Rural, 2016). Aquel séptimo día del mes de marzo, "con la victoria, la Patagonia se bautizó como argentina" (Emma Nozzi en Télam, 2016, p. 2).

La localidad dispone de un área de 24 manzanas con declaratoria nacional concretada mediante el Decreto N° 401 (Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación, 2003), denominada Poblado Histórico Nacional, declarada además Centro Histórico y polo de desarrollo turístico de la provincia de Buenos Aires por decreto N° 2141 en 1986 (Legislatura de la provincia de Buenos Aires, 1986).

## **FIESTA PROVINCIAL DE LA SOBERANÍA PATAGÓNICA**

El origen de su desarrollo deriva de la heroica gesta del 7 de marzo de 1827, fecha en la cual el imperio de Brasil resultó abatido por la guarnición maragata en procura de la defensa de la soberanía nacional. Sus inicios se remontan al año 1981, siendo dicho acontecimiento programado por el club Hípico Tradicionalista Fuerte del Carmen bajo la denominación de Fiesta de la Soberanía y la Tradición, en alusión a "dos valiosos aspectos que se conjugan en el presente y el pasado" de Patagones (La Calle, 1981, p. 3). "Si en ese público, especialmente en los más jóvenes, queda luego la inquietud por sumar mayores conocimientos acerca de las tradiciones argentinas y la historia local, se habrá cumplido cabalmente el objetivo de los organizadores" (La Calle, 1981, p. 3).

A nivel distrito de Patagones y extensible a la región Patagonia, es posible señalar la singularidad del evento en cuanto al motivo que le da origen. Se fundamenta ello en la inexistencia de fiestas populares que remitan a un hecho netamente histórico y de tal magnitud: la defensa de la soberanía de la región en principio, derramando efectos y resonando en la totalidad de las tierras del actual territorio argentino, considerando los intereses de los brasileños pos conquista de la aldea. Los acontecimientos distritales gravitan en torno a motivos de conmemoración disímil al de la fiesta maragata, al igual que la región Patagonia, cuyas celebraciones evocan en gran cuantía actividades productivas y sus derivados productos; prácticas deportivas; remitiendo otras al arribo de sus primeros habitantes; por mencionar algunos.

Respecto a la denominación del acontecimiento en cuestión, esta constituyó un aspecto variable a lo largo de su evolución. Finalizando el año 1997, la Fiesta de la Soberanía y la Tradición fue rebautizada Fiesta del 7 de Marzo. Obtuvo, en 2002, la jerarquía de Fiesta Provincial por Ley 12.918, y en 2006 la declaratoria de Interés Regional Patagónico mediante Resolución N° 2/06 del

III Foro de Concejales Patagónicos (Asseff, 2015). Hacia 2011 recibió hasta el presente la denominación de Fiesta de la Soberanía Patagónica, considerando su condición de patagónica desde su fecha fundacional, el 22 de abril de 1779 (Municipalidad de Patagones, 2012).

En lo que a su emplazamiento refiere, originalmente el desarrollo de los espectáculos correspondientes a artistas de renombre se llevó a cabo en el club Atenas, concentrándose las propuestas en dos cabales días. Al año siguiente, la fiesta se trasladó al Club Jorge Newbery; reubicándose hacia 1983 en la fachada de la Iglesia Parroquial y en las instalaciones del club Deportivo Patagones. Sin embargo, la escasez de espacio físico constituyó un inconveniente, derivando en la necesidad de un nuevo emplazamiento en la década del noventa, en esta oportunidad la plaza Villarino. La misma disponía de cuatro portales de acceso, dotados de "cartelería alusiva a su carácter histórico y de Fiesta Provincial y Regional Patagónica" (Honorable Concejo Deliberante de Patagones, 2004, p. 4). Hacia 2009, la plaza 7 de marzo fue convertida en escenario de la fiesta en el marco del evento. Posteriormente, en 2014, se efectuó una modificación perdurable hasta el presente: la conversión del Club Deportivo Patagones en predio de la misma durante los días festivos, consecuencia de los reclamos de vecinos a raíz de las molestias ocasionadas por la imposibilidad de circular motorizadamente en el centro urbano, sumado a la masiva concentración de personas (Nuevo Tiempo, 2014, p. 2).

La Fiesta de la Soberanía Patagónica es considerada, por miembros del equipo del museo Emma Nozzi, "la propuesta cultural, artística y (...) comercial más convocante de la Comarca" (Gazo luale, 2016, p. 99). Resulta posible observar la mixtura de clases que en la demanda de la fiesta se haya presente, por tratarse de un tipo de patrimonio cultural no anclado a niveles sociales ni económicos, sino a una idea de cultura e identidad compartida por los anfitriones, que en el marco del evento tiende a fervorizarse. "Este es uno de los puntos que nos aglutina como comunidad. En este día fortalecemos nuestra identidad, ya que nos recuerda nuestra historia y nos pone en las miras hacia adelante" (Bustos en La Nueva Provincia, 2006, p. 2).

En el marco de este tipo de eventos la expresión artística se manifiesta a la vez en actividades paralelas a las ejecutadas sobre el escenario. El patrimonio cultural folklórico se haya presente en la fiesta en sus diversas modalidades, entre ellas las producciones locales ligadas a la tradicionalidad y el saber generacional. No obstante, su oferta no resulta netamente local ni tradicionalista, reconociendo que mercadería industrializada y estandarizada es ofrecida en un amplio sector del predio. Dicha aclaración responde a la necesidad de diferenciar entre quienes otorgan un sentido de identidad y remiten a la cultura local, y aquellos que responden a una identidad más globalizada y descontextualizada.

El desfile cívico-militar resulta ser una de las actividades destacadas, puesto que congrega delegaciones representantes de diversas actividades distritales, junto a formaciones ecuestres y la presencia de payadores cuya voz enarbola a

reconocidos festivales argentinos. Tal es el caso de Pellejero (Gazo luale, 2016, p. 35), quien expresó que en Patagones “se está teniendo conciencia, aquí se juega esto tan nuestro: saber de dónde venimos y hacia dónde vamos”. Asimismo, la jineteada constituye otra de las actividades, de realización anual en el predio de la Asociación Rural maragata.

Por mencionar algunas de las propuestas de la fiesta, la denominada *Ida y vuelta a la fiesta* estuvo orientada a “acompañar al público en su trayecto desde y hacia la plaza”, a la vez que promover la “sensibilización, comprensión y asimilación de la temática del valor del patrimonio (...)” (Herrero en *La Nueva Provincia*, 2007, p. 2). Por su parte, la edición 2016 incorporó *La cerámica cuenta la vida de un pueblo*, una iniciativa desarrollada por los museos Eugenio Tello de Viedma y Emma Nozzi, ofreciendo un recorrido por la historia protagonizada por las poblaciones prehispánicas fundamentalmente.

Se destaca la incorporación de una peña denominada del *Bailarín*, espacio de manifestación artística latente desde el año 2013 a la actualidad en el marco de la fiesta, con preponderancia en aumento gracias a la destacada participación del público. Por su parte, la *Carrera de Posta* junto a la *Maratón del 7 de Marzo* constituyen destacadas actividades en materia deportiva.

Analizando la programación de cada una de las ediciones desde 2003 hasta el presente, resulta posible concluir que, si bien no todas las noches han presentado una grilla integrada por artistas netamente folklóricos, se estima viable considerarlo un acontecimiento programado de tal carácter. La fiesta, independientemente de sus variaciones de nombre y localización, ha conservado dicha oferta musical, prevaleciendo en todos los casos el género folklórico; considerando además que los principales artistas convocados hayan sido cantores representativos del folclore argentino.

## RESULTADOS

Uno de los aspectos que estructuran la investigación es la singularidad de la fiesta en relación al hecho histórico que conmemora, a nivel regional y patagónico, sucedido en la aldea posteriormente convertida en el primer municipio de la Patagonia. Es posible observar lo ventajoso de difundir su condición de integrante de la mencionada región, con el objeto de fortalecer la identificación del destino para con la marca en la mente de sus potenciales visitantes, y promover la actividad en la localidad complementando sus recursos y reconociendo su estratégico emplazamiento.

La mixtura de atractivos que posee el destino permite narrar los diversos acontecimientos de la historia maragata, exteriorizando a la vez sus rasgos identitarios. La preservación de sus componentes resulta primordial, reconociendo que expresa la evolución de aquella primera aldea hasta la actual configuración social. Vinculado a ello, disponer de declaratorias en los distintos niveles del Poder Ejecutivo permite que las mismas funcionen como resguardo y

sello de garantía de los contenidos que posee. Ello viabiliza la conversión de sus atractivos en recursos turísticos, por tanto generadores de ingresos en la población anfitriona, así como su preservación, revitalización y recuperación asegurando el derecho a su disfrute por parte de las generaciones venideras, locales o foráneas.

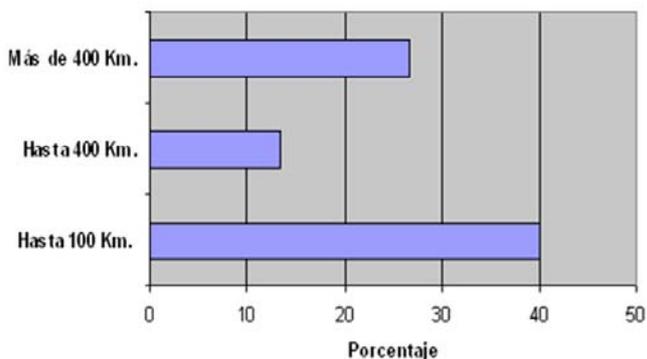
Por otra parte cabe rescatar, como oportunidad, que el acontecimiento programado se desarrolle en uno de los cuatro meses de mayor flujo turístico (Dirección de Turismo de Patagones, 2015). Ello posibilita su difusión a mayor escala a través de una adecuada promoción, y la captación de aquellos turistas cuya realización del viaje no deriva de una motivación asociada al evento.

Respecto a la oferta de la fiesta, las diversas actividades culturales llevadas a cabo en el marco del evento se convierten en importantes transmisores de la historia y la identidad, abarcando a los más pequeños y educando a la población didácticamente en un ámbito diferente al museo. Además, las actividades deportivas permiten recorrer escenarios de aquella abatida invasión, vinculándose y vivenciando la historia y el lugar mediante la experiencia. El desfile, por su parte, constituye un evento con destacada participación local en las sucesivas ediciones, integrando a las diversas entidades locales. La evolución de la Peña del Bailarín denota la importancia de disponer de un lugar de encuentro entre el público y sus artistas, al desarrollarse en un escenario natural, sin estructuras limitantes que actúen como inhibidores. Lo mencionado nutre a la oferta y permite impulsar un incipiente posicionamiento del turismo musical.

Respecto a las variaciones en su denominación, resulta posible destacar que la actual evoca y otorga relevancia a la defensa de la soberanía nacional, a la vez que reconoce su condición de territorio patagónico desde su fundación. En lo que respecta a la demanda actual de la fiesta, las encuestas aplicadas en el marco de la misma a un total de 40 personas en su edición 2016, evidencian un público que participa del evento motivado por la proximidad y comodidad. Denota la valoración del evento por parte de los residentes de las distintas localidades y poblados del distrito, que recorren hasta 150 kilómetros para asistir, constituyendo ello un aspecto fortalecedor de la unión departamental. Por su parte, la poca disposición a trasladarse hacia otra localidad acredita el alcance fundamentalmente regional de la fiesta maragata (Gráfico 1).

a supremacía de adultos integrando el público de la fiesta posibilita preservar y rescatar testimonios asociados a la identidad maragata y a sus orígenes, a la vez que señala la importancia de incluir actividades que los integren activamente. Sumado a ello, la asociación de las fiestas populares con el concepto de patrimonio cultural, por parte del público, acompaña el proceso de fortalecimiento identitario que se pretende transitar, contemplando que el reconocimiento de su valor intrínseco favorece una preservación consciente. No obstante, la incorporación de estilos musicales disímiles al folklórico en algunas de sus ediciones, tendientes a la captación del público juvenil, posibilita aproximar dicha demanda a las producciones artesanales y espectáculos tradicionalistas en el marco de la fiesta.

Gráfico 1. Predisposición a desplazarse para asistir a un festival



Fuente: Gazo luale, M., 2015 sobre la base de Google Earth, 2015.

Analizar los efectos generados por parte de cada elemento interviniente en un acontecimiento constituye una labor necesaria. El factor de atracción señalado preferente por parte del público de la fiesta maragata indica la valoración de un sector comercial que refleje un carácter auténtico y artesanal. Asimismo, que colabore a preservar la condición de la fiesta como aquel espacio de resguardo y difusión de lo producido no sólo a orillas del río Negro, sino también en otros rincones del territorio argentino, convirtiéndose por tanto en un medio de transmisión cultural. Por último, las consideraciones dispares de los encuestados respecto a las jineteadas expresa lo oportuno de un debate, destinado a discutir acerca de la indispensabilidad de esta práctica respecto de su ligazón a la tradición y el grado en que ha sido naturalizada y consecuentemente aceptada.

## REFLEXIONES FINALES

El evento en cuestión constituye un componente destacado de la oferta cultural de Carmen de Patagones, considerando los contenidos culturales que brinda, la demanda que presenta y la magnitud de los espectáculos que ofrece. Sumado a lo anterior, la singularidad del hecho histórico al cual alude favorece su posicionamiento a nivel regional y patagónico.

La fiesta como acontecimiento programado constituye un complemento significativo posible de generar, a partir de su promoción y difusión, flujos de turismo musical complementarios a los netamente culturales. La adecuada planificación de los tiempos de difusión de lo propuesto en cada edición, posibilitaría potenciar el desarrollo del turismo musical en la localidad, constituyendo dicha actividad una herramienta para la transmisión e interpretación de la historia maragata.

Conocer el significativo grado de asociación entre las fiestas populares y su identificación al concepto de patrimonio cultural, constituye un reconocimiento al valor de las mismas en la configuración social y cultural de las sociedades. Estimular la oferta de productos locales, resultaría benévolo para rescatar del olvido producciones de antaño, y transmutarlas en beneficios para su comunidad.

Considerando lo expuesto, resulta posible concluir reflexionando acerca de lo prioritario de preservar el estrecho vínculo entre la Fiesta de la Soberanía Patagónica y las tradiciones y cultura local. Representa un marco propicio para acercar a la sociedad producciones que constituyan verdaderos testigos de identidades pasadas, cimentadas en la memoria maragata, y evocadas en un presente que las recree y reinterprete incesantemente.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Asseff, A. (2015). Proyecto para conmemorar la batalla de Carmen de Patagones. Disponible en <http://www.albertoasseff.com/proyecto-para-conmemorar-batalla-de-carmen-de-patagones-7-de-marzo-de-1827/>. Recuperado: 2 de abril de 2016.
- Barrera, R. (1997). El folclore en la educación. Buenos Aires: Ediciones Colihue. Segunda edición. Disponible en <https://books.google.com.ar/books?id=Q0lOd-g8l--EC&printsec=frontcover&hl=es>. Recuperado: 20 de agosto de 2016.
- Barretto, M. (2007). Turismo y cultura: relaciones, contradicciones y expectativas. Asociación Canaria de Antropología y Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. N° 1, pp. 88-90. Disponible en <http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosedita/PSEdita1.pdf>. Recuperado: 10 de octubre de 2015.
- Berridge, G. (2007). Events design and experience. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann. Disponible en <https://books.google.com.ar/books?id=Mzt9pFh6t2A-C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>. Recuperado: 12 de agosto de 2016.
- Casanueva, M. L., Murgo, A. (2009). Primeros pobladores españoles en el Fuerte-Poblado de El Carmen, Patagonia argentina (finales del siglo XVIII). Revista de Arqueología Histórica Argentina y Latinoamericana, N° 3. Buenos Aires. pp. 19-46.
- Centro Interamericano de Capacitación Turística. (1978). Metodología de inventario Turístico. México. 3 pp.

- Chierichetti, L. (2012). La promoción del turismo musical: los festivales de música en Facebook. *Revista de turismo y patrimonio cultural*, pp. 49-58.
- Consejo Federal del Folklore de Argentina. (2013). *Patrimonio Cultural Folklórico – Perspectivas para su Entendimiento*, pp. 1-5. Disponible en <http://www.coffar.org.ar/artdeguardia1.html>. Recuperado: 20 de junio de 2016.
- Coscia, J. (2011). *Cultura y turismo. Factores del desarrollo económico y social*. Disponible en [http://v2012.cultura.gob.ar/archivos/noticias\\_docs/cultura\\_.pdf](http://v2012.cultura.gob.ar/archivos/noticias_docs/cultura_.pdf). Recuperado: 5 de octubre de 2015.
- Dirección de Desarrollo de la Oferta. (2009). *Fiestas populares de interés turístico de la Argentina Informe técnico conceptual: Definición de criterios para la distinción turística de las fiestas populares*. Disponible en <http://www.ambiente.gov.ar/archivos/web/Comontanas/file/Fiestas%20populares%20de%20interes%20turistico.pdf>. Recuperado: 3 de diciembre de 2015.
- Dirección de Turismo de Patagones. (2015). *Informe estadístico temporada estival 2014–2015*, Carmen de Patagones.
- Gazo luale, M. (2016). *La Fiesta de la Soberanía Patagónica como patrimonio identitario local y recurso turístico de Carmen de Patagones*. Disponible en Repositorio Digital Institucional de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca, Argentina <http://repositoriodigital.uns.edu.ar/bitstream/123456789/3372/1/TESINA%20Mercedes%20Gazo%20luale.pdf>. Recuperado: 3 de junio de 2017.
- González, E. y Araya, F. (2002). *Historia y Ciencias Sociales: estrategias para reforzar la identidad cultural*. Santiago de Chile: Editorial Belzart. 285 pp.
- Honorable Concejo Deliberante de Patagones. Ordenanza 01/2005. 30 de diciembre de 2004. Disponible en <http://hcdpatagones.gob.ar/PAGINAS/Archivos%20PDF/TEXTOS%20ORDENADOS/001-2005%20Texto%20Ordenado%207%20DE%20MARZO.pdf>. Recuperado: 2 de junio de 2016.
- Honorable Congreso de la Nación Argentina. (2004). *Ley N° 25.955*. Disponible en <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=101420>. Recuperado: 10 de julio de 2017.

- Labbé, P. S. (2009). Relevamientos culturales para el turismo: las arrugas de los lugares y sus usos comerciales. Seminario Internacional Cultura, desarrollo sustentable y turismo: Límites, desafíos y problemas. Buenos Aires. Disponible en [http://v2012.cultura.gob.ar/archivos/noticias\\_docs/cultura\\_y\\_turismo.pdf](http://v2012.cultura.gob.ar/archivos/noticias_docs/cultura_y_turismo.pdf). Recuperado: 5 de octubre de 2015.
- La Calle. (1 de marzo de 1981). Primera Fiesta de la Soberanía y la Tradición. Suplemento Especial N° 42. Disponible en el Museo Histórico Regional Emma Nozzi, Carmen de Patagones. Pp. 4.
- La Nueva Provincia. (08 de marzo de 2006). La Gesta del 7 de Marzo fue evocada con relevantes anuncios. Disponible en <http://www.lanueva.com/la-region-impresa/534483/-la-gesta-del-7-de-marzo-fue-evocada-con-relevantes-anuncios-.html>. Recuperado. 29 de mayo de 2016.
- Lara de Vicente, F. y López, T. J. (2004). El turismo como motor de desarrollo económico en ciudades Patrimonio de la Humanidad. Córdoba: Universidad de Córdoba, España.
- Legislatura de la provincia de Buenos Aires. (18 de abril de 1986). Decreto 2141. Disponible en <http://www.gob.gba.gov.ar/legislacion/legislacion/86-2141.html>. Recuperado: 15 de agosto de 2016.
- Legislatura de la provincia de Buenos Aires. (1999). Ley 12322. Declaración del partido de Patagones Área Patagónica Bonaerense. Disponible en <http://www.gob.gba.gov.ar/legislacion/legislacion/l-12322.htm>. Recuperado: 18 de mayo de 2016.
- Lickorish, L. J., y Jenkins, C. L. (2000). Una introducción al Turismo. Síntesis. Madrid.
- Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación. (2003). Decreto 401. Monumentos y lugares históricos. Disponible en <http://www.saij.gob.ar/401-nacional-monumentos-lugares-historicos-dn20031000401-2003-07-21/123456789-0abc-104-0001-3002soterced>. Recuperado: 3 de agosto de 2017.
- Moya, I. (1972). Didáctica del folklore. Compañía General Fabril Editora.
- Municipalidad de Patagones. (2012). Leyes de reconocimiento. Disponible en <http://www.patagones.gov.ar/patagones/leyes-de-reconocimiento/>. Recuperado: 20 de julio de 2016.
- Navarro Floria, P., y Nicoletti, M. A. (2001). Río Negro, Mil voces en una historia. Neuquén: Manuscritos libros.

**Nuevo Tiempo. (11 de febrero de 2014).** Patagones presentó una nueva edición de la Fiesta de la Soberanía Patagónica. Disponible en <http://nuevotiempo.info/patagones-presento-una-nueva-edicion-de-la-fiesta-de-la-soberania-patagonica/>. Recuperado: 29 de mayo de 2016.

**Organización de Estados Iberoamericanos. (2007).** 22 de agosto, Día Mundial del Folklore. Disponible en <http://www.oei.es/noticias/spip.php?article893>. Recuperado: 14 de diciembre de 2015.

**Organización Mundial del Turismo. (2013).** Turismo y patrimonio cultural inmaterial. Disponible en [http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/50B8/AA74/FFA9/31D4/CE96/C0A8/0164/14DB/130719\\_turismo\\_patrimonio\\_inmaterial\\_excerpt.pdf](http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/50B8/AA74/FFA9/31D4/CE96/C0A8/0164/14DB/130719_turismo_patrimonio_inmaterial_excerpt.pdf). Recuperado: 29 de octubre de 2014.

**Patagonia Rural. Patagones Municipio. (21 de marzo de 2016).** Fiesta de la Soberanía Patagónica 2016. (Archivo de video). Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=0SpfirEMF8c>. Recuperado: 20 de mayo de 2016.

**Secretaría de Estado para la Cooperación al Desarrollo de Bélgica. (2002).** Registro pedagógico Vivre ensemble autrement. Disponible en <http://www.fuhem.es/ecosocial/dossierintercultural/contenido/9%20EL%20CONCEPTO%20DE%20IDENTIDAD.pdf>. Recuperado: 30 de noviembre de 2015.

**Télam. (07 de marzo de 2016).** Carmen de Patagones y Viedma festejaron juntas el aniversario del Combate del Cerro de la Caballada. Disponible en <http://www.telam.com.ar/notas/201603/138654-carmen-de-patagones-viedma-aniversario-combate-cerro-de-la-caballada.html>. Recuperado: 9 de abril de 2016.

Recibido: 30/11/2017 | Aceptado: 22/12/2017

## **INCUBADORA DE TURISMO SOCIO SOLIDARIO DE BASE COMUNITARIA**

### **Desafíos y retos en una experiencia de co - gestión de Universidad – Organizaciones Sociales**

**SOCIAL TOURISM INCUBATOR COMMUNITY BASED SOLIDARY**

**Challenges in a co-management experience University - Social Organizations**

Armando Azeglio<sup>1</sup>

Ariel Barreto

Marian Lizurek

Universidad Nacional de Quilmes

### **RESUMEN**

*La Incubadora en Turismo Socio Solidario de Base Comunitaria, pertenece al Programa Universitario de Incubación Social en Economía Social y Solidaria de la Universidad Nacional de Quilmes, a través de la cual se pretende incubar procesos de innovación socio-técnica con el objetivo de vincular a los distintos actores de la Economía Social y Solidaria relacionados con el turismo de base comunitaria. Tales procesos, implican el diseño de estrategias para el desarrollo de productos y servicios turísticos que permiten el acercamiento y el fortalecimiento del mercado turístico existente y de los potenciales participantes, relacionados bajo la órbita del sector turístico de la Economía Social y Solidaria. La Incubadora pretende potenciar al entramado socio productivo que cualificará la oferta del sector y consolidará a las organizaciones involucradas. A su vez, estos procesos contribuirán como soporte para la visibilidad de las organizaciones involucradas, fortaleciendo el carácter integral y horizontal del mercado turístico y visibilizando sus potenciales conexiones con otros sectores productivos, propiciando la incorporación de nuevos participantes.*

**Palabras claves:** turismo - incubadora en turismo socio solidario de base comunitaria - emprendimientos turísticos - economía social y solidaria.

### **ABSTRACT**

*The Community-Based Socio-Solidary Tourism Incubator, belongs to the University's Program of Social Incubation in Social and Solidarity Economy of the National University of Quilmes, through which it is hoped to incubate socio-technical innovation processes with the objective of linking*

---

(1) Docentes. Miembros de la Incubadora en Turismo Socio Solidario de Base Comunitaria, perteneciente al Programa Universitario de Incubación Social en Economía Social y Solidaria de la Universidad Nacional de Quilmes. Departamento de Economía y Administración. Sáenz Peña 352, Bernal, Buenos Aires, Argentina (B1876BXD).

*the Different actors of the Social and Solidarity Economy that are related to community-based tourism. These processes involve the design of strategies for the development of tourist products and services that will allow the approach and strengthening of the existing tourist market and of the potential participants, related under the orbit of the tourism sector of the Social and Solidarity Economy. The Incubator intends to empower the productive partner network that will qualify the sector's offer and consolidate the organizations involved. In turn, these processes will contribute to the visibility of the organizations involved, strengthening the integral and horizontal character of the tourist market and making visible its potential connections with other productive sectors, favoring the incorporation of new participants.*

**Keywords:** *tourism - incubator in tourism solidary community based partnership - tourist enterprises - social and solidarity economy.*

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo refleja las acciones realizadas por la Incubadora en Turismo Socio Solidario de Base Comunitaria (ITSSBC) perteneciente al Programa Universitario de Incubación Social en Economía Social y Solidaria (PUIS) de la Secretaría de Extensión Universitaria de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ). El programa pretende fomentar los procesos de fortalecimiento y desarrollo del sector de la economía social y solidaria (ESS), a través de acciones generadoras de valor socio-económico e innovación social y tecnológica.

En este sentido la ITSSBC, incuba proceso de innovación socio-técnica con el objetivo específico de vincular a los distintos actores de la ESS que se encuentran relacionados con el turismo de base comunitaria. Tales procesos, implican el diseño de estrategias para el desarrollo de productos y servicios que permitirán el acercamiento y el fortalecimiento del mercado turístico existente y de los potenciales participantes, relacionados bajo la órbita específica del sector turístico de la ESS.

Bajo el diseño pretendido, (el anteriormente descrito) se potencia un entramado socio productivo que cualificará la oferta del sector y consolidará a las organizaciones involucradas. A su vez, estos procesos fortalecerán el carácter integral y horizontal del mercado turístico, visibilizando sus potenciales conexiones con otros sectores productivos, propiciando la incorporación de nuevos participantes.

El turismo, como proceso socio - económico, ha demostrado un gran desarrollo expansivo en diferentes niveles y ha logrado convertirse en uno de los principales sectores socioeconómicos del mundo.

Con el avance del nuevo milenio, la actividad turística se ha transformando, en la principal actividad económica de muchos países y uno de los sectores de más rápido crecimiento en términos de ingresos de divisas y generación de empleo, como resultado de su carácter multisectorial. En muchos casos, es

sostén de las economías regionales, jugando un rol relevante en los procesos de desarrollo local, generando beneficios en las economías y comunidades.

Esta actividad genera un amplio entramado de relaciones donde coexisten diferentes elementos y recursos, tales como los naturales, culturales, sociales, políticos y económicos. Estos últimos, interactúan de manera constante y continúa propiciando la participación de todos los actores: público, privado y comunidad local.

Estas interrelaciones se construyen intentando satisfacer tanto las necesidades de los viajeros, como la de todos los participantes de la actividad turística; incorporando variedad de servicios y productos que potencien el valor de la experiencia turística en su conjunto.

En consonancia con el crecimiento del turismo en el mundo, se ha sumado la conciencia de la comunidad respecto a la necesidad de promover su sostenibilidad a largo plazo, abarcando las dimensiones sociales, económicas y medioambientales, que permitan alcanzar las premisas de un desarrollo equitativo, vivible y viable, tendiendo de esta manera a la sostenibilidad de la actividad.

En este sentido, es posible indicar que la actividad turística ha demostrado su capacidad para contribuir a la sostenibilidad de los destinos y al bienestar de las comunidades receptoras, respetando sus condiciones naturales y socioculturales. Para que este objetivo se materialice, es imprescindible que el turismo genere un impacto social positivo, el cual logrará el efecto deseado sólo si quienes lo promueven manifiestan un alto grado de responsabilidad ética y social.

El análisis sobre la ESS, como una nueva perspectiva económica, una nueva forma de hacer economía, se refleja en estudios de diversos autores, tales como Chaves (2003), Laville (tomando a Polanyi 1992), Razeto (2010) quienes afirman que su surgimiento es una respuesta a las crisis que se dan en los mercados. Éstas son grandes transformadoras de los modelos económico tradicionales y propiciaron el surgimiento de nuevos paradigmas. En este sentido, a partir de las crisis que trajo la globalización, como fenómeno transformador de la economía y también de las sociedades, el tradicional concepto de Economía Social (bajo las formas de cooperativismo y mutualismo ya existentes) comienza a transformarse y a considerarse en un aspecto pluri - dimensional, incorporando significaciones nuevas a su estudio.

Los análisis más profundos de las visiones más tradicionales de los conceptos hicieron posible que las miradas sobre estas nuevas formas de hacer economía que iban surgiendo como respuestas a las crisis socio económicas mundiales, comienzan a construirse a través de las respuestas sociales, tales como la solidaridad, el encuadre institucional y normativo y el nacimiento de nuevas formas de propiedad de la economía (diferenciándose de lo tradicional).

Las consecuencias de la economía capitalista imperante en los mercados internacionales, fueron adversos para muchos sectores de la sociedad, y en respuesta a este modelo, aparecen nuevas prácticas económicas, solidarias,

democráticas y participativas, con una mirada diferente, orientada a la búsqueda del buen vivir a través de una relación armónica con la naturaleza, con el entorno y priorizando el colectivo de pertenencia antes que el individualismo, parámetros que cada día comienzan a tener más peso en el contexto internacional.

El Turismo Socio Solidario de Base Comunitaria (TSSBC) es una de las formas de desarrollo de la actividad turística, que se practica en diversos destinos, bajo una lógica socioeconómica diferente a la tradicional economía de mercado, esto es, bajo el modelo que la Economía Social y Solidaria (ESS) propugna. Esta forma de desarrollo de la actividad ha sido impulsada por emprendimientos socioeconómicos alternativos que promueven un crecimiento económico distinto, con una fuerte mirada en el mejoramiento de la calidad de vida de las personas que lo integran y de las comunidades de pertenencia.

El enfoque del Turismo Socio Solidario de Base Comunitaria que orienta las acciones de este proyecto, parte del concepto de Economía Social y Solidaria, entendida como plantea Razeto "como una búsqueda teórica y práctica de formas alternativas de hacer economía, basadas en la solidaridad y el trabajo" (Razeto 2005). El mismo autor, sostiene que introducir la solidaridad a las actividades, organizaciones e instituciones económicas de una manera creciente, incrementa la eficiencia micro y macroeconómica, además de generar beneficios sociales y culturales que favorecen a toda la sociedad.

## **OBJETIVOS**

La Incubadora en Turismo Socio Solidario de Base Comunitaria, tiene por objetivo general, el desarrollo y fortalecimiento del sector turístico en clave de la Economía Social y Solidaria (ESS), a través de la incubación de procesos y acciones generadoras de valor socio-económico e innovación social y tecnológica.

En cuanto a los objetivos específicos se ha propuesto:

- Fortalecer a los prestadores turísticos del sector de la ESS, la cualificación de sus recursos y el acompañamiento técnico en el desarrollo de nuevos productos y servicios turísticos.
- Incubar procesos y acciones para el desarrollo de encadenamientos productivos de la ESS que generen oportunidades laborales en el sector turístico.
- Fomentar el desarrollo de tecnologías participativas que favorezcan la gestión de la comunicación y comercialización, permitiendo visibilizar el sector del Turismo Socio Solidario de Base Comunitaria.

## **DESARROLLO**

### **Economía Social y Solidaria y su vinculación con el Turismo**

La actividad turística ha logrado convertirse en uno de los principales sectores socio - económicos del mundo, demostrando su capacidad para contribuir al bienestar de las comunidades receptoras y a la sostenibilidad de los destinos turísticos, respetando sus condiciones del entorno natural y sociocultural.

Con el avance del nuevo milenio, el turismo se ha convertido en la principal actividad económica de muchos países y/o regiones, siendo uno de los sectores de más rápido crecimiento en términos de ingresos de divisas y generación de empleo, como resultado de su carácter multisectorial.

En consonancia con ello, se ha sumado la conciencia de la comunidad respecto a la necesidad de promover su sostenibilidad a largo plazo. Para ello es imprescindible que el turismo genere un impacto social positivo de dimensiones significativas, requiriendo que todos los participantes manifiestan un alto grado de responsabilidad ética y social.

El surgimiento de la ESS proviene de las crisis sociales que las transformaciones económicas del capitalismo generaron hacia las sociedades y que algunas organizaciones no han podido adaptarse a los nuevos flujos que el mercado internacional impuso.

En ese nuevo contexto económico actual de los mercados, aparecen nuevas problemáticas al interior de aquellas organizaciones que se entienden fuera del mercado y de las nuevas y diferentes relaciones comerciales.

De esta manera surgen nuevas formas de pensar y de hacer economía, y comienza a gestarse diferentes proyectos socio - económicos que resultan de la consideración a las nuevas problemáticas generadas por la "exclusión" del mercado económico tradicional. Las nuevas miradas, proyectos y organizaciones que comienzan a gestarse, poseen una mirada diferente a la tradicional postura, en la cual el interés principal se centraba sobre el capital invertido. Éstas nacen sustentadas en valores que se relacionan con la solidaridad, la mirada en el "otro", el trabajo en conjunto, el beneficio grupal antes que el individual, el fortalecimiento de las capacidades personales como medio para alcanzar los beneficios deseados.

En relación a ello, Polanyi (1992) reconoce que la diversidad en las formas organizativas de los colectivos económicos y de los principios económicos de una sociedad, llevaron a replantear los modelos tradicionales y al surgimiento de nuevas y diferentes formas de organizaciones económicas. También remarca la necesidad de que los mercados económicos atiendan las necesidades de las sociedades en pos de la reproducción de la vida humana, y se refiere al capitalismo como mercantilizador de ella, junto a las producciones de bienes económicos. También considera que al permitir que el mercado se autorregule y decida la suerte de los seres humanos y de su medio natural, conduce necesariamente a la destrucción de la sociedad.

Por otro lado, Pastore (2010) muestra una visión más amplia de la ESS y la considera desde una multiplicidad de dimensiones en su análisis y que permite observar, reflexionar y analizar esta nueva economía, desde otras perspectivas diferente a los mencionado en los modelos tradicionales.

El concepto de solidaridad es tomado desde dos ópticas complementarias y a través de una mirada social y de contención a las nuevas formas de hacer economía. Por un lado, Laville (2005) lo presenta como una alternativa desarrollada por las sociedades, como respuesta a los problemas sociales que derivan de los mercados económicos vigentes y quizás de los estados ausentes que propiciaron estos contextos. Por otro lado, Razeto (2010) lo traslada a una concepción del término más productivo en sí mismo, agregándole nuevos enfoques relacionados a las fuerzas sociales y grupos humanos que movilizan la economía, a la interacción subjetiva del grupo con finalidades socioeconómicas, el aunar saberes, voluntades, relaciones, con el fin de favorecer al grupo de pertenencia.

El turismo es concebido como motor de crecimiento y desarrollo para las economías regionales y locales, además de ser una importante fuente de riqueza gracias al efecto multiplicador que provoca su devenir.

Indudablemente la globalización del turismo produce riqueza, pero mientras unos países aportan territorios, recursos y mano de obra, otros países y compañías trasnacionales obtienen los beneficios. Precisamente, uno de los problemas fundamentales del desarrollo del turismo es el gran reto de conseguir una planificación con desarrollo equilibrado, sobre todo ante la velocidad y desorden del crecimiento urbano, la densificación demográfica y una consecuente desigual distribución de los beneficios, la enorme presión sobre el medio ambiente.

En este orden de ideas se puede identificar aquellos elementos que se relacionan entre sí y que permiten identificar e intentar conceptualizar al Turismo Socio Solidario de Base Comunitaria, el cual posee características particulares.

Este término responde a las diversas miradas que se han establecido sobre el devenir de la actividad y sobre el desarrollo socioeconómico que ha acontecido a nivel mundial a lo largo de los últimos 25 años, aproximadamente.

En este sentido existen tres conceptos que contribuyen a conformar una base teórica que sostiene al Turismo Socio Solidario de Base Comunitaria.

En primer lugar corresponde entender que no se lo concibe como la práctica del Turismo Social bajo la perspectiva tradicional, en la cual el Estado cumple un rol activo y de asistencia para el disfrute y aprovechamiento del tiempo libre de aquellas personas que pertenecen a un sector socio económico vulnerable, sino entendido desde la mirada del accionar activo del sujeto, del individuo productor de la actividad y del individuo consumidor de los servicios prestados por los primeros. Aquí se considera fuertemente la mirada de la ESS desarrollada anteriormente.

En segundo lugar, el término "turismo solidario" entendido como aquel que surge en América Latina a partir de los últimos veinticinco años aproximadamente, a raíz de grandes cambios en esferas políticas, económicas, sociales, ambientales, tales como la liberalización de los flujos comerciales y financieros a nivel mundial por la apertura de los mercados a la economía mundial, la desigualdad social que trajo aparejada la globalización como proceso socioeconómico, los desastres ecológicos en los territorios producto del abuso descontrolado, etc. El turismo solidario tiene una mirada diferente de las relaciones humanas que se generan a su interior, donde se pretende una sociedad más justa, equitativa, igualitaria, basada en el respeto a los derechos humanos y al medio ambiente. Gracias al surgimiento de este tipo de turismo y las numerosas organizaciones sociales de base comunitaria que han ido naciendo entorno a distintos proyectos de fomento del turismo solidario, muchas zonas de gran riqueza social, cultural, natural y paisajística, subsisten hoy día gracias a este tipo de actividad.

En este contexto, la búsqueda del apoyo de las instituciones públicas resulta necesaria para el fomento a la creación y desarrollo de nuevos proyectos turísticos que respeten las premisas de la solidaridad como forma organización interna y de visión de grupo. Estas relaciones pretenden proporcionar nuevos equipamientos e infraestructuras que abra la posibilidad de entrada a nuevos mercados, mejorar la calidad y la cantidad de empleo, desaparición de las barreras institucionales, etc. También entran en juego nuevos paradigmas que atienden premisas, tales como el desarrollo sostenible y la responsabilidad social de la empresa. También es considerada como una actividad socio económico cultural, donde los procesos de desarrollo se conciben considerando dos aspectos fundamentales:

- La minimización del impacto sobre el entorno (patrimonio local, culturas, tradiciones, medio ambiente)
- El fortalecimiento y la generación de nuevos vínculos en las sociedades donde se desarrolla debido a la dinámica que se genera en las economías locales.

El respeto en este turismo entre la comunidad y el turista es fundamental. Se establece una solidaridad entre ellos que se plasma en el encuentro de ambos, es un espacio de creación y sostenimiento de relaciones solidarias, partiendo del respeto total por el prójimo, por el entorno ambiental y socio cultural, reforzando la identidad de la localidad y de sus integrantes. Para la comunidad no solo es la posibilidad de transmitir su cultura sin sufrir complicaciones en su ecosistema, sino también, de obtener beneficios del mutuo aprendizaje (comunidad-turista), y también recibe los beneficios que surgen de la prestación de servicios que posibilitan el continuado desarrollo sustentable.

En tercer lugar, se incluye el concepto de "Turismo Comunitario", entendiéndolo como aquella actividad económica que realizan los miembros de pequeñas comunidades, organizados para generar y prestar servicios

turísticos. Los principios que guían estos proyectos son el respeto, la participación ciudadana, la equidad, la auto determinación y la conservación del patrimonio, basados en el paradigma del comercio justo y el turismo responsable. Una de las característica fundamentales de este tipo de turismo es la participación decidida y activa de la comunidad, que se organiza para ser la encargada de su desarrollo y de la superación de sus condiciones de vulnerabilidad, a través de un trabajo colectivo en turismo.

En este sentido, el modelo de turismo que pretende abordar la Incubadora en Turismo Socio Solidario de Base Comunitaria parte de las premisas antes mencionadas y propone el desarrollo de actividades turísticas en pequeñas comunidades, que tengan recursos naturales, culturales, históricos, sociales pero también aquellas que puedan desarrollar propuestas atractivas que despierten el deseo en los individuos de desplazarse y vivir la experiencia turística que se propone, primando el respeto por todos los participantes, por la valoración de la identidad local, por la realización de intercambios económicos justos bajo las premisas que propugna la ESS.

La práctica de esta actividad apuesta por el desarrollo local y permite aprovechar el potencial endógeno de cada territorio, apuntando al progreso en escenarios particulares como forma de enfrentar nuevos espacios de intercambios y nuevos escenarios complejos. Frente a este gran fenómeno se genera, por el lado de las culturas receptoras, la necesidad de redescubrir y fortalecer la identidad cultural, como forma de preservar su pasado, su presente y proyectando el futuro, como así también resignificar el patrimonio como factor de unidad local. (Lizurek y Perino, 2013).

### **Propuesta de la Incubadora en Turismo Socio Solidario de Base Comunitaria**

La Incubadora de Turismo Socio Solidario de Base Comunitaria pretende fomentar el desarrollo y fortalecimiento del sector turístico en clave de la economía social y solidaria a través de la incubación de procesos y acciones generadoras de valor socio-económico e innovación social y tecnológica. En este sentido, se fomentan diversas actividades que buscan generar un entramado socio territorial que facilite y/o coadyuve al fortalecimiento tecnológico y económico de los mercados inducidos por este tipo de turismo. De esta manera se propende a la puesta en valor de los modos de vida y de producción de las comunidades locales vinculadas a la actividad, contribuyendo al mismo tiempo a la organización en red, la sensibilización local y la capacitación de los actuales y/o potenciales emprendedores en el área.

Para cumplir con su objetivo, la Incubadora asume la promoción de sus iniciativas y proyectos desde un equipo multidisciplinario integrado por docentes de las áreas de turismo, de hotelería, tecnología, economía social y solidaria, psicología, antropología, comunicación social, quienes proveen del

acompañamiento técnico requerido por los emprendimientos. En este sentido, también la gestión de dispositivos de capacitación y formación constituye uno de los ejes centrales de las actividades de la incubadora.

### **Identificación de los problemas y necesidades a resolver desde la Incubadora en Turismo Socio Solidario de Base Comunitaria**

Luego de las acciones emprendidas en etapas previas a la formulación de la propuesta y en el transcurso de la primera etapa del proyecto (2014-2015) se han identificado una serie de problemas y necesidades de los actores socio-productivos que forman parte del mismo y que la incubadora pretende, con sus acciones, dar respuestas a esas inquietudes manifiestas.

En este sentido se han identificado las siguientes dificultades:

- Escaso diálogo y comunicación entre el sector académico y el sector de la economía social y solidaria en el ámbito del turismo.
- Escasa presencia en el currículo académico de los contenidos concernientes al Turismo Socio Solidario de Base Comunitaria.
- Alto grado de fragmentación y dispersión en las organizaciones de turismo de base comunitario
- Inestabilidad de los ciclos de producción y comercialización de los pequeños y medianos productores y de los emprendedores de la ESS.
- Desvalorización y escasa visibilidad de los contextos de producción y las características identitarias de estos grupos y sus comunidades.
- Dificultades para ingresar a los mercados y ser protagonistas de escenarios multi-actorales de desarrollo local.

Podemos entonces indicar que desde de la ITSSBC se pretende articular aquellas actividades con fines turísticos que ponen en dialogo a las comunidades con vocación turística, que poseen la iniciativa de trabajar en pos de un turismo socio solidario, basada en los principios que propugna el modelo de la ESS, con los visitantes y/o turistas desde una perspectiva intercultural, con participación consensuada de sus habitantes, basado en principios de equidad y justicia en la distribución de los beneficios generados.

### **Actividades que se están desarrollando**

Desde estas experiencias tomadas en los territorios abordados, se han planificado contribuciones a través de la puesta en práctica de acciones y actividades que tienen por objetivo sistematizar los procesos existentes y para dar respuestas concretas a las necesidades detectadas, por ejemplo:

- Desarrollo del entramado socio técnico de la Red de Hoteles Cooperativos (hasta el momento compuesto por: Hotel Pipinas Viva, Hotel Bauen, Hotel Termas de Pismanta) con el apoyo de FEDETUR (Federación de Cooperativas y Mutuales de la Red Federal de Turismo);

- Desarrollo de módulos de capacitación y acciones de transferencia a instancias de la construcción del Proyecto: Hotel Escuela de Turismo Socio Solidario de Base Comunitaria en el Hotel Cooperativo Pipinas Viva.

- El Plan Maestro de Desarrollo Turístico de la Ruta de la miel del Delta y su correspondiente entramado socio técnico (Miel del Delta es un entramado socio - técnico organizado desde FECOAPI (Federación de Cooperativas Apícolas) que articula la producción apícola con el desarrollo de experiencias y servicios turísticos en el corredor de la Ruta 9. En el mismo participa Zárate junto a las Direcciones de Turismo de Campana, Escobar y San Pedro y el INTA)

- Desarrollo del entramado socio técnico de la Ruta de la Miel: FECOAPI I - Federación de Cooperativas Apícolas, INTA, Asociación Isleños Unidos II, Direcciones de Turismo de los Municipios de Campana, Zárate y Escobar, ISFDyT N° 55.

- Diseño y aplicación de herramientas de relevamiento en eventos organizados por INTA AMBA e INTA Delta junto a los municipios que integran el incipiente consorcio de la Ruta de la Miel del Delta en articulación con el Ministerio de Agroindustria de la Nación y la Incubadora en Turismo Socio Solidario de Base Comunitaria. Esta propuesta busca consolidar el desarrollo de la producción de la Miel como un producto turístico que ponga en valor la producción y comercialización del sector apícola de la región de Zárate, Campana y Escobar, en la provincia de Buenos Aires.

- Diseño de la marca colectiva "Ruta de la Miel" en el corredor norte.

- Incorporación de la experiencia del Corredor Cultural del Sur que recoge el trabajo con emprendedores culturales realizado en el periodo 2014-2016 por la Incubadora Universitaria de Arte y Cultura Comunitaria perteneciente a la U.N.Q y que pretende reforzar el vínculo con la secretaria de turismo del municipio de Quilmes.

- Presentación de la Incubadora en Turismo Socio Solidario de Base Comunitaria en congresos nacionales e internacionales.

### **Impactos esperados a partir del desarrollo de la ITSSBC**

**Impacto social:** La Incubadora en Turismo Socio Solidario de Base Comunitaria pretende contribuir al fortalecimiento de las pequeñas comunidades y actores participantes, a partir de la visibilización de las prácticas productivas de los emprendedores turísticos de la ESS, sus modos de vida y su ubicación en un entramado de sentido turístico - económico. Cada una de estas acciones intenta favorecer a la puesta en valor de las identidades locales a partir del establecimiento de una estrategia de visibilidad colectiva por medio de dispositivos diseñados a tal fin y la participación de los pobladores y productores locales en ferias y eventos.

**Impacto económico:** La Incubadora en Turismo Socio Solidario de Base Comunitaria proyecta contribuir al desarrollo de la micro y meso economía de los pequeños y medianos productores de las localidades incluidas en el proyecto, en un marco de desarrollo local participativo. Esto se realiza a través de la organización de los servicios turísticos ofrecidos por los productores locales, pretendiendo aumentar las ventas del sector y de esta manera mejorar los ingresos de las familias de los pequeños productores y cooperativistas, fortalecidos con productos y propuestas de actividad turística cualificada y profesionalizada.

**Impacto Político:** La Incubadora en Turismo Socio Solidario de Base Comunitaria ha propuesto crear espacios participativos para planificar el desarrollo turístico, asegurando la confluencia de: prestadores turísticos tradicionales, prestadores de la ESS, agentes estatales, cámaras de comercio, agencias de comercialización de productos turísticos, Universidad. También se pretende consolidar la asociatividad de pequeños productores - emprendedores - otros prestadores turísticos y la gestión asociada interdistrital, desde una concepción del Turismo como dinamizador del desarrollo.

**Impacto Ambiental,** se fortalecerá la producción sustentable y de servicios turísticos asociados, con criterios de sostenibilidad medioambiental.

**Impacto Educativo:** La ITSSBC busca expandir la formación y la capacitación en los contenidos del área a otras instituciones locales y a los agentes territoriales del Turismo Socio Solidario de Base comunitario.

**Impacto Institucional.** Considerando a la UNQ como principal protagonista, la ITSSBC tiene el propósito de desarrollar una articulación entre la Licenciatura en Administración Hotelera y la Tecnicatura en Economía Social y Solidaria, articulando temática y metodológicamente proyectos de extensión, investigación y prácticas integradoras en ambas carreras. También, desarrollar módulos específicos de la temática en el marco de la Especialización de postgrado y extensión en Gestión de la ESS, contribuyendo al diseño de un Diploma de extensión destinados prioritariamente a trabajadores / asociados e interesados en el turismo socio solidario.

## **METODOLOGÍA**

### **Líneas de Acción**

Para alcanzar los objetivos pretendidos por la ITSSBC, se han establecido líneas de acción y/o actividades a desarrollar que permitirán cumplir con los objetivos propuestos.

- *Fortalecer a los prestadores turísticos del sector de la ESS, la cualificación de sus recursos y el acompañamiento técnico en el desarrollo de nuevos productos y servicios turísticos.*

Para este objetivo específico se ha propuesto la realización de las siguientes acciones: Asesoramiento técnico en el desarrollo del Plan y del Consorcio Ruta de la Miel del Delta; Asesoramiento técnico en la planificación turística del Corredor Cultural del Sur; Desarrollo e implementación del proyecto Hotel Escuela cooperativo Pipina; Desarrollo y puesta en funcionamiento de la Red de Hoteles Cooperativos.

Los Resultados esperados a partir de las acciones mencionadas son los siguientes: Conformación de la Asociación Civil Ruta de la Miel; puesta en marcha del Corredor Cultural del Sur como producto turístico; puesta en funcionamiento del hotel escuela Cooperativo en el hotel Pipinas; Conformación de la red de hoteles cooperativos.

Las principales actividades proyectadas para alcanzar los resultados esperados a partir de las acciones planteadas son las siguientes: Asistir y colaborar en el diseño del Plan y del Consorcio ruta de la Miel del Delta. También se ha proyectado contribuir a su implementación y monitoreo; desarrollar y poner en funcionamiento líneas de trabajo a través de las prácticas integradoras de la Licenciatura en Administración hotelera para el fortalecimiento del Hotel Escuela cooperativo Pipinas.

- *Incubar procesos y acciones para el desarrollo de encadenamientos productivos de la ESS que generen oportunidades laborales en el sector turístico.*

Para este objetivo específico se ha propuesto la realización de las siguientes acciones: Asesoramiento técnico en el desarrollo del Plan y del Consorcio Ruta de la Miel del Delta; Asesoramiento técnico en la planificación turística del Corredor Cultural del Sur; contribuir en el armado y puesta en funcionamiento de un sistema de compras cooperativas para el insumo de los Hoteles Cooperativos.

Los Resultados esperados a partir de las acciones mencionadas son los siguientes: Conformación de la Asociación Civil Ruta de la Miel; Armado y puesta en marcha del circuito Corredor Cultural del Sur como producto turístico; favorecer a través de la vinculación entre los proveedores de la ESS y las organizaciones hoteleras los procesos de compra de insumos.

Las principales actividades proyectadas para alcanzar los resultados esperados a partir de las acciones planteadas son las siguientes: Propiciar el desarrollo del circuito del corredor cultural sur a través de la divulgación de las actividades propuestas; colaborar en el diseño del convenio de colaboración y asistencia para la gestión de compras cooperativas; Contribuir al diseño y armado de redes colaborativas para las compras de la Red de Hoteles Cooperativos.

- *Fomentar el desarrollo de tecnologías participativas que favorezcan la gestión de la comunicación y comercialización, permitiendo visibilizar el sector del TSSBC.*

Para éste objetivo específico se ha propuesto la realización de las siguientes acciones: Asesoramiento técnico para el desarrollo de estrategias comunicacionales; Colaboración técnica en el diseño de paquetes turísticos socio-solidarios; Diseño de un mercado turístico institucional.

Los Resultados esperados a partir de las acciones mencionadas son los siguientes: Asistencia técnica profesional y acompañamiento en el diseño de una marca colectiva y brochure institucional de la Ruta de la Miel del Delta; propiciar un proceso participativo de construcción de imagen; diseño y puesta en funcionamiento de un Plan de Marketing para la Ruta de la Miel, el Corredor Cultural del Sur y la Red de Hoteles cooperativos); asesoramiento técnico y colaboración en el armado de paquetes turísticos, propiciando el fortalecimiento de los vínculos comerciales con FEDETUR y OSUNQ.

Las principales actividades proyectadas para alcanzar los resultados esperados a partir de las acciones planteadas son las siguientes: Asistir a la red de hoteles cooperativos, al Consorcio Ruta de la Miel del Delta y al Corredor Cultural Sur en el diseño de estrategias comunicacionales para los productos y servicios ofrecidos por el Turismo Socio Solidario de Base Comunitaria; Organizar conversatorios de experiencia entre los actores públicos, la comunidad académica, los socios cooperativos que forman parte de las organizaciones y las comunidades locales vinculados al Turismo Socio Solidario de Base Comunitaria; Generar espacios de diálogo entre los actores de la ESS vinculados al Turismo Socio Solidario de Base Comunitaria y las organizaciones encargadas de la comercialización de sus productos y servicios turísticos: Fedetur, Obra Social de la UNQ y otros; Asistir en la planificación, diseño y puesta en práctica de paquetes de Turismo Socio Solidario de Base Comunitaria; Realizar viajes de evaluación de los paquetes de Turismo Socio Solidario de Base Comunitaria

## CONCLUSIONES

La Incubadora en Turismo Socio Solidario de Base Comunitaria pretende generar los medios necesarios para contribuir a la puesta en valor de los modos de vida y de producción de los actores de la ESS vinculados a la actividad turística, contribuyendo a su organización en red, la sensibilización y compromiso de la comunidad local y la capacitación de los actuales y los potenciales emprendedores en el área.

El relevamiento, el trabajo de campo realizado y las acciones emprendidas han permitido registrar una serie de experiencias de turismo de base comunitaria, concebidas como instrumento de desarrollo local, tales como hoteles cooperativos, cooperativas y federaciones con fines de servicio turísticos.

Luego de establecer diálogos y acciones concretas en los territorios y dentro de las organizaciones (puesta en marcha del hotel escuela cooperativo y las practicas integradoras de la licenciatura en administración hotelera, aplicación

de herramientas de relevamiento de información), se ha podido evidenciar ciertas cuestiones importantes, tales como una débil organización en la gestión de los emprendimientos; alto grado de fragmentación y dispersión en el territorio, lo que no les ha permitido hasta el momento un trabajo en coordinación y complementación. También se ha podido determinar que los pequeños y medianos productores, emprendedores de la ESS enfrentan fuertes ciclos de producción y comercialización que conlleva desvalorización y escasa visibilidad de sus contextos de producción y de las características identitarias de estos grupos y sus comunidades, con dificultades para ingresar de manera plena a los mercados y para ser protagonistas de escenarios multi-actorales de desarrollo local.

También ha sido posible evidenciar el escaso diálogo y comunicación entre el sector académico y el sector productivo propio de la ESS en el ámbito de la actividad turística, lo que repercute en una endeble generación de la actividad bajo este marco de premisas sostenidas por este modelo de gestión económico.

Dos amenazas principales han sido identificadas por la mayoría de las organizaciones: la falta de políticas públicas en beneficio del turismo comunitario y la creciente competencia turística que muestra una clara necesidad de establecer estrategias de comercialización ante estos escenarios complejos.

El modelo de turismo de base comunitario, concebido como motor de desarrollo local sostenible, tal como lo propone la ITSSBC de la UNQ tiene escasa presencia en la currícula académica. Por esto se considera necesario enriquecer el trayecto formativo universitario con una sólida y coherente aproximación teórica y práctica a la temática, con pleno respeto de los principios de inclusión y equidad social, con el objetivo de formar futuros profesionales que contemplen el modelo de desarrollo económico que se propone.

Hasta el momento la ITSSBC continúa desarrollando funciones y trabajando en las diferentes acciones planteadas para alcanzar el objetivo general pretendido.

## **REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS**

Bull, A. (1991). *La economía del sector turístico*. Editorial Alianza. España.

Cañada, E. y Gascón, J. (2007). *Turismo y Desarrollo: Herramientas para una mirada crítica*. Managua. Disponible en <http://www.albasud.org/downloads/142.pdf>.

- Capanegra, C. (2007).** La invención del desarrollo turístico, eje de una episteme de poder. En 1er. Congreso Latinoamericano de Historia Económica. 4ta. Jornadas Uruguayas de Historia Económica. CLADHE I – JUHE. 8° Simposio: El turismo como instrumento de Desarrollo Económico y Social en Iberoamérica (siglos XIX-XXI). Montevideo. Uruguay. Disponible en <https://goo.gl/7ZEx17>
- Chaves, R. y Monzón, J. (2003).** La Economía Social y la Política Económica. En Jordan, J.M. y Antuñano, I. (comp.). Política económica: fundamentos, objetivos e instrumentos. Valencia: Tirant Lo Blanc.
- Laville J. (2004).** El marco conceptual de la economía solidaria. En Economía Social y Solidaria: una visión europea. Buenos Aires: Universidad General Sarmiento, Fundación OSDE y Editorial Altamira.
- Laville, J (2005).** Economía solidaria, economía social, tercer sector: las apuestas europeas. En Biblioteca Virtual TOP sobre gestión pública.
- Lizurek M. y Perino L. (2015).** UNIVERSIDAD – CULTURA – IDENTIDAD. Identificación y puesta en valor del patrimonio histórico – cultural del partido de Quilmes. Estrategias para la difusión y consolidación de la identidad local. VII Simposio Internacional y XII Jornadas Nacionales de Investigación - Acción en Turismo CONDET Congreso Internacional de Turismo – ANET Facultad de Turismo Comahue - Neuquén. Disponible en <https://goo.gl/Bk1Q3h>
- Losano, P. (2014).** Turismo comunitario: su enfoque desde la economía solidaria. En VI Congreso Latinoamericano de Investigación Turística. Neuquén. Disponible en <http://170.210.83.98:8080/jspui/bitstream/123456789/568/1/60%20Losano.pdf>
- Maldonado, C. (2006).** Turismo y comunidades indígenas: Impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta. SEED. Documento de trabajo N° 79. Organización Internacional del Trabajo-Programa de desarrollo de pequeñas empresas. Departamento de creación de empleos y desarrollo de empresa. Disponible: <https://goo.gl/JQcbjb>
- Maldonado, C. (2007).** Fortaleciendo redes de turismo comunitario. Bolivia. Disponible en: <https://goo.gl/RmgGYE>
- Pastore, R. (2006).** Diversidad de trayectorias, aproximación conceptual y pluralidad de proyectos de la Economía Social. Documento N° 54 del Centro de Estudios de Sociología del Trabajo. Facultad de Ciencias Económicas. Buenos Aires.

**Pastore, R. (2010).** Un panorama del resurgimiento de la economía social y solidaria en Argentina. Revista de Ciencias Sociales. Universidad Nacional de Quilmes. Año 2. Número 18.

**Polanyi, K. (1992).** La gran transformación. México: Fondo de Cultura Económica.

**Razeto, L. (2010).** Desafíos y proyectos de la economía solidaria. Video-conferencia, ofrecida en la Universidad Nacional del Litoral (Santa Fe) en el marco del II Foro de Economía Social. Disponible en <https://goo.gl/4eD9Hv>

**Razeto, L. (2005).** Solidaridad (concepto) en Pensamiento Crítico Latinoamericano. Conceptos Fundamentales, Volumen III. Ediciones Universidad Católica Silva Henríquez. Disponible en <https://goo.gl/jDXwvX>

**Somoza, A (2011).** Por un turismo urbano participativo. En reunión de trabajo organizada por la Red de Turismo Comunitario Barrio Sur y Palermo. Montevideo. Uruguay. Disponible en <https://goo.gl/CpxMkG>

Recibido: 30/11/2017 | Aceptado: 22/12/2017

## **MANEJO DE LA RECREACIÓN Y EL TURISMO EN CONSERVACIÓN EN SITIO DE OBSERVACIÓN ASTRONÓMICA**

### **MANAGEMENT OF RECREATION AND CONSERVATION TOURISM IN THE ASTRONOMICAL OBSERVATION SITE**

María Gabriela Torre <sup>1</sup>

Universidad Nacional del Comahue

Héctor Segundo López <sup>2</sup>

Universidad Nacional de San Juan

### **RESUMEN**

*El presente trabajo plantea las acciones que se vienen realizando en el Observatorio Astronómico. Cesco, y su relación con estrategias de manejo para la recreación y turismo en conservación, que posibilitan la observación astronómica para los visitantes. A partir de un trabajo conjunto entre la Universidad Nacional de San Juan y la Universidad Nacional del Comahue, se han ido generando procedimientos metodológicos en el manejo de actividades recreativas en el área natural Observatorio Dr. Cesco en el área protegida Parque Nacional El Leoncito, resaltando estrategias de manejo y estrategias de educación ambiental recreativa.*

**Palabras claves:** recreación/turismo astronómico - conservación - manejo.

### **ABSTRACT**

*This paper presents the actions carried out at the Carlos U. Cesco Astronomical Observatory and its relation with management strategies for recreation and conservation tourism. From a joint work between Universidad Nacional de San Juan and Universidad Nacional del Comahue methodological procedures have been generated for the management of recreational activities in the natural area of the Dr. Cesco Observatory which is a protected area called Parque Nacional El Leoncito, in San Juan. This procedures are focused on management strategies and recreational education strategies for sky observation.*

**Keywords:** popular festivals - cultural heritage - identity - musical tourism.

---

(1) Docente Investigadora perteneciente al Grupo Recreación y Turismo en Conservación – FATU UNComa. Proyecto UNCo T051: Interacciones de la recreación y el turismo con la biodiversidad. Nuevas perspectivas desde la conservación. Universidad Nacional del Comahue. Correo Electrónico: mgabytorre@hotmail.com

(2) Docente Investigador, Oafa – FCFN – UNSJ, Director Proyecto PDTS RES. 1277/16 Accesibilidad al turismo astronómico en Calingasta. Universidad Nacional de San Juan. Correo Electrónico: hslepez@yahoo.com.ar.

## LA OBSERVACIÓN DEL CIELO PARA LA RECREACIÓN Y EL TURISMO

La observación del cielo ha resultado al ser humano atractiva, desde siempre, y cada vez más, acerca la posibilidad de conocer y aprender sobre el universo, donde los avances científicos, tecnológicos y de comunicación, movilizan y promueven el conocimiento in situ, es decir poder observar el cielo uno mismo, con instrumentos o a simple vista, con ayuda y guías y/o por cuenta propia.

Las actividades que comienzan a realizarse en torno a la observación del cielo nocturno, siembran un modelo de recreación alternativa, que luego es aprovechado como opción turística. En la última década en Argentina la observación del cielo ha ido generando gran interés desde la recreación y el turismo. Han sido los Planetarios y observatorios astronómicos los que promovieron la actividad y aún continúan, sumando a los destinos el turismo astronómico o astroturismo. Estos se encuentran generalmente en las grandes ciudades y con opciones de visitas, cursos y eventos que resultan de divulgación científica, educativa y recreativa. Sin embargo las grandes ciudades adolecen de cielos limpios y claros para la observación y es por ello que el surgimiento de sitios alejados o de baja densidad demográfica y con un interés en la Astronomía, comienza a producir importantes resultados.

Las actividades planteadas como Turismo astronómico, se realizan "con fines recreativos, de esparcimiento y de conocimiento de las instalaciones, el instrumental, los programas y proyectos de investigación vinculados al cosmos e interpretación de las leyes que lo gobiernan". (Lépez, H. Torre, G. 2007), lo que permite organizar un evento (único o cotidiano) que promueve la observación del cielo nocturno, con la posibilidad de uso de instrumentos y de guías de observación para una actividad satisfactoria y un conocimiento en conservación.

Existen tres factores a considerar para sitios con alta calidad en los cielos y se relacionan con aspectos fundamentales que caracterizan a la atmósfera: transparencia, referida a la débil incidencia de gases, diafanidad presencia de escasas partículas en suspensión, y oscuridad, es decir sin presencia de luces. Los cielos despejados de nubes y con escaso contenido de vapor de agua, que pueden ser disfrutados entre el atardecer y el amanecer, son cielos con un gran valor paisajístico. En tal sentido, los ambientes áridos resultan de mayor atractivo para la observación del cielo y en particular para el paisaje nocturno, dado que poseen escasas precipitaciones anuales, bajo vapor de agua en la atmósfera, generando diafanidad y transparencia. (Torre, Lépez, 2010, Torre, 2015).

Otra característica potencialmente atractiva en los paisajes áridos es la baja densidad demográfica. Exceptuando algunas ciudades, en Patagonia por ejemplo, predominan espacios mayormente despoblados y cuyo beneficio en cuanto a una observación del cielo es la ausencia de luces. Esta característica le otorga una cualidad muy valorada en un cielo limpio y despejado. Sin

embargo las zonas urbanas pueden implicar una constante iluminación lo que hace difícil observar las estrellas. El rasgo característico de esta contaminación es el halo luminoso que recubre las ciudades y es visible a grandes distancias, debido a la emisión indiscriminada de la luz hacia el cielo y su dispersión en la atmósfera (Buchiniz, Torre & Lépez, 2010). Esto constituye un evidente atentado contra el paisaje nocturno, al ocasionar la desaparición progresiva en la percepción de los astros, privando a las persona de un contacto directo con el universo, lo que origina un inevitable empobrecimiento cultural y personal (Torre, 2015).

Gran parte de los habitantes de las ciudades y algunas zonas rurales no tienen actualmente la posibilidad de contemplar la Vía Láctea. "Hoy en día, hablar de desarrollo sostenible es también hablar de garantizar un cielo nocturno limpio para nosotros y las generaciones futuras" (Asociación Starlight, 2007). Por otro lado la contaminación lumínica también impacta en la vegetación y la fauna condicionando el hábitat, ya que implica una constante iluminación, es decir como si nunca fuera de noche, alterando conductas de fauna y la flora (Torre, Lépez, Buchiniz, 2012).

El avance de la contaminación lumínica y atmosférica está borrando las estrellas del firmamento, provocando el deterioro de un legado con profundas repercusiones culturales, científicas, medioambientales o estéticas. En tal sentido se pronunció la Conferencia Starlight celebrada en la Isla de La Palma en abril de 2007, que aprobó la Declaración en Defensa del Cielo Nocturno y el Derecho a la Luz de las Estrellas, destacando dos aspectos a tener en cuenta.

*"El derecho a un cielo nocturno no contaminado que permita disfrutar de la contemplación del firmamento, debe considerarse como un derecho inalienable de la Humanidad, equiparable al resto de los derechos ambientales, sociales y culturales, atendiendo a su incidencia en el desarrollo de todos los pueblos y a su repercusión en la conservación de la diversidad biológica."*

*"La conservación, la protección y la puesta en valor del patrimonio natural y cultural asociado a la visión del firmamento, representa un ámbito privilegiado para la cooperación y defensa de la calidad de vida. Por parte de todos los responsables, esta actitud implica un auténtico reto de innovación cultural, tecnológica y científica, que exige realizar un esfuerzo continuado que haga posible redescubrir el valor del cielo nocturno como parte viva de nuestro legado patrimonial y de nuestra cultura cotidiana."*

Es de destacar que la Declaración en Defensa del Cielo Nocturno y el Derecho a la Luz de las Estrellas adoptada por los diferentes programas de la UNECO, da lugar a la generación de diferentes iniciativas hacia la protección del cielo incluyendo las Reservas Starlight, es decir: "un espacio en donde se establece un compromiso por la defensa de la calidad del cielo nocturno y el acceso a la luz de las estrellas"( Asociación Starlight, 2010) .Estas reservas han ido surgiendo especialmente en Europa, extendiéndose al resto del planeta últimamente . El interés también está ligado no solo a la recreación en

conservación, sino a resguardar los sitios de Observación astronómica, dado que la capacidad de los observatorios astronómicos, dispersos en el planeta, para detectar e interpretar los datos que provienen del cosmos debe ser considerada como un recurso de extraordinario valor para el progreso del conocimiento, Los cielos límpidos siguen siendo las grandes ventanas a nuestro conocimiento del universo. Sin embargo, las pocas áreas privilegiadas, dedicadas actualmente a la observación astronómica, no gozan del reconocimiento apropiado (Fundación Starlight, 2015)

Se entiende también que los organismos públicos deben generar normativas de conservación del territorio natural de uso público que contemple la recreación y el turismo con respeto a la naturaleza (Boschi y Torre, 2014). Por ello existen también otras formas de protección de los cielos oscuros a partir de áreas protegidas y de regulaciones específicas, que delimiten y restrinjan la luminosidad en áreas naturales. En Argentina un caso significativo resulta el Parque Nacional El Leoncito en la Provincia de San Juan, donde se instala el área protegida para preservar las condiciones atmosféricas y resguardar el trabajo científico de los observatorios astronómicos que allí se encuentran. Asimismo es en San Juan que se da la primera legislación específica sobre la protección del cielo y que luego rescatara el Parque Nacional para sus objetivos de conservación.

Por su parte los Municipios de Calingasta y Barreal (los más cercanos al Observatorio y el Parque Nacional El Leoncito) han sido partícipe de las acciones llevadas a cabo en el sitio astronómico mediante programas de ayuda que permitieron financiar equipamientos. La razón principal de tales acciones se deben a que estos municipios se consideran destinatarios ya sea de la hotelería y gastronomía de los visitantes al área. Por otro lado la visita con el pretexto de conocer los observatorios permitió ampliar la oferta de atractivos y de actividades y generar empleos vinculados al turismo y la recreación

El presente trabajo plantea las acciones que se vienen realizando en el Observatorio Astronómico Carlos U. Cesco, en el Parque Nacional El Leoncito, San Juan, y su relación con estrategias de manejo para la recreación y turismo en conservación.

Los responsables de las áreas turísticas actuales y potenciales deben conocer en profundidad los problemas ocasionados por la actividad turística para corregirlos y evitarlos, desde la base de una planificación adecuada. Los gestores turísticos son cada vez más conscientes de las desventajas del turismo de masas y tratan de buscar otras opciones en la planificación, la gestión y el desarrollo del turismo, en cuyo marco de actuación surge con fuerza el concepto de desarrollo turístico sostenible (López Bonilla y López Bonilla, 2008). De esta manera se busca promover la observación del cielo como una alternativa de recreación y turismo en conservación, desde una perspectiva biocentrista (Gudynas, 2010), cuyo eje central es la naturaleza y su cuidado a partir del disfrute responsable.

Por ello se hace necesario repensar “el modelo conceptual Recreación y Turismo en Conservación (RyTeC), presentado en el Simposio Biodiversidad, Turismo y Recreación en Áreas Naturales y Áreas Naturales Protegidas (Encabo, 2011), hace hincapié en que el disfrute de la naturaleza conlleva una responsabilidad para con la biodiversidad y los seres humanos que va más allá de la satisfacción del visitante y el incremento de la demanda (Encabo et al, 2016).

## **METODOLOGÍA**

La metodología está basada en el Modelo Recreación y Turismo en Conservación (Encabo et al, 2016), que integra el manejo ambiental de la conservación de la biodiversidad y que ahonda en la perspectiva del disfrute en naturaleza como un derecho humano

Se tiene en cuenta como unidades de relevamiento los sitios de uso recreativo turístico, los visitantes, los prestadores de servicios, los administradores del Observatorio y el personal que desempeña tareas vinculadas al turismo.

Se trabaja con indicadores de la ecología de la recreación y el turismo, aplicados al tema como: Indicadores de la calidad en la observación de la noche (Manning, et al 2015); Capacidad de Carga Turística (CCT Cifuentes, 1992), Escala de Bortle (Bortle, John E. 2001).

## **RECREACIÓN Y EL TURISMO ASTRONÓMICO EN EL OBSERVATORIO CESCO Y EL PARQUE NACIONAL EL LEONCITO**

El Observatorio Cesco, es una Estación Astronómica de altura, está ubicado en el Parque Nacional El Leoncito (PNL) en el Departamento de Calingasta (SO de Provincia de San Juan). Desde su creación se ha dedicado a la investigación astronómica y a un trabajo científico – educativo.

Para conservar las características ecosistémicas y garantizar la mayor protección posible de la calidad paisajística y atmosférica, se crea el área protegida (AP): primero como Reserva Astronómica y luego como Reserva Natural Estricta para, en el 2002, denominarla Parque Nacional El Leoncito (PNEL) que tiene entre sus objetivos “conservar una muestra representativa en buen estado de la Precordillera cuyana, con las tres provincias biogeográficas de la región: Monte, Puna y Altoandina”, así como “brindar el marco adecuado para divulgar la importancia de la conservación de la naturaleza en el área, como complemento de las tareas educativas llevadas a cabo en los Observatorios Astronómicos - (NACIONALES, 2009) (APN, 2009).

Al ser sitio de ambiente árido, con vegetación baja y achaparrada es amplia la visión panorámica, posibilitando mayores vistas. En dichos sitios la vegetación es necesaria para regular el vapor en la atmósfera y sostener el suelo, lo que permite mitigar el problema de polvo en suspensión, por lo que conservar

dichas áreas es necesario. Como ejemplo en cuanto a protección del cielo, se encuentra el Parque Nacional el Leoncito (en la Provincia de San Juan) cuyo objetivo lo hace único en Argentina, y es la conservación de los biomas allí presentes tales como el Monte, la Puna y los Altos Andes, para contribuir al mantenimiento del cielo, evitando las consecuencias de actividades humanas que generan luces y polvo atmosférico que amenazan seriamente su calidad natural, así como mantener los cielos prístinos mediante la conservación de la naturaleza (cualidades que se mantienen gracias a la Ley de la Provincia de San Juan 5771/87 y el Decreto Nacional 46/94 de Creación del área protegida). (Torre, 2015)

En los últimos años el Parque ha notado un aumento significativo de visitantes donde el 95% recorren al menos uno de los observatorios. El tránsito y el movimiento de visitantes en el área protegida (AP) permitieron registrar polvo en suspensión y también los centros poblados cercanos incrementaron su desarrollo por el turismo y con ello los riesgos de contaminación lumínica. En tal sentido se trabaja en un manejo de la recreación y el turismo integrado a las demás acciones de manejo del área protegida que otorgue valor a los recursos en especial al cielo – paisaje nocturno, reconocimiento y posible mitigación y solución a los impactos y garantizar la conservación de la Naturaleza.

En las últimas décadas a partir del aumento de las visitas se han puesto en marcha diversas acciones que posibilitan la observación astronómica para los visitantes, planteado como Turismo astronómico, pero que también atienden a las oportunidades recreativas - educativas para la región. Esto ha sido posible por dos aspectos significativos establecido desde Naciones Unidas sobre el tema de observación nocturna en visitantes (Asociación Starlight, 2007):

**a.** La astronomía constituye una rama de la ciencia que aporta un caudal constante de beneficios no suficientemente valorado en nuestros días, por lo resulta significativo valorar el trabajo realizado en turismo astronómico en el Observatorio Cesco

**b.** El Observatorio es una institución operativa (dependiente de la Universidad Nacional de San Juan y localizado en un Parque Nacional) que ofrece buenas condiciones para el desarrollo de la astronomía avanzada, considerando que la calidad astronómica está principalmente definida por la transparencia de sus cielos y por el número de horas de observación útil al año. Esto está íntimamente relacionado con la climatología del lugar y de sus características biogeográficas.

### **Características del Mirador Astronómico y la visita**

El Mirador Astronómico se encuentra a 31° 48'S y 69° 19'O a 2.353 msnm en la Estación Astronómica de Altura Dr. Carlos U. Cesco - Parque Nacional El Leoncito, Departamento de Calingasta - de San Juan. Es una plataforma de 90 m<sup>2</sup> de cemento que aprovecha un desnivel natural en el terreno de mayor altura como mirador natural. Se construyó en forma de semi círculo un borde

de 40 cm para cerrar el sitio de observación y riesgo de caída y puede usarse para sentarse (50 personas) y observar proyecciones que se hacen.

En el marco de los festejos por los 47 años de vida, de la Estación Astronómica Dr. Carlos U. CESCO, el Observatorio Astronómico Félix Aguilar comenzó a realizar la atención de los visitantes, delegaciones escolares y público en general; en la nueva plataforma con un moderno diseño que permite atender grupos de hasta 50 personas por turno.

La misma se construyó siguiendo las recomendaciones y pautas establecidas para no entorpecer la observación científica que se lleva a cabo en el mencionado centro.

La moderna plataforma cuenta con la debida instalación eléctrica y las protecciones necesarias para hacer de la visita nocturna un rato distinto, ameno y seguro. La proyección de videos astronómico son acompañadas por explicaciones claras y sencillas, el reconocimiento de constelaciones y la observación de astros con telescopio completan las visitas nocturnas que ofrece el observatorio todos los días del año. Asimismo se realiza para los aficionados de la fotografía, una sesión de fotos en semana de luna llena, donde neófitos y profesionales pueden desplegar sus cámaras y atrapar los hermosos paisajes nocturnos que pueden apreciarse en la Estación Astronómica Dr. Carlos U.CESCO.<sup>3</sup>

Asimismo se cuenta actualmente con dos telescopios:

- el telescopio Orión de 20 cm reflector de posicionamiento y seguimiento manual (que se pueden apreciar los mecanismos de cómo posicionar el telescopios y cómo seguir los astros , es decir los movimientos de la esfera celeste
- los telescopios Meade LX90 de 10 pulgadas programado con GPS incorporado y una base de datos de 30.000 objetos. Esto permite una mayor agilidad cuando grupos numerosos deben realizar la observación especialmente por el seguimiento automatizado. El primero de los telescopios fue donado por la empresa Xtrata Cooper desde el programa "Por un cielo sin contaminación " que tiene el observatorio, para fines de divulgación científica y turismo astronómico) (Figura 1 y 2 )

Para mitigar las bajas temperaturas se gestionó a través del Municipio de Calingasta y mediante proyecto presentado en Ciencia y Técnica de la provincia, la adquisición de un Domo, estructura de caños galvanizados de 50 metros cuadrados. Estructura de fácil armado y se caracteriza por su versatilidad y firmeza. La carpa que reviste el domo, también puede ser transparente y esto permite realizar alguna observación desde allí mismo. Se aprovecha también como espacio de refugio, intervalos, café o firma de registros, entre otros. (Figura 1 y 2)

(3) Reporte realizado por Héctor López para la Estación Astronómica Dr. Carlos . U. Cesco

Figuras 1 y 2: Plataforma y nuevos instrumentos de observación nocturna.



Fotos: Héctor López

Las visitas nocturnas est n destinadas por sobre todo a la familia, dónde niños y personas mayores no se sientan excluidos, la recomendación es concurrir con abrigo y elementos que les sean de utilidad como linternas, binoculares, GPS, etc. Pero por sobre todo predispuestos a seguir los consejos de los Guías para apreciar y disfrutar la visita.

Actualmente el flujo de visitantes varía entre 100 a 400 visitas por semana, viéndose incrementadas en fines de semanas extendidos, receso invernal, vacaciones y sobre todo en Semana Santa.

El observatorio recibe actualmente entre 9.000 y 10.000 personas durante las visitas nocturnas al año, por lo que reconocer los impactos de las vistas nocturnas lleva a considerar acciones de manejo adecuadas para mitigar y/o revertir los mismos.

## MANEJO DE LA RECREACIÓN Y EL TURISMO ASTRONÓMICO EN CONSERVACIÓN

A partir de un trabajo conjunto entre la Universidad Nacional de San Juan y la Universidad Nacional del Comahue<sup>4</sup>, se han ido generando procedimientos metodológicos en el manejo de aprovechamientos recreativos del área natural Observatorio Dr. Cesco en el área protegida Parque Nacional El Leoncito, resaltando las siguientes estrategias:

*(...) un hecho cultural colectivo que evoca un ser o un acontecimiento sagrado o profano a través de ceremonias, rituales, festejos o actos conmemorativos en donde las creencias, los valores, los sabores, la memoria y la historia local salen a relucir con ritmo festivo (Dirección de Desarrollo de la Oferta, 2009, p. 1).*

(4) Proyecto UNCo T051: Interacciones de la recreación y el turismo con la biodiversidad. Nuevas perspectivas desde la conservación – Dir. Matilde Encabo – FATU - UNCo y Proyecto PDTs RES. 1277/16 Accesibilidad al turismo astronómico en Calingasta. Dir. Héctor L pez – FCFEN – UNSJ.

La incorporación de estas últimas al patrimonio inmaterial de un lugar ha sido ejecutada por la UNESCO en el año 2003, por considerarlas “componentes indiscutibles de identidad, signos de lo propio, vehículos de tradiciones, promotores de la cultura” (Coscia, 2011: 367).

### Estrategias de manejo

- Estudio a través de indicadores de las problemáticas que ocurren en la observación del cielo nocturno por los visitantes y la observación astronómica.

A partir de un estudio de la luminosidad en el área de observación y de sitios cercanos, los resultados obtenidos (ver tabla 1), se elaboraron indicadores para mostrar y demostrar los efectos de la contaminación y las alteraciones a las condiciones del cielo - paisaje nocturno, como aportes al manejo de la recreación y el turismo en el área protegida y en el observatorio, y que permitirían realizar monitoreo de las situaciones

A partir del análisis de la iluminación en el entorno del Observatorio se considera que el cielo del área natural del Observatorio Cesco- PNEL y la localidad Barreal-Villa Pituil es **Clase 3: Cielo rural** según la escala de Bortle (2001), donde se identifica alguna contaminación lumínica a lo largo del horizonte, las nubes pueden aparecer levemente iluminadas en las partes más brillantes del cielo cerca del horizonte pero son oscuras arriba, la tonalidad del cielo es azul, la Vía Láctea todavía parece compleja, y cúmulos globulares son objetos distinguibles a ojo desnudo y la luz zodiacal es distinguible llamando la atención.

Tabla 1 Indicadores de contaminación del cielo – PNEL

Contaminación Visual	Dispersión de luz artificial en el cielo
Contaminación Lumínica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad del cielo</li> <li>• Ubicación y disposición los postes en espacios públicos</li> <li>• Tipo lámpara</li> <li>• Tipo y cantidad de luminaria</li> <li>• Posición de la lámpara en la Luminaria</li> <li>• Orientación de la boca del reflector</li> </ul>
Polvo en Suspensión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Velocidad de los vehículos</li> <li>• Estabilidad del terreno</li> </ul>

Fuente: Torre, Lépéz, Buchiniz (2012)

- Implementación de un escenario específico para la Plataforma de observación para visitantes con Instrumentos como telescopios, contemplando sistemas de accesibilidad.

Hasta el 2012 se desarrollaban las visitas nocturnas en una plataforma existente y cercana al sector de telescopios de uso exclusivo para la investigación

astronómica, lo que significaba restringir las observaciones astronómicas por el tránsito vehicular (por la luminosidad) y de personas en el sitio. Se sumaba a ello el viaje hasta los centros científicos desde la más cercana localidad, Barreal, distante a 30 km, generando con ello un mayor resplandor lumínico de los automóviles hacia la atmósfera, mayor movimiento de polvo en lugares frágiles a la erosión y sobre todo alteración sonora para la avifauna del lugar. (Torre, López, y Buchiniz, 2012).

Visualizados estos impactos se construye la Plataforma del Mirador Astronómico actualmente en uso, en sector alejado de los telescopios y cercano a la residencia donde se asiste caminando (evitando el tránsito vehicular y permitiendo al visitante acostumbrarse a la oscuridad de la noche para una mejor observación).

El Mirador resulta óptimo para la vista nocturna permitiendo la observación de astros, planetas, luna, cúmulos, nebulosas entre otros cuerpos celestes, en un cielo limpio y transparente. El espacio del Mirador brinda comodidad para desplazarse y para observar en la noche, reconociendo que las bajas temperaturas restringen la satisfacción de visitantes en algunos casos mientras que en otros deja de ser un tema a considerar al comparar con la observación que se está realizando. Para la visita nocturna se solicita abrigo y se brinda un café para mejorar la experiencia en la fría intemperie.

- Folletería interpretativa y mejoras en el Centro de Interpretación.

Es de prioridad brindar folletería o material interactivo que permita un mayor reconocimiento del sitio a los visitantes y que puedan eventualmente recomendar a la visita. La folletería muchas veces realizada se destina a las visitas diurnas que también posee el observatorio en el Centro de Interpretación Hugo Mira.

- Aplicación de la capacidad de carga del Mirador Astronómico permitiendo su manejo y óptimo aprovechamiento y satisfacción de los visitantes.

Reconocer los impactos de las vistas nocturnas lleva a considerar acciones de manejo adecuadas para mitigar y/o revertir los mismos. Se identifica así la necesidad de aplicar una metodología de capacidad de carga para el Mirador Astronómico actualmente en uso con criterios de definición cuanti-cualitativos y reconociendo el estar en un área protegida (Torre, López, 2012).

Se planteó el modelo propuesto por Cifuentes (1992), considerando la Capacidad de Carga Física (CCF), Capacidad de carga real (CCR) y Condiciones de Manejo (CM) para establecer la Capacidad de carga efectiva (CCE).

Los resultados de los cálculos realizados permiten identificar las condiciones de manejo como las más restrictivas. Utilizar dos telescopios implica más personal para montar el escenario y controlar los instrumentos. Asimismo el personal capacitado es otra de las condiciones a atender. En tal sentido se trabaja actualmente en la capacitación de profesionales de turismo de la Universidad Nacional de San Juan y la Universidad Nacional del Comahue (Acta

acuerdo Res. 400/07) así como del personal de asistencia que ya se desempeña en el observatorio y colabora con las tareas.

Tabla 2 Capacidad de Manejo del Mirador Astronómico para Capacidad de carga efectiva

Capacidad de manejo	100%	75%	25%	10%
$CCE = CCR \times CM$	65 visitantes	48 visitantes	16 visitantes	6 visitantes

Fuente: Torre, G & López, H. 2012

Es necesario saber que los organismos, instituciones, actores privados y visitantes, deben conocer las reglamentaciones de la recreación y el turismo en relación a la conservación de la naturaleza y cumplimentarlas. Esa responsabilidad implica priorizar la protección de la biodiversidad con uso recreativo y turístico, incluyendo la opción de restringir servicios turísticos u obras si implican un impacto inadmisible sobre los recursos naturales y / o sobre la población local. (Encabo et al, 2016).

### **Estrategias de Educación ambiental**

- Voluntariado Valorar el recurso cielo: a través de involucrar a estudiantes universitarios en la divulgación de la ciencias y convirtiéndose en Interpretes del recurso cielo.

Con la participación de estudiantes universitarios (15) de la Facultad de Turismo de la UNCo, que a partir de la capacitación actuaron como mediadores con alumnos de nivel medio e inicial, así como capacitación a los docentes (70 alumnos), con centros educativos de la Provincia de Neuquén (Ciudad de Neuquén, Prottier y Villa Traful).

- Prácticas educativas formativas: para estudiantes universitarios de carreras afines a la Recreación y el turismo y a la astronomía.

Las instancias que movilizan estas prácticas se desprenden de estudios e investigaciones que desde Proyectos del GRyTeC Grupo Recreación y turismo en conservación (FATU – UNCo) y Proyecto Desarrollo del turismo astronómico para el área de la Estación Astronómica Cesco – UNSJ y UNCo se vienen realizando en los últimos años. Dichos estudios indican que sitios dotados de gran belleza paisajística est n siendo intervenidos con malos hábitos en la iluminación nocturna artificial, y también invadidos por crecimiento urbano desordenado e improvisado con sus propias consecuencias o mega emprendimientos mineros, que amenazan el equilibrio y el soporte natural de los ecosistemas. (L pez, Torre, 2013).

En este contexto la práctica se ve fortalecida en el contacto de estudiante con el turista que se encuentra desarrollando la actividad, poniendo a prueba sus capacidades y habilidades de aprendizaje.

Los programas que se realizan encuentran cada vez más interesados

y se van potenciando entre sí, pasando de exposiciones y visitas guiadas a alumnos, luego a prácticas y capacitación de estudiantes universitarios en turismo, que se involucran con temas de tesis e investigaciones, a plantearse su futuro laboral, profundizando su especialidad como guías de observación del cielo, o incluir ésta alternativa en la prestación de sus servicios turísticos (hotelería, gastronomía).

- Programa “Por un cielo sin contaminación”, con un desarrollo en la Educación Ambiental

El programa es parte de un diagnóstico de necesidades educativas de un grupo social concreto, para ampliar el conocimiento hacia la conservación del recurso cielo a las escuelas de las localidades cercanas a al Observatorio y el PN El Leoncito, localidad Barreal; Calingasta, superando los 300 estudiantes anuales y con resultados muy positivos.

La Educación Ambiental no formal, es un proceso de transmisión de conocimientos, aptitudes y valores ambientales que acompaña al Sistema Educativo institucional (escuela), y se trata en este trabajo de abordar la propuesta de Educación ambiental asociada al turismo astronómico y la conservación del recurso cielo que se realiza en la Estación Astronómica Dr. Carlos U. Cesco denominada “*Por un cielo sin contaminación*” y que ha generado diversas propuestas y ampliado su campo de difusión promoviendo propuestas para la divulgación del recurso cielo – paisaje nocturno en Conservación

Es un programa asociado y vinculado a una de las actividades más antiguas en la historia de la humanidad como lo es la Astronomía. Esta ciencia que atrapa, convoca e intriga despertó en los últimos años un creciente interés por conocer los sitios, los programas, los instrumentos y sobre todo las instituciones donde se desarrolla esta actividad científica. En 2016 el Programa ha tenido un alcance de 286 estudiantes y docentes de la zona aledaña al Observatorio.

- Programa de “Turismo Estudiantil Universitario”

Organizado desde el Observatorio Cesco consta de un albergue estudiantil destinado a estudiantes de distintos lugares del país, que puedan realizar intercambios y conocer determinados sitios que por su actividad, ubicación y valor científico se destaquen en aspectos vinculados a las ciencias, cultura y paisajes naturales, rescatando especialmente el conocimiento de un sitio astronómico.

## PRINCIPALES CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Los sitios de observación del cielo que actualmente son aprovechados por la recreación y el turismo requieren de estrategias de manejo para su conservación, considerando para ello, las condiciones naturales del sitio y especialmente si es un área de gran fragilidad y un área protegida.

Resulta significativo aprovechar el conocimiento científico que en los observatorios astronómicos se genera y promover la visita con responsabilidad ambiental. En tal sentido es relevante el estudio de los efectos sobre la biodiversidad de la actividad de observación del cielo, turismo astronómico en las diferentes etapas; por lo que es necesario el conocimiento sobre los componentes y procesos naturales del ambiente involucrado

El eficiente manejo de la recreación y el turismo astronómico en el Parque Nacional el Leoncito y específicamente en el Observatorio Dr. Cesco, debe estar sustentado en programas de gestión concretos y que estén en armonía con conservación de los ambientes naturales presentes en el área, dado que el conjunto constituye el "Sitio Astronómico" espacio natural y cultural objeto de estudio.

El estudio de capacidad de carga como forma de manejo del sitio astronómico permite reconocer aspectos en los que trabajar en pos de una mayor satisfacción del visitantes y por sobre todo en conservar las condiciones ambientales especialmente del recurso cielo paisaje nocturno y divulgar conocimiento sobre el universo.

La construcción del conocimiento va más allá del espacio formal, en donde las prácticas educativas se pueden trasladar a otro tipo de escenarios para incentivar en los estudiantes el contacto con la realidad y el interés por la investigación, propiciando ámbitos, del modo en que lo haría un profesional. Es importante por ello, la búsqueda de formas efectivas de aprendizaje en donde se comprendan las múltiples interrelaciones en el espacio – cultura que permita generar un conocimiento más profundo, útil y que promueva un eficiente profesional en turismo.

Las estrategias educativas, de investigación y extensión, vinculadas a la recreación y al turismo en conservación, fortalecen las opciones del perfil del profesional en Turismo y el desarrollo continuo de la investigación astronómica.

Es fundamental conservar las condiciones ambientales que benefician tanto la atmósfera, el paisaje circundante y posibilitan la observación del cielo como experiencia recreativo – turística.

Es necesario el seguimiento y monitoreo de las estrategias de manejo, para minimizar posibles impactos y asegurar un aprovechamiento a largo plazo en beneficio de todos los actores involucrados.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Administración de Parques Nacionales. (2009). Plan de manejo de Parque Nacional El Leoncito, San Juan (formato pdf).

- Asociación Starlight (2007).** Reservas Starlight, Concepto. Documento de trabajo preparado en colaboración con: IAU (Unión Astronómica Internacional) UNESCO-WHC (Iniciativa Astronomía y Patrimonio Mundial), MAB (Programa Hombre y Biosfera), CIE (Comisión Internacional de Iluminación), OIPC-IAC (Instituto de Astrofísica de Canarias) UNESCO en París, Centro de Patrimonio Mundial. Disponible en <http://www.starlight2007.net/pdf/ReservaStarlight.pdf>. Recuperado: abril 2017.
- Bortle, John E. (2001).** The Bortle Dark-Sky Scale. Revista Sky and Telescope. Disponible <http://www.skyandtelescope.com/resources/darksky/3304011.html>. Recuperado: noviembre 2009.
- Boschi, A. y Torre, G. (2014).** El paisaje en las ciudades de Argentina. Neuquén, EDUCO - Universidad Nacional del Comahue. 30 p.
- Buchiniz, Y.; Torre, G. & López, H. (2010).** El valor de recurso cielo – paisaje nocturno y la contaminación lumínica”, Congreso Ambiental 2010, UNSJ San Juan.
- Cámara de Diputados de la Provincia de San Juan (1989).** Ley de protección de la calidad del cielo en las inmediaciones del complejo astronómico el Leoncito Ley 5771. – 1/10/1989- San Juan.
- Cifuentes, M. (1992).** Determinación de la Capacidad de Carga Turística. Edit. WWF. CATIE. Turrialba. Costa Rica.
- Encabo, M. (2011).** El Modelo Recreación, Turismo y Conservación en la Naturaleza. Buscando el equilibrio, en Actas del Simposio Biodiversidad, Turismo y Recreación en Áreas Naturales y Áreas naturales protegidas, V Jornadas Interdisciplinarias sobre Biodiversidad de las Zonas Áridas y Semiáridas. Neuquén. Facultad de Ciencias del Ambiente y la Salud. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén.
- Encabo, M.; Sánchez, S.; Torre, G.; Paz Barreto, D. Andrés, J.; Mastrocola, Y.; Vázquez, M. Y Cánepa, L. (2016).** Uso Responsable de biodiversidad. Revisando el modelo recreación y turismo en conservación. Anuario de Estudios en Turismo – Investigación y Extensión. Año 16 - Volumen XI. Facultad de Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. pp. 8-20. Disponible en <http://fatuweb.uncoma.edu.ar/Archivos/Anuario%20FATU%2011%202016.pdf> Recuperado: abril 2017.

- Fundación Starlight, (2015). Otra manera de Iluminar los sitios de la UNESCO: Ahorrando Energía y Recuperando las Estrellas, Fundación Starlight con el patrocinio de iGuzzini, Disponible en <http://www.unescocan.org/pdf/IluminandoSitiosUNESCObr.pdf>. Recuperado:16 de Junio de 2017.
- Gudynas, E. (2010). Desarrollo Sostenible: Una Guía Básica de Conceptos y tendencias hacia otra Economía. Otra Economía - Volumen IV - N° 6: 43-65.
- López, H. Torre, G. (2007). Turismo astronómico y Recurso Cielo. Convenio UNCo – UNSJ Proyecto Desarrollo del Turismo Astronómico en el Área de la estación Astronómica Dr. Carlos U. Cesco. Disponible en [www.turismoastronomicocesco.info](http://www.turismoastronomicocesco.info)
- López, H, (2008). Programa Por un cielo sin contaminación. Oafa – FCFN- UNSJ - San Juan.
- López, H. Y Torre, G. (2013). La Educación Ambiental asociada al Turismo Astronómico y la Conservación. En: Actas IX Convención Internacional sobre Medio ambiente y Desarrollo - VII Congreso sobre Áreas Protegidas Habana.
- López Bonilla, J. y L. López Bonilla, (2008). La capacidad de carga turística: Revisión crítica de un instrumento de medida de sostenibilidad. Revista El periplo sustentable. Universidad autónoma del Estado de México. N° 15.
- Manning, R., E. Rovelstad, C. Moore, J. Hallo, and B. Smith. (2015). Indicators and standards of quality for viewing the night sky in the national parks. Park Science 32(2). Disponible en [https://www.nature.nps.gov/ParkScience/archive/PDF/Article\\_PDFs/ParkScience32\(2\)Fall2015\\_Manning\\_et\\_al\\_3826.pdf](https://www.nature.nps.gov/ParkScience/archive/PDF/Article_PDFs/ParkScience32(2)Fall2015_Manning_et_al_3826.pdf). Recuperado: 16 de junio de 2017.
- Observatorio Astronómico Félix Aguilar Oafa. (2010). Astronomía de Sistemas Planetarios y parámetros de Estructuras Galácticas ASIPEG , Oafa – Facultad de Ciencias Exactas Físicas y Naturales – UNSJ. Recuperado: junio 2017. Disponible en <http://www.oafa.fcfn.unsj-cuim.edu.ar/OafaNew/Servicios/EstCarlosUCesco/EstCarlosUCesco.htm>
- Torre, G. y López, H. (2010). El recurso cielo como producto recreativo en Encabo, M; S. Sánchez; G. Torre. Módulo Medio Ambiente y Producto Recreativo. (Revisada). Maestría Teorías y Políticas de la Recreación Departamento Postgrado Facultad de Turismo. Universidad Nacional del Comahue- EDUCO-REUN. Neuquén.

- Torre, G. (2011). El Recurso Cielo - Paisaje Nocturno En El Parque Nacional El Leoncito Provincia De San Juan, Argentina – Simposio: Biodiversidad, Turismo y Recreación en Áreas Naturales y Áreas Naturales Protegidas V Jornadas Interdisciplinarias sobre Biodiversidad de las zonas áridas y semiáridas UNCo. Editorial EDUCO. Neuquén.
- Torre, G y López, H. (2012). La Capacidad de carga turística para el Mirador Astronómico Dr. Cesco – PN El Leoncito. Un aporte metodológico. Actas de VI Congreso Nacional Ambiental 2012- PRODEA – UNSJ. San Juan.
- Torre, G; López, H.; Buchiniz, Y. (2012). Estrellas Que Se Opacan. La contaminación lumínica puesta en evidencia. Editorial Académica Española Starbroken.
- Torre, G. (2015). Recurso cielo. Uso público turístico, recreativo en el Parque Nacional Laguna Blanca: experiencia de capacitación / Matilde Encabo... [et al.]. - 1a ed. - Neuquén: EDUCO - Universidad Nacional del Comahue, 67-84.

Recibido: 30/11/2017 | Aceptado: 02/02/2018

## EL VALOR DEL ARTE RUPESTRE EN LA ESTÉTICA DEL PAISAJE

### THE VALUE OF ROCK ART IN LANDSCAPE AESTHETICS

Mónica Beatríz Gelós<sup>1</sup>

Carolina Marzari<sup>2</sup>

Universidad Nacional del Comahue

### RESUMEN

*El presente trabajo se centra en el sitio de arte rupestre Colomichicó ubicado en el Departamento Minas, en el Norte de la Provincia del Neuquén a 2.000 msnm. Su selección se basa en factores que responden a elementos históricos, arqueológicos, estéticos, paisajísticos y geológicos, siendo el más sobresaliente, la variedad y cantidad de grabados que allí se encuentran. Son más de 800 bloques, con 2400 grabados; en un ambiente natural, que debe ser considerado no sólo desde su valor como recurso natural, sino desde su valía estética. Esto implica el "paisaje natural" y su complementariedad con el arte desde una perspectiva integral.*

**Palabras claves:** patrimonio - paisaje cultural - valor - conservación - turismo.

### ABSTRACT

*The present work is focused in the site of rock art Colomichicó located in the Department of Mines, in the North of the Province of Neuquén to 2.000 msnm. Its selection is based on factors that respond to historical, archaeological, aesthetic, landscape and geological elements, being the most outstanding, the variety and quantity of engravings that are there. They are more than 800 blocks, with 2400 engravings; in a natural environment, which must be considered not only from its value as a natural resource, but from its aesthetic value. This implies the "natural landscape" and its complementarity with the art from an integral perspective.*

**Keywords:** heritage - cultural landscape - value - conservation - tourism.

---

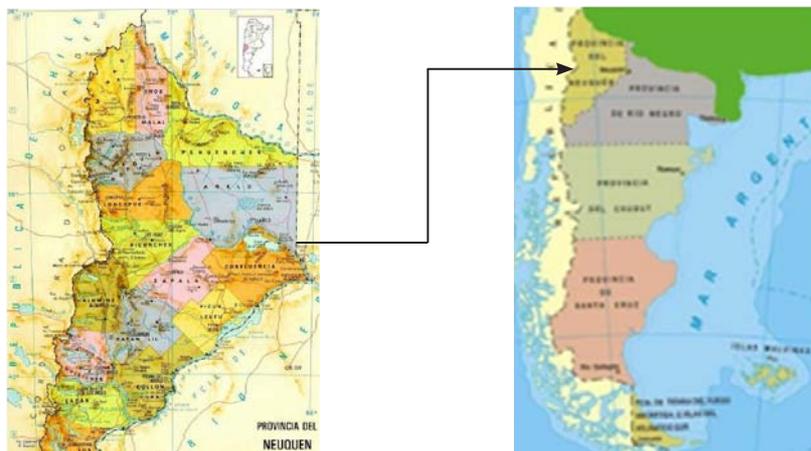
(1) Lic. en Turismo (Fatu - UNCo). Magister en Arte Latinoamericano (2006 UNCuyo). Categoría Investigadora 3. Cursos Posgrado Gestión del Patrimonio y Gestión y Salvaguardia patrimonio cultural inmaterial (UN Córdoba). Profesor regular investigador área Recursos Culturales Turísticos Fatu UNCo. Directora Proyecto Extensión y Co directora Proyectos de Investigación.

(2) Lic. en Turismo – FATU- UNCo; Master en Gestión Cultural de la Universitat de Barcelona. Docente e investigadora del Área de Recursos Culturales -Dpto. de Recursos Turísticos- FATU- UNCo.

## INTRODUCCIÓN

Para la elaboración del presente trabajo se tomó como núcleo básico el sitio de arte rupestre Colomichicó, ubicado en el Departamento Minas, en el Norte de la Provincia del Neuquén; aproximadamente a 2000 msnm, en la ladera occidental de la Cordillera del Viento, con intervisibilidad sobre más de diez sitios de diversas dimensiones.

Figura 1: Ubicación del sitio de arte rupestre Colomichico en la Provincia del Neuquén.



Fuente: Provincia del Neuquén - Patagonia

Los componentes que han influido en la selección de este sitio responden a elementos históricos, arqueológicos, estéticos, paisajísticos y geológicos. El factor sobresaliente es, la variedad y cantidad de grabados que allí se encuentran. Más de 800 bloques desperdigados en un radio de 52 hectáreas, con más de 2400 grabados.

Es menester señalar, que este estudio corresponde a un capítulo de un trabajo de mayor complejidad; del proyecto denominado: "Propuesta de Preservación y Plan de Manejo de sitios con Arte Rupestre: Caso Colomichicó." Dirigido por la Prof. Teresa Vega. Éste es producto de un convenio interinstitucional firmado en el año 2000 entre el Ministerio de Producción y Turismo de la Provincia del Neuquén, a través de la Subsecretaría de Turismo y con la Universidad Nacional del Comahue a partir de un grupo de investigadores de la Facultad de Turismo y con la participación de la Dirección de Cultura Provincial. Esta propuesta pretende, por una parte, aunar órganos oficiales (municipios, secretarías, subsecretarías y una universidad nacional) con los intereses y necesidades de distintas comunidades; por otra, propender a la conservación y preservación del patrimonio cultural arqueológico. La iniciativa

general, se apoya en la metodología de trabajo propuesta por Stanley Price, presidente del ICCROM – Roma quien establece que las medidas para la protección y conservación de cualquier sitio arqueológico deben ser parte de un plan general para la administración del sitio y el área circundante.

La depredación y degradación que venía sufriendo el sitio con el advenimiento del fenómeno turístico no controlado ni administrado, llevó a la necesidad de elaborar un Plan de Manejo del sitio y su entorno; para el cual, era fundamental considerar ambos aspectos para su diagramación, conservación, y también que pueda servir para maximizar la calidad de la experiencia de los visitantes; de ahí la importancia de su incorporación en el plan.

**Objetivo General:**

- Definir la valía estética del paisaje circundante del sitio con arte rupestre Colomichicó como atributo constitutivo del mismo.

**Objetivos Específicos:**

- Identificar los aspectos más característicos de la visualidad estética del entorno ambiental rupestre del sitio.
- Definir las cualidades estéticas del paisaje circundante al sitio.
- Evaluar el valor estético del paisaje circundante en relación sistémica al arte rupestre del sitio.

**METODOLOGÍA**

Diversos autores (Fines, 1968; Garling, 1976; Craick, 1975; Gómez Orea, 1978; Stevenson, 1970; Hebblethwaite, 1973; Linton, 1968; Tandy, 1971; Ramos, 1980; Carlson, 1977; Dunn, 1974) entre otros, han desarrollado métodos para la valorización del paisaje, que se deben tener en cuenta cuando se aborda la planificación y gestión de bienes en el contexto del medio natural.

La clasificación y abordaje de métodos de valoración de calidad visual del paisaje desarrollada por Aguiló (2001), tienen en cuenta los estudios desarrollados por multitud de autores y organismos. En ella se recoge la división de los métodos en directos, indirectos y mixtos. Los métodos directos son aquellos que son totalmente objetivos, los indirectos tenderían a considerar elementos subjetivos, mientras aquellos que son mixtos tienen en cuenta ambos tipos de elementos. Los métodos objetivos, no tienen en cuenta la impresión que sobre paisaje tiene el observador, la valoración en este caso es de forma indirecta, es decir, sólo se cuantifica la valoración que los elementos objetivos tienen sobre paisaje. Los métodos subjetivos, al contrario, valoran solamente las impresiones que sobre paisaje tiene el espectador.

En el método mixto se trata de incorporar a la valoración objetiva y la impresión del espectador, in situ ó mediante fotografías. Este método permite una respuesta que tiene en cuenta la valoración del observador; para el

caso del presente estudio se abordó la metodología propuesta por Milagros Escribano (1991:61) con adaptaciones en matrices de análisis ponderado confeccionadas ad hoc.

Asimismo, se ha trabajado sobre la base de triangulaciones varias, ya sea desde el punto de vista de las técnicas de recolección de datos como de fuentes y abordajes (cuantitativo y cualitativo); producto del carácter interdisciplinario de este estudio.

### **Breve caracterización física del área de estudio**

El área arqueológica donde se localiza el sitio de arte rupestre Colomichicó corresponde al sistema de los Andes de Transición. Está formado por dos cordones paralelos: uno, el encadenamiento que forma el límite, divisoria de aguas, aunque no contiene las mayores alturas y otra, formación anticordillera ubicada en forma paralela y separada por la cuenca del río Neuquén denominada Cordillera del Viento (donde se encuentra ubicado el sitio, sobre la ladera occidental del mismo)

El actual relieve patagónico se origina en el período geológico Terciario (aproximadamente noventa millones de años atrás). Con él culmina el proceso de elevación de la cordillera de los Andes que obliga al mar a una constante regresión e impone a la región su característico paisaje mesetiforme.

Al igual que toda la Patagonia el relieve de la Provincia del Neuquén se origina en el período geológico terciario, iniciándose también una serie de movimientos isostáticos (movimientos de acomodación de las placas continentales) que perduran hasta el presente.

El área en estudio forma parte de la denominada "Cuenca Neuquina", cuya acumulación sedimentaria corresponde al Jurásico y Cretácico, de la era secundaria (aproximadamente ciento ochenta millones de años atrás). El relleno se caracteriza por numerosos episodios de trasgresión y regresión con acumulación sedimentaria preferentemente marina. La fase de sedimentación marina se interrumpe en el Cretácico Superior al sobre elevarse el área, desvinculándose la región de la conexión con el Pacífico.

La conformación de este relieve tuvo numerosas consecuencias. En primer lugar, la presencia de una barrera montañosa constituida por la Cordillera Andina que disminuyó fundamentalmente la influencia de los vientos húmedos del Pacífico transformando el clima que imperaba entonces en un clima cada vez más árido.

En segundo término, una serie de desplazamientos migracionales de la flora y la fauna como resultado de los cuales los bosques, en especial Nothofagus, se retrajeron al pie de la cordillera mientras la estepa se acrecentaba hasta cubrir la casi totalidad de la Provincia.

Como consecuencia de la sobre elevación del área en el Cretácico Superior se generan estructuras de plegamiento (batolito andino), el fallamiento en el

sentido norte-sur (río Neuquén) y se da un intenso vulcanismo en el Cenozoico, era Terciaria.

El paisaje donde se localizan los yacimientos corresponde a un ambiente semi-árido, donde las geofomas con pendientes abruptas, valles angostos, relieves ásperos, elevaciones y roqueríos son los elementos significativos que constituyen el rasgo singular.

El fallamiento que ha dado origen a las líneas estructurales (valles longitudinales), separa a la cordillera principal de formaciones intercordilleranas como la "Cordillera del Viento". Esta mencionada formación es una dorsal segmentada en diferentes bloques sobreelevados, con desarrollo norte sur e importantes afloramientos de las rocas más antiguas (vulcanitas y plutonitas Perno - Triásicas). Estas forman parte del basalto de la región, en forma de placas continuas y con potencias máximas que superan los 1800 m.

Del período Terciario o Cenozoico sobre la cuenca Neuquina se depositaron rocas ígneas y petrográficamente de dos tipos: de composición andesítica (lavas-brechas) y de composición félsicas (ácido plutónicas - volcánicas). Los movimientos tectónicos de levantamiento que afectaron a la Cordillera del Viento tuvieron una marcada acción de empuje hacia el este, por lo que las mayores pendientes se dan en dirección opuesta (oeste).

Se destacan en el paisaje su origen volcánico, que se manifiestan como peñones o elevaciones con una mayor dureza (resistencia a los procesos de erosión) o como amplias mesetas o planicies.

El área presenta manifestaciones glaciares, aunque éstas no son tan frecuentes ni importantes como en los Andes Patagónicos. Pueden señalarse como testimonios a las lagunas de Epulafquen, glaciares del Domuyo y a las acumulaciones fluvioglaciares en los faldeos interiores, que dan una fisonomía de un paisaje de demolición. Suelos pedregosos pobres en materia orgánica.

La topografía como barrera de los vientos húmedos del Pacífico y la elevada altura sobre el nivel del mar sobre la que se ubican los yacimientos son fuertes condicionantes climático- biológicos. La resultante es un paisaje desértico de elevada altura de las nieves permanentes y el desarrollo dominante de la estepa gramínea.

En general los vientos dominantes son del cuadrante oeste - suroeste provenientes del anticiclón del Pacífico. En su origen son vientos húmedos, que descargan sobre la vertiente occidental de la cordillera principal, disminuyendo las precipitaciones hacia el territorio argentino (250 a 700 mm anuales aproximadamente).

El período de mayores precipitaciones corresponde al invierno, cuando las partes más elevadas se cubren de nieve, conservándola hasta la primavera.

Se carece de registros meteorológicos de los yacimientos, pero sí se pueden apreciar los valores correspondientes a localidades muy cercanas (Varvarco, Las Ovejas y Andacollo) y que poseen características similares siendo 20 ° la temperatura promedio en el mes más cálido (enero) y 5° en el mes más frío

(julio). En cuanto a las precipitaciones, se registran 25,33 mm en el trimestre más cálido y 251 mm en el trimestre más frío.

Las precipitaciones alimentan gran cantidad de torrentes que bajan de la cordillera formando los ríos (principales valles longitudinales). Parte del agua caída se infiltra en los depósitos fluvio-glaciares pasando a ser aguas subterráneas. La concentración de las precipitaciones, escasa vegetación y pendientes acentuadas, generan fuertes escurrimientos con crecidas de gran poder erosivo (de arrastre).

Las precipitaciones y temperaturas dominantes (datos anteriores), son una limitante para la actividad agrícola, que depende del riego, pero así, han permitido el desarrollo de una estepa gramínea, plantas xerófilas, con abundantes coirones y prados que, desde la época post conquista, son objeto de pasturas de la ganadería ovina y caprina (veranadas).

El ganado caprino y ovino ha sido y es uno de los sustentos del poblador local, y debido al sobrepastoreo que limita la reproducción de especies y el excesivo pisoteo del ganado desencadena procesos de erosión (lavado del suelo).

El río Neuquén ocupa la línea (falla) estructural norte-sur que separa a la cordillera principal de la cordillera del Viento, drenando desde sus cabeceras en las lagunas de Varvarco Campos una densa red de ríos y arroyos. A partir de estas características morfológicas y debido a sus condiciones climáticas, el río Neuquén presenta crecidas muy bruscas, coincidentes con los deshielos o con precipitaciones extraordinarias, limitante natural para el desarrollo de infraestructura de acceso y ocupación de valles (Vega, et. al. 1998).

### **Algunas consideraciones teóricas**

Si se analiza la etimología de la palabra paisaje en inglés (landscape), significa, decodificar la forma del espacio debajo de él y que va a condicionar la interrelación que pueda desarrollar el ser social para lograr determinadas materializaciones en el terreno.

Si "todo paisaje se compone no sólo de lo que descansa delante de los ojos del espectador, sino de lo que reside dentro de su cabeza" (Meinig 1976 citado por Criado Boado 2015, p.7), lo que está dentro de éstas es el concepto de espacio (Criado Boado 2015). De este modo, la experiencia humana del espacio involucra dos dimensiones; una material (el paisaje con su cultura material) y otra inmaterial, pensable (percepciones personales) pero ambas interrelacionadas y complementarias una de otra.

Desde una perspectiva ecológica y naturalista, el paisaje es anterior y externo al hombre, pero al ser el medio donde éste se desarrolla, va a condicionar sus conductas.

Si bien el estudio del paisaje visual tiene sus inicios a mediados del siglo XX, es en los últimos años que ha ido adquiriendo mayor relevancia al

considerarse la valoración de su calidad, fragilidad, capacidad de carga y posibilidades de uso.

Se aborda el paisaje como un ámbito de múltiples percepciones en el que se enhebran, entrelazan, recursos de carácter natural y cultural susceptibles de ser modificados por el accionar humano, que debe ser cuidadosamente tomado en cuenta, al momento de establecer estrategias de gestión y ordenación territorial (Bernaldez González 1973, citado en Delgado Martínez, 2016 p.235).

En la percepción que un individuo tiene de un paisaje entran en juego los cinco sentidos, pero sin duda alguna en la cultura occidental, el de la vista es el que prepondera por sobre los demás. Con él se tiene la primera aproximación a una valoración en la que la emoción juega un importante rol en la interrelación hombre – paisaje. Pero esto es sólo el comienzo, ya que las respuestas estéticas y afectivas asociadas con la percepción visual de los medios naturales no son acabadas dado que los sonidos, olores, la brisa del aire sobre la piel (viento), el andar a caballo, también producen reacciones en las personas.

Tampoco deben dejarse de lado los aspectos significativos y que hacen a la historia misma, el porqué de lo observado, esas capas que se pueden ir develando a medida que el individuo se compenetra e investiga en los aspectos naturales y sociales.

Para el caso de los bienes objeto del presente trabajo, esto es fundamental, ya que, para la elección de las rocas a ser grabadas, la persona, primero debió realizar una selección de entre otros sectores o sitios con rocas; optando por aquellas que cumpliesen con sus expectativas y búsquedas. Una vez definido esto ya sea por cuestiones de ubicación estratégica, características de las rocas (mineralógicas, de orientación de su cara a grabar, etc.), visibilidad entre otras, realizó los grabados en los que expresó determinados aspectos que para su cultura tuvieron un significado e importancia, aunque dada la imposibilidad de tener contacto con él son aún desconocidos; probablemente, hasta tanto se profundicen los estudios arqueológicos. Solamente se puede aspirar a continuar en el marco de las hipótesis de lo que allí se quiso plasmar, por lo que un análisis estético de sus formas y la manera que estos bloques se insertan en el medio natural, sin lugar a dudas, permiten el esbozo de una idea de cómo fue su pensamiento.

Sobre esta base, la estrecha relación existente entre el arte rupestre y el paisaje que lo circunda, obliga a considerar las dimensiones sociales, físicas y simbólicas de éste último (Criado Boado 1999:6 citado por Carden 2008, p.53):

- Dimensión física: es la matriz medioambiental de la acción humana.
- Dimensión social: hace referencia al paisaje como medio y producto de las relaciones entre los seres humanos.
- Dimensión simbólica: implica que el paisaje es una construcción mental, y como tal, no puede ser separado del fenómeno de la percepción humana, entendiendo que ésta involucra la adjudicación de significados y valores

(Ingold, 1993; Tilley, 1994; Daniels y Cosgrove, 1998 citados por Carden 2008, p.53).

Esto hace reflexionar acerca del carácter social de las manifestaciones rupestres en las que se tiene, por un lado, el soporte físico laboreado y condicionado por la topografía del lugar y por el otro, el simbolismo y significación social otorgado por el individuo o grupo que lo plasmó. Esto es, la existencia de factores medioambientales que condicionan la creación humana y la interpretación de lo allí representado.

Desde un enfoque integral el paisaje natural se encuentra en un tipo de relación simbiótica con los bloques grabados. Esto es: El paisaje natural de forma aislada posee un significado propio, auténtico e indiscutido - partiendo de la premisa básica en la cual "... la belleza es objetiva en el sentido universal ..." (Rizzi, 2000) Es entonces que al abordaje desde lo científico-técnico se le incorpore la mirada metafísica y así reconocer "...el valor, el sentido y el dónde va...". Si lo consideramos en conjunto con el legado cultural manifiesto en los bloques testigos del sublime arte del pasado hay una resignificación del sentido del paisaje y se convierte en parte de una individual heterotopía" (Heyd, 1995).

### **Análisis estético - paisajístico del sitio de arte rupestre Colomichicó como atractivo turístico**

Como se expresó anteriormente, la definición del valor del paisaje, se abordó a partir del uso de caracteres que posibilitan desmenuzar los aspectos estéticos que lo constituyen en categorías susceptibles de ser cualificadas. Dichos descriptores se aglutinan según sean componentes físicos (o elementos objetivos) y categorías estéticas (o elementos subjetivos). Entre los componentes primeros están el agua, la forma del terreno, vegetación, nieve, fauna, usos del suelo y los recursos culturales, correspondiendo a las segundas, aquellos en que se considera a la interpretación que de ellos hace el espectador (simbolismo, la unicidad, textura, etc.) y que son objeto de ponderación (Cañas et al., 1995 citado en Navarra Sáenz 2009, p.9).

### **Elementos constitutivos del paisaje**

Según la clasificación que propone Milagros Escribano, los principales elementos visuales son la forma, la textura, la línea, el contraste y el color, tomando al último como complemento de todos los anteriores.

Los componentes del paisaje se analizan sobre los diferentes elementos naturales o artificiales que lo constituyen. A los efectos de su estudio, éstos son denominados y agrupados en cuatro grandes áreas: tierra, agua, vegetación y estructuras o elementos artificiales.

Dichos elementos asumen características particulares en función de las variables utilizadas para su lectura estética que son: textura, línea, color, forma,

escala, espacio y visibilidad. Para el abordaje del análisis y evaluación en el territorio se utilizaron tres herramientas elementales; una es la ubicación de las cuencas visuales del sitio; el método para determinar la cuenca visual de un punto dado se basa fundamentalmente en el trazado de emisión de visuales desde el punto (líneas rectas), y su intersección con la altura que ofrece el relieve circundante. Para el caso del sitio Colomichicó las cuencas visuales son de gran amplitud en especial hacia el Noroeste y Suroeste. Esta delimitación es de suma relevancia para la evaluación posterior de impactos visuales y se asocia al segundo elemento de trabajo que es la intervisibilidad.

Aquí se analiza el territorio según el grado de visibilidad recíproca de todas las unidades detectadas entre sí (las líneas de las visuales trazadas, ayudan a determinar la cuenca visual entre los diferentes puntos o zonas del paisaje, es decir la intervisibilidad). A partir de esto se evalúa en tercer lugar, la amplitud de las panorámicas dentro de cada zona en relación con el entorno, considerando las diferencias de altitud circundantes. Para el caso del sitio la intervisibilidad es de un 85 % en relación al entorno general.

### **Evaluación de las Cualidades Estéticas del paisaje**

Al momento de aplicar el modelo de evaluación de las cualidades estéticas se analizan dos aspectos esenciales:

- La Potencialidad del Paisaje: que se deriva principalmente de la combinación del potencial de vistas, entendido como la visibilidad del territorio expresada en profundidad y amplitud de campo, así como de la calidad de las unidades accesibles a dichas vistas, que se define a partir del análisis de variables como escala, espacio, líneas, formas y texturas.

-La Fragilidad visual; es un concepto que va a indicar el deterioro que el paisaje experimenta mediante las actuaciones del hombre. Este concepto se opone al de capacidad de absorción visual, el cual es la capacidad que posee un paisaje de absorber visualmente modificaciones sin alteraciones de su calidad visual. Para el análisis se consideran prioritariamente las variables indicativas de espacio, escala, formas, líneas, color, textura y visibilidad.

### **Caracterización por modalidad que asumen los indicadores en el sitio según las variables analizadas**

**Forma:** Se caracteriza por sus variaciones geométricas, ángulos, curvas prolongadas etc. (la angularidad se agudiza durante el invierno por el efecto de la nieve y el hielo). Si bien tiene regularidad, los cambios de relieve y la angularidad le proveen mayor complejidad.

La vegetación no es relevante para el análisis de esta variable ya que es poca en altura prepondera la geomorfología como elemento definitorio. Ausencia de láminas de agua visibles. Afloramientos rocosos verticales y compactos. Orientación variada.

**Línea:** La mayor fuerza de líneas están dadas por aquellas que se elevan perpendicularmente a la línea del horizonte. Representadas in-abstracto como grandes bordes o límites de las elevaciones, o en la trama compleja y laberíntica que le brindan su forma hacia el interior - en términos de volumen y variedad de planos- y la continuidad con el resto de los elementos compositivos. Líneas oblicuas u horizontales crean ciertos puntos focales, pero de menor fuerza que los anteriores, por ej.: el curso del Arroyo Colomichicó el eje del paisaje varía en función del punto de observación que se tome debido a su nivel de apertura espacial definidos cuatro ejes en relación a los puntos cardinales.

Figura 2: Vista panorámica desde el Cerro Las Marcas hacia el Noroeste (aprox. a 200m. hacia arriba del sitio Colomichicó).



Fuente: Elaboración propia

**Color:** En función de las horas del día y tipo de iluminación se reconocen en su mayoría colores cálidos que van desde el amarillo seco al verde claro en un primer plano, luego se diluyen tintes fríos que van desde el verde al azul-grisáceo -efecto atmosférico en algunos casos y estacional en otros- pasando por una diversa gama de verdes y marrones.

No hay grandes contrastes, los mismos se generan en base a la forma, las luces y las sombras. Los efectos de la luz crean tonalidades interesantes, especialmente en los atardeceres de verano. La luz rojiza realza y tiñe la coloración natural intensificando los matices y otorgando mayor brillo y contraste en claros - oscuros desdibujando los tonos propios.

**Textura:** El grano es fino predomina, dado por la vegetación y las piedras sueltas que a lo lejos se visualizan como una rugosidad continua. Por otra parte, se encuentran sectores de grano medio producto de los diversos afloramientos rocosos compactos. De baja densidad, la distribución espacial de las irregularidades superficiales se presenta en partes por grupos -este es el caso de la vegetación de mayor altura ciertamente indicando posibles puestos) y por otro, en grupos de menor altura, pero superiores a la generalidad- y al azar -en el caso de los afloramientos rocosos- No hay un gran contraste interno.

**Escala:** Tomando el cuerpo humano como parámetro se compone una estructura de paisaje de gran escala y amplitud. Gran profundidad, sin cerramientos importantes e términos de observación – Ángulo de 360° de visión.

**Espacio:** se caracteriza como panorámico hacia el Oeste, hacia el Norte y hacia el Sur. Dominado por un elemento singular hacia el Este y cerrado hacia el Suroeste. Uno de sus componentes singulares y de mayor fuerza en relación al todo y a la escala.

**Condiciones de Visibilidad:** Distancia: En términos de visibilidad óptima y en relación a la posición del observador se identificaron desde el sitio como punto de observación superior hacia el Noroeste (cinco planos de percepción del paisaje). Desde el sitio como punto de observación inferior hacia el Noroeste un plano de percepción del paisaje de fuerte cerramiento escénico. Desde el sitio como punto de observación inferior hacia el Suroeste hace que la composición escénica del conjunto sea simple, y en un primer y único plano se obtenga una impresión precisa de sus elementos constitutivos. Desde el sitio como punto de observación superior y a nivel hacia el Suroeste se identifican tres planos de percepción del paisaje. Se deberán considerar para a observación el fuerte condicionamiento atmosférico para futuras observaciones para la identificación de los planos, referidos a la nitidez de percepción de los detalles.

Figura 3: Vista de los bloques grabados dispersos en el terreno



Fuente: Elaboración propia.

Los elementos anteriormente definidos dan forma a una composición paisajística única, de gran armonía, con una fuerza particular producto de sus condiciones espaciales y de baja variedad en cuanto a heterogeneidad de escenas. Resulta de importancia realizar la siguiente salvedad ; un cuadro posee un límite; marco que habla de diferentes escenas a los ojos del observador, un adentro – cuadro o composición menor- y un afuera –pared, atril, fondo, etc.- aunque tenga gran variedad interior, el observador capta de manera inconsciente dos grandes escenarios, lo mismo ocurre analógicamente con el paisaje, la variedad se da hacia el interior en un continuo en el cual la hetero-

geneidad es parte del todo interior en este caso particular indivisible en otras unidades. Se detectó una gran unidad irregular extensa, definida en función de la configuración topográfica y de su estructura geomorfológica.

Visto como atractor el paisaje natural funciona como un complemento importante del sitio con arte rupestre Colomichicó – específicamente haciendo referencia a los grabados - se lo ha considerado correspondiente a la jerarquía III, - dicha categoría implica que es capaz de atraer por sí mismo un flujo de demanda importante de visitantes a nivel nacional. Si se lo compara con otros sitios con arte rupestre a nivel internacional y que actualmente se encuentran puestos en valor y uso turístico, podemos afirmar que el sitio de Colomichicó es un atractivo de fuerte potencialidad. Que podría ser considerado en un futuro próximo correspondiente a la jerarquía IV, por su importancia desde el punto de vista arqueológico y científico, por una parte; y por otra, como patrimonio cultural único en sus características estético - formales y extensión geográfica, tal como lo reafirma su presentación formal para ser incluido por UNESCO en la lista de Patrimonio de la Humanidad.

La potencialidad de las vistas del paisaje desde el sitio (punto de observación), analizado desde la profundidad y amplitud de campo, es alta; y sumado a que es una sola unidad paisajística extensa, asumen también un atributo de alta fragilidad visual con baja capacidad de absorción de intervenciones en virtud de la preponderancia de espacios abiertos con predominio de horizontalidad repetitiva en los planos superpuestos de la composición del paisaje, que si bien posee alternancias; éstas no son significativas.

### **Definición del Paisaje Ecológico Rupestre**

Luego del análisis y de la reflexión sobre la forma en la cual los componentes del paisaje funcionan en un sistema holísticamente integrado en el cual el paisaje natural es un soporte que enmarca (en el constructo de la imagen, y en el aspecto físico también) a los bloques grabados; en una relación de constante interpenetración, conformando de esta manera un tipo de armonía particular, desde la organicidad de las piedras en su ciclo de evolución – meteorización, fracturas, lavados, desgaste, etc.-; en otras palabras, los componentes bióticos hacen que esos bloques, se compenetren con el ritmo de la naturaleza, formando parte o integrando el ecosistema propio del lugar. Es entonces allí que el proceso de la piedra está adaptado al ritmo biológico-ecológico del lugar.

Se presenta como un tipo de metamorfosis, donde no se habla ya de un paisaje natural únicamente, sino de una unidad de mayor complejidad que ha sido denominado “paisaje ecológico rupestre”. Del cual habrá tanta variedad como cantidad de componentes diferenciados y combinaciones posibles. Desde el punto de vista del análisis estético, la composición escénica también se ve modificada, porque hay un nuevo componente; ya no hay un paisaje

natural y otro cultural; sino un único paisaje que potencia y aumenta su valoración estética.

El análisis de la respuesta estética que produce el P.E.R. en el observador en términos de factores subjetivos - satisfacción, emociones, motivaciones, etc., - se encuentra en proceso a partir del análisis de las encuestas y entrevistas realizadas a los visitantes del sitio.

## **PRINCIPALES CONCLUSIONES**

Los resultados aquí presentados son en parte producto de los estudios de base que fueron realizados para tal fin, profundizados en el marco del trabajo actual en el que importa ampliar la base de conocimientos que permita no sólo abordar el arte y su entorno natural, en el esquema de su preservación y conservación, sino considerar el valor de dicha relación sistémica.

Son cinco las categorías de valores identificados en el sitio: históricos, científicos, estéticos, biológicos y asociativos.

La combinación de los distintos elementos constitutivos del paisaje crea composiciones en las cuales – de forma similar al análisis pictórico - se pueden distinguir cualidades comunes. Como resultado del análisis preliminar las combinaciones de los elementos dan forma a una composición paisajística única, de gran armonía, con una fuerza particular producto de sus condiciones espaciales y de baja variedad.

Se detectó una gran unidad irregular extensa, definida en función de la configuración topográfica y de su estructura geomorfológica; en una nueva unidad denominada como “paisaje ecológico rupestre”. De la cual habrá tanta variedad como cantidad de componentes diferenciados y combinaciones posibles.

Abordando la Convención de Patrimonio Mundial de UNESCO, en la que en su artículo 1 se reconoce que éstos representan las “obras combinadas de la naturaleza y el hombre” y que la Guía operativa para su implementación define determinadas categorías y subcategorías de paisaje, la subcategoría paisaje relicto o fósil es dentro de la que incluimos nuestro objeto de estudio. Así, el paisaje relicto (o fósil), está definido como aquel en el que un proceso de evolución finalizó en algún momento del pasado, tanto abruptamente como a lo largo de un cierto tiempo, aunque sus características significativas son todavía visibles en forma material. Es entonces, que se considera que el “paisaje ecológico rupestre” puede también ser tomado como una nueva subcategoría de los denominados paisajes culturales.

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Aguiló, A. M. et al. (2001). Guía Metodológica para Estudios del Medio Físico. España. Editorial: Ministerio de Medio Ambiente.

- Alvarez, G. y Robledo Bruzzone, O. (1951). Los Grabados Rupestres Pehuenches de Colomichicó. (Neuquén). Neuqueniana año I, N° 3. Buenos Aires. Argentina.
- Arias, S. (2007). La calidad del paisaje en los parques urbanos. Disponible en [https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/12845/07\\_Arias\\_Silvia.pdf](https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/12845/07_Arias_Silvia.pdf). Recuperado: 28 de noviembre de 2017.
- Brunet, J. (1995). Presentación de la Conservación del Arte Rupestre histórico en Francia. La Paz. Bolivia. En Administración y Conservación de Sitios de Arte Rupestre- Contribuciones al Estudio del Arte Rupestre Sudamericano N°4. Ed. SIARB.
- Carden, N. (2008). Imágenes a través del tiempo. Arte rupestre y construcción social del paisaje en la Meseta Central de Santa Cruz. Buenos Aires, Argentina. Colección Tesis Doctorales. Sociedad Argentina de Antropología.
- Delgado, M. et. al. (2016). Valoración del paisaje en una propuesta de turismo sostenible: la "Ruta del Oro", Nariño (Colombia). Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía 25 (1): 233-253. DOI: 10.15446/rcdg.v25n1.50157.
- Escribano, M. (1991): El Paisaje. Madrid. España. Ministerio de Obras Públicas y Transporte. Centro de Publicaciones.
- Fernández, J. (1978). Corpus de Arte Prehistórico Neuquino. Neuquén. Revista del Museo Provincial. Tomo I Año I. Arqueología. Publicaciones de la Dirección de Museos de la Provincia del Neuquén.
- Heyd, T. (2000). Estructuras de Cantos Rodados de la Planicies de Norteamérica. Arte y Heterotopía. Portugal. En Arkeos. CEHIPAR.
- Navarra Sáenz, M. Metodología de valoración del paisaje empleando ARCGIS en la Cañada de Fuente Lagarto (Garganta de los Montes). Disponible en [http://eprints.ucm.es/14004/3/M%C3%93NICA\\_NAVARRA.pdf](http://eprints.ucm.es/14004/3/M%C3%93NICA_NAVARRA.pdf)
- Perez – Juez Gil, A. (2006). Gestión del patrimonio arqueológico: el yacimiento como recurso turístico. España. Ed. Planeta.
- Podestá, M. et. al. (ed.) (2000). Valorización del Arte Rupestre en la Provincia del Neuquén. Un modelo de Plan de Manejo y Uso Turístico en la Estancia Haichol. Buenos Aires, Argentina. En Arte en las Rocas. Arte Rupestre, Menhires y Piedras de Colores en Argentina.
- Ratto, N. (2013). Patrimonio arqueológico y megaproyectos mineros en Argentina. Turismo, desarrollo y sociedad. Bs. As. Argentina. Ediciones Aspha.

- Schobinger, J. (1956).** El Arte Rupestre de la Provincia del Neuquén. Bs. As. Argentina. En Anales de Arqueología y de Cuyo. T. XIII.
- Stanley Price, P. N. (1996).** Conservación y Administración de Sitios de Arte Rupestre en la Sierra de San Francisco, Baja California México. La Paz. Bolivia. En Boletín N°10 SIARB. Ed. SIARB.
- Strecker, M. y Taboada, F. (1995).** Protección y Conservación del Arte Rupestre en Bolivia. La Paz. Bolivia. En Administración y Conservación de Sitios de Arte Rupestre- Contribuciones al Estudio del Arte Rupestre Sudamericano N°4. Ed. SIARB.
- UNESCO (1972).** Convención del Patrimonio Mundial. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, París, Francia.
- Vega, T. et. al (1998).** Profundización de los Aspectos Estéticos de Petroglifos y Pictografías de la Provincia del Neuquén. Parte II. Neuquén. Argentina. Universidad Nacional del Comahue y Legislatura de la Provincia del Neuquén.
- Wainwright, I (1987).** Conservation of the Rock Art: Petroglyph Provincial Park. Canadá. En Boletín del Instituto de Conservación Canadiense – Canadian Conservation Institute-. Ed. s.n.

Recibido: 30/11/2017 | Aceptado: 20/12/2017

## HACIA EL DISEÑO DE UN ÍNDICE DE MUNICIPIO TURÍSTICO BONAERENSE PARA MEDIR EL IMPACTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA LOCAL

TOWARDS THE DESIGN OF AN INDEX OF BUENOS AIRES'S TOURIST TOWN TO MEASURE THE IMPACT OF LOCAL TOURIST ACTIVITY

Lorena Beier <sup>1</sup>

Andrea Baier <sup>2</sup>

Patricia Del Cero <sup>3</sup>

Guillermina Dumrauf <sup>4</sup>

Andrea Savoretti <sup>5</sup>

Universidad Provincial del Sudoeste

Universidad Nacional del Sur

### RESUMEN

*Los Municipios Turísticos Bonaerenses (MTB) presentan particularidades relacionadas con la estacionalidad, la excepcionalidad de los servicios municipales a prestar, y la complejidad en el manejo de las políticas locales. En este sentido, este trabajo permite identificar tales características distintivas y aportar una herramienta de utilidad para la planificación de estrategias que contribuyan con el desarrollo de los MTB. De esta manera se espera concluir en el diseño de un índice que permita identificar a los municipios bonaerenses como turísticos, y determinar su rango de importancia en la gestión local.*

**Palabras claves:** *municipio turístico – índice turístico – municipio bonaerense – legislación turística - desarrollo local.*

(1) Licenciada y Magister en Desarrollo y Gestión del Turismo. Doctoranda en Turismo y Ocio en la Universidad Rovira i Virgili. Directora Proyecto de Investigación Resol. CSU 166/16. Secretaria Académica de la Facultad de Desarrollo Local y Regional de la UPSO. Profesor Adjunto dedicación completa UPSO, Centro de Emprendedorismo y Desarrollo Territorial Sostenible –CEDETS (UPSO –CIC) Universidad Provincial del Sudoeste (UPSO). Correo Electrónico: lbeier@upso.edu.ar

(2) Licenciada en Economía. Universidad Nacional del Sur. Magister en Dirección de Negocios – MBA (UADE Business School) Profesora adjunta con dedicación completa. Facultad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. UPSO CEDETS (UPSO-CIC). Correo Electrónico: abaier@upso.edu.ar

(3) Licenciada y Profesora de Geografía. Universidad Nacional del Sur. Maestrando en Gobierno Local. Universidad Nacional Virtual de Quilmes. Secretaria del Centro de Emprendedorismo y Desarrollo Territorial Sostenible (CEDETS) de la UPSO Profesor Adjunto con dedicación simple UPSO CEDETS (UPSO-CIC). Correo Electrónico: patriciadelcero@gmail.com

(4) Licenciada en Turismo. Universidad Nacional del Sur. Maestrando en Desarrollo y Gestión del Turismo. Universidad Nacional Virtual de Quilmes. Ayudante A con dedicación completa. Facultad de Desarrollo Local y Regional. UPSO CEDETS (UPSO-CIC). Correo Electrónico: guillerminadumrauf@upso.edu.ar

(5) Ingeniera Química. Universidad Nacional del Sur. Doctora en Ingeniería Química. Universidad Nacional del Sur. Diplomatura Superior en "Desarrollo Local y Economía Social". Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) Vicerrectora de la UPSO. Directora de Proyectos de Investigación. CEDETS (UPSO – CIC) - UNS. Correo Electrónico: savoretti@upso.edu.ar

## ABSTRACT

*The Buenos Aires's Tourist Town (BTT) present particularities that reflect problems related to seasonality, the exceptionality of the town services to be rendered, and the complexity in the management of local policies. In this sense, this research will identify these distinctive features and provide a tool that can be useful for planning strategies that contribute to the development of BTT.*

*It is hoped to conclude in the design of an index that allows to identify the municipalities of Buenos Aires as tourist, and to determine their rank of importance in the local management.*

*Keywords: tourist town - tourist index - Buenos Aires's tourist town - tourist legislation - local development.*

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo surge a partir de actividades de investigación realizadas en el marco de un proyecto de investigación. Busca identificar las variables y definir los indicadores que permitan medir el impacto de la actividad turística en la escala local, a través de un Índice de Municipio Turístico Bonaerense. Para ello, se analizan los antecedentes en la conceptualización de Municipio Turístico (MT) para proponer una definición que incorpore variables posibles de ser medidas que permitan determinar el grado de incidencia del turismo en el ámbito económico y social de un municipio.

Con el fin de definir a los MT, se ha realizado una extensa revisión bibliográfica. Si bien no existe una definición precisa y consensuada, se encuentran algunos antecedentes del concepto. En la legislación de España, que ha sido la pionera en abordar esta temática, se define a los MT como aquellos que cumplen con los requisitos establecidos en las leyes correspondientes. En este caso, no se visualiza una definición concreta sino que la técnica consiste en conceptualizarlo en función del cumplimiento de los estándares necesarios para ser merecedor de la calificación de municipio turístico. Tomando el caso Español como base de estudio, Chile ha definido a los MT con el fin de establecer una legislatura que permita su declaración.

A partir del análisis de estos antecedentes, y considerando inicialmente los indicadores definidos por la Organización Mundial de Turismo (OMT) para el desarrollo sustentable de destinos turísticos, se realizará una selección de las variables relevantes que caractericen a los municipios turísticos teniendo en cuenta el objetivo que se desea alcanzar y, principalmente, la información disponible que permitirá su posterior medición.

## ANTECEDENTES CONCEPTUALES

### Municipio Turístico Bonaerense

Con el objetivo de poder construir un índice de Municipios Turístico Bonaerense, corresponde revisar qué se entiende en la bibliografía por el concepto de Municipio (M), Municipio Bonaerense (MB), Municipio Turístico (MT) y, en consecuencia, Municipio Turístico Bonaerense (MTB).

De acuerdo con Beier (2012), el término "municipio" presenta tres dimensiones que lo identifican: la institucional, la territorial y la poblacional.

Desde el punto de vista institucional, el municipio es una unidad que cuenta con autonomía político-administrativa. En cuanto a la base territorial, tal como lo define Boullón (1990), los municipios se caracterizan por contar con un territorio sobre el cual ejercen su jurisdicción. Por último, desde lo poblacional, Boullón (1990) agrega que los municipios se identifican por contar con una población residente, integrada por individuos ligados por relaciones de proximidad entre sus domicilios y por las normas socialmente aceptadas y políticamente sancionadas que regulan su coexistencia.

Aplicando estas tres dimensiones a la provincia de Buenos Aires, se encuentra que desde lo institucional, a pesar del mandato constitucional, en la provincia de Buenos Aires aún no se reconoce la autonomía municipal. A partir de ello, siguiendo lo establecido por Villar (2007), se puede definir al MB como de categoría única donde se reconoce en éste a todas las formas de gobierno local.

Un Municipio, según Villar (2007), puede ser de tipo condado o tipo ejido urbano. En este caso, como se apunta a definir al MB, se considera al municipio de tipo condado, es decir que incluye áreas urbanas y rurales; y de esta forma todo el territorio provincial queda dividido en ámbitos de gobiernos municipales.

A partir de lo anterior, se puede definir al MB como aquel de categoría única, donde se reconoce en éste a todas las formas de gobierno local, y de tipo condado. Además se corresponde con tres elementos fundamentales: gestión y organización pública, territorio en el que se circunscribe y población que reside a la cual representa el gobierno local. Este último tendrá a su cargo la administración de los intereses particulares de la comunidad asentada en dicho territorio y velar por el bien común de la población.

### El componente turístico en los municipios

A fin de poder encuadrar ahora el MTB, corresponde analizar el componente turístico que se desarrolla en este tipo de municipios.

Ante esto, se debe tener en cuenta la presencia de atractivos turísticos que permiten el desarrollo de esta actividad, así como la importancia que tiene la actividad turística en la gestión de este tipo de municipios.

Para analizar el primer elemento es posible seguir a Boullón (1990), que indica que cualquier espacio turístico está condicionado a la presencia de atractivos turísticos. Se puede asumir que los "municipios turísticos bonaerenses" son aquellos que poseen algún recurso turístico relevante y además están situados en localidades accesibles y válidas de explotación turística.

En cuanto a la importancia en la gestión municipal, es interesante destacar el aporte de Leiva, (1997) que sostiene que son las municipalidades las que deben intervenir tempranamente en el desarrollo del turismo comunal a los fines de que se transforme en una actividad permanente y sustentable, tanto desde el punto vista ambiental como económico. En tal sentido las municipalidades son las instituciones responsables del control del equilibrio del sistema turístico a los fines de conocer y controlar los impactos producidos por el juego de la oferta y demanda, dada su potencial capacidad de analizar de forma sistémica el desarrollo del turismo en la comuna.

Por último, no debe dejarse de lado la estacionalidad, que es una de las principales problemática que los caracteriza y que puede ser entendida tanto desde la oferta como desde la demanda.

A partir de lo establecido anteriormente, se podría afirmar que el turismo es un componente importante dentro de la agenda local de aquellos municipios que presentan las características que propician este tipo de actividad.

### **Definición de Municipio Turístico Bonaerense**

Beier (2012) propone una definición de MTB que los define como: "la menor unidad territorial con la autonomía político-administrativa que la legislación provincial vigente le permite, que tiene la capacidad de diseñar e implementar políticas y programas, donde el turismo sea considerado la base del desarrollo económico y social de la comunidad".

Tal definición está integrada por cuatro componentes: uno territorial considerado en la menor unidad territorial geográfica; uno institucional especificado en la autonomía político-administrativa que la legislación vigente le otorga; un componente de gestión asociado a la capacidad de diseñar e implementar políticas y programas; y por último, uno económico y social donde el turismo es considerado la base del desarrollo socio económico de la comunidad.

Esta definición se aproxima a establecer las variables para cuantificar a un MT a partir de dos elementos: la existencia de una unidad político-administrativa con capacidad de diseñar e implementar políticas turísticas, y la consideración del turismo como base del desarrollo socio económico de la comunidad en un territorio dado. El primer elemento hace referencia a los requisitos cualitativos, específicamente al compromiso de la gestión pública con el turismo y la formalización de ésta a partir de planes, políticas y programas. El segundo elemento se encuentra vinculado con las variables que permiten demostrar si el turismo es la base de la economía local.

## METODOLOGÍA PARA LA MEDICIÓN DEL MTB

Ya seleccionada la definición de MTB, el paso siguiente a los fines del trabajo, es poder cuantificar a través de indicadores, la definición del mismo para construir el Índice de Municipio Turístico Bonaerense.

A partir del análisis de los indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos definidos por la OMT<sup>6</sup>, y de las variables que aportan las leyes españolas<sup>7</sup>, se puede iniciar el proceso de selección de aquellas variables e indicadores que resulten de utilidad para evaluar la incidencia del turismo en una localidad y cuantificar el concepto de MTB.

La OMT (2005) propone un conjunto de pautas, estableciendo que los indicadores se deben elegir siguiendo un procedimiento de selección que considera cinco criterios básicos: la pertinencia del indicador respecto del problema seleccionado, la posibilidad real de obtener y analizar la información necesaria, la credibilidad de la información y fiabilidad de los datos para los usuarios, la claridad de la información, que será fácil de entender por los usuarios, y la comparabilidad en el tiempo y entre jurisdicciones o regiones

Teniendo en cuenta las pautas propuestas, y poniendo especial atención en el objetivo que se espera alcanzar, se describen los requisitos que se considerarán para la selección de los indicadores:

a) La pertinencia de la variable con la definición de MTB, es decir, que la misma se relacione con que la unidad territorial delimitada tenga autonomía político-administrativa; la capacidad de diseñar e implementar políticas y programas turísticos; y que el turismo sea considerado la base del desarrollo económico y social de la comunidad.

b) La correspondencia directa con el fenómeno turístico

c) La variable deberá determinar si el municipio es turístico al momento actual y no relacionarse con la sustentabilidad en el tiempo del mismo, ya que se busca seleccionar aquellos indicadores que valoren la existencia del fenómeno, y no la evaluación de su continuidad en el tiempo.

Así, de las variables e indicadores propuestos por la OMT, surgen como centrales para este trabajo dos. La primera relacionada con los beneficios económicos del turismo que incluye los indicadores de: proporción de empleo en el sector turístico respecto del empleo total e ingresos generados por el turismo como porcentaje de los ingresos totales generados en la comunidad.

La segunda, relacionada con el control del desarrollo, donde se considera la existencia de algún proceso de planificación territorial o desarrollo que incluya el turismo, y la presencia de un porcentaje del área del destino sometida a algún tipo de control.

Para este trabajo, las variables vinculadas con beneficios económicos del turismo que se adoptarán son:

(6) Se analizaron las cuestiones e indicadores básicos de la OMT aportados por Guía práctica: Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos. OMT (2005)

(7) Se analizaron los requisitos de la declaración de municipio turístico de Andalucía Ley 12/99, Aragón Ley 06/03, Cantabria Ley 05/99, Cataluña Ley 13/02, Galicia Ley 09/07.

Para ingresos turísticos: porcentaje de los ingresos generados por el turismo sobre el resto de los ingresos generados por otras actividades en el partido;  $PBT / (PBG - PBT) * 100$

Para empleo turístico: porcentaje de empleo en el sector turístico respecto al empleo generado por otras actividades.

Por otra parte, se considera pertinente definir la variable de gestión turística con el fin de concentrar el análisis sólo en el compromiso del municipio en la gestión del área, a través del indicador de existencia de un área de turismo en el gobierno local.

Asimismo, del análisis de los requisitos que aportan las leyes españolas, se puede incorporar una variable que hace referencia a la afluencia turística de un municipio, que establecerá la relación del flujo turístico respecto a la población permanente, considerando el número de plazas de alojamiento turístico, número de turistas medido en pernoctaciones, número de residentes y número de segundas residencias.

De esta manera, es posible delimitar aquellas variables que aportarán a cuantificar la definición de MTB, que podrán ser medidos a partir de los siguientes indicadores turísticos:

1. **Empleo turístico (ET):** Porcentaje de empleo en el sector turístico respecto del empleo generado a partir de otras actividades

2. **Ingresos Turísticos (IT):** Porcentaje del PBT (IHyr+ ISIEA) respecto al resto de las actividades del PBG

3. **Gestión Turística (GT):** Existencia de un área de gestión del turismo en el gobierno local

4. **Afluencia Turística (AT):** Porcentaje de plazas de alojamiento turístico respecto a la población local

Es posible ahora reorganizar este análisis en tres variables:

a) La que hace al turismo como actividad característica, que se denominará "variable turística".

b) La que relaciona la actividad turística con el resto de las actividades económicas del municipio, que se denominará "variable económica".

c) La que tiene que ver con la decisión política de gestionar la actividad turística, que se denominará "variable de gestión".

La variable turística hace referencia a la principal característica que identifica a todo destino turístico y a partir del cual se condiciona el funcionamiento del mismo. Se trata de la afluencia de turistas, es decir, de la cantidad de turistas que recibe un municipio y su relación con la población local. Si un municipio recibe, durante un período de tiempo, de manera sistemática, un número mayor de turistas a la cantidad de habitantes permanentes, estamos frente a un municipio donde el turismo es una actividad importante. Para su cuantificación se incluirá el indicador afluencia turística.

La variable económica es esencial para fundamentar la base de la definición del MTB. Como se ha expresado en apartados anteriores, la definición de un MTB incluye la consideración acerca de la actividad económica principal,

adoptando la condición de que ésta radique en el turismo. Pero será necesario establecer parámetros que puedan diferenciar a un municipio cuya principal actividad sea el turismo de aquel en el que la actividad turística es complementaria.

Dentro de esta variable se incluirán los indicadores correspondientes a empleo turístico e ingreso turístico.

Por último, se considera la variable de gestión, que se relaciona básicamente con el hecho de que se está analizando a un municipio y éste tiene la capacidad de diseñar e implementar políticas, elemento que lo diferencia de cualquier centro o destino turístico que no se integre como un municipio. Es por eso que se considera imprescindible incluir variables e indicadores que reflejen la voluntad política de un municipio para desarrollar el turismo. Para ello, se incluirá como indicador de gestión turística la existencia o no de un área de turismo dentro del gobierno local.

## **DESCRIPCIÓN DE LAS VARIABLES E INDICADORES PARA LA CUANTIFICACIÓN DE LOS MTB**

Se describe a continuación el conjunto final de variables e indicadores seleccionados para las tres dimensiones. Se incorporan además los potenciales valores de referencia de los parámetros a partir de los cuales se clasificaron los municipios y la determinación de la fuente para la obtención de datos.

### **Variable turística - Indicador: afluencia turística**

Está claro que uno de los problemas que debe afrontar un municipio turístico es la existencia de una población flotante durante cierta temporada del año. Este tipo de población está compuesta por turistas que requieren los servicios básicos del municipio pero que no contribuyen directamente con el presupuesto local. Es por eso que contemplar este tipo de indicador es fundamental para determinar si un municipio es turístico o no<sup>8</sup>.

Para medir la afluencia turística se pueden tomar dos caminos. Uno es hacerlo a partir de la demanda y el otro a partir de la oferta. Si bien el segundo método es más impreciso, los datos para su cálculo se pueden obtener con

---

(8) Los conceptos que están incluidos dentro de este indicador son:

Plazas: cantidad de personas que se pueden alojar en un determinado tipo de alojamiento.

Plazas Hoteleras: comprende la cantidad de turistas que se pueden alojar en modalidades tales como: hotel, apart hotel, cabañas o bungalows, hostería u hostel y residencial u hospedaje.

Plazas Extra-hoteleras: comprende a la cantidad de turistas que se pueden alojar en camping y en segundas residencias. Para realizar el cálculo de cantidad de plazas en camping, se supone 4 personas por carpa

Segundas residencias: son aquellas viviendas que se utilizan para fines turísticos y no comprende la vivienda permanente del propietario. Se determina a partir de la cantidad de viviendas deshabitadas en el municipio fuera del período de temporada alta.

Residentes habituales: comprende la cantidad de habitantes que viven de manera permanente en el municipio.

mayor facilidad a partir de un relevamiento de la capacidad de alojamiento disponible.

Para determinar el valor que debiera tomar este indicador, se tomará como antecedente lo manifestado en las legislaciones de Cataluña (Ley 13/2002) y Andalucía (Ley 12/1999), que consiste en exigir simple superioridad de las disponibilidades para residencia de turistas en relación con los residentes permanentes.

La fuente será los registros municipales y en caso de que no exista esa información se procederá a realizar un relevamiento específico en el territorio.

Para conocer el número de segundas residencias se consultará el Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas realizado por INDEC en el año 2010, donde se determinan las viviendas deshabitadas.

Queda representado como:  $AT = \frac{\text{N}^\circ \text{ de plazas turísticas en el municipio (hoteleras + extrahoteleras + 2^\circ \text{ residencias})}{\text{N}^\circ \text{ de residentes habituales del municipio}}$ .

## **Variable económica – Indicadores: Empleo turístico e Ingreso turístico**

### **Empleo turístico**

Una manera de definir el impacto del turismo en el territorio local es a partir de la generación de empleo de este sector. Para determinar las empresas que demandan recursos humanos para la prestación de servicios turísticos, se considerará la definición de los “productos característicos del turismo” establecida por la OMT<sup>9</sup>. No siempre es posible disponer de toda la información para la evaluación de este indicador.

Para determinar el valor de referencia, se optará por algún porcentaje representativo de la generación de empleo a través del turismo respecto al empleo generado por otras actividades en el municipio.

Para su evaluación, se podrá consultar la Encuesta Permanente de Hogares (EPH)<sup>10</sup>. En caso de que esta información no se encuentre disponible, se deberá recurrir a encuestas periódicas elaboradas por el municipio, que podrán ser un requisito en caso de que les resulte conveniente a los municipios ser considerados como MTB.

Representado como:  $ET = \frac{\text{N}^\circ \text{ de empleos por actividades relacionadas al turismo}}{\text{N}^\circ \text{ de empleos por otras actividades en el partido}}$ .

(9) Que entiende por estos productos aquellos que dejarían de existir o su consumo se vería sensiblemente disminuido si no existiera la actividad turística. Está integrado por los servicios de alojamiento, de provisión de alimentación y bebidas, de transporte de pasajeros, de agencias de viajes, tour operadores y guías de turismo, culturales, recreativos y otros servicios de esparcimiento y los servicios turísticos diversos (que incluyen a los servicios financieros y de seguros y otros como los de alquiler de bienes y otros servicios turísticos).

(10) Llevada a cabo por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) conjuntamente con las Direcciones Provinciales de Estadística (DPE).

## Ingreso turístico

Los ingresos turísticos son cuantificados a partir de la proporción entre el PBT y el resto de las actividades que aportan al PBG del distrito. Para definir el PBT, se toman en cuenta aquellas actividades que comprende el PBG que tienen una relación directa con el turismo. De esta manera, el PBT se define a partir de los ingresos generados por hoteles y restaurantes (IHyr) y los ingresos generados por los servicios de inmobiliarias, empresariales y de alquiler (ISIEA).

En cuanto al valor de referencia de este indicador se optará por definir algún porcentaje representativo de la generación de riqueza a través del turismo respecto al resto de los ingresos generados en el partido.

Uno de los problemas de utilizar este indicador es que existan mediciones con la frecuencia suficiente. Es sabido que disponer todos los años de una estimación del PBG es casi imposible, ya que este estimador se calcula con poca frecuencia. Como alternativa se pueden tomar las estimaciones existentes y utilizar algún método de actualización que permita estimar una variable proxy a partir de las mismas.

Representado como:  $IT = \frac{PBT (IHyr + ISIEA)}{(PBG - PBT) \text{ del distrito}} * 100$

## Variable de gestión - Indicador: Gestión turística

Una medida de importancia que se le otorga a la actividad turística dentro del gobierno local está dada por la existencia de un área específica dentro de la estructura de gobierno. La manera de evaluar este indicador será simplemente la determinación de su existencia.

Respecto de la relevancia del área, se adoptará como parámetro la existencia de una Dirección de Turismo, o cualquier figura equivalente dentro del organigrama de gobierno municipal, lo cual implicaría un compromiso medio con la actividad. La existencia sólo de una oficina de informes, no reflejaría el compromiso que se requiere con la actividad.

La información para evaluar este indicador se podrá obtener consultando las publicaciones oficiales del municipio respecto a la organización de su gestión.

Se representa a partir de la existencia de un área de turismo dentro del gobierno local

A continuación se presenta la Tabla 1, con un resumen de las variables e indicadores que se proponen para cuantificar al MTB.

**Tabla 1:** Descripción de las variables e indicadores definidos para los MTB

Variable	Indicador	Descripción	Indicador	Fuente
Turística	Afluencia Turística	Importancia del flujo turístico sobre la población local	N° de plazas turísticas en el municipio (hoteleras +extrahoteleras+2° residencias) / N° de residentes del municipio	INDEC 2010 ó R.E (relevamiento específico)
Económica	Empleo Turístico	Importancia del empleo turístico en el municipio	N° de empleos por actividades relacionadas al turismo / N° de empleos por otras actividades en el partido	EPH ó R.E
	Ingreso Turístico	Importancia económica del turismo en relación al resto de las actividades	PBT (IHyR+ ISIEA) / (PBG – PBT) del municipio	Dirección Provincial Estadística 2003. ó R.E
De Gestión	Gestión turística	Importancia del turismo en la agenda del gobierno local	Área de turismo dentro del gobierno local	R.E

Fuente: Elaboración propia

## RESULTADOS

### Índice de Municipio Turístico Bonaerense (IMTB)

Una de las cuestiones que surgieron de esta evaluación se relaciona con la posibilidad de llevar a cabo un ranking que indique con diferente grado el índice "turístico" de un municipio. Sin embargo, es evidente que para poder construir un ranking es necesario disponer de información de un conjunto de municipios (óptimamente de todos los existentes en el área de estudio) y a partir de ello poder construirlo utilizando comparaciones relativas. No obstante, puede darse el caso en el que no se disponga de información para algunos municipios. Por esta razón es que se presentan dos casos posibles. El primero, es en el que se comparan varios municipios para determinar cuál de ellos es "más turístico" y se puede establecer un orden para definir el grado de importancia relativa del turismo en un municipio respecto de los otros. El segundo

caso se aplica cuando sólo se está analizando un municipio. A continuación se presenta el detalle de análisis para cada caso.

### **Caso A: IMTB obtenido a partir de la comparación de varios municipios**

Para determinar este índice se debe definir cuándo un municipio es “más turístico” en comparación con otros municipios. Para ello, se adopta la siguiente definición: un municipio será de mayor naturaleza turística con respecto a otro cuanto mayor sea la diferencia entre cada indicador y el promedio de ese mismo indicador resultante en todos los municipios medidos.

Para comparar a los municipios se propone elegir un criterio de normalización de los indicadores, es decir, se debe elegir un mecanismo que permita independizar el resultado del indicador de las unidades de medida que se utilicen para el mismo. Uno normalmente utilizado es estimar cada indicador con respecto al promedio del grupo de indicadores para todos los municipios.

Para estimar el indicador agregado, se llevará a cabo para cada indicador el cociente entre cada Indicador  $x$  y el mismo Promedio del Indicador  $x$ . Una vez estimado para cada uno y por cada municipio, se lleva a cabo la suma de los cuatro indicadores previstos para este caso y se ordena el resultado de mayor a menor. Los municipios con mayor valor de la suma son los que se deben considerar como “más turísticos”.

En la Tabla 2 se presenta un ejemplo con valores supuestos donde se puede observar que el municipio “más turístico” es el 4, le sigue el 1, después el 2 y finalmente el menos turístico es el 3. En este caso se considera cada indicador con el mismo peso, es decir, se establece la misma ponderación del valor para cada uno.

Sin embargo, se podría pensar que existen indicadores que son más importantes que otros al momento de determinar cuán turístico es un municipio. Es decir, el valor del IMTB, se podría haber definido suponiendo que cada indicador tiene una influencia diferente. Esta ponderación se puede determinar de manera subjetiva consultando a un experto que aplicará el criterio en base al conocimiento, en función de las circunstancias. O bien, puede ser el resultado de la voluntad política de dar diferente valor a los indicadores utilizados.

De esta manera, se puede pensar, por ejemplo, que la importancia relativa de afluencia turística es del 50%, del ingreso turístico es del 30%, del empleo un 10% y de la gestión turística un 10%. Al aplicar este supuesto al ejemplo anterior se obtendrían los resultados que se presentan en la Tabla 3.

Esta es la forma que se propone utilizar para obtener un IMTB a partir de la comparación entre varios municipios. Sin embargo, como ya hemos mencionado, no siempre se puede contar con esta información, y de todos modos, no siempre es de interés un resultado comparativo. A continuación se analizará el caso de un solo municipio.

**Caso B: IMTB para un único municipio**

Por último, se presenta el caso para analizar el índice que surge de la aplicación de los indicadores elegidos a un solo municipio, se propone el uso de restricciones lógicas para el valor de cada indicador. Para ello, se puede utilizar un criterio ordinal que permite normalizar las variables, donde el valor de un indicador se basa en la naturaleza del mismo y se establece que:

- Si el indicador es "alto" vale 2,
- Si el indicador es "intermedio" vale 1,
- Si el indicador es "bajo" vale 0.

Que un indicador sea alto, intermedio o bajo es una definición discrecional basada en el conocimiento específico de la variable en función de criterios intuitivos y esperados, que en general son expresados por expertos.

**Tabla 2:** Ejemplo de IMTB obtenido a partir de la comparación de varios municipios sin ponderación de los indicadores

INDICADOR	Municipio 1	Municipio 2	Municipio 3	Municipio 4	Promedio	Municipio 1	Municipio 2	Municipio 3	Municipio 4
Afluencia Turística	7,47	6,3	8	7	7,19	1,04	0,88	1,11	0,97
Ingreso Turístico	1,81	1,9	1,7	1,6	1,75	1,03	1,08	0,97	0,91
Empleo Turístico	0,92	1	0,7	1,1	0,93	0,99	1,08	0,75	1,18
Gestión Turística	1	1	0	1	0,75	1,33	1,33	0,00	1,33
<b>IMTB</b>						<b>4,39</b>	<b>4,37</b>	<b>2,84</b>	<b>4,40</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 3:** Ejemplo de IMTB obtenido a partir de la comparación de varios municipios con ponderación de los indicadores

INDICADOR	M1	M2	M3	M4	Promedio	M1	M2	M3	M4	Ponderación	M1 PDO	M2 PDO	M3 PDO	M4 PDO
Afluencia Turística	7,47	6,3	8	7	7,19	1,04	0,88	1,11	0,97	50%	0,52	0,44	0,56	0,49
Ingreso Turístico	1,81	1,9	1,7	1,6	1,75	1,03	1,08	0,97	0,91	30%	0,31	0,33	0,29	0,12
Empleo Turístico	0,92	1	0,7	1,1	0,93	0,99	1,08	0,75	1,18	10%	0,10	0,11	0,11	0,12
Gestión Turística	1	1	0	1	0,75	1,33	1,33	0,00	1,33	10%	0,13	0,13	0,00	0,13
<b>IMTB</b>											<b>1,06</b>	<b>1,00</b>	<b>0,95</b>	<b>1,01</b>

Fuente: Elaboración propia

Referencias: M = Municipio M 1 Pdo= Municipio 1 ponderado

La utilización de metodologías de estimación de indicadores en base a opiniones de expertos se incorpora dentro del amplio campo de conocimiento denominado "Matemática Borrosa". Siguiendo a Zadeh (1965:338) la matemática borrosa (o fuzzy Logic), es *"un campo de conocimiento que se origina en la Lógica Multivalente y parte de la premisa de que los conjuntos que definen una circunstancia no son siempre conjuntos binarios. La lógica borrosa admite la existencia de funciones de pertenencia que establecen que un elemento "pertenece con un grado de pertenencia" a un conjunto particular"*. Esta definición de conjunto ha permitido determinar una serie de operaciones matemáticas basadas en lógicas multivalentes que implican la incorporación de nuevas técnicas al análisis de información, y en mayor medida cuanto mayor incertidumbre presente la misma.

En este caso, permite que los expertos califiquen relativamente cada indicador simplemente en Alto, Medio y Bajo y con ello, se pondera el indicador para un Municipio. En función de este criterio discrecional se define si el municipio es turístico o no. Si el valor promedio ponderado es mayor a 1 es turístico, si es menor no lo es y si es igual a 1 es indistinto. Una metodología similar se utilizó en el trabajo "Aplicación de la Matemática Borrosa al Proceso de Selección de Inversiones" (Vigier, 1995).

Así quedan definidos los siguientes criterios para cada indicador:

#### **Afluencia turística (AT)**

- Si AT es mayor que 2, implica que hay por lo menos el doble de plazas turísticas respecto al número de residentes permanentes. En ese caso el índice siempre vale 2.

- Si AT es menor que 2 pero mayor que 1, el índice valdrá 1.

- En cualquier otro caso vale 0

#### **Ingreso turístico (IT)**

- Si IT es mayor que 1, significa que más de la mitad del PGB es proporcionado por las actividades turísticas. En ese caso el índice vale siempre 2.

- Si IT es menor a 1 pero mayor a 0,5, el índice valdrá 1.

- En otro caso vale 0.

#### **Empleo turístico (ET)**

- Si ET es mayor que 1, implica que más de la mitad del empleo es proporcionado por las actividades turísticas.

- Si ET es menor a 1 pero mayor a 0,5, el índice valdrá 1.

- En otro caso vale 0.

#### **Gestión turística (GT)**

- Si tiene GT vale 2, en otro caso vale 0.

- También, como en el Caso A, es posible tomar diferentes valores de ponderación, a criterio de los evaluadores.

## CONCLUSIONES

La posibilidad de obtener un conjunto de indicadores que tienen relación directa con la definición de MTB y que son posibles de ser medidos en el territorio bonaerense a partir de la información disponible, constituye uno de los aportes clave de este trabajo. De esta manera, se definieron y describieron los indicadores y se diseñó el Índice de Municipio Turístico Bonaerense. Si bien la propuesta presenta algunas limitaciones, se ha encontrado una posible manera de identificar a un municipio turístico bonaerense y a partir de ello disponer de una herramienta que puede colaborar en futuras leyes, y contribuir así con el desarrollo local de los MTB.

Respecto al conjunto de indicadores propuestos y al IMTB, vale la pena resaltar aquí la utilidad de los mismos en términos de la información disponible, ya que el mejor diseño de indicadores o índices puede colaborar en la identificación de los componentes de un concepto, pero de ningún modo resultar de utilidad si no se dispone de las fuentes de información necesarias para su evaluación. Como se ha podido apreciar, los diseñados en esta propuesta son perfectamente calculables con la información disponible, aplicando un pequeño ajuste o corrección, cuando es necesario. Sin embargo, se debe admitir que no siempre es posible disponer de toda la información actualizada. La necesidad de contar con datos locales de los municipios condiciona la periodicidad con que pueden ser evaluados los indicadores, ya que no están sistematizadas las actividades de relevamiento de información en todos los municipios de la provincia de Buenos Aires. La otra cuestión a tener en cuenta es que la propuesta permite una calificación en un dado momento, y no considera la evaluación de una serie temporal para disponer de la evolución de los indicadores en el tiempo.

Por último, es importante resaltar que la motivación por realizar este trabajo se basó en las particularidades encontradas en estos tipos de municipios. Estos reflejan problemas relacionados con la estacionalidad tanto de la oferta como de la demanda y la excepcionalidad de los servicios municipales a prestar. Además, debe sumarse la complejidad en el manejo de las políticas locales. Esta investigación permite identificar dichas características distintivas y aportar una herramienta que podrá ser útil aplicar a diferentes casos de estudio y así tipificar a los municipios bonaerenses, tarea que será posible analizar en próximos trabajos.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Beier, L. y otros (2012). Definition of tourist municipalities from quantitative variables for the design of policies aimed to developing local tourism" En 2nd International Conference on tourism management and tourism related issues, held in Nice, France, September 20-21, 2012. ISSN 2223-9014. EIASM.

- Boullón, R. (1990). Los municipios turísticos. Ed.Trillas. México.
- EUROSTAT (2006). Methodological work on measuring the sustainable development of tourism. Part 2: Manual on sustainable development indicators of tourism. European Communities.
- Ivars Baidal, J. (2001). Planificación y Gestión del Desarrollo Turístico Sostenible: Propuestas Para la Creación de un Sistema de Indicadores. Proyecto METASIG. Referencia 1FD97-0403. Comisión Interministerial de Ciencia y Tecnología (CI-CYT), Plan Nacional I+D Comisión Europea (FEDER)
- Jaime Pastor, V. (2008). Análisis Normativo de la Figura del Municipio Turístico en España. Un nuevo abordaje para el desarrollo del turismo local. PUC Minas. Revista de Turismo. 3 (4):2.
- Leiva, R. V. (1997). Turismo y Gestión Municipal. Ed. Asociación Chilena de Municipalidades. Chile.
- Menéndez, J. M y otros (2004). El concepto de municipio turístico en la legislación española. V congreso de turismo y tecnologías de la información y las comunicaciones– Turitec.
- Organización Mundial de Turismo (2005). Indicadores de Desarrollo Sostenible para los Destinos Turísticos – Guía Práctica. Ed. OMT. España.
- Szmulewicz, E. y otros (2007). Bases para una Legislación de Municipios Turísticos para Chile.Seminario Internacional de Legislación Turística. OMT. Chile.
- Vigier, H. y otros (1995). Aplicación de la Matemática Borrosa al Proceso de Selección de Inversiones. UNS. II Congreso Internacional de Gestión y Economía Fuzzy. Santiago de Compostella. España. 15-17 Noviembre.
- Villar, A. (2007). Políticas Municipales de Desarrollo Económico Social. Revisando el Desarrollo Local. Ed. Ciccus. Argentina.
- Zadeh, L (1965). Fuzzy Logic, Information y Control. Volume 8, Issue 3, June 1965, Pages 338–353.

Recibido: 30/11/2017 | Aceptado: 15/12/2017

## **DESARROLLO SOSTENIBLE Y TURISMO: REALIDADES Y CONTROVERSIAS**

**SUSTAINABLE DEVELOPMENT AND TOURISM: REALITIES AND CONTROVERSIES**

Giovanni Rodríguez Sánchez <sup>1</sup>  
Universidad Nacional de Costa Rica

### **RESUMEN**

*El desarrollo sostenible es un concepto que se plantea por primera vez en el conocido Informe de Brundtland o Informe de "Nuestro Futuro Común". La definición original mundialmente conocida y difundida es la que señalaba al desarrollo sostenible como "aquel que satisface las necesidades de hoy sin comprometer la posibilidad de que las generaciones futuras satisfagan sus necesidades" (WCED, 1987). No obstante, el concepto desde el inicio se han planteado críticas recurrentes, ya sea por su ambigüedad o ser construido por los países centrales.*

*Por otro lado, el turismo sostenible ha sido igualmente criticado por su ambigüedad y contradicciones. En el caso de Costa Rica es una de las actividades que genera más divisas en la economía y su importancia es tal, que paulatinamente ha ido ganando mayor importancia que productos tradicionales como el banano y el café. No obstante, el turismo sostenible en Costa Rica no deja de ser una actividad con sus controversias, críticas y ambigüedades.*

**Palabras claves:** desarrollo sostenible - turismo sostenible.

### **ABSTRACT**

*Sustainable development is a concept first raised in the well-known Brundtland Report or "Our Common Future" report. The original, globally known definition of sustainable development is "one that meets today's needs without compromising the ability of future generations to meet their needs" (WCED, 1987). Nevertheless, the concept from the beginning has raised recurrent criticism, either because of its ambiguity or being built by the central countries.*

*On the other hand, sustainable tourism has also been criticized for its ambiguity and contradictions. In the case of Costa Rica is one of the activities that generates more foreign exchange in the economy and its importance is such that it has gradually gained more importance than traditional*

---

(1) Universidad Nacional de Costa Rica. Correo Electrónico: girosanchez@yahoo.com

*products such as bananas and coffee. However, sustainable tourism in Costa Rica is still an activity with its controversies, criticisms and ambiguities.*

**Keywords:** *sustainable development - sustainable tourism.*

## **INTRODUCCIÓN**

### **El desarrollo sostenible: génesis del concepto**

El informe del Club de Roma o Informe Meadows denominado “Los límites del crecimiento” y publicado en 1972 constituye el primer balance sobre la situación mundial del ambiente y sobre sus posibles implicaciones. El mismo año que se publicó ese informe, se llevó a cabo en Estocolmo la Conferencia sobre el Medio Humano, de la cual surgió luego el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA)(López y Granados, 2016; p.62).

Desde entonces las temáticas del desarrollo y del ambiente han sido recurrentes en los últimos 45 años, no obstante, el término desarrollo sostenible tiene su génesis desde 1987, específicamente cuando la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y Desarrollo de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) emite el conocido Informe Brundtland o Informe de “Nuestro Futuro Común”. La definición original mundialmente conocida y difundida es la que señalaba al desarrollo sostenible como “aquel que satisface las necesidades de hoy sin comprometer la posibilidad de que las generaciones futuras satisfagan sus necesidades” (WCED,1987).

Es a partir de ese informe de 1987 que se han hecho aún más recurrentes las preocupaciones del “cuido de la naturaleza o de los asuntos ambientales”. Posteriormente en la Cumbre de la Tierra en Río de Janeiro, Brasil (en 1992) el término adquiere más importancia, al punto de que es considerado el desarrollo sostenible un paradigma de desarrollo al que deben apuntarse todos los países. Ya en el siglo XXI, el desarrollo sostenible fue reafirmado como una necesidad inaplazable para la economía de mercado en la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible organizada por la ONU en Johannesburgo en el 2002 (Boada y Mont, 2005; p.17; Uria-Gutiérrez, 2013).

Más recientemente, se han venido realizando esfuerzos mundiales por disminuir los grandes problemas ambientales planetarios, se pueden mencionar dentro de los grandes retos de desarrollo sostenible para todos los países, los llamados Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) que acaban de terminar en el 2015 y en el mismo año se empieza a promulgar otro acuerdo en ese mismo sentido, conocido como la Conferencia de las Partes (conocida como COP21) realizada en París. En esta última conferencia el tema del Cambio Climático ha sido el asunto central, pensado desde una visión de desarrollo sostenible. Por estas mismo periodo (2015) las Naciones Unidas declaran los

Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030, que contempla 17 objetivos y 169 metas que abarcan lo social, lo ambiental y lo económico.

No obstante, la concepción del desarrollo sostenible ha sido y sigue siendo criticada y muy controversial, por ser una invención de los países centrales o del primer mundo que son los mayores contaminadores del planeta, también por ser un concepto ambiguo, reduccionista y una continuidad del modelo económico vigente al que en realidad no cuestiona (progreso y crecimiento ilimitado).

Desde el nacimiento formal del término en 1987, este ha tenido sus críticas de diversos autores como Herman Daly (1990, 2005), Naredo (1990) Constanza y Daly (1992), Escobar (1994), Martínez Alier y Roca Jusmet (2000), entre otros; que desde diferentes frentes han puesto en duda el exceso de retórica en torno al desarrollo sostenible. A esto habría que añadirle la discusión sobre la diferencia entre sostenibilidad y sustentabilidad planteada por varios autores como Leff (2005), Gudynas (2010), Escobar (2014) y Ochoa y Morales (2016), entre otros.

Naredo (1990) ya desde la década de los años 90s había señalado que “la buena acogida que tuvo el término desarrollo sostenible no es ajena a su ambigüedad, que permitió mantener la ilusión de que era posible resolver el problema del medio ambiente, sin necesidad de criticar la idea de desarrollo. El que este término tuviera más éxito que el de ecodesarrollo, formulado años antes no responde solo a la mayor oportunidad del momento, sino a que expresa el simple deseo de hacer sostenible el desarrollo económico en vez de proponer enfoques ecológicos alternativos” (p.14).

Una de las principales críticas proviene del hecho de que este movimiento está impulsado por las grandes empresas multinacionales, que anteriormente habían boicoteado la propuesta de “eco-desarrollo” (Barbieri, Gouveia, Andreassi y Carvalho; 2010 p.148).

Po otro lado, Tarlombani da Silveira citando a Rodrigues (1998) ha señalado lo siguiente:

*“Esta expresión [... desarrollo sustentable] fue inventada en los países centrales del capitalismo con el fin de aplicarlo a los países periféricos. Se trata de un concepto ambivalente e híbrido debido a que la sustentabilidad es un concepto de la biología aplicado al equilibrio de los ecosistemas, mientras que la palabra desarrollo es un concepto de la economía relacionado al crecimiento económico ‘tout court’. La noción de desarrollo sustentable parece así un nuevo rótulo (ahora ya no tan nuevo) de legitimación para viejas prácticas... Las ambigüedades del concepto de sustentabilidad, hoy rótulo aplicado indiscriminadamente, sirve a muchos propósitos. ¿Cómo definir que es una sociedad sustentable y qué un turismo sustentable?” (Rodrigues 1998:93. Citado por Tarlombani da Silveira; 2005).*

La cita deja claro que la concepción de desarrollo sostenible o sustentable, viene sesgada desde su nacimiento, pues es elaborada por autores de países del primer mundo que ya veían los límites del modelo económico desde los años 70 y en mayor medida a finales de los años 80, que es casualmente cuando nace formalmente el concepto de desarrollos sostenible en el Informe Brundtland o Informe de "Nuestro Futuro Común" en 1987.

También se menciona de manera frecuente que "desde el ámbito político e institucional se preconiza, insistentemente, que el desarrollo sostenible es, en el momento actual, la alternativa más plausible al modelo de desarrollo dominante, cuestionado y criticado por su responsabilidad en la crisis ecológica global y en el acrecentamiento de las desigualdades sociales planetarias. La tesis de que el bienestar humano debe alcanzarse de forma justa y perdurable, mediante un modelo de uso y gestión del entorno que asuma los límites naturales y la capacidad de carga de la Biosfera, es el fundamento de esta nueva corriente en la teoría del desarrollo" (Toro, 2007:151 ).

A pesar de las críticas que se puedan hacer del concepto, éste es la base sobre la cual se sitúan otros conceptos como desarrollo humano sostenible o turismo sostenible, solo por citar un par de ejemplo. Sin lugar a duda, el concepto original ha prevalecido en el tiempo, evidentemente con algunas modificaciones o ampliaciones que han enriquecido el concepto y lo han puesto como referente mundial. Más adelante se ampliará con respecto al uso del concepto de desarrollo sostenible, puesto que por su frecuencia a caído en discurso falaz y superficial que no corresponde con la realidad. Posteriormente, nos referiremos al concepto de sostenibilidad vinculado con el turismo con mayor profundidad y teniendo como referente a Costa Rica, un país cuya economía depende fuertemente de esa actividad económica.

## **OBJETIVO**

El objetivo de este ensayo es realizar una revisión documental de la concepción de desarrollo sostenible y del turismo sostenible, con el propósito de hacer un aporte crítico de su uso.

## **METODOLOGÍA**

El método para la elaboración del documento fue la revisión documental y la modalidad el estado del arte. Para la realización del documento se hizo una búsqueda de artículos científicos de revistas indexadas relacionadas con el desarrollo sostenible y el turismo sostenible, así como en sitios web de instituciones estatales de Costa Rica relacionadas con la temática de investigación; así mismo se revisaron algunos libros e informes con información pertinente para el ensayo. Posteriormente se clasificó la información, luego se hizo un

análisis e interpretación de información más relevante. Finalmente se redactó el documento.

Es importante señalar que el análisis es básicamente de fuentes secundarias, a partir de una revisión exhaustiva de la literatura referente al desarrollo sostenible, así como del turismo sostenible, teniendo como referencia el caso particular de Costa Rica. En el ensayo se pretende poner en discusión el concepto de desarrollo sostenible y el de turismo sostenible, en un país en que la actividad turística es una de las principales fuentes generadoras de divisas. Finalmente señalar que el enfoque de este ensayo es cualitativo.

### **Discusión: El turismo y sostenibilidad; una discusión relativamente reciente**

Normalmente la palabra turismo intuitivamente la relacionamos con viajar, con placer y con ocio, por ello pensar en el objeto de estudio del turismo puede parecer superficial. Muy probable que por ello se hayan planteado varias discusiones sobre la supuesta científicidad del turismo y de su necesidad de ser analizado, o cuando menos pensar en el turismo como una disciplina científica. A respecto Allen Cordero señala lo siguiente:

*“los estudios sobre el turismo enfocados desde una perspectiva sociológica o antropológica apenas se encuentran en una fase muy inicial de un tema, los primeros pasos son inseguros y tambaleantes. Así como el infante menor, cuando empieza a caminar se apoya en los objetos que tiene a la mano, una silla o la pata de una mesa, de igual manera la ciencia social que toma como su objeto al turismo intenta orientarse en un mar de hechos problemáticos y a primera vista azarosos, que en su conjunto concretan la realidad del turismo. Así como el niño corre hasta la silla más cercana, el investigador social del turismo se aferra a lo que le resulta más conocido como punto de apoyo para lanzarse a la aventura incierta de la sistematización, tratando de establecer puentes explicativos entre lo conocido y lo desconocido y, al mismo tiempo, esforzándose por establecer los primeros esbozos del mapa social del turismo” (Cordero, 2006:15)*

La cita nos sirve para señalar que el turismo analizado desde las ciencias sociales es un asunto relativamente reciente, es decir, no es como el caso de las ciencias fundacionales (la biología, la física, la química, la astronomía, la matemática, la filosofía, entre las más importantes) que tienen un estatus de científicidad por sus años de existencia, claro está no es el caso del turismo. Así las cosas, desde las ciencias sociales se hacen esfuerzos para analizar un fenómeno social que crece rápidamente entre felicitaciones especialmente de actores económicos y gubernamentales, así como contradicciones y críticas de otros actores sociales, entre ellos uno muy importante, como lo es la academia.

Este fenómeno social ha adquirido cada vez mayor relevancia en muchos

sentidos, los más obvios lo vinculan con desarrollo económico nada más, pero otros enfoques más integrales lo analizan desde lo antropológico, lo sociológico y hasta se habla de una filosofía del turismo.

Históricamente, el ser humano se ha desplazado en el territorio por motivos de ocio. Pero no se puede hablar propiamente de turismo hasta el fin del Antiguo Régimen y los albores de la revolución industrial en el siglo XVIII, con las prácticas de nobles y rentistas, que impulsaron los primeros balnearios y realizaban el denominado "gran tour": el largo y obligado viaje para conocer, sobre todo, culturas y monumentos meridionales europeos y mediterráneos en general (Vera, Marchena y Antón; 1997). Así las cosas, el turismo es el fruto de esos cambios transcendentales acaecidos con la revolución industrial, no podría entenderse de otra forma.

Hoy en día, el turismo es un tema de estudio muy amplio, abarca diversas dimensiones, la social, económica, cultural, psicológica, entre otras.; no se trata de un fenómeno sólo económico, sino sobre todo social, por lo que para su estudio habrá que tener en cuenta una serie de variables no exclusivamente económicas, sino también sociales y psicológicas (Martín; 2000).

Por esa característica el concepto de turismo no posee una única definición, de ahí que sea un concepto polisémico que se encuentran en constante revisión y discusión. En este proceso de conceptualización del término han contribuido los economistas, los sociólogos, los planificadores, geógrafos, biólogos, agrónomos, entre otros; quienes desde su ámbito de estudio han aportado elementos de análisis para comprender de mejor manera lo que conocemos como el "fenómeno del turismo".

Las contribuciones a lo largo del tiempo han aportado diferentes definiciones importantes para clarificar el concepto, entre las más antiguas se pueden mencionar las siguientes:

- En efecto, Glucksmann indicó en 1929 que el turismo es un venciimiento del espacio por personas que afluyen a un sitio donde no poseen lugar de residencia fijo.
- Bormann, en 1939 define el turismo como un conjunto de viajes cuyo objeto es el placer o por motivos comerciales, profesionales u otros análogos y durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal.
- Unos años antes de la Segunda Guerra Mundial, para el alemán Bencheidt planteó que el turismo era el conjunto de relaciones pacíficas entre viajeros que se detienen en un sitio, las personas domiciliarias allí y los naturales de esa región.
- Posteriormente, en 1942, los suizos Kart Kraft y Walter Hunziker consideraban el turismo como el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa (Martín; 2000).

Se podría decir que el turismo es un concepto que no debería generar mayor controversia y que solo debe ubicarse como una actividad económica de

mucho crecimiento dentro del sector tercerario. No obstante, no es tan simple y más bien es cada vez más usual percibir una cierta complejidad en lo relativo al turismo. Al respecto Cardoso (2006), señala que:

*“es preciso ubicar el concepto de turismo, mismo que por su complejidad puede ser estudiado bajo el tamiz de múltiples disciplinas y enfoques; y por consecuencia no existe un único concepto acertado y estándar que defina universalmente al turismo, sin embargo su conceptualización empieza a tener importancia en un periodo difícil de la humanidad como lo fueron las dos guerras mundiales en el siglo pasado entre los años de 1919 y 1938, cuando algunos economistas importantes de la época comienzan a considerar al turismo en sus trabajos profesionales, sobre todo contemplándolo como una parte importante en el desarrollo de los países que veían en esta actividad una alternativa económica viable” (p.6).*

Por su parte, la Organización Mundial de Turismo (OMT) en 1994 lo definió como “desplazamiento mayor de 24 horas, que conlleva un gasto de renta, cuyo objetivo principal es obtener satisfacción y servicio, que se ofrece por medio de una actividad productiva generada por una inversión propia. El término abarca a las personas que viajan por ocio, recreo o vacaciones para visitar familiares o amigos, por negocios o motivos profesionales. Por tratamiento de salud, por religión, peregrinación u otros motivos. No se consideran turistas a aquellas personas que se encuentran de paso, desplazados, diplomáticos, viajes de rutina, personal de fuerzas armadas, viajeros temporales” (OMT, 1994).

Efectivamente son varias las concepciones del término, pero en todos los casos de las definiciones priva el hecho de que significa un desplazamiento de las personas, es decir del turista, de su lugar de origen hacia donde se encuentran los atractivos (naturales o antrópicos). “De este modo, el turismo provoca el desplazamiento de miles de millones de personas, movilizadas por la existencia de atractivos en cualquier parte del mundo. En este momento, el turismo constituye el tercer sector económico mundial, lo cual da una idea de la magnitud que la actividad ha alcanzado en el contexto de las relaciones económicas y socio-culturales del presente” (Venturini; 2015:9).

El turismo como fenómeno social ha sido considerado el nuevo inquilino en las economías domésticas de muchos países en el mundo, en América Latina y en Costa Rica su influencia ha ido creciendo constantemente. La globalización de la economía ha contribuido a que este proceso se haya dado de forma más acelerada y los espacios rurales otrora dedicados a las actividades agropecuarias, cambian sus dinámicas productivas con la “nueva actividad económica” (que en realidad no es tan nueva, lo que es realmente nuevo es su crecimiento tan acelerado en los últimos 25 o 30 años).

Tal vez sea por esa fascinación y sobre todo por la gran cantidad de divisas que genera en varios países de América Latina, que en no pocas ocasiones se omiten los aspectos controversiales del turismo, pues siempre se menciona

las cosas positivas. En ese sentido, cobra muy importancia lo que menciona Tarlombani da Silveira (2005) cuando dice que “esta falta de crítica respecto a las bondades del turismo es común en los países en vías de desarrollo, donde los responsables de formular las políticas turísticas se concentran en los efectos económicos positivos de la actividad e ignoran otros aspectos. Sin duda, es necesario admitir que las contribuciones del turismo a las economías de muchos países y regiones periféricas han sido significativas. En algunos países se ha convertido en la principal fuente de ingresos y divisas así como en la principal fuente generadora de empleo” (p. 223).

De hecho, recientemente el Barómetro de la Organización Mundial del Turismo ha dado noticias del crecimiento que ha experimentado dicha actividad económica durante este año 2017. Al respecto señala lo siguiente,

*“En los seis primeros meses de 2017, los destinos de todo el mundo recibieron a 598 millones de turistas internacionales, unos 36 millones más que en el mismo período de 2016. El crecimiento, que supone un 6% respecto al año anterior, superó con creces la tendencia alcista observada en los últimos años, lo que convierte el período de enero a junio en el mejor semestre desde 2010” (Barómetro de la OMT, 2017).*

Las cifras dan una idea precisa de la importancia económica que puede tener para los países que tienen un sector turístico fuerte y consolidado, así mismo es un incentivo para los países que empiezan a ver en el turismo como una opción de crecimiento y desarrollo de sus economías. El turismo como actividad económica ha evolucionado tanto y tan rápido, que como ha señalado Taleb Rifai, secretario general de la Organización Mundial del Turismo (OMT) en el sitio web de dicho organismo “en la actualidad el turismo genera el 10 por ciento del PIB mundial, 1 de cada 10 puestos de trabajo y un 30 por ciento de las transacciones comerciales internacionales en el sector servicios. Asimismo es fundamental en la balanza de pagos y constituye una fuente de ingresos vital en muchos países” (15 de agosto, 2017).

En el caso de Costa Rica, y de acuerdo con el Plan Nacional de desarrollo Turístico del Instituto Costarricense de Turismo (ICT) con los datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), para el 2015 el turismo generó aproximadamente 160 000 empleos de forma directa cifra que representa cerca del 7 % de la población ocupada del país. La estimación general de empleos indirectos para el turismo históricamente se ha considerado en una relación 3:1 lo que significa una cantidad cercana a los 450 000 empleos adicionales relacionados de alguna forma con el turismo (p.57).

El otro asunto planteado en el título de este apartado es la sostenibilidad, que como ya se ha comentado anteriormente tiene que ver con “el cuidado de los recursos actuales para no comprometer a las generaciones futuras”, según el Informe de Nuestro Futuro Común del año 1987. Esta definición sin em-

bargo, no se quedó en el año de 1987, ha ido mutando conforme las nuevas problemáticas que como sociedades hemos empezado a padecer.

Las preocupaciones han ido en aumento, pero también las redefiniciones, de ahí que ahora todos hablan de una supuesta sostenibilidad con mucha autoridad, eso va desde un microempresario o cualquier persona hasta las grandes corporaciones que normalmente se dicen ser "sostenibles". La palabra se ha vuelto tan común, que se ha llevado a banalizar de forma pasmosa, por lo que es necesario tener mucho cuidado a la hora de definir quiénes son verdaderamente sostenibles, pues en principio todos dicen serlo.

En los años 90 se volvió un concepto recurrente y se convirtió en una especie de moda el asunto del desarrollo sostenible, por supuesto en la temática del turismo no se quedó atrás y lo más usual es que las empresas señalen en todas partes que son sostenibles, siendo las de turismo las que más se auto-definan como sostenibles. Por lo anterior es que toma sentido preguntarse de la evolución que ha tenido el término turismo sostenible. Es decir, ¿Que es el tan publicitado turismo sostenible?

La idea de desarrollo sostenible, como ya se ha mencionado tiene su origen en el conocido Informe de Bruntland que se elabora por el año 1987. Es en este marco que se empieza hablar entonces del turismo sostenible, como una de las estrategias que puede mejorar las relaciones entre las comunidades, las empresas turísticas y el crecimiento recurrente de las actividades turísticas.

Las primeras manifestaciones se dan tanto de organizaciones públicas como privadas en la década de 1990, y en ese mismo año en la conferencia celebrada en Vancouver Canadá se asientan las responsabilidades de los actores involucrados en la actividad. Pero es en el año 1991, en el 41 Congreso de la International Association of Scientific Experts in Tourism (Aiest), que se define por primera vez al turismo sostenible como "un turismo que mantiene un equilibrio entre los intereses sociales, económicos y ecológicos, integrando las actividades económicas y recreativas con el objeto de buscar la conservación de los valores naturales y culturales" (Aiest,1991: 46. Citado por Cardoso; 2006). "Este concepto es el primero que se registra en el ámbito turístico sostenible, y en el cual enuncia los principios básicos que más adelante se definen de manera detallada tanto por organizaciones internacionales como por autores que lo abordan bajo esquemas sostenibles: intereses sociales, económicos y ecológicos, mismos que deben de tener un equilibrio armonioso entre ellos (Cardoso; 2006:8).

Posteriormente, se celebran una serie de eventos, conferencias, simposios, etc; que siguen poniendo en la agenda de discusión el turismo sostenible. Por ejemplo en la icónica Cumbre de la Tierra en Río de Janeiro en Brasil o en la conferencia mundial del turismo sostenible celebrada en Lanzarote, Islas Canarias, España, se formuló la Carta de Lanzarote, enfocada al turismo sostenible a nivel mundial con recomendaciones a todos los actores involucrados en turismo estructurada en 18 principios básicos para el desarrollo del turismo sostenible (Cardoso; 2016). Obviamente luego vienen una serie de conferen-

cias y organismos internacionales como la Organización Mundial del Turismo (OMT) donde se redefinen y se discuten nuevas incorporaciones al turismo sostenible. De hecho, este mismo organismo menciona que una iniciativa turística será sostenible, si permite mantener los valores naturales y culturales sobre los que se basa el equilibrio de la comunidad y que han permanecido en una situación de equilibrio fluctuante durante largos períodos de tiempo (OMT, 1999).

Tal como lo plantea la definición de desarrollo sostenible del informe de Nuestro Futuro Común, debe darse un equilibrio entre lo económico, social y ambiental. Así las cosas, en la situación ideal turismo sostenible deberían mejorar las relaciones a nivel de beneficios entre las comunidades (aspecto social), rentabilidad económica (aspecto económico) y el ejercicio de prácticas sostenibles (aspecto ambiental). Este equilibrio sería la opción viable e ideal, pero en la práctica siempre deja dudas y vacíos, puesto que a veces, sino siempre, los equilibrios de esa sostenibilidad son más discursivos que otra cosa. Ahora bien, es muy probable que ello se dé por el hecho de que las interpretaciones sobre el turismo sostenible, pueden ser diversas y hasta contradictorias. Como ya hemos dicho antes, lo mismo sucede con el concepto de desarrollo sostenible y sus ambigüedades, en el turismo sostenible se ven las mismas ambigüedades.

El hecho de que, se podría decir, todas las fuerzas sociales y políticas se adscriban al llamado paradigma del turismo sostenible, no quiere decir que el punto de partida conceptual y sobre todo práctico relativo a lo que sería turismo sostenible, sea completamente homogéneo (Cordero, Hiernaux-Nicolas y Duynen Montijnl, 2002). Más bien, lo usual ha sido una gran heterogeneidad y un excesivo simplismo en la concepción y más que todo en la práctica, de lo que se reiterado en llamar turismo sostenible.

El desarrollo sostenible y el turismo sostenible son conceptos que muestran contradicciones en la práctica, no siempre parten de los mismos presupuestos conceptuales, de ahí que vale la pena hacer una crítica respetuosa, pero contundente al respecto, pues sería demasiado ingenuo pensar que en general las empresas de turismo están realizando todas sus actividades bajo el paradigma de la sostenibilidad.

### **El turismo en Costa Rica: una actividad transformadora pero con controversias**

En los últimos 30 años Costa Rica ha ido modificando su estilo de desarrollo, como bien lo señala el Programa Estado de la Nación (PEN) (2008) "se pasó de un estilo de desarrollo basado en una economía agro-exportadora (acompañada de una estrategia de industrialización sustitutiva de importaciones dirigida al mercado regional centroamericano), a uno centrado en el fomento de las exportaciones no tradicionales fuera del mercado centroamericano, que propició el surgimiento de nuevos sectores productivos" (p. 320). Este proceso

bien se podría decir que inicia en una primera fase en los años de 1980 y en una segunda fase en la década de 1990 que se empieza a consolidar. En la actualidad, se está en una etapa de maduración con una gran cantidad de productos de exportación y el repunte de una economía de servicios.

Una de las actividades que más transformación generó a partir de los años 90 en la nueva estructura económica del país fue el turismo y en general la economía de servicios es lo que cambió la estructura productiva de la economía costarricense. De ahí que, las empresas de turismo son consideradas en parte, gestoras de ese gran cambio en uno de los sectores más pujantes del país, en ese sentido se pueden considerar las empresas de turismo en parte autoras fundamentales de esa transformación productiva.

Po ello, se suele afirmar que en Costa Rica, el turismo se ha convertido de forma vertiginosa, en la principal fuente de divisas. Esta actividad, antes de 1988 era relativamente insignificante, sin embargo, a partir de ese año se transformó en el sector más dinámico y con mayor crecimiento de la economía nacional, desplazando a productos tradicionales como el café y el banano (Morera, 1998).

Para contextualizar mejor esta situación del turismo, se pueden ver cifras del Instituto Costarricense de Turismo (ICT) en su Anuario Estadístico de Turismo 2011, en el año 2003 el ingreso de divisas por turismo fue de 1.199,4 y para el año 2011 de 1.975,5 millones de dólares, lo que evidencia un crecimiento de la actividad con respecto a los principales productos de exportación se tiene que para el año 2011 el café percibió ingresos por 374,9 millones de dólares y el banano 752,4 en contraposición a los 1.975,5 millones del turismo, cifras que evidencian la importancia de la actividad. Para el año 2013 se generaron 2.253,3 millones de dólares, lo que evidencia un crecimiento de la actividad (ICT, 2013).

Más recientemente las estadísticas del ICT en el año 2016 señalan que el país generó alrededor de 3.000 millones de dólares por medio del turismo (ICT, 2016). Las cifras son elocuentes y no dejan duda del aporte en divisas de la actividad, de ahí que se considera al turismo uno de los sectores estratégicos del "desarrollo sostenible".

Ahora bien, es fundamental dejar claro que en ese proceso de transformación productiva, la biodiversidad ha sido la punta de lanza de la estrategia de desarrollo sostenible, que se ha visto expresada en la gran cantidad de empresas que prestan servicios turísticos por la demanda de turistas que llegan a visitarlos año con año. El país tiene alrededor del 4.5% de la biodiversidad mundial y más del 25% de su territorio protegido por medio de las siguientes categorías de manejo: parques nacionales, reservas biológicas, monumentos nacionales, los refugios de vida silvestre, las zonas protectoras, las reservas forestales, los humedales y los monumentos naturales. En un país pequeño con apenas 51.100 kilómetros cuadrados, eso significa que es uno de los países con mayor biodiversidad por kilómetro cuadrado del mundo (SINAC, 2006). En el siguiente cuadro se puede ver la cantidad de áreas protegidas y el por-

centaje dentro del territorio nacional, lo que de alguna manera explica el éxito relativo del turismo en el país.

Tabla 1: Superficie de las áreas protegidas por categoría de manejo

Categoría	Cantidad	Superficie en Hectáreas	Porcentaje del territorio nacional
Parques nacionales	25	623 771	12,33
Reservas Biológicas	8	21 674	0,42
Zonas Protectoras	32	155 817	3,06
Reservas Forestales	11	227 834	4,47
Refugio de vida silvestre	58	180 035	3,53
Humedales (incluye manglares)	15	77 869	1,53
Otras categorías	12	17 306	0,34
<b>Total</b>	<b>161</b>	<b>1 304 306</b>	<b>25,58</b>

Fuente: SINAC, 2006.

En la anterior tabla, los datos nos dan una idea precisa cómo las áreas protegidas juegan un papel fundamental en la generación de divisas, que es aprovechado por las empresas de turismo de capital nacional e internacional.

No obstante, a pesar de esa fama, la sostenibilidad del país ha habido un deterioro, como lo señala el Programa Estado de la Nación en su vigésimo (20) informe la prueba más clara de esta situación es el comportamiento de la huella ecológica en la última década. Visto en su conjunto, el territorio nacional está sometido a un uso insostenible. Entre 2002 y 2012 la brecha entre la biocapacidad y el ritmo de uso de los recursos por parte de la población aumentó de 3% a 11%. Es decir, en una década casi se cuadruplicó la proporción en que el consumo de cada costarricense sobrepasa lo que el territorio puede proveerle, sin que su sostenibilidad se vea comprometida (PEN, 2015). Ante esos problemas de insostenibilidad, sin duda el análisis de los asuntos ambientales cobra relevancia desde todos los puntos de vista.

Llama la atención que en regiones como la Brunca, donde está ubicada la Península de Osa con alrededor del 2.5% de la biodiversidad del país y del mundo, están ubicados el mayor porcentaje de pobres, alrededor del 35.3%(ENAHO-INEC, 2013). En la segunda región más pobre, la Chorotega y donde se encuentra el mayor enclave turístico de sol y playa, se ubican alrededor del 34.1% de pobres (ENAHO-INEC, 2013). Así pues, bien se puede decir, que el turismo se desarrolla en donde se encuentran más porcentaje de

pobres, lo que sin duda genera controversias y contradicciones. Pero que son una realidad dolorosa para los pobladores locales de esos sitios.

Evidentemente eso afecta la sostenibilidad, puesto que se supone que debe haber un equilibrio entre lo social, lo económico y lo ambiental; lo que a todas luces no sucede dado el gran porcentaje de pobres en los mismos lugares donde hay mayor biodiversidad. A pesar de que en esos lugares los recursos naturales son abundantes y generan mucho dinero, lo cierto es que los pobladores locales siguen siendo pobres, de hecho, los más pobres del país. Padecen la paradoja de la abundancia o la maldición de los recursos naturales de la que habla Alberto Acosta (2010).

Una investigación relativamente reciente (2013) del Ministerio de Planificación y Política Económica (MIDEPLAN) sobre el índice de desarrollo social (IDS) a nivel cantonal y distrital, señalaba que hay una especie de "coincidencia geográfica entre los territorios sometidos a algún régimen de protección y los distritos clasificados en los quintiles más bajos. Es especialmente notoria esa relación en la región Brunca (MIDEPLAN, 2013: 38).

Sería injusto responsabilizar solamente a la actividad turística de estos problemas estructurales que tiene el país, no obstante, no deja de tener al menos alguna responsabilidad la actividad turística en el mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores locales, sobre todo porque éstos albergan los atractivos naturales más emblemáticos, que al fin de cuentas son la base sobre la que se desarrolla dicha actividad.

En el caso costarricense se habla de un modelo turístico sostenible, desde la perspectiva del ente rector del sector, es decir el Instituto Costarricense de Turismo (ICT), por ello han planteado una herramienta conocida como el Certificado de Sostenibilidad Turística (CST), que es una de las herramientas por medio de las cuales las empresas turísticas llegan a ese umbral de sostenibilidad o al menos se acercan. La herramienta tiene una serie de aciertos y limitaciones que sin duda ayudan en el proceso de sostenibilidad, a pesar de ello no son tantas las empresas que tienen ese certificado a nivel nacional. Bien podría decirse que son relativamente pocas.

Este certificado es dado por Instituto Costarricense de Turismo (ICT), el mismo evalúa 4 ámbitos fundamentales, a saber:

1. Entorno físico-biológico: evalúa la interacción entre la empresa y el medio natural circundante, interesando la implementación de políticas y programas de sostenibilidad, protección del medio ambiente, entre otros.

2. Planta de servicio (este ámbito corresponde a Establecimientos de Hospedaje): Se evalúan aspectos relacionados con los sistemas y procesos internos de la empresa, en cuanto al manejo de desechos y la utilización de tecnologías para el ahorro de luz y agua. Gestión del servicio (Este ámbito corresponde a Agencias Tour Operadoras) Comprende el proceso mediante el cual, la empresa considerando todos los elementos exógenos y endógenos, diseña un producto turístico acorde con las tendencias del mercado y las ca-

racterísticas propias del país y de las localidades en donde se va a operar el producto.

3. Cliente: se evalúan las acciones que realiza la gerencia para invitar al cliente a participar en la implementación de las políticas de sostenibilidad de la empresa.

4. Entorno socioeconómico: Se evalúa la identificación e interacción del establecimiento con las comunidades adyacentes, analizándose por ejemplo, el grado en que las empresas turísticas responden al crecimiento y desarrollo de la región, mediante la generación de empleo o el logro de beneficios en pro de la colectividad (véase sitio web de ICT en línea).

En el siguiente cuadro se pueden ver la situación general de las empresas certificadas de todo el país.

Tabla: 2 Cantidad de empresas certificadas según niveles de CST al 2016

Niveles	Empresas de hospedaje	Tour Operadoras	Empresas rentadoras de vehículos	Parques temáticos sostenibles	Empresas astronómicas sostenibles	Tuor operadoras marino-costeras	Total
5	54	21	2	2	0	1	80
4	39	31	3	5	4	2	84
3	61	15	2	2	1	1	82
2	59	7	0	2	0	4	72
1	21	8	0	1	1	2	33
<b>Total</b>	234	82	7	12	6	10	351

Fuente: ICT. Departamento de Certificaciones y Responsabilidad Social Turística. Tomado de Plan Nacional de Desarrollo Turístico 2017-2021, p.52.

La certificación CST se hace por niveles: 1 significa un cumplimiento básico de la norma y son empresas que inician una ruta hacia la sostenibilidad y 5 es el máximo en la evaluación de conformidad de la norma.

Por otro lado, no son pocos los problemas que se han relacionado con la actividad turística, por ejemplo ha venido muchas críticas por la gran cantidad de desechos sólidos que produce, la aculturación, la contaminación ambiental, el uso excesivo sobre los recursos naturales (flora y fauna), la venta de tierras de pobladores locales, la inflación de las tierras, la contaminación del paisaje, solo por mencionar algunas problemáticas.

Pero es también evidente que al turismo se le crítica desde diferentes frentes, porque a pesar de la creación de empleos directos e indirectos (alrededor de 161 870 directos y 450 000 indirectos), en muchos de las comunidades en donde se desarrolla, no se ven los beneficios de esta actividad económica traducida en una mejor calidad de vida para sus pobladores.

El desarrollo de las actividades turísticas ha impactado de diferentes formas a las comunidades y hay mucho debate sobre si efectivamente ese impacto ha sido positivo, pues en muchos casos las comunidades han empezado a sufrir los problemas y consecuencias negativas del crecimiento del turismo.

Morera (1998) señala al respecto, que se pueden distinguir dos grandes corrientes en la relación turismo y comunidades locales; la visión tradicional que es la predominante, es limitar esa relación a la oferta de empleos para las comunidades, que es la compartida oficialmente por el Estado Nacional. La segunda visión que comienza a surgir son las comunidades como gestoras de la actividad turística; es decir, comunidades empresarias.

Esas dos grandes visiones pueden que no expliquen del todo lo que pasa entre esa relación compleja de comunidad y turismo, en ese sentido es interesante considerar la tipología sugerida por Cordero (2002) en la que define tres posibles modelos. Estos son: el primer tipo al que llama Modelo Integrado y es donde prevalece el desarrollo turístico tipo enclave donde la gran infraestructura turística está en manos extranjeras, que es la que predomina en el país por cierto. El tercer tipo que sería el modelo integrado que es el opuesto al anterior y este suponen una mayor participación de las poblaciones locales en la gestión del turismo. El segundo tipo o modelo relativamente integrado, este es una combinación de los dos tipos anteriores con diferentes intensidades.

De lo anterior lo más importante de considerar es que la en ambas posiciones se visualiza a las comunidades como actoras importantes en la implementación del turismo en sus localidades. El impulso de la participación real y efectiva de la población se revela, entonces, como una estrategia fundamental para propiciar la articulación de la población local y su identificación con respecto al territorio. Como consecuencia, se favorece la sostenibilidad de la actividad turística y se minimizan sus potenciales impactos negativos (Escalera y Cáceres; 2012). Esto supone una situación positiva para la democracia y para la discusión de los pobladores del tipo y modelos de turismo que quieren en sus propios territorios.

Así las cosas, es indudable que el turismo y aún más el que se autodenomina sostenible muestra una serie de contradicciones, una discusión inacabada y una crítica recurrente. Los que están en el sector suelen afirmar que se le pide más al turismo que a otros sectores, lo que evidencia algún disgusto en cuanto a las responsabilidades con las que debe cumplir el sector. Hay tal vez una crítica ácida a un sector relativamente joven que ha transformado el modelo económico del país, pero al mismo tiempo es un sector en el que se tienen muchas expectativas para mejorar la calidad de vida de los pobladores donde se ejecuta dicha actividad. Es posible que por esas altas expectativas es que se le exija tanto al turismo sostenible.

## CONCLUSIONES

El desarrollo sostenible como paradigma de desarrollo ha mostrado desde su inicio ambigüedades y críticas, no obstante, existe un cierto consenso de que el usar los recursos naturales pensando en las futuras generaciones es fundamental y necesario para la preservación humana en el planeta. A pesar de todas las críticas que se hayan planteado, el desarrollo sostenible es una corriente aceptada dentro de las teorías del crecimiento económico. Sin embargo, el concepto desarrollo sostenible no presenta una clarificación conceptual, pues hasta la fecha sigue mostrando las mismas ambigüedades mostrada desde su nacimiento.

La discusión sobre el desarrollo sostenible sigue estando presente en la actualidad y más del turismo sostenible, que es una de las actividades lucrativas más importantes de la economía costarricense. No obstante, "ser sostenibles" no es solo una moda, demanda un esfuerzo de la sociedad en general y en ese sentido un discurso vacío sobre la sostenibilidad no tiene cabida en una sociedad que se precie de precursora en la protección y conservación de los recursos naturales.

El Estado costarricense por medio del ICT ha generado herramientas de sostenibilidad como el Certificado de Sostenibilidad Turística (CST), las cuales contienen buenas prácticas de sostenibilidad, pero éstas sin duda no son suficientes. En el caso costarricense los Certificados de Sostenibilidad Turística (CST) han sido un buen indicador de cómo están incorporando la sostenibilidad las empresas turísticas en su operación.

Es importante determinar si este tipo de certificados son reconocidos por los consumidores como elementos que agregan valor o que reafirman que los establecimientos que los tienen ofrecen mayor cantidad de elementos de sostenibilidad que otros. A primera vista discursivamente se habla de que los hoteles con los certificados generan un valor agregado, pero hacen falta más investigaciones serias que fundamenten este tipo de afirmaciones.

Es necesario que se homologuen los principales elementos que definen turismo sostenible y los indicadores de desempeño para determinar qué impacto produce esta actividad en el bienestar de la sociedad.

Finalmente, es importante indicar que en Costa Rica las áreas protegidas que son poco más del 25% del territorio nacional han jugado un papel fundamental en el desarrollo del turismo sostenible, no obstante, los pobladores que viven alrededor de algunos de esos recursos naturales son los más pobres del país. La actividad turística genera alrededor de 3000 millones de dólares, pero eso no necesariamente se ve reflejado en la calidad de vida de los pobladores locales cercanos a zona donde se implementa el turismo. En ese sentido, sigue habiendo una cuenta pendiente del turismo sostenible con esos pobladores pobres que ven como de sus territorios se genera riqueza pero no son partícipes de ella, solo actores pasivos que ven las ganancias de otros recién llegados. Eso sin duda no es desarrollo sostenible ni turismo sostenible,

pues según dice el concepto hay sostenibilidad cuando las dimensiones socio-culturales, económicas y ambientales estén al menos en equilibrio.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, A. (2010). El Buen Vivir en el camino del post-desarrollo. Una lectura desde la Constitución de Montecristi. Policy Paper, 9(5), 1-36.
- Anuario Estadístico (2013). Instituto Costarricense de Turismo.
- Barbieri, J. C., Vasconcelos, I. F. G. D., Andreassi, T., & Vasconcelos, F. C. D. (2010). Innovation and sustainability: new models and propositions. Revista de Administração de Empresas, 50(2), 146-154.
- Boada, A.; Mont, O (2005). Desmaterialización. Sistematización producto-servicio, una estrategia diferente de negocios. Universidad Externado de Colombia.
- Cardoso, C (2006). Turismo Sostenible: una revisión conceptual aplicada. En Revista: El Periplo Sustentable. Num. 11. Universidad Autónoma del Estado de México. Toluca, México.
- Cordero, A, Hiernaux-Nicolas, D; Duynen Montijn, L (2002). Imaginarios sociales y turismo sostenible. FLACSO Cuaderno de Ciencias Sociales No 123. Costa Rica.
- Cordero, A (2006). Nuevos ejes de acumulación capitalista. El caso del turismo. CLACSO. Buenos Aires. Argentina.
- Daly, H. E. (1990). Towards some operational principles of sustainable development. Ecological Economics, 2, pp. 1-6.
- Daly, H. E. (2005). La economía en un mundo repleto. Investigación y ciencia, n° 350, pp. 58-65.
- Decimoquinto Informe del Estado de la Nación (2008). Programa Estado de la Nación, Costa Rica.
- Decimonoveno Informe del Estado de la Nación (2013). Programa Estado de la Nación, Costa Rica.
- Escalera-Reyes, J; Benavides- Calvo, N (2010). Turismo sostenible, desarrollo local y articulación regional transfronteriza en el Río San Juan (Costa Rica Nicaragua) FLACSO, Costa Rica.

- Escobar, A (2014). Sentipensar con la tierra. Nuevas lecturas sobre desarrollo, territorios y diferencia. Pensamiento Vivo. Ediciones UNAULA. Medellín, Colombia.
- Gudynas, E. (2011). Buen vivir: Germinando alternativas al desarrollo. América Latina en Movimiento. Publicación Internacional de la Agencia Latinoamericana de Información. Separata: Destacques del Foro Social Mundial, 2-4.
- Gudynas, E. (2015). La derecha y la izquierda no entienden la naturaleza. Diario La Razón, Suplementos, Animal Político: Raza política, agosto, 23.
- Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC)- Encuesta Nacional de Hogares (2013). Costa Rica.
- Cordero, A, Hiernaux-Nicolas, D; Duynen Montijn, L (2002). Imaginarios sociales y turismo sostenible. FLACSO Cuaderno de Ciencias Sociales No 123. Costa Rica.
- López, M; Granados, R. (2016). Desnudando el mito: un balance sobre las tensiones del modelo de conservación en Costa Rica (1970-2015) En: HALAC. Guarapuaeva, volumen VI, número 1.
- Martínez, Alier, J. y Roca Jusmet, J. (2000). Economía ecológica y política ambiental, México, PNUMA-FCE.
- MIDEPLAN (2013). Índice de Desarrollo Social. Costa Rica.
- Morera, C. (1998). Turismo y Desarrollo Sostenible. Aby Ayala. Ecuador.
- Naredo, J, M.(1990). La economía y su ambiente. En Revista: Ekonomiaz: Revista Vasca de Economía. No. 17.
- Ochoa, F. A., y Betancourt, D. M. (2016). Tejiendo el territorio. Lineamiento para la construcción del turismo desde lo local. Universidad Externado de Colombia.
- Organización Mundial del Turismo (1999). Agendas para planificadores locales: turismo sostenible y gestión municipal. Publicado por la Organización Mundial del Turismo. Madrid, España.
- Organización Mundial del Turismo (2017). Turismo internacional – 2017 presenta los mejores resultados semestrales de los últimos siete años. Programa de Comunicación y Publicaciones de la OMT.

- Organización Mundial del Turismo (2017).** Turismo: el crecimiento no es el enemigo sino la gestión insostenible. Artículo de Opinión de Talef Rifai. Programa de Comunicación y Publicaciones de la OMT.
- SINAC (2006).** Políticas turísticas del Sistema Nacional de Áreas de Conservación (SINAC), San José: Ministerio del Ambiente y Energía (MINAE).
- Tarlombani da Silveira; M, A. (2005).** Turismo y sustentabilidad: Entre el discurso y la acción. En Revista: Estudios y Perspectivas en turismo. Volumen 14. Universidad Federal de Paraná. Curitiba, Brasil.
- Toro; F. J. (2007).** El desarrollo sostenible: un concepto de interés para la Geografía. En Revista: Cuadernos Geográficos. No. 40. Universidad de Granada. España.
- Venturini, E, J. (2015).** Ambiente, sustentabilidad y turismo. La gestión ambiental como perspectiva para el desarrollo turístico sustentable. En: Revista Pensum. Volumen No. 1.
- Vera; et. al. (1997).** Análisis territorial del turismo. Universidad de Barcelona. WBCED (1987) Our Common Future, Oxford, University Press, 1987.
- Uria-Gutierrez, A. (2013).** De la economía verde a las sociedades verdes. Los libros de la Catarata. Madrid, España.
- WBCED (1987).** Our Common Future, Oxford, University Press, 1987.

Recibido: 30/11/2017 | Aceptado: 15/12/2017

## LA ASISTENCIA TÉCNICA INTERNACIONAL DEL MINISTERIO DE TURISMO ARGENTINO

INTERNATIONAL TECHNICAL ASSISTANCE OF THE MINISTRY OF TOURISM OF ARGENTINA

Diego Navarro <sup>1</sup>

CONICET, Universidad Nacional de San Juan y  
Universidad del Aconcagua

### RESUMEN

*Esta investigación se propone explorar las acciones de asistencia técnica del Ministerio de Turismo argentino a Estados de Sudamérica y el Caribe entre 2009 y 2014. A tales efectos, se prevén dos objetivos específicos (teórico y empírico): 1. Analizar la asistencia técnica y el turismo como formas de construcción de poder blando, con marco en la teoría de la interdependencia compleja; y 2. Identificar las acciones exteriores de asistencia técnica del Ministerio de Turismo. A tales efectos, se revisan las gacetillas de prensa del Ministerio de Turismo desde 2009; los tratados turísticos en Biblioteca Digital de Tratados de la Cancillería argentina; y los proyectos de cooperación internacional (particularmente aquéllos financiados por el FO.AR. - Fondo Argentino de Cooperación Sur-Sur y Triangular).*

**Palabras claves:** asistencia técnica - turismo - Argentina – poder blando.

### ABSTRACT

*This research studies the technical assistance developed by Argentina's Ministry of Tourism (MinTur) in South American and Caribbean States between 2009 and 2014. Its specific aims are: 1. From a theoretical perspective, analysing technical assistance and tourism as sources for building soft power (theory of complex interdependence); 2. Identify foreign actions on technical assistance of the Ministry of Tourism. For that purpose, several sources are checked: Ministry of Tourism news since 2009 (MinTur website); tourist treaties (Treaties Digital Library - Argentine Chancery); and international cooperation projects, particularly those financed by the Argentine Found for South-South and Triangular Cooperation (FO.AR.).*

**Keywords:** technical assistance – tourism – Argentina – soft power.

---

(1) Licenciado y magister en Turismo, y doctor en Relaciones Internacionales. Investigador del CONICET-UNSJ, docente de grado en la Universidad del Aconcagua y en la UNCuyo, y de postgrado en la Universidad de la Empresa (Montevideo). Ha publicado libros, capítulos y artículos en revistas científicas nacionales y extranjeras.

## **INTRODUCCIÓN**

El Ministerio de Turismo argentino ejecuta diversas acciones en el plano internacional que trascienden la promoción turística. De particular interés resultan las acciones de asistencia técnica desplegadas en Estados de Sudamérica y el Caribe entre 2009 y 2014. Se trata de una praxis que encuentra marco en la idea del poder blando de Joseph Nye, pero con componentes innovadores que reclaman su identificación y estudio.

## **OBJETIVOS**

Se prevén dos objetivos específicos (teórico y empírico, respectivamente): 1. Analizar la asistencia técnica y el turismo como formas de construcción de poder blando, con marco en la teoría de la interdependencia compleja; y 2. Reseñar y analizar las acciones exteriores de asistencia técnica del Ministerio de Turismo.

## **MÉTODO**

A fin de alcanzar los objetivos propuestos, se plantean dos actividades metodológicas: 1. Construcción de un marco teórico; 2. Revisión de fuentes oficiales: gacetillas de prensa del Ministerio de Turismo entre 2009 y 2014; tratados turísticos en Biblioteca Digital de Tratados de la Cancillería argentina; y proyectos de cooperación internacional (particularmente aquéllos financiados por el FO.AR. - Fondo Argentino de Cooperación Sur-Sur y Triangular).

## **RESULTADOS**

### **Marco teórico**

El objeto de estudio teórico de esta investigación es la asistencia técnica: categoría propia de la cooperación internacional y una forma de manifestación del poder blando. La idea del poder blando propuesta por Joseph Nye constituye una forma de construcción de poder en la arena internacional que forma parte de la teoría de la interdependencia compleja del mismo autor junto a Robert Keohane.

### **Teoría de la interdependencia compleja**

La teoría de la interdependencia compleja surgió a fines de los años setenta como un aporte explicativo a las realidades internacionales de un mundo

cada vez más interconectado que no lograba ser comprendido por el corpus teórico disponible. En pocos años se posicionó como un paradigma de las Relaciones Internacionales (Attinà, 2001 y Hoffmann, 1991).

En efecto, hasta mediados del siglo pasado los análisis internacionales fueron históricamente monopolizados por el paradigma realista (clásico, tradicional o estatocéntrico), fuertemente determinado por la teoría homónima o perspectiva del poder como dominación. Aún en plena vigencia hoy, y remozado por el neorrealismo en los años ochenta, resulta limitado para explicar vínculos cooperativos del plano internacional. También a mediados del siglo pasado ganó cuerpo el paradigma de la dependencia, estructuralista o neo-marxista. La teoría de la dependencia marcó la orientación de este prisma, que focaliza en las interacciones asimétricas entre Estados como resultado del comercio internacional. Aunque este segundo enfoque sigue vigente en la actualidad, resulta insuficiente para analizar relaciones internacionales que trascienden las desigualdades económicas y los actores estatales. A fines de la década del setenta, sobrevino el paradigma globalista, en un contexto científico redefinido por las teorías sistémicas y un sistema internacional sofisticado por los avances tecnológicos y, más tarde, por la globalización. La teoría de la dependencia compleja constituye el corpus central de este paradigma (Sodupe, 1992).

La teoría de la interdependencia entiende que las relaciones internacionales comprenden una profusión de interrelaciones (económicas, energéticas, culturales, ambientales, sociales, tecnológicas) sin jerarquías predeterminadas: cada ámbito constituye un espacio de poder, antes que un compartimento a priori de alta política o baja política. No niega la importancia del poder militar en situaciones límites, pero no lo considera el eje de la política internacional: la mayoría de los intercambios se desarrollan sin recurso a la fuerza, opción que puede resultar incluso adversa. Asimismo, considera una diversidad de actores internacionales (individuos, empresas transnacionales, organismos internacionales, ONGs, grupos informales), no solamente los Estados-nación. Se trata de actores que con frecuencia se necesitan entre sí para construir poder, reforzar autonomía, reducir el riesgo de sensibilidad y vulnerabilidad y que emprenden acciones conjuntas orientadas a soluciones colectivas (coaliciones, negociaciones, instituciones internacionales). Como resultado, los actores obtienen beneficios a cambio de ver limitado su poder (Keohane, 1988; Keohane y Nye, 1988 y 1998).

### **Poder blando**

La capacidad de influir en las decisiones políticas de otro actor externo sin recurso a la coerción equivale a una práctica que desde 1990 se conoce como poder blando. El término fue acuñado por Joseph Nye y desarrollado in extenso en obras posteriores de su autoría (2001 y 2004) aunque refiere a estrategias pretéritas. La idea del poder blando tiene origen en las reflexiones

sobre la construcción de poder en el sistema internacional desde la óptica de la teoría de la interdependencia compleja.

El poder blando consiste en la ejecución de acciones y en la comunicación gubernamental persuasiva de ideas e ideologías políticas atractivas, de valores culturales de reconocimiento universal, de prácticas referenciales, de instituciones y acciones políticas ejemplares, de objetivos coincidentes e intereses trascendentes, de ventajas comunes y signos de prosperidad. La gestión del poder blando busca fijar la agenda política y configurar las preferencias de actores externos, ganar adhesiones a objetivos propios, obtener legitimidad, despertar admiración y construir afinidad (Nye, 1990; 2001 y 2004). Los intereses de las partes pueden ser coincidentes, subsidiarios o complementarios, pero implican beneficios para ambos actores o, al menos, sin costos para el receptor.

Se trata de un tipo de poder diferente, no más débil, y en incremento en el contexto de la era de la información. Distinto del poder duro o recurso a amenazas y extorsiones, premios y recompensas, sanciones y castigos, coerción y fuerza, intervenciones e imposiciones. En suma, si el paradigma realista es el ámbito del poder militar, y el paradigma estructuralista del económico, el poder blando resulta vertebral en el paradigma globalista.

### **La asistencia técnica turística del Ministerio de Turismo en la región (2009-2014)**

La política turística argentina es gestionada por el Ministerio de Turismo argentino y, antes de 2010, por la Secretaría de Turismo. Ambas instituciones han ejecutado acciones internacionales: actuaciones exteriores que trascienden las **acciones promocionales** cuyo objetivo es atraer visitantes. Éstas últimas son objeto de la Subsecretaría de Promoción Turística Nacional y su Dirección Nacional de Marketing y Promoción, junto con el INPROTUR - Instituto Nacional de Promoción Turística.

Con marco en las acciones internacionales, esta investigación focaliza en un tipo de acción, las **interestatales**, más allá de la inexorable referencia a interacciones con empresas extranjeras y con organismos internacionales y regionales (como la OMT • Organización Mundial del Turismo, el Mercosur - Mercado Común del Sur o UNASUR • Unión de Naciones Suramericanas).

La evolución de estas acciones tras la crisis de principios de siglo permite proponer la siguiente **periodización**: 1. Acciones de recuperación de la imagen nacional desde 2004, 2. Acciones de atracción de inversiones desde 2008, y 3. Acciones de asistencia técnica desde 2009.

En un primer momento, se buscó mejorar la **imagen argentina** en el exterior a través de la Estrategia Marca Argentina (EMA). Esta estrategia fue inicialmente gestionada desde el Ministerio de Relaciones Exteriores y las secretarías de Medios de Comunicación y de Turismo. Aunque se trata esencialmente de una política exterior, en 2005 obtuvo ubicación institucional en el organigrama de

la Secretaría de Turismo (a diferencia de la práctica en otros países) (Navarro, 2011; 2012 y 2014). He aquí un primer hito de acciones internacionales gestionadas desde el Ministerio de Turismo.

En un segundo momento, la Secretaría de Turismo salió a cosechar frutos de la EMA, principalmente **atracción de inversiones** turísticas foráneas. Se desplegaron acciones de captación de inversión extranjera en Australia, Brasil, Chile, China, Dubái, España, Estados Unidos, Francia, India, Italia, Líbano, México, Qatar, Reino Unido, Rusia, Turquía (MinTur, 2014). Esta opción encontró fundamento en el incremento de arribos turísticos internacionales, producto también del 'Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016' (actualizado luego hasta el 2020), de la Ley Nacional de Turismo 25.997/05 (que considera al turismo como una política de estado) y de la jerarquización de la Secretaría de Turismo en el ministerio homónimo en 2010 (MinTur, 2014; PFETS, 2005 y 2011). Esta primera generación de resultados internacionales coincide con las previsiones teóricas de Nye (1990; 2001 y 2004) sobre el poder blando.

En un tercer momento, ya provisto de un capital de resultados favorables y conocimientos técnicos consolidados, el Ministerio de Turismo emprendió acciones de **asistencia técnica**, es decir de exportación de know-how, a países de la región (MinTur, 2014). Estas acciones de segunda generación (como son denominadas aquí) equivalen a estrategias de poder blando pero, más allá de las reflexiones de Nye, trascienden el fin de posicionamiento internacional a través de una imagen nacional favorable y se orientan a la consecución de objetivos nacionales que reclaman análisis y comprensión.

Ahora bien, en ese tercer momento se realizan acciones de asistencia técnica en tres **niveles**: 1. Acciones puntuales y simples: conferencias y cooperación desde 2009 en Brasil, Chile, Perú y Venezuela. 2. Acciones extensas y simples: capacitación entre 2011 y 2013 en Costa Rica, Cuba, Paraguay y Uruguay. 3. Conjunto de acciones extensas y sofisticadas: asistencia técnica entre 2013 y 2014 en Belice, Dominica, Guyana, Santa Lucía, Surinam y Barbados.

La exploración del fenómeno partió de la revisión de las gacetillas de prensa del Ministerio de Turismo entre junio de 2006 (primera acción de asistencia técnica registrada) y diciembre de 2015 (cambio de gobierno y de políticas). Se identificaron 35 crónicas sobre la asistencia técnica turística en Estados sudamericanos y caribeños. La mayor densidad de comunicados oficiales datan del 2013 (12) y los Estados contraparte protagonistas en más gacetillas (entre 6 y 4) fueron Venezuela, Paraguay, Uruguay, Santa Lucía y Dominica. Dos tercios de las notas (23) refieren a los dos primeros niveles; esto es: acciones simples en países hispanoparlantes y generalmente sudamericanos (Cuba y Costa Rica son las excepciones). Otro tercio de noticias (12) reseñan acciones exteriores del tercer tipo (sofisticadas) en seis Estados no hispano parlantes (angloparlantes, excepto Surinam cuyo idioma oficial es el neerlandés) y mayoritariamente caribeños (las excepciones están dadas por Guyana y Surinam: sudamericanos pero vecinos del conjunto).

**Tabla 1:** Gacetillas de prensa del Ministerio de Turismo argentino (2009-2014) sobre asistencia técnica exterior

Fecha	Contraparte	Título de gacetilla de prensa
03.06.2009	Perú	Presentación del Sistema Argentino de Calidad Turística (SACT) en Perú
07.08.2009	Chile	Argentina y Chile acordaron la continuidad de la cooperación bilateral en materia de turismo
19.09.2009	Brasil	Convenio de cooperación entre el INPROTUR y operadores turísticos de Brasil
28.10.2009	Venezuela	Presentación del SIGO y seminario de Seguridad Turística en Venezuela
03.11.2009	Venezuela	Cooperación Internacional con Venezuela: Transferencias de Tecnologías de Gestión en Seguridad Turística
20.04.2010	Venezuela	II Reunión de la Comisión de Alto Nivel Venezuela-Argentina
16.11.2010	Venezuela	Argentina exporta tecnologías de gestión en Seguridad Turística a Venezuela
04.07.2011	Paraguay	Continúa el Proyecto de Capacitación de Seguridad Turística en Paraguay
04.08.2011	Brasil	Compromiso de Argentina con turistas brasileños
11.08.2011	Paraguay	El SIGO se implementará en Asunción, Paraguay
06.10.2011	Paraguay	Seguridad Turística-Gestión Integral de Riesgos Turísticos en el Paraguay
06.12.2011	Venezuela	El MINTUR capacitó sobre Seguridad Turística en Venezuela
28.12.2011	Paraguay	MINTUR de exportación: SIGO en Paraguay
12.03.2012	Paraguay	Continúan los avances del SIGO en el Paraguay
20.04.2012	Uruguay	Uruguay manifiesta interés en implementar el SIGO
20.08.2012	Uruguay	Llega el SIGO a Colonia Uruguay
23.11.2012	Venezuela	Jornadas de capacitación de GIRTUR en Venezuela
11.03.2013	Uruguay	El MinTur presentó el SIGO en Uruguay
19.03.2013	Uruguay	Inició la implementación del SIGO en Uruguay
24.04.2013	Uruguay	Avances en la implementación del SIGO en Colonia del Sacramento

27.05.2013	Dominica y Santa Lucía	El Ministerio de Turismo se reunió en Dominica y Santa Lucía
04.09.2013	Barbados y Santa Lucía	Autoridades del MinTur recibieron a los embajadores de Barbados y Santa Lucía
22.10.2013	Santa Lucía	Argentina busca unir el país con Santa Lucía a través del turismo náutico
22.10.2013	Santa Lucía	Autoridades de la isla Santa Lucía visitaron el MinTur
22.10.2013	Costa Rica	Argentina y Costa Rica acuerda cooperación en proyectos y cursos virtuales en turismo
22.10.2013	Cuba	Reunión con representantes de la Universidad de La Habana
23.10.2013	Belice	Casanova Ferro recibió al ministro de Relaciones Exteriores de Belice
19.11.2013	Dominica	Proyecto de Cooperación Internacional entre Argentina y Dominica
20.11.2013	Dominica	Argentina y Dominica trabajan para mejorar el servicio a turistas latinoamericanos
15.01.2014	Santa Lucía	Comenzaron las clases de español en la Isla de Santa Lucía
15.01.2014	Guyana	Reunión en la embajada argentina de la República de Guyana
15.01.2014	Guyana	Reunión con Primer Ministro de la República de Guyana
25.03.2014	Surinam	El Subsecretario de Calidad Turística se reúne con autoridades de turismo en Suriname
25.03.2014	Dominica	Proyecto de cooperación internacional entre Argentina y Dominica
27.10.2014	Chile	Cooperación turística con Chile

Fuente: Elaboración propia

## CONCLUSIÓN

La conjetura planteada parte de un conocimiento aceptado: la idea del poder blando de Nye, tanto sus reflexiones originales como las posteriores y las de sus seguidores. Sin cuestionar la teoría, se plantea aquí su **resignificación** con base en necesidades, obligaciones, limitaciones y capacidades del Estado argentino en tanto constructo histórico-geográfico particular y en un contexto

espaciotemporal específico. Se asiste, en todo caso, a un complemento de la propuesta teórica original de Nye.

En efecto, si bien el objeto empírico posee las características propias de los instrumentos del poder blando, no se inscribe plenamente en la concepción de Nye ni en la copiosa producción de otros intelectuales en base a su obra. La obra de este autor resulta **insuficiente** para comprender ciertas particularidades del caso bajo análisis. En efecto, Nye no refiere a: 1. Acciones de asistencia (aunque menciona superficialmente la recomendación a los Estados Unidos de dedicar recursos para que diversos profesionales norteamericanos provean servicios en Medio Oriente); 2. Acciones turísticas, ya que afirma que el poder blando se sustenta principalmente en la cultura, los valores políticos y la política exterior (aunque refiere eventualmente a programas de intercambio de jóvenes y, sin mayor desarrollo, presenta datos estadísticos de turismo internacional de España, Francia y los Estados Unidos); 3. Acciones desde Estados periféricos, ya que su obra analiza el poder blando de ciertas potencias y propone recomendaciones para su país; 4. Acciones de segunda generación, ya que entiende que el poder blando resulta en efectos difusos: influencia general antes que productos específicos de fácil observación (aunque también apunta que el poder blando debe estar direccionado a audiencias específicas y que debe conseguir resultados políticos específicos).

Resta comprender las causalidades y finalidades (en el sentido explicativo que Duroselle (1998) da a estos términos) de la asistencia técnica turística argentina en el Caribe no hispanoparlante en relación con objetivos estratégicos argentinos. Para futuras indagaciones, sirvan de guía las palabras de Sanín y Schulz sobre la cooperación internacional para el desarrollo:

*‘... es necesario analizar y entender sus intereses e incentivos. Algunos países buscan proyección internacional basada en valores e ideologías; otros están abriendo mercados y recursos naturales, o buscan apoyo de posiciones en foros internacionales como las Naciones Unidas... En este sentido, es necesario un debate más sincero sobre si la CSS [cooperación Sur-Sur] peligra al seguir las mismas dinámicas verticales de la cooperación Norte-Sur, en particular cuando tiene lugar entre países de diferentes grados de desarrollo’ (2009: 3).*

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Attiná, F. (2001). El sistema político global. Introducción a las relaciones internacionales. Buenos Aires: Paidós.

Duroselle, J.-B. (1998). Todo imperio perecerá. Teoría sobre las relaciones internacionales. México: Fondo de Cultura Económica.

- Hoffmann, S. (1991). *Jano y Minerva. Ensayos sobre la guerra y la paz*. Buenos Aires: Grupo Editor Latinoamericano.
- Keohane, R. (1988). *Después de la Hegemonía. Cooperación y discordia en la Política Económica Mundial*. Buenos Aires: Grupo Editor Latinoamericano.
- Keohane, R. y Nye, J. (1998). *Power and Interdependence in the Information Age*. *Foreign Affairs*, 77 (5).
- Keohane, R. y Nye, J. (1988). *Poder e interdependencia. La política mundial en transición*. Buenos Aires: Grupo Editor Latinoamericano.
- Ministerio de Turismo de Argentina (2011). *Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable. Actualización 2020*. Buenos Aires.
- Ministerio de Turismo de Argentina (2014). *Ministerio de Turismo, Argentina*. [www.turismo.gov.ar](http://www.turismo.gov.ar). Recuperado: 01 de diciembre de 2014.
- Navarro, D. (2011). *La política marcaría australiana para posicionamiento internacional*. *Miríada*, 4 (7).
- Navarro, D. (2012). *Boomerangs and Creativity: Analyzing the Core Messages of the New 'Brand Australia'*. ICS Occasional Paper Series, 3 (2), Sydney.
- Navarro, D. (2014). *Política exterior de imagen nacional: la marca Argentina en el diario La Nación (2005-2007)*. *LAJIA*, 6 (1).
- Nye, J.S. (1990). *Bound to Lead. The Changing Nature of American Power*. Nueva York: Basic Books.
- Nye, J.S. (2001). *The Paradox of American Power: Why the world's only superpower can't go it alone*. Oxford University Press.
- Nye, J.S. (2004). *Soft power. The Means to Success in World Politics*. Nueva York: Public Affairs.
- Secretaría de Turismo de Argentina (2005). *Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016*. Buenos Aires.
- Sodupe, K. (1992). *El estado actual de las Relaciones Internacionales como ciencia social ¿Crisis o pluralismo paradigmático?* *Revista de Estudios Políticos*, 75.

## LA PERSPECTIVA FENOMENOLÓGICA COMO APORTE AL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL TURISMO

THE PHENOMENOLOGICAL PERSPECTIVE AS CONTRIBUTION TO THE SUSTAINABLE  
DEVELOPMENT OF TOURISM

Héctor R Castro <sup>1</sup>

Eloy O Luna Molina <sup>2</sup>

Universidad Nacional de San Juan

### RESUMEN

*Para la gran mayoría "el turismo es un fenómeno" y de hecho este representa una actividad capaz de concebir dinámicas de desarrollo y ejercer un impacto positivo en comunidades que se encuentran alejadas de los centros turísticos principales. La metodología utilizada para este caso de estudio, es el abordaje del imaginario colectivo a través de una perspectiva fenomenológica, tomando las experiencias turísticas desde el enfoque de Cohen en su visión de los modos, se podrá estudiar y reflexionar respecto de los aspectos relacionados con sus prácticas sociales, imágenes locales, valores y el potencial a ser utilizado para desarrollar esta actividad.*

**Palabras claves:** turismo - fenomenología - experiencia turística - investigación - desarrollo sostenible.

### ABSTRACT

*For the great majority "tourism is a phenomenon" and in fact this represents an activity capable of conceiving dynamics of development and having a positive impact on communities that are far away from the main tourist centers. The methodology used for this case study is the approach of the collective imaginary through a phenomenological perspective, taking the tourism experiences from the Cohen approach in their view of the modes, you can study and reflect on the aspects related to their social practices, local images, values and the potential to be used to develop this activity.*

**Keywords:** tourism - phenomenology - tourism experience - research - sustainable development.

(1) Docente e investigador de la U.N.S.J. ; Especialista en Docencia Universitaria, U.N.S.J., Maestrando en Economía y Administración de Negocios, U.C.C.y Doctorando en Arquitectura y Urbanismo , F.A.U.D.; siendo su expertis en la Formulación, Evaluación y Gestión de Proyectos Proyectos . Docente en las carreras de Arquitectura, Diseño Industrial y Grafico y en lic. en Turismo.

(2) Docente e investigador de la F.F.H.A – U.N.S.J; Especialista en Docencia Universitaria, U.N.S.J., Diplomado en Historia Argentina y Latinoamericana. Docente en la Cátedra de Formulación, Evaluación y Gestión de Proyectos Turísticos y en Metodología de la Investigación Turística en la licenciatura en Turismo en la F.F.H.A – U.N.S.J.

## INTRODUCCIÓN

Para la gran mayoría “el turismo es un fenómeno” y de hecho es innegable que este representa una actividad capaz de concebir dinámicas de desarrollo que pueden alcanzar y ejercer un impacto positivo en aquellas comunidades que se encuentran alejadas de los centros turísticos principales y que poseen un potencial para poner en valor sus recursos. La presente investigación plantea establecer que lineamientos deberían tenerse en cuenta para el progreso del turismo en las mismas desde la comprensión de los fenómenos que ocurren en su ámbito. La valoración de los recursos incluye, como etapa previa, la elaboración de un inventario que integre la información descriptiva más relevante de dichos recursos y utilizando como metodología para este caso de estudio el abordar el imaginario colectivo de los habitantes de las localidades del Departamento de Valle Fértil - San Juan; a través de una perspectiva fenomenológica. Desde esta mirada lo que se busca es que a través de la presente investigación en dichas localidades se logre el enfoque que permita estudiar y reflexionar respecto de sus prácticas sociales, imágenes locales, valores y el potencial a ser utilizado para desarrollar esta actividad cuya importancia es el eje urbano dado por la Ruta Provincial N° 510 que recorre y pasa por el centro de las comunidades norteñas del Valle. La investigación hasta el momento devela un imaginario que entrelaza su religión, su cultura, tradiciones y los modos de ser del nativo, en un territorio que incorpora el trabajo que vienen llevando a cabo los autoreconocidos descendientes de pueblos originarios Diaguitas, asentados en el área mencionada de allí la propuesta de indagar sobre el sentido fenomenológico del Turismo y los turistas en el área de estudio.

A partir de ello y tomando de base el Enfoque Sistémico del Turismo y las generalidades de la teoría general de sistemas se observa que ha surgido una alternativa en el que la indagación de la actividad turística aparece con una mayor evolución y ello se condice con el avance sobre el conocimiento de la complejidad que plantea el modelo fenomenológico.

Esta nueva alternativa para el turismo que se presenta como más evolucionado y reconocedor de la complejidad humana y es el modelo Fenomenológico, el que se ha manifestado en una concepción humanista que resume las condiciones espirituales y materiales del hombre en perspectivas histórica y evolutiva. De hecho que el modelo fenomenológico desde una visión para el turismo se ubica en el extremo opuesto de las muchas ideas relacionadas con la alienación y este modelo resalta la importancia de las esencias, el que los individuos desarrollen vivencias en las cuales sean conscientes de que son y que existen, así como el modo en que son y existen o se manifiestan los otros objetos con los cuales se relacionan.

La fenomenología aparece como movimiento filosófico del siglo XX (Husserl 1913) que describe las estructuras de la experiencia tal y como se presentan en la conciencia, sin recurrir a teoría, deducción o suposiciones procedentes de otras disciplinas tales como las ciencias naturales. Uno de sus seguidores

fue Max Scheler, influenciado por las Investigaciones lógicas (1900-1901), proclamaba que el cometido de la fenomenología es estudiar las esencias de las cosas y la de las emociones.

Y es entonces que así como avanza el hombre, la historia, la filosofía, la ciencia, en fin, muchas actividades, y entre ellas el turismo, también avanzan, cambian, evolucionan, o a veces no lo hacen, de cualquier modo, lo cierto es que como lo dice el autor, actualmente las masas turísticas buscan alejarse de ese mundo cotidiano, tradicional y siente interés por el mundo y la cultura de otros. (Cabrera López 2011)

Cabe destacar el trabajo desarrollado por Erick Cohen (1979), que refiere a la vivencia turística desde la fenomenología.

## **EL TURISMO COMO FENÓMENO. FILOSOFÍA DEL TURISMO.**

El turismo es una relación compleja y conflictiva que dificulta su definición. Toda definición de Turismo debe tomar en cuenta la dicotomía turista-no turista.

El turista es un ser en continua construcción, en continua formación. El turismo es, a su vez, experiencia. Es experiencia en el momento en que construye ese "ser" que es un turista. Los bienes y servicios que se ofrecen a los turistas, así como la estructura (hoteles, restaurantes, agencias de viajes, etc.), son experiencias vividas a lo largo de la historia tanto por el "ser" turista, como por el "ser" recepcionista, por el "ser" agente de viajes, por el "ser" piloto de avión. Lo que diferencia a estos "seres" es precisamente el tipo de experiencia que cada uno vive en esos momentos.

Se sabe que la experiencia es vivencia y también historia. Esta experiencia es fenómeno, entonces es correcto decir que el turismo es un fenómeno. La pregunta que se plantea es "¿Qué tipo de fenómeno es el turismo?"

Puede decirse que el turismo es un fenómeno de experiencias vividas de manera y con propósitos diferentes por los seres involucrados, tanto por los que se dicen turistas como por los que trabajan en el sector. El fenómeno es el mismo y no puede ser fragmentado para su estudio, debiendo ser visto como un todo coherente. Así, cada ser revive de manera diferente su experiencia del turismo.

Alexandre Panosso se dedicó a proponer un nuevo enfoque para estudiar al turismo basado en la fenomenología, ya que las teorías que se han utilizado para su estudio se preocupan más por las relaciones de consumo: las relaciones de mercado, factor que crea una laguna en la comprensión de este fenómeno. Menciona que para Jovicic, la descripción fenomenológica del turismo se basa en la observación y percepción del fenómeno como un proceso que se desarrolla en el tiempo y en el espacio y como una actividad altamente dinámica.

El análisis epistemológico ayuda a interpretar dónde comienza y dónde termina el turismo.

El turismo comprende mucho más; En el turismo también están presentes necesidades, anhelos y deseos humanos, así como las motivaciones psicológicas que son fundamentales en la definición de lo que es el turismo.

Se considera que en este aspecto es necesario el enfoque fenomenológico, ya que permite la interpretación del hecho en sí, o de la "cosa", en el sentido de "ir a las cosas".

En palabras de Lyotard: La fenomenología desde un principio ha sido, y sigue siendo, una reflexión sobre el conocimiento, un conocimiento del conocimiento; y su célebre expresión "poner entre paréntesis" consiste en desprenderse de una cultura, de una historia, retomar todo el saber remontándose a un no-saber radical.

Así pues, en la mente de Panosso surge la pregunta "¿Por qué se opta por elegir el método fenomenológico y no otro?, y él mismo proporciona 3 razones: primero, porque esta es una nueva manera de estudiar el turismo, hecho que aporta nuevas posibilidades a este campo de estudio. Segundo, porque la fenomenología nació al principio del siglo XX, precisamente como reacción en contra de los reduccionismos (historicismo, biologismo, psicologismo) en los análisis de la sociedad, y este es uno de los puntos que pretende superar en su análisis; y tercero, porque citando a Husserl: la fenomenología quiere ser ciencia y método, a fin de dilucidar posibilidades del conocimiento, posibilidades de valoración y de dilucidarlas a partir de su fundamento esencial; son posibilidades de interés universal y por tanto, las investigaciones fenomenológicas son investigaciones universales de esencias.

Según "Fenomenología de la Experiencia Turística" Publicado: agosto 17, 2011 en Fenomenología del turismo, Ensayo sobre la "Fenomenología de la Experiencia Turística" de Eric Cohen, se puede conceptualizar lo siguiente: al decir "Fenomenología", (del inglés Phenomenology), se está refiriendo al hecho de que el turismo "en sí" es un "fenómeno", sin embargo, se puede apreciar que muchas veces es preciso buscar a fondo el significado de las palabras, si bien para entenderlas mejor, también porque muchas veces implican algo más profundo de lo que nos imaginamos.

Empezando entonces, primero debemos entender lo que es la fenomenología. Si asumimos de entrada que la fenomenología es una corriente filosófica.

El concepto más en claro de lo que es la fenomenología, sería: "Hacer ver desde sí mismo aquello que se muestra y hacerlo ver tal y como se muestra desde sí mismo".

Desglosando, se considera que hace referencia a que las cosas las veamos tal y como se nos están mostrando, sin ningún prejuicio, y sin aceptar más que lo que estamos viendo, que podríamos aceptar, incluso, que es lo real, lo tangible, lo que existe y lo que es comprobable.

Dicho lo anterior, entonces se puede afirmar que “La fenomenología de las experiencias turísticas” no es un texto simplemente, sino que es en realidad un texto que nos muestra tal y como son las cosas que se investigaron, en este caso, experiencias turísticas.

Mucho se ha dicho sobre el turismo, más en los últimos años y se considera que múltiples son los estudiosos que se dedican a plantear estrategias sobre su mejora, o incluso se atreven a hacer predicciones sobre a dónde irá a parar el turismo en unos años.

Puede que sea cierto, o puede que no lo sea, lo cierto es que en el presente texto de Eric Cohen, se nos habla primeramente de las visiones que tienen dos autores, Boorstin y McCallen, uno nos dice que los turistas actualmente son superficiales, que no buscan la autenticidad y McCallen por otro lado, argumenta que los turistas realmente buscan experiencias auténticas, vivencias reales, no situaciones superficiales como lo afirma Boorstin.

Eric Cohen, por su lado dice que no son universalmente válidas dichas percepciones, pero que aún con ello han contribuido ampliamente al entendimiento del comportamiento, motivos y experiencias de algunos turistas. Es ese el punto del que se parte y el punto que más debemos analizar.

A diferencia de Boorstin y McCallen; Cohen se da cuenta, o más bien, ha hecho que se den cuenta que los autores anteriores, generalizaban incluso cuando ellos eran demasiado específicos en las muestras que iban a tomar para realizar sus estudios y a diferencia de ellos, Cohen lo dice y lo remarca, no podemos generalizar como Boorstin o McCallen porque no hemos estudiado a todos los turistas, únicamente se han estudiado a algunos.

¿Y con qué fin? ¿Cuál es el objetivo y de qué nos sirve?

Retomando, Cohen entonces habla primero del Turismo y la búsqueda de un centro o del centro. ¿Qué es el centro? ; “El centro” es “ese sentido” que se le da a la vida, y entonces se nos habla de repente de “peregrinos antiguos” y más adelante de tipos de centro, que pueden ser religioso, político o cultural.

Así entonces, se deduce que el centro es como esa motivación, eso que inspira, y como bien lo dice, el ser humano está en constante búsqueda de ese centro, incluso, centro “espiritual”, que también se llamaría realización.

En cuanto a las modalidades de experiencias turísticas - (The modes of tourist experiences) se inicia una comparación entre los peregrinos antiguos y la masa turística moderna. ¿Por qué se hace? Porque es preciso entender como era antes, para tener al menos la idea, de cómo va a ser después, resumidamente, saber de dónde viene, cómo va, en donde está y a donde irá.

Se dice que los peregrinos antiguos buscaban en sus viajes un centro y bueno es que se considera que en la antigüedad los motores para moverse o desplazarse estaban no solo mejor definidos, sino que también influidos por el entorno propio de su época, el ejemplo claro que da es que Jerusalén sea el centro para el mundo Judío y Cristiano, su centro era religioso.

Y es entonces que así como avanza el hombre, la historia, la filosofía, la ciencia, en fin, muchas actividades, y entre ellas el turismo, también avanzan, cambian, evolucionan, o a veces no lo hacen, de cualquier modo, lo cierto es que como lo dice el autor, actualmente las masas turísticas buscan alejarse de ese mundo cotidiano, tradicional y siente interés por el mundo y la cultura de otros. Ejemplos muy claros los podemos ver con aquellos jóvenes que siente fascinación por las series de animación japonesa, llega un punto en el que su única meta es prepararse lo suficiente para conocer dicho lugar, o bien, instalarse ahí de por vida.

Según Cohen hace referencia a cinco modos de las experiencias turísticas:

### **El modo recreativo**

Este es el modo de turismo que se ve en la sociedad actual y se ha mantenido a lo largo de los años, resumidamente, es ese tipo de turismo en el que lo que busca es alejarse de la vida cotidiana y por consecuente de sus problemas para hallar distracción y relajación en un entorno diferente a éste en el que siempre nos desarrollamos.

Incluso en diversas novelas se puede ver que la recomendación para solucionar enfermedades físicas o estrés era el clásico "Cambiar de aires", ¿Por qué? Simple, porque al salir del entorno habitual se suele olvidar de todos esos problemas que en la vida diaria aquejan, precisamente por esa razón turismo habla de que es como el hecho clásico de "buscar a donde ir de vacaciones", porque se considera que ese es el momento justo para desconectarse del mundo habitual, y ello, como lo plantea el autor, hace que para los que prestan servicios sea más fácil vender sus lugares, con o sin autenticidad, no importando, ya que lo importante simplemente es salir de la rutina que aqueja día con día al ser humano.

¿Qué de cierto tiene?

Aún cree que es una modalidad de turismo que sigue ampliamente vigente en estos días, no cree que ya sea el número uno, pues con el paso del tiempo nuevas modalidades y formas de hacer turismo han surgido, pero definitivamente esta, es la manera más clásica que existe de él, porque simplemente se trata de viajar por el mero placer de hacerlo.

### **El modo de diversión**

Este turismo, junto con el de recreación, no solo es parecido, sino que son los que se ve de modo más común, Cohen dice que es gracias a estas modalidades de turismo que los críticos han dicho lo que han dicho de la materia y por otro lado se pregunta, ¿Prevalecerán?

La diferencia clave entre el turismo de recreación y el de diversión es que el turismo de diversión es como su nombre lo dice, simple diversión, no recrea en nada, si es un escape de la rutina, pero su único fin es pasarla bien, no bus-

ca como el de recreación esa relajación, placer y el reencuentro con sí mismo, ¿Cómo explicarlo de modo más claro?

Un ejemplo sería que alguien podría salir de vacaciones a reflexionar sobre lo que ha hecho durante su vida o qué quiere hacer con ella, al regresar del viaje dicha persona puede haber encontrado ya lo que necesitaba, haber resuelto sus dudas o superar un problema, etc, ese es el turismo de recreación.

Sin embargo, en el turismo de diversión, en el que solo se quiere divertirse, puede que alguien decida que está cansado de la rutina, de su trabajo, así que sale, se va a un lugar bonito, se divierte, se olvida de absolutamente todo, regresa y las cosas vuelven a la normalidad.

Esa es la diferencia, marcada por lo que Cohen llama "la búsqueda del centro"

### **El modo de experiencia o experiencial**

Este turismo se basa en la búsqueda de experiencias, se plantea que es aquel que se da cuando un individuo ha perdido su "centro", y entonces lo busca por medio de experiencias de vida auténticas de otros.

La comparación más profunda que se hace, es entre el peregrino tradicional y esta nueva modalidad de turismo entre las masas.

Se compara con el peregrino tradicional, porque aunque su centro es meramente religioso, se lleva una gran cantidad de experiencias que le dan significado al sí mismo, aunque este turismo, es lo que busca destacar que incluso cuando las masas o una persona está en convivencia con personas que tienen o han tenido estas experiencias, eso no implica que adoptaran el centro, o que con eso lo habrán encontrado.

Resumidamente, se considera que este turismo lo que busca es dejarle algo más profundo al turista, es decir por medio de la experiencia se aprende, y se cree que esta modalidad ya está un poco más acercada al crecimiento personal, y por ende es algo que tiene ya tintes más sociológicos y quizá incluso filosóficos, porque si se asume que el individuo ha perdido ese centro, entonces esto lleva a ver que se ha estado cuestionando sobre su vida, pero también sobre su entorno, sobre el ambiente que lo rodea y la sociedad.

### **El modo experimental**

Se está abierto a todo y tiene sentido que se tenga que estar dispuesto a todo, por algo es experimental, aunque dice que está enfocado a un punto un tanto más religioso, se considera que simplemente se trata de vivir, probar cosas nuevas, como ejemplo se hace mención a los jóvenes que se van a vivir a granja y es que se trata de jóvenes que viven en la urbanización desde que nacen y actualmente es una modalidad de turismo creciente, no sólo en el país. Ese es el fin, experimentar y probar cosas nuevas, de ahí que se argumente que incluso se trata de personas que están abiertas a probar hasta las drogas,

es una búsqueda de algo diferente, quizá de algo que dé satisfacción, y por eso al final concluye que la búsqueda sigue, porque realmente, ¿Qué satisface al ser humano?

### **El modo existencial**

En el modo anterior se ve que se trata de vivir cosas diferentes, de experimentar, pero cuando el resultado de esas experiencias es el encuentro consigo mismo, encontrar lo que se buscaba, o incluso el centro, pasa a ser de un modo experimental, a un modo existencial, está intrínseco en lo que se es.

Y así entonces, se percibe que Cohen dice que en las experiencias existenciales, se va a vivir con 2 centros, el que está por default decidido para todos, que podría ser la vida en la sociedad a la que se está acostumbrado y el otro, que sería el centro que elegido, el que llena espiritualmente y ¿Qué implica? Que entonces, en adelante, se estará regresando a ese lugar que hace sentir bien, ese centro que se escogió.

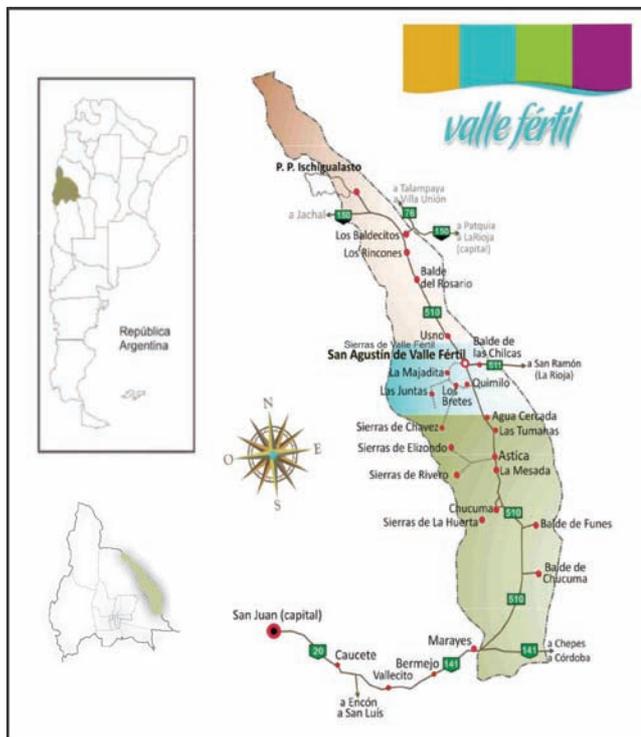
### **CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO**

La Región de Cuyo integrada por las provincias de La Rioja, San Juan, Mendoza y San Luis concuerdan con los límites administrativos y se hallan entre los paralelos de 27°43' y 37° de latitud Sur y los meridianos de 64° 53' y 70° de longitud Oeste. A su vez San Juan en la mencionada región está localizado en forma: Relativa: Al sur del continente, América, al centro oeste del país Argentina, en la parte oriental de la Cordillera de los Andes, en el extremo noroeste de la Región de Cuyo. Valle Fértil departamento de la provincia de San Juan, situado en el extremo Este de dicha provincia, a 250 km de la ciudad Capital, con una superficie de 6.419 km<sup>2</sup> y una población de 7.222 habitantes (CNPV- 2010), Valle Fértil se destaca por tener un ambiente natural de una gran belleza escénica con varios poblados que se localizan en el eje vial RP N° 510 - dentro de la jurisdicción departamental, con una rica cultura que les da identidad, pueden constituir un corredor turístico con los hermosos paisajes que brindan al turista las últimas estribaciones de las serranías que culminan por el norte y coinciden con el Parque Provincial Ischigualasto, declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en el año 2000.

El sistema vial del este sanjuanino permite el acceso al Departamento Valle Fértil, desde la Ciudad de San Juan, a través de la R.N. N° 20, la cual en Caucete empalma con la R.N. N° 141. Esta última recorre la denominada Travesía del Bermejo, pasando por Vallecito (a 60 kms), el Santuario de la Difunta Correa, un poco más adelante se halla Bermejo (a 100 kms), donde se observa la Capilla de San Expedito y luego el antiguo pueblo minero de Marayes. Aquí la ruta se bifurca, debiendo empalmar hacia el norte con la R.P. N° 510, que es el eje del Corredor Serrano que vincula con Valle Fértil en Los Baldecitos empalma con la R. N. N° 150 que pasa por Jáchal (vinculada con la R.N. N°40)

y conduce al Paso de Agua Negra que conecta con la República de Chile al oeste y al este a Patquía en La Rioja, que a través de la R.N. N° 76 lleva a Villa Unión.

Figura 1: localización del Departamento Valle Fértil en la provincia de San Juan.



Fuente: Dirección de Turismo Municipio de Valle Fértil.

El ambiente de Valle Fértil se condice con el relieve serripampeano Córdoba y la vecina San Luis, estas condiciones naturales de su entorno difieren en gran medida de los ambientes pre-cordilleranos y cordilleranos que ocupan casi el 80% de la superficie e identifican generalmente a la Provincia de San Juan.

En una investigación anterior realizado por Jofré, C. et al. (2006), se agrupa a las localidades del Departamento de Valle Fértil en tres Áreas Turísticas (norte, centro y sur). Esta división geográfica ha sido utilizada en posteriores trabajos, dado que dicha segmentación ha permitido una más fácil localización e identificación operativa de los asentamientos, algunos de ellos de cierto grado de dificultad para el acceso (se llega a de ellos a lomo de mula o a pie característica dada por lo accidentado del terreno, pero que no deja de ser una interesante propuesta para el turista).

El Departamento Valle Fértil se subdivide internamente en Distritos y Parajes:

- La Villa de San Agustín ó San Agustín de Valle Fértil es la localidad cabecera del mismo. Distritos: Chucuma, Astica, Villa San Agustín, Usno, Baldes del Rosario, Los Baldecitos.
- Parajes: Agua Cercada, Sierra de Elizondo, Ischigualasto, Las Tumanas, Los Bretes, Los Rincones, Sierra de Riveros, Sierra de Chávez, La Majadita, La Mesada, Baldes de Astica, Baldes del Sur, Río Verde, Baldes de Las Chilcas.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Comprender desde la fenomenología las estructura de significados de la vida cotidiana.

### **Objetivos Específicos**

- Confirmar la relación entre la motivación, la percepción e impresión en el proceso de la experiencia turística y los grados de satisfacción antes y después de los cambios realizados.
- Definir la relación real entre el hecho turístico y la experiencia turística.
- Describir las construcciones de la Vida cotidiana relacionadas con el concepto del habitar en el marco fenomenológico.
- Identificar elementos de valor turístico y su valor fenomenológico.

## **METODOLOGÍA**

Partiendo del concepto que la investigación es un proceso continuo que surge del reto y desafío de la necesidad de revelar, indagar y dar explicaciones del el porqué de las cosas. En este contexto la investigación con un criterio formal atiende tanto a un método, como a un proceso sistémico que genera conocimientos constantes que se van enriqueciendo con posteriores investigaciones. En este trabajo, no solo se quiere reflejar lo que ha comenzado a generarse a partir de un nuevo abordaje de una temática poco estudiada desde el turismo que es la cuestión fenomenológica.

Este equipo ha venido desarrollando proyectos cuyas temáticas como; Universidad y Municipio: Construcción de un Modelo de Gestión para el desarrollo sustentable y competitivo del turismo. Caso Valle Fértil, San Juan<sup>3</sup>.

---

(3) Castro, Héctor Rosendo. Luna, Eloy Oscar. Santandreu, María Marcela. Spinetti Cauduro, Mariela. UNSJ. Universidad y Municipio: Construcción de un Modelo de Gestión para el desarrollo sustentable y competitivo del turismo. Caso Valle Fértil, San Juan." Clait 2014.

Determinación de Directrices e Indicadores de Sustentabilidad para el Sector Turismo (Valle Fértil, Provincia de San Juan)<sup>4</sup>, asimismo se realizaron aportes al proyecto Turismo étnico: La Ruta Ancestral Diaguita (Valle Fértil, Provincia de San Juan)<sup>5</sup>, lo cuales ha sido expuestos oportunamente tanto en convocatorias del Condet como en otros eventos académicos.

Cabe señalar que partiendo de estos antecedentes y con el propósito de adentrarnos en los aspectos de la Fenomenología del Turismo, surge con la idea de ampliar el campo de acción de la investigación para tomar esta temática como base para una investigación más profunda y de mayor compromiso no únicamente con la actividad turística sino desde la perspectiva sociocultural. A partir de su principal aporte que nace de la Teoría de la Complejidad, (Paradigma de la Complejidad) la cual entiende que la realidad y los sistemas son complejos, por lo tanto para poder entenderlos se deben estudiar de un modo multifacético e interdisciplinar. En la naturaleza aparecen ciertos sistemas que presentan fenomenología emergente que no puede derivarse solo de la comprensión de las leyes fundamentales que siguen sus componentes elementales estos han originado conceptos que parecen tener relevancia en todas las ciencias y ramas del saber, un ejemplo de ello es el fenómeno turístico, este por ejemplo se trata de un sistema con numerosos componentes que interaccionan entre sí mediante el intercambio de información, contraprestación y, eventualmente, sufren la acción de agentes externos (cambios políticos, económicos, sociales, medioambientales, etc.), la presente investigación pretende realizar un abordaje e intervención desde la interdisciplinariedad, donde «no se trata de aprender `más cosas`, sino de `pensar de otra manera` los problemas que se presentan en la investigación, es decir, de reformular la concepción de la práctica de la ciencia» (García, s/f). Tal como expresa Friedman (2003)<sup>6</sup>, «El milenio que hemos comenzado a transitar está atravesado por vertiginosos cambios que afectan nuestra vida cotidiana, a nivel individual y colectivo. Ello exige nuevas respuestas a las antiguas estructuras, que deberán modernizarse radicalmente para enfrentar con éxito los desafíos que se presentan a un ritmo acelerado». De allí que pensar en lo fenomenológico es preguntarnos hoy, ¿qué es la fenomenología en turismo? es como incuriosar en un nuevo conocimiento y si vamos un poco más en la indagación ¿Qué es la fenomenología? Hasta se podría decirse que es extraño realizar esta pregunta cuando hace más de un siglo su creador Husserl, (1913)<sup>7</sup> lo presentara como una nueva forma o método e introduce dicho concepto. Aún sin embargo está lejos de haber encontrado satisfactoria respuesta. La fenomenología es el estudio de las esencias y, según ella, todos los problemas se resuelven en la definición de esencias: la esencia de la percepción, la esencia de la

(4) Castro, Héctor Rosendo. Luna Molina, Eloy. Leonardi, María Eugenia. FFHA – UNSJ Estrategias de Gestión de los Servicios Turísticos en Destinos Emergentes -Caso Valle Fértil, San Juan Condet 2015.

(5) Ferreyra, Silvia. Et al Turismo étnico: La Ruta Ancestral Diaguita (Valle Fértil, Provincia de San Juan. CICITCA UNSJ 2016.

(6) Friedman, R. (2003). La Gestión Pública en el Siglo XXI. Anticipando los cambios que vienen. En: Benavente Urbina, A. (ed.). Documentos de Facultad. Chile: Instituto de Estudios y Gestión Pública.

(7) Husserl, Edmund 1913. Ideas. Introducción general a la fenomenología pura.

consciencia, por ejemplo. Pero la fenomenología es asimismo una filosofía que re-sitúa las esencias dentro de la existencia y no cree que pueda comprenderse al hombre y al mundo más que a partir de su «facticidad». Es una filosofía trascendental que deja en suspenso, para comprenderlas, las afirmaciones de la actitud natural, siendo además una filosofía para la cual el mundo siempre «está ahí», ya antes de la reflexión, como una presencia inajenable, y cuyo esfuerzo total estriba en volver a encontrar este contacto ingenuo con el mundo para finalmente otorgarle un estatuto filosófico<sup>8</sup>.

Desde la visión turística la fenomenología toma fuerza con el aporte de Cohen (1979)<sup>9</sup> quien introduce la noción de experiencia turística y sostiene que el turista busca una renovación física y mental que le brinda un bienestar general y regresar a su cotidianeidad, este aspecto llevó a Cohen a expresar que existen varios tipos de experiencias turísticas a las que denominó “modos” y enmarco en cinco características. Otros autores anteriores han expresado “Ese mecanismo caracteriza la experiencia turística”, afirma Yves Winkin el concepto de peregrinaje supone la transición desde la vida cotidiana hacia un mundo extraordinario donde se viven experiencias sagradas o sobrenaturales, para finalmente volver al lugar de origen. Turner (1960)<sup>10</sup>, Los viajeros, según su argumentación, buscan conocer lo distinto antes que lo auténtico Urry<sup>11</sup>.

Esta nueva forma de pensar, reúne una serie de metodologías y disciplinas que permitirán entender mejor la complejidad del mundo actual y en especial del territorio sobre el que se va a trabajar y canalizar el potencial de los individuos y de las organizaciones en pos del desarrollo sustentable. Es decir, que el sistema deberá caracterizarse por su capacidad de aprendizaje y adaptación a los cambios, desarrollando un nuevo modelo capaz de gestionarlos competitivamente.

## PROPUESTA METODOLÓGICA

La investigación se realiza atendiendo a cuatro fases, algunas inevitablemente transversales a todo el proyecto, amén de su carácter altamente participativo, lo cual implica cierta flexibilidad metodológica.

A saber:

Fase de Relevamiento: Recolección de datos (fuentes primarias y secundarias) en relación a los criterios de medición de la competitividad de destinos turísticos, en este caso: el Sistema Turístico del Municipio de Valle Fértil, en su conjunto. Los datos se recolectan mediante la triangulación de técnicas e instrumentos que permitan profundizar exhaustivamente en el objeto de estudio,

---

(8) Husserl, Edmund 1913. Ideas. Introducción general a la fenomenología pura.

(9) Cabrera López, Raquel. 2011 Ensayo sobre la “Fenomenología de la Experiencia Turística” de Eric Cohen. Agosto 17, Capturado de Gestión de destinos. <https://gestiondedestinos.wordpress.com/category/fenomenologia-del-turismo/>

(10) Turner, Victor . 1960.

(11) Urry, John. 1990 La globalización de la mirada del turista. Sobre turistas y turismo Departamento de Sociología. Universidad de Lancaster.

para poder analizar con cierto grado de detalle cómo es y cómo se manifiesta el fenómeno; permitiendo a posteriori medir y/o evaluar determinados aspectos de la realidad, sus dimensiones y componentes, a la vez que posibilite llevar adelante el presente trabajo referido a la perspectiva fenomenológica como aporte al desarrollo sostenible del turismo que se propone.

Fase de Análisis: Análisis de los modelos de gestión (desarrollo sustentable y competitivo) y determinación del más pertinente en relación al objetivo de la investigación. y selección de variables de medición en relación a identificar el impacto de cada uno de los campos: económico, sociocultural y medioambiental del Destino Turístico.

Fase de Diagnóstico: Determinación del grado de desarrollo sustentable y competitivo del destino turístico.

Fase de Propuesta: Elaboración de un Modelo que contemple pautas y criterios que permitan establecer a partir de la perspectiva fenomenológica un aporte al desarrollo sostenible del turismo.

## **PRINCIPALES CONCLUSIONES**

El trabajo de síntesis y expresión de la presente tarea es un gran desafío dado que aparecen una serie de factores que complejizan el proceso, entre ellos: seleccionar los principales resultados, identificar aportes claves, mantener la coherencia interna con los resultados, no dejar afuera aspectos claves y – principalmente- la validación por los participantes del estudio. El esfuerzo principal se dirigió a resolver esta última consideración, trabajando en la junta de vecinos y centro acompañada de estrategias y acciones que busquen potenciar el capital cultural local como una fuerte estrategia para enfrentar el peso en la vida cotidiana para los habitantes de las comunidades involucradas Destacando la necesidad de estrategias de intervención que promuevan el desarrollo y construcción de espacios de encuentro y participación.

Como expresáramos al comienzo el avance del trabajo hasta ahora realizado y a modo de conclusiones parciales, se puede decir que Valle Fértil presenta una de las mayores potencialidades de la provincia para lograr modelos de desarrollo turístico sustentables. Las Rutas Turísticas existentes y potenciales, el Parque Natural Provincial Ischigualasto y la diversidad de recursos naturales y culturales, entre otros, son claras muestras de ello. Esta área se halla fuertemente influenciada debido a la implementación de la Ruta 150, tramo que conforma un fragmento del Corredor Biocénico y que pasa por el Parque Provincial Ischigualasto es a todas luces evidente que tales circunstancia, van a desplegar una diversificación y dinamización de las áreas de servicios ante el impacto que generaría el flujo de transporte en general y particularmente del turismo como conector entre los países de Brasil, Argentina y Chile. Esto, a su vez, representa un cambio, si se quiere radical, en el volumen y tipo de afluencias turísticas, todo un reto que obliga a repensar el estudio de la

oferta y la demanda y a rever las tendencias, reinventar los modelos, analizar las capacidades de carga y un sinfín de nuevos eventos que pueden llegar a representar arbitrariedades y polémicas para la comunidad anfitriona.

De tal modo que se hace indispensable, en un contexto tan complejo, lograr la visión holística que sienta las bases para una gestión adaptativa que permitirá aportar soluciones acordes a cada realidad, la salvaguarda del patrimonio y la articulación y fortalecimiento de una cadena de valor competitiva e inclusiva que permita ganar mercado ante los nuevos escenarios que se vislumbran, en un marco de equidad. Afortunadamente, hasta ahora, la experiencia participativa ha sido buena y se cuenta con el apoyo de la población local para encarar estas acciones. Por ello, se siguen, a través del presente proyecto, estudiando acciones de tal forma que el modelo construido participativamente se constituya en la herramienta fundamental que permitirá abordar las constantes transformaciones a las que se verá sometido este territorio, y también aquellos en los que en la continuidad de este proyecto se pretende incursionar buscando herramientas que deberán ser flexible y adaptables a contextos que se tornan cada vez más complejos.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amaya, C. Conde, E. Covarrubias, R. (2008). La competitividad turística: imperativo para Manzanillo, Colima. *Teoría y Praxis*, 5, 17-32.
- Bell, M. y Pavitt, K. (1995). The development of technological capabilities. In: UI Haque, I (ed.). *Trade, Technology and International Competitiveness*. The World Bank, Washington.
- Boorstin, D.J. (1961). *La Imagen: Una guía de Pseudo-acontecimientos en América*.
- Brent Ritchie, J. y Crouch, G. (2000). The competitive destination: A sustainability perspective. *Tourism Management*, 21, 1-7.
- Bruges Plata, E.A. (2010). *Ensayo sobre la Fenomenología del Turismo*.
- Bruges Plata, E.A. (2010). *El Turismo visto desde una perspectiva humana/holística*. <http://erickaliciabrugesplata.blogspot.com.ar/2010/06/ensayo-sobre-la-fenomenologia-del.html>
- Cabrera López, R. (2011). *Ensayo sobre la "Fenomenología de la Experiencia Turística"* de Eric Cohen. Agosto 17, 2011 Capturado de Gestión de destinos. <https://gestiondedestinos.wordpress.com/category/fenomenologia-del-turismo/>

- Cohen, E. (2009). Fenomenología del Turismo.
- Cohen, E. (2005). Principales tendencias en el turismo contemporáneo. Política y Sociedad, 2005, Vol. 42 Núm. 1: 11-24
- Dwyer, L. y Kim, C. (2003). Destination competitiveness: determinants and indicators. Current Issues in Tourism, 6, 369-414.
- Fuentes, R.C, Moreno-Gil, S, León González, C, Brent Ritchie, J.R. La creación y promoción de experiencias en un destino turístico. Un análisis de la investigación y necesidades de actuación. En Estudios y perspectivas en turismo.
- Hassan, S. (2000). Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry. Journal of Travel Research, 38 (3), 239-245.
- Husserl, E. (1913). Ideas. Introducción general a la fenomenología pura.
- Husserl, E. (2012). La idea de la Fenomenología. Editorial: HERDER.
- Jung, C. G. (2003). Os arquetipos do inconsciente coletivo. Obras Completas, vol. IX. Petrópolis, Vozes.
- Ley Nacional de Turismo, Ley 25.997, 2005.
- MacCannell, D. (2004). El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa. Melusina.
- MINTUR. (2005). Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016, Secretaría de Turismo -Presidencia de la Nación, Fundación CEPA (FLACAM).
- Panosso Netto, A. (2007). Filosofía del turismo. Una propuesta epistemológica. Estudios y perspectivas en turismo. Versión On-line ISSN 1851-1732. Estud. perspect. tur. v.16 n.4 Ciudad Autónoma de Buenos Aires oct./dic. 2007
- Porter, M. (1991). La Ventaja Competitiva de las Naciones. Buenos Aires: Editorial Javier Vergara S.A.
- PRITUR (2011). Competitividad y dinámica de los factores en los destinos turísticos de la provincia de San Juan en el marco de la sustentabilidad.
- Santana Talavera, A. (2008). El turismo cultural. ¿Un negocio responsable?. Estud. perspect. tur. [online]. 2008, vol.17, n.4, pp. 294-318. ISSN 1851-1732.

Urry, J. (1990). La globalización de la mirada del turista. Sobre turistas y turismo Departamento de Sociología. Universidad de Lancaster.

Recibido: 30/11/2017 | Aceptado: 15/12/2017

## **FORTALECIMIENTO DE BAHIA BLANCA COMO DESTINO SEDE DEL TURISMO DE REUNIONES**

### **BAHIA BLANCA STRENGTHENS ITS POSITION AS A HOST CITY IN THE MEETINGS INDUSTRY**

Valeria N. Gil <sup>1</sup>

Lucia Lusto <sup>2</sup>

Ma. Julia Arocena <sup>3</sup>

Universidad Nacional del Sur

### **RESUMEN**

*La industria de las reuniones es una modalidad turística que ha alcanzado una sustancial madurez, posicionándose como motora del desarrollo del turismo a diversas escalas. En este sentido, no es casual que muchos destinos internacionales sostengan un fuerte interés por desarrollar este segmento.*

*Bahía Blanca no queda ajena a dicha situación. Sin embargo existe cierta dificultad de articulación e integración a nivel local. El estudio plantea como objetivo colaborar con el posicionamiento de Bahía Blanca como ciudad sede del turismo de reuniones a través de la creación de una herramienta concreta, capaz de articular la actividad y contribuir al desarrollo.*

**Palabras claves:** turismo de reuniones - destino sede - posicionamiento - bureaux.

### **ABSTRACT**

*The meetings industry is a type of tourism that has evolved significantly, becoming a driving force for the development of tourism at different scales. Thus, it is no coincidence that many international destinations are deeply interested in developing this segment.*

*The city of Bahía Blanca is not foreign to the meetings industry. However, there is some difficulty in terms of coordination and integration at the local level. The purpose of this study is to contribute to Bahía Blanca's positioning as a host city in relation to the meetings industry through*

(1) Licenciada en Turismo (UNS) y Magíster en Desarrollo y Gestión del Turismo (UNQ). Profesor Adjunto en Organización y Servicios Turísticos III y Congresos y Convenciones. Correo Electrónico: vgil@uns.edu.ar

(2) Graduada. Universidad Nacional del Sur. Correo Electrónico: lucialusto8@gmail.com.

(3) Licenciada en Geografía (UNS) y Magíster en Gestión de Destinos Turísticos Locales por la Universidad de Barcelona Escola Universitaria D'Hoteleria i Turismo. Asistente en Geografía de los Recursos Turísticos y Política Turísticas y Recreativas. Correo Electrónico: mjarocena@yahoo.com.ar.

*the creation of a specific course of action that will allow to coordinate the sector and further local development.*

**Keywords:** *meetings industry - host destination - positioning - bureaux.*

## **INTRODUCCIÓN**

En las últimas décadas los estudios realizados sobre el turismo de reuniones han evidenciado los importantes beneficios que reporta dicha modalidad turística; sobre todo para los destinos que logran posicionarse dentro de este segmento como para aquellos que desarrollan políticas estratégicas para su fomento.

La diversidad de sectores intervinientes e interesados en dicha modalidad requiere de fórmulas asociativas que concentren esfuerzos relacionados al posicionamiento de las ciudades como destinos sedes de eventos. En este sentido, los bureaux de convenciones y visitantes se constituyen como entidades intermediarias entre la oferta y la potencial demanda de un destino dado su nivel de especialización en dicho segmento y la amplia capacidad de promoción.

Por tal motivo, es que la presente investigación plantea como objetivo colaborar con el posicionamiento de Bahía Blanca como ciudad sede del turismo de reuniones a través de la creación de un organismo mixto, capaz de articular la actividad y contribuir al desarrollo económico, social y cultural local.

## **OBJETIVO**

El objetivo de la investigación es colaborar con el posicionamiento de Bahía Blanca como ciudad sede del turismo de reuniones a través de la creación de una herramienta concreta capaz de articular la actividad y contribuir al desarrollo económico, social y cultural local.

## **METODOLOGÍA**

Con respecto a la metodología implementada, la investigación presenta un enfoque cualitativo y exploratorio; el tema ha sido poco estudiado en el área de estudio y la propuesta realizada resulta novedosa. A su vez, es descriptiva ya que se busca especificar características y rasgos importantes sobre el fenómeno a analizar. A través de un modelo deductivo se muestra la realidad y los antecedentes de la actividad desde la esfera global a la escala local. Para la recolección de datos se formalizan entrevistas a los diferentes bureaux de la Argentina, como así también a los principales referentes de la ciudad.

## PRINCIPALES RESULTADOS

### Bahía Blanca como caso de estudio

La ciudad de Bahía Blanca se encuentra localizada en el sudoeste de la provincia de Buenos Aires, sobre la costa del océano Atlántico. Es la ciudad cabecera del partido homónimo, el cual a través de múltiples conexiones carreteras establece importantes relaciones con el centro y sur de la Región Pampeano y el norte patagónico; comportándose como nudo articulador de comunicaciones.

Asimismo, se destaca por ser la ciudad más importante del sur de la provincia ya que se ha consolidado como centro comercial y financiero para una amplia zona de influencia, proveyendo bienes y servicios.

Se caracteriza por ser una ciudad intermedia, cumpliendo un importante rol como centro turístico regional; por otro lado, cumple la función de centro de distribución y escala constituyéndose como el principal centro emisor de la región. En los últimos años se ha incrementado el flujo de visitantes a la ciudad, evolucionando hacia un centro de estadía como centro de negocios y sede para la realización de diversos tipos de reuniones a variadas escalas. En este sentido, Bahía Blanca es anfitriona de encuentros programados de carácter deportivo, académico, científico, ferias, exposiciones, entre otros; siendo los mismos expresiones organizativas de las casas de altos estudios, institutos privados y públicos, centros de investigaciones especializadas, colegios profesionales, sector industrial por solo mencionar algunos de los responsables.

La disponibilidad de equipamiento e infraestructura de calidad, la diversidad de atractivos y el personal altamente calificado le permiten a la ciudad de Bahía Blanca cubrir las necesidades de un mercado altamente exigente, como lo es el del turismo de reuniones.

De acuerdo a la información brindada en su página web, la Dirección de Turismo de la ciudad indica que la misma posee una variada oferta de espacios para la realización de eventos, la cual se distribuye en hoteles, sedes académicas, teatros, predios feriales y salones. Cuenta con una capacidad total de 23.653 personas distribuidas en 35 espacios con un total de 102 salas.

Los hoteles se ubican, en gran parte, en el centro de la ciudad. La oferta se distribuye en tres hoteles de 4 estrellas, uno de 2 estrellas, un apart hotel y un parador. La mayoría de las salas ofrece los servicios básicos para la realización de cualquier evento: internet inalámbrico (WIFI), control de climatización, pantalla, proyector digital, videoconferencias y sonido, entre otros. Cabe destacar que solamente el hotel Land Plaza cuenta con cabinas de traducción múltiple, elemento necesario para la realización de reuniones internacionales. En relación al ítem sedes académicas, las mismas se ubican en la zona urbana y periurbana de la ciudad. Cuentan con una capacidad total de 5.205 personas distribuidas en 39 salas y salones. Los mismos también disponen de tecnologías necesarias para el desarrollo de todo tipo de reuniones. Los teatros

cuentan con salas de gran capacidad, posibilitando la realización de eventos de gran magnitud. Sin embargo, no todos brindan los servicios y prestaciones necesarias para la realización de variados eventos.

Por último, en relación a la oferta de espacios para la realización de reuniones, la ciudad cuenta con diversos salones con una capacidad de hasta 10.630 personas. Si bien algunos espacios son amplios, la mayoría no cuenta con las tecnologías acordes, por lo que los servicios deben ser contratados a terceros.

En cuanto a la oferta hotelera, la ciudad cuenta con una capacidad de 2.172 plazas. Las mismas se distribuyen en hoteles de 4, 3, 2 y 1 estrella, hospedajes, un parador, dos apart hoteles, un hostel y un motel. Se destaca la gran variedad de sitios gastronómicos con aproximadamente 100 establecimientos con 7.000 tenedores de variedad y calidad, entre ellos restaurantes, parrillas, patios de comidas, pizzerías, tenedores libres, cervecerías y cafés y confiterías.

Como complemento al equipamiento para la realización de eventos, Bahía Blanca cuenta con una importante oferta turístico-recreativa. Desde el Área de Turismo se organizan mensualmente visitas guiadas por la ciudad en el marco del programa "Conoces Bahía". A su vez, pueden realizarse distintos circuitos en la ciudad como el del Centro Histórico; de los Fortines, Laneras y Frigoríficos; de los Puertos; de los Barrios y Parques; Bahía Capital del Básquet; de los Museos, entre otros. La ciudad también se distingue por su agenda artístico-cultural, conformada por 5 salas teatrales y más de 27 espacios culturales, entre museos y salas de exposiciones. Por otra parte, dispone de una amplia y variada oferta comercial, compuesta por galerías y paseos de compras, la feria municipal de artesanos, la peatonal Drago, la semipeatonal Alsina y O'Higgins y el Bahía Blanca Plaza Shopping, considerado el centro comercial más importante de sur de la provincia de Buenos Aires. Asimismo, se destaca la presencia de más de 40 agencias de viajes, una de ellas habilitada para operar con turismo receptivo permitiéndole ofrecer servicios turísticos en la ciudad.

En cuanto a la infraestructura de acceso, la Aerostación Comandante Espora, ubicada a 12 km del centro de la ciudad sobre la Ex Ruta 3 Norte en el km 675, opera con vuelos de Aerolíneas Argentinas y LAN. A partir de abril 2017, la ciudad integra el denominado "Corredor Atlántico", ruta operada por Aerolíneas Argentinas, lo cual le ofrece conectividad con las ciudades de Mar del Plata, Trelew, Comodoro Rivadavia y Ushuaia y el aeropuerto internacional del Ezeiza. Además, la compañía aérea LAN solo opera con vuelos hacia y desde Buenos Aires.

Por su parte, la Terminal de Ómnibus San Francisco de Asís, permite la conexión con varios destinos del país a través de 25 empresas de transporte. Respecto a la conectividad vial, Bahía Blanca permite la conexión con los principales centros urbanos del país a través de las Rutas Nacionales N°3 Norte y Sur, N°22, N° 33 y N° 35 y las Rutas Provinciales N°51 y N° 229.

## El turismo de reuniones en Bahía Blanca

Desde la órbita gubernamental se ha considerado al turismo de reuniones como un eje estratégico para el posicionamiento de la ciudad como destino sede. En este sentido, y desde el 2010 la ciudad participa activamente con el OETR, con lo cual afirma su compromiso con la actividad a nivel nacional.

Tal como se mencionó, por las reuniones registradas durante el año 2013 la ciudad de Bahía Blanca ingresó por primera vez al ranking ICCA 2014. Así ocupó el puesto n° 5 a nivel nacional, el n° 74 entre las ciudades latinoamericanas y el n° 328 a nivel mundial. Esta situación permitió que la ciudad alcance un importante posicionamiento en el mapa mundial del turismo de reuniones.

Dicho posicionamiento se fundamentó en las ventajas comparativas y competitivas especificadas; además de destacarse las inversiones en materia de hotelería que posibilitaron el aumento en el número de plazas hoteleras disponibles (de 1.710 a 2.172 plazas), la variedad y calidad en los servicios gastronómicos, inversiones en salas y salones con equipamiento e instalaciones de confort y una amplia y variada oferta turístico-recreativa.

Tomando como base los calendarios de reuniones 2013- 2016 desarrollados por el Área de Turismo de la Municipalidad de Bahía Blanca, se puede realizar un análisis de los tipos de reuniones que más se registran, así como también las fechas más representativas. Tal como sucede a nivel nacional donde se observa un crecimiento constante de la actividad con el correr de los años, la ciudad, por su parte, ha experimentado un aumento del número de reuniones realizadas durante los años 2013, 2014 y 2015. En este período se registraron un total de 276 reuniones: 84 en el año 2013, 89 en el año 2014; 103 en el año 2015. En el año 2016 la cantidad de eventos organizados en la ciudad disminuyó considerablemente, alcanzando solamente un total de 68. Teniendo en cuenta que los grandes eventos se organizan con un año de anticipación, en la gran mayoría de los casos, la disminución de eventos sucedidos en el 2016, se estima que, fue consecuencia de haber sido año electoral el 2015.

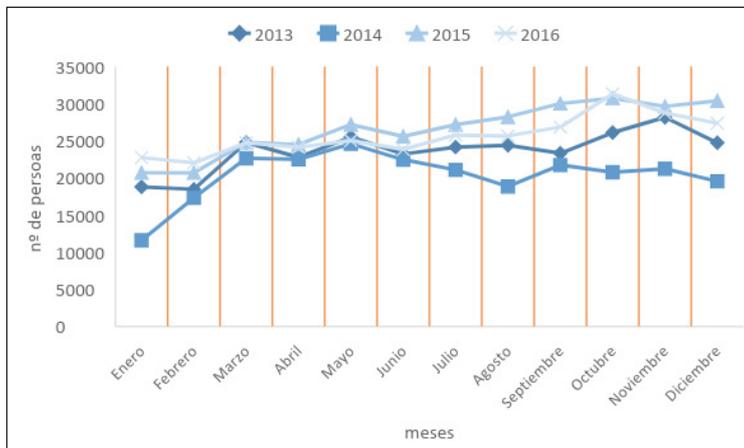
Asimismo, en cuanto a la distribución temporal de las reuniones, las mismas se concentran en el segundo semestre, tal como sucede a nivel nacional. Se puede observar que los meses que reportan mayor cantidad de eventos son septiembre, octubre y noviembre, acumulando el 45,93% del total.

Por otra parte, según datos de la Administración Nacional de Aviación Civil Argentina (ANAC) brindados por el Área de Turismo de la Municipalidad de Bahía Blanca, en el **gráfico 1** puede observarse el movimiento de pasajeros en el aeropuerto de Bahía Blanca durante el período 2013-2016. Se puede apreciar que el mayor movimiento también ocurre en el segundo semestre durante los meses en los que se concentran las reuniones. Esto puede explicarse debido a que el avión es el medio de transporte más utilizado por este segmento.

Otra variable a observar es el tipo de reunión que con mayor frecuencia se realiza en la ciudad. Durante el período analizado, las jornadas son las que más

se repiten (62%), seguidas por los encuentros (23%) y los congresos (15%). Si se comparan estos resultados con los arrojados por el OETR (2016) se advierte que las reuniones que más se realizan a nivel local se condicen con las organizadas a nivel nacional, en donde las que mayor participación tienen son las jornadas.

Gráfico 1: Movimiento de pasajeros en el aeropuerto de Bahía Blanca 2013-2016



Fuente: ANAC, 2016

Resulta importante señalar que Bahía Blanca también se destaca por ser sede de importantes eventos deportivos. Deportes como el básquet, el fútbol, el rugby, el hockey, el automovilismo y el running generan eventos de gran magnitud en los cuales participan deportistas locales, nacionales e internacionales. La realización de estos eventos genera un movimiento de turistas y excursionistas que llegan a la ciudad para participar tanto activa como pasivamente de los mismos. La ciudad es considerada "Ciudad Capital del Básquet" representado actualmente en la Liga Nacional de Básquet por Bahía Básquet. Por otra parte, el Club Olimpo participa en el campeonato de Primera División del fútbol argentino. A su vez, cada 2 años se realiza la Copa Patagonia, evento polideportivo de equipos amateur que ofrece 4 disciplinas deportivas de primera división: rugby, hockey, softbol y básquet. En cuanto al automovilismo, el autódromo Ezequiel Crisol, es uno de los escenarios más importantes del automovilismo del sur de Argentina. Por su extensión y capacidad solía ser sede de las 4 categorías más importantes del país: el Turismo Carretera, el TC 2000, el Top Race y el Turismo Nacional. Sin embargo, desde el año 2010 permanece cerrado por remodelaciones. Por otra parte, la ciudad también es reconocida como la "Capital Nacional del Midget", comprendiendo la activi-

dad dos temporadas: el campeonato invernal y el estival. Este último consta de 18 fechas y convoca entre 4.000 y 5.000 espectadores.

### **La importancia de contar con un bureau de convenciones y visitantes en la ciudad de Bahía Blanca**

La ciudad posee diversas ventajas que le permiten posicionarse como sede de turismo de reuniones. Haciendo un breve repaso, se destacan las siguientes fortalezas: su estratégica ubicación geográfica que permite una óptima accesibilidad, la presencia de importantes centros académicos, la amplia oferta turístico-recreativa y el amplio número de colegios de profesionales e instituciones relacionadas directa o indirectamente con la actividad. Además, se presentan oportunidades que favorecen el desarrollo de este segmento en la ciudad, como por ejemplo el importante crecimiento del turismo de reuniones a nivel mundial, nacional y provincial y el compromiso por parte de organismos nacionales como el INPROTUR y el OETR de seguir trabajando en potenciar esta modalidad turística en todas las esferas.

Con el objetivo de conocer la opinión de algunos de los principales actores intervinientes en la actividad respecto a la ciudad de Bahía Blanca como destino sede de reuniones, se realizaron entrevistas a la Sra. María Julia Arocena, Jefa del Área de Turismo de la Municipalidad de Bahía Blanca; al Sr. Silvio Rauschenberger, Director Ejecutivo AHRBCyA y a la Sra. Gabriela García, responsable del área de Comunicación y Capacitación CCIS.

Analizando la información obtenida de las entrevistas realizadas, resulta importante destacar que los entrevistados consideraron primordial y fundamental la creación de un bureau para la ciudad de Bahía Blanca. Consideran que éste colaboraría en generar estabilidad en la actividad turística como así también plantear políticas a largo plazo vinculadas al segmento de reuniones, contrarrestando las actuales limitaciones del sector. Asimismo, dicho ente articularía y nuclearía a distintos actores capacitados generando un espacio de trabajo conjunto en pos del desarrollo y crecimiento de la actividad.

A su vez, hicieron referencia sobre las características competitivas que posee la ciudad de Bahía Blanca, destacándose entre ellas la presencia de casas de altos estudios académicos las cuales, además de generar ellas mismas una importante cantidad de eventos, aportan generaciones de profesionales capacitados para organizar y asistir a diversos tipos de reuniones. Asimismo, se mencionan otras instituciones reconocidas a nivel provincial y nacional con sede en la ciudad de Bahía Blanca.

En este sentido, la Sra. Arocena afirma: "Una de las fortalezas que tiene Bahía es el prestigio de los profesionales. La gente no viene por la ciudad, sino que viene por la calidad del congreso. Esa es la diferencia que tenemos con otros lugares. Tiene ese prestigio de ciudad formada, personas formadas. En parte gracias a las universidades".

Otra fortaleza que presenta la ciudad y tal como lo expresa el Señor Rauschenberger, es que Bahía Blanca: "Cuenta con más de 100 salones que permiten recrear espacios para todo el amplio abanico de posibilidades que tiene el turismo de reuniones como son los simposios, jornadas, encuentros, congresos, convenciones, ferias. Son verdaderas oportunidades y palancas de desarrollo para las ciudades porque movilizan muchos eslabones de la amplia cadena productiva de este segmento".

Asimismo, consideraron positivo el gran abanico de servicios indirectamente vinculados con la actividad turística y de reuniones que existe en la ciudad, por ejemplo, imprentas, empresas de sonido e iluminación, empresas de seguridad, asistencia médica, entre otras.

A su vez, según lo afirma Rauschenberger, la ciudad de Bahía Blanca es "... un destino de jerarquía, que tiene que seguir trabajando en la captación de más y mejores eventos. Hoy Bahía es una ciudad que... tiene potencial para poder trabajar en los 70 u 80 congresos anuales, incluso algunos de perfil internacional con todo el beneficio que esto conlleva, tanto en lo económico como en lo social".

Sin embargo, los entrevistados coincidieron en que una de las mayores debilidades que posee la ciudad se relaciona con la infraestructura de servicios básicos que Bahía Blanca presenta. Expresaron falencias en cuanto a la escasa presencia de alojamiento de alta categoría, la ausencia de un centro de convenciones que congregue eventos de gran envergadura en un único sitio y la pobre conectividad aérea que existe con centros emisores más allá de la ciudad de Buenos Aires, aunque desde la AHRBCyA expresaron como positivo que "La ruta Bahía Blanca-Buenos Aires hoy está trasladando y transportando 250.000 pasajeros por año, representando el 1,2% de la demanda doméstica en Argentina".

Otra de las debilidades que presenta la ciudad, de acuerdo a lo expresado, es la falta de integración y articulación de las instituciones vinculadas al sector. Sostienen que es necesario que se junten las partes involucradas y que trabajen por un objetivo en común, generando una integración formal y responsable.

En este sentido, la creación de un bureau de convenciones y visitantes en la ciudad de Bahía Blanca se constituiría como una herramienta para disminuir las debilidades antes mencionadas, ya que por un lado se fomentaría la integración de los actores y el trabajo en equipo y por el otro, a largo plazo, podría llegar a impulsar un mejoramiento de la infraestructura disponible.

## **PROPUESTA**

La presente investigación tiene como objetivo mejorar y consolidar el posicionamiento de Bahía Blanca como destino sede de turismo de reuniones, por lo que se propone la creación de un bureau de convenciones para articular la

actividad. Se busca generar un espacio de diálogo entre los distintos actores que intervienen en el desarrollo del segmento en donde se propicie la generación de estrategias de promoción y comunicación del destino.

Se observó que los bureaux de convenciones se constituyen como herramientas para el posicionamiento de los destinos como sedes, por lo que la implementación de una entidad de estas características en la ciudad generaría un mejor posicionamiento. A su vez, se presentan como los principales representantes de los destinos frente al público. Se propone, para su implementación, seguir las siguientes fases.

Definir los objetivos que guiarán al bureau. Estos, entre otros, podrían ser:

- Mejorar y consolidar el posicionamiento de la ciudad como destino sede de turismo de reuniones.
- Fortalecer el desarrollo del segmento y formalizarlo como producto turístico.
- Propiciar la asociatividad del sector.
- Constituirse en el actor clave de promoción y comunicación del destino.
- Contribuir al desarrollo económico, social y cultural de la ciudad mejorando así la calidad de vida de los ciudadanos.

En cuanto a la composición del bureau, se propone incorporar a la mayor cantidad de instituciones posibles debido a que se busca fomentar la asociatividad del sector. "El poder de asociarse" es el que genera capacidad en los bureaux para generar mejoras cualitativas en los destinos aportando competitividad e imagen a los mismos. Teniendo en cuenta la opinión de los entrevistados en relación a quiénes deberían formar parte del bureau, todos sugieren que el Área de Turismo de la Municipalidad de Bahía Blanca debería estar, pero según María Julia Arocena no debería liderar el bureau desde el poder público si no formando parte de la actividad sin importar los cambios políticos.

Se considera fundamental que el sector académico forme parte, debido a que las universidades e institutos de la ciudad son generadores de la mayor parte de las reuniones asociativas que se realizan.

En cuanto al sector privado, la mayoría de los entrevistados sugiere que participen las instituciones relacionadas directamente al turismo de reuniones, las cuales nuclea a los hoteles, restaurantes, comercios, servicios, agencias de viajes y turismo y transporte. Según Gabriela García, deberían formar parte instituciones de diferentes sectores económicos que aporten al desarrollo de la ciudad, no solamente aquellas relacionadas con el turismo.

Otro aspecto a tener en cuenta para la implementación del bureau es el marco legal que regirá a la entidad. Se propone constituir una Asociación Civil, la cual se define como una persona jurídica privada, constituida por un conjunto de personas físicas (socios) que, se unen para realizar actividades que tienden al bien común. Su principal característica es que son entidades sin fines de lucro. Esta forma jurídica es la más utilizada por los bureaux de

Argentina, dado que fomenta la participación de todos sus miembros y se evita la centralización en la toma de decisiones.

En cuanto a la estructura de la asociación, la misma debe ser elegida por sus miembros y se divide de la siguiente manera:

- **Asamblea de Socios:** es el órgano soberano que toma las decisiones, compuesto por socios que tienen voz y voto.
- **Comisión Directiva:** es el órgano que administra la asociación, sus miembros son elegidos por la asamblea y ejecuta las decisiones tomadas por la misma.
- **Comisión Revisora de cuentas:** es el órgano de fiscalización interna.

En relación al método de financiación se propone el pago de una cuota societaria mensual, la cual variará dependiendo el tipo de socio (activo o adherente) y aportes extraordinarios. A su vez, al constituirse como una entidad con participación pública, podría recibir aportes del Municipio.

Al constituirse como el principal actor de comunicación y promoción de la ciudad, se propone la elaboración de un plan de marketing para establecer las estrategias a seguir. Se propone realizar las siguientes acciones, entre otras:

#### **Promoción:**

- Elaborar un Bidding Book para facilitar información sobre la oferta en turismo de reuniones que presenta la ciudad.
- Participación en ferias y exposiciones para dar a conocer el bureau y promocionar a la ciudad como sede.
- Organizar fam trips destinados principalmente a organizadores de eventos y agentes de viajes para permitirles familiarizarse con el destino y conocer la oferta de servicios e infraestructura que el mismo presenta.
- Colaborar en la presentación de postulaciones para captar eventos.

#### **Comunicación:**

- Elaborar un calendario de eventos realizados y a realizar. Establecer contacto con los organizadores de eventos para obtener información sobre los mismos.
- Elaborar un dossier técnico para postulaciones que sirva como presentación del destino incluyendo información básica y variada del mismo.
- Realizar eventos para concientizar a la ciudadanía acerca de los beneficios que genera el turismo de reuniones y la difusión de noticias sobre el sector.

#### **Consolidación:**

- Realizar asambleas de rutina entre los socios para fomentar la participación y el interés por el trabajo en equipo.
- Elaborar un programa de capacitación permanente para los socios con el fin de aumentar la calidad y profesionalidad del sector.

- Colaborar con organismos nacionales y provinciales a través del relevamiento y divulgación de datos sobre oferta y demanda del segmento en la ciudad.
- Difundir estadísticas relevantes del sector para facilitarle a los socios la toma de decisiones.

## CONCLUSIONES

Se observa que la ciudad de Bahía Blanca presenta condiciones para constituirse como destino sede y posicionarse a nivel provincial, nacional y mundial como sede de eventos: óptima accesibilidad, presencia de una gran cantidad de salas y salones aptos para realizar cualquier tipo de evento y centros educativos de importancia por solo mencionar algunas de esas condiciones.

Sin embargo, la ciudad presenta ciertas debilidades que obstaculizan su consolidación como destino sede de reuniones. Entre los aspectos negativos más sobresalientes se destacan la escasa oferta de alojamiento de alta jerarquía, la falta de integración y articulación de los distintos sectores que intervienen en la actividad, falta de articulación e integración de las instituciones vinculadas al sector e inexistencia de un centro de convenciones apto para realizar eventos de gran magnitud.

Además, se observó, a través del análisis de los bureaux de convenciones y visitantes nacionales que los mismos se constituyen como herramientas para el posicionamiento y consolidación de los destinos como sedes ideales para eventos. Así mismo, estos entes favorecen al desarrollo de los destinos que representan dado que brindan toda la información necesaria de los mismos tanto a los actores intervinientes como a quienes desean llevar a cabo reuniones en dichas ciudades.

Así, la creación de un ente en la ciudad de Bahía Blanca que permita, por un lado, atenuar las debilidades y potenciar y promover las fortalezas locales, así como aprovechar las oportunidades y mitigar las amenazas; y a la vez generar un espacio de articulación de diálogo donde se propicie la generación de estrategias de promoción y comunicación, colaboraría en el fortalecimiento de la ciudad como destino sede.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Argentina World Friendly (2017). Anuario Estadístico Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de la República Argentina. Recuperado de [http://www.argentina.travel/es/tools/view?slug=anuario-turismo-reuniones-2016-9268#.WYH6W4g1\\_IW](http://www.argentina.travel/es/tools/view?slug=anuario-turismo-reuniones-2016-9268#.WYH6W4g1_IW)

- Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones, Congresos y Eventos -AOCA- (2017). Recuperado de [www.aoca.org.ar](http://www.aoca.org.ar).
- Asociación de Congresos y Convenciones Internacionales -ICCA- (2016). Recuperado de [www.iccaworld.org](http://www.iccaworld.org).
- Cámara Argentina de Turismo -CAT- (2014). Recuperado de [www.camaradeturismo.org.ar](http://www.camaradeturismo.org.ar).
- Carrizo Moreira, A. y Vieira Batista, A. (2009). Turismo de eventos: desafíos estratégicos de la ciudad de JoÃo Pessoa. Cuadernos de Turismo. Recuperado de <http://revistas.um.es/turismo/article/viewFile/70161/67631>.
- Fabri, A. y Olivera, N. (2003). Eventos y Turismo: ¿Un bureau de Convenciones para promover Bahía Blanca? Realidad, enigmas y soluciones en turismo. Recuperado de <http://www.condet.edu.ar/cndt/images/articulos/Articulo%206%20Olivera%20Fabbri%20Santarelli%20Condet%203.pdf>.
- García Navas, F., Becerra Benítez, F., Cebrino Casquero, F., Delgado Reina, C. y Álvarez Gallego, M. (2014). Importancia económica de la industria de reuniones y eventos en Málaga. Fundación Ciedes. Recuperado de <http://ciedes.es/images/stories/Cuadernos/Cuaderno14.pdf>.
- Harraca, M. (2017). Bureau Posadas: "la ciudad tiene las características para recibir todo tipo de eventos". Noticiasdel6.com. Recuperado de [www.noticiasdel6.com/ampliar.php?id=185766](http://www.noticiasdel6.com/ampliar.php?id=185766).
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. & Baptista Lucio, P. (2010). Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill.
- Jiménez Castillo, D. y Sánchez Perez, M. (2005). El Marketing del turismo de negocios: Los Convention Bureaux como herramienta promocional. Asociación española de estudios de mercado, marketing y opinión. Recuperado de <http://old.aedemo.es/socios/revista87/ad-87-09.pdf>.
- Jiménez Castillo, D. y Sánchez Pérez, M. (2005). El Marketing del turismo de negocios: Los Convention Bureaux como herramienta promocional. Recuperado de <http://old.aedemo.es/socios/revista87/ad-87-09.pdf>.
- Jiménez Castillo, D., Marín Carrillo, M., Sánchez Pérez, M. (2007). Los Convention Bureaux: coordinación, orientación e impacto en la comercialización del destino turístico. Papers de Turisme. Recuperado de [www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/download/37/33](http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/download/37/33).

Martos Molina, M. (2013). El papel del turismo de eventos en el desarrollo urbano. El caso de Expo Zaragoza. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural PASOS. Recuperado de [http://pasosonline.org/Publicados/11113/PS0113\\_05.pdf](http://pasosonline.org/Publicados/11113/PS0113_05.pdf).

Maure Agüero, G. (2007). Definiciones y tendencias del turismo de eventos. Recuperado de [www.eumed.net/ce/2007b/gma.htm](http://www.eumed.net/ce/2007b/gma.htm).

Organización Mundial del Turismo (2014). Informe global sobre la industria de reuniones. Organización Mundial del Turismo. Recuperado de [http://dtxq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/am\\_8\\_meetings\\_esp-red.pdf](http://dtxq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/am_8_meetings_esp-red.pdf).

Pérez Díaz, C. y Páez Escobar, A. I. (2014). El turismo de eventos y reuniones en destinos turísticos maduros: un pilar para la reconversión del producto turístico de Puerto de la Cruz (Tenerife). Investigaciones Turísticas. Recuperado de [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/38441/1/Investigaciones\\_Turisticas\\_07\\_06.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/38441/1/Investigaciones_Turisticas_07_06.pdf).

Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires (2017). Recuperado de [www.turismo.gba.gov.ar](http://www.turismo.gba.gov.ar).

Secretaría de Turismo de Bahía Blanca (2017). Recuperado de [www.turismo.gba.gov.ar](http://www.turismo.gba.gov.ar).

Recibido: 30/11/2017 | Aceptado: 15/12/2017