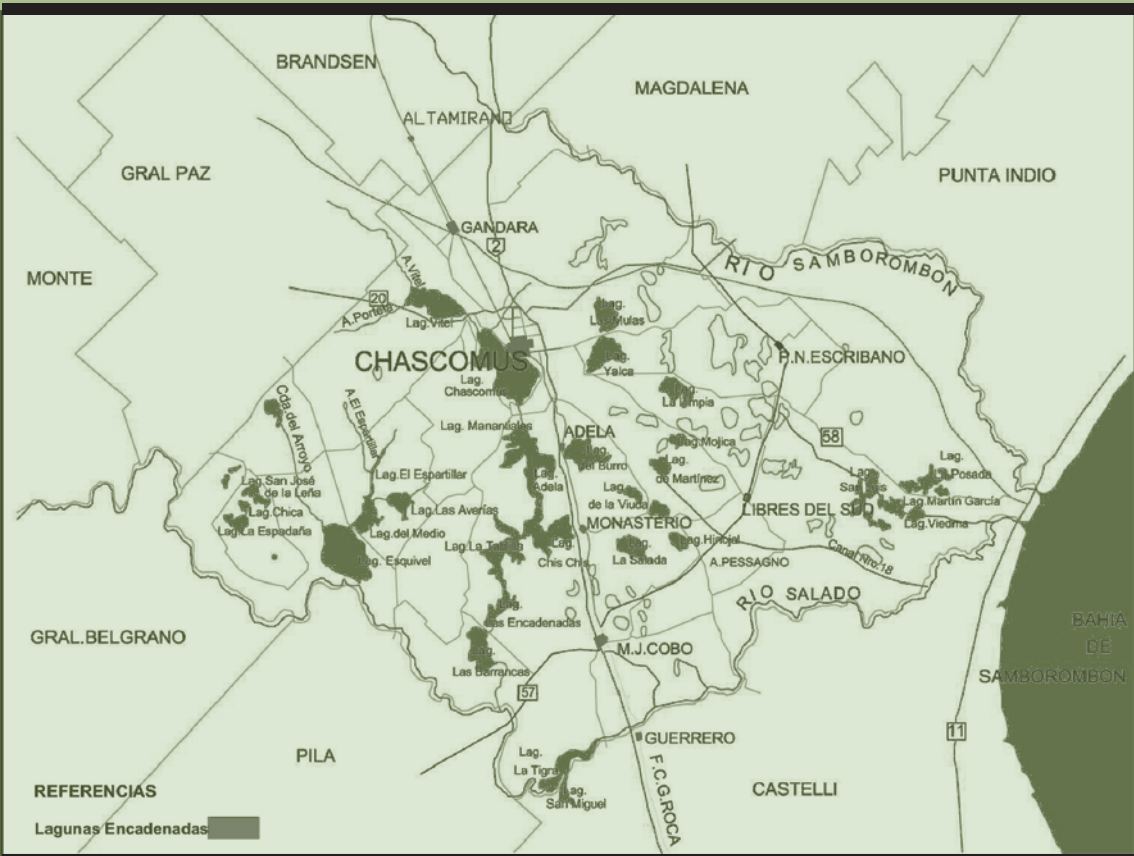


Contribución al
desarrollo local y regional de
CHASCOMÚS
a través de la actividad turística



Juan Carlos Mantero

Ricardo Dosso
Bernarda Barbini
Graciela Benseny
Cristina Varisco
Daniela Castellucci



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

UN PUENTE ENTRE LA UNIVERSIDAD ARGENTINA Y LA SOCIEDAD

PROGRAMA DE PROMOCIÓN DE LA UNIVERSIDAD ARGENTINA
SECRETARIA DE POLÍTICAS UNIVERSITARIAS
MINISTERIO DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

Contribución al
desarrollo local y regional de
CHASCOMÚS
a través de la actividad turística

Juan Carlos Mantero

Ricardo Dosso
Bernarda Barbini
Graciela Benseny
Cristina Varisco
Daniela Castellucci

CENTRO DE INVESTIGACIONES TURISTICAS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
UNIVERSIDAD NACIONAL DE MAR DEL PLATA

Contribución al desarrollo local y regional de Chascomús a través de la actividad turística /
Juan Carlos Mantero ... [et.al.] ; dirigido por Juan Carlos Mantero. - 1a ed. -
Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata, 2009.
214 p.; 21x15 cm.

ISBN 978-987-544-324-2

1. Desarrollo Regional. I. Mantero, Juan Carlos II. Mantero, Juan Carlos, dir.
CDD 338.9

ISBN 978-987-544-324-2

CENTRO DE INVESTIGACIONES TURÍSTICAS

Director: Juan Carlos Mantero
jcmantero@mdp.edu.ar

Arte y Diagramación:

Luciano Alem / Tucumán 3152 / Mar del Plata

Impreso en:

Gráfica Tucumán / Tucumán 3011 / Mar del Plata

Mar del Plata, julio 2009

La presente publicación se realiza con recursos asignados por el Programa
Un puente entre la Universidad y la Sociedad de la Secretaría de Políticas Universitarias
del Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación.

PRESENTACION

El documento *Contribución al desarrollo local y regional de Chascomús a través de la actividad turística* que se presenta a consideración es consecuencia de la oportunidad planteada por la Secretaría de Políticas Universitarias del Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología al concebir y propiciar el Programa de Promoción de la Universidad Argentina *UN PUENTE ENTRE LA UNIVERSIDAD Y LA SOCIEDAD*, asumida por el Centro de Investigaciones Turísticas de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata.

La postulación de realizar una contribución al desarrollo local y regional del Municipio de Chascomús, su realización y su proyección es producto del interés del Centro de Investigaciones Turísticas de apelar a instancias de asistencia y transferencia de saberes adquiridos en la actividad de investigación en relación a problemática suscitada por el devenir de la actividad turística en el territorio de la Provincia de Buenos Aires y la premisa de contribuir al desarrollo local y regional.

La disposición de la Municipalidad de Chascomús, de la Cámara de Comercio, Industria, Producción y Servicios y de la Agrupación de Colaboración Empresarial de avenirse e integrarse en propósito compartido con la Universidad Nacional de Mar del Plata en la finalidad de afrontar el devenir turístico del territorio municipal ha permitido disponer de su cooperación al realizar el diagnóstico cuanto al formular la proposición de desarrollo, sin perjuicio de asumir instancias futuras de deliberación y prospección con los protagonistas de la actividad, agentes y operadores involucrados e interesados, respecto de las proposiciones formuladas.

Las actividades de estudio y proposición, de producción y transferencia realizadas, han sido posibles de realizar al mediar el cauce y el recurso que implicara ser partícipe del Programa y la disposición de las entidades y la actitud de las personas convocadas: los agentes municipales competentes, los empresarios y los emprendedores turísticos y aquellos cuya información y contribución fuere requerida en las consultas realizadas.

Cabe señalar la plena disposición y cooperación de la Secretarías de Planeamiento y de Turismo y Producción en la consulta documental y en el acceso a las diferentes entidades sociales relacionadas a la problemática

asumida cuanto al concebir la modalidad y oportunidad más propicias de transferencia futura de los aportes realizados.

Se estima oportuno, consignar la predisposición de visitantes y habitantes, en las instancias de encuesta y de consulta planteadas en el transcurso de las actividades realizadas en tanto constituyen un apreciable indicador de la confluencia de el interés en construir un turismo mejor de cuyas utilidades contribuyan a un desarrollo más pleno e inclusivo de la sociedad.

Juan Carlos Mantero

Ricardo Dosso

Bernarda Barbini

Graciela Benseny

Cristina Varisco

Daniela Castellucci

INDICE

I. Programa, proyecto y producto	7
<i>Juan Carlos Mantero</i>	
La actividad turística en la Provincia de Buenos Aires	
La potencialidad turística del interior bonaerense	
La nodalidad turística de Chascomús	
La proyección turística regional de Chascomús	
Actividades programadas y realizadas	
Documentos y transferencias	
II. Sustento socio-ambiental de la actividad turística	19
<i>Graciela Benseny</i>	
Los recursos naturales	
Las condiciones ambientales de Chascomús	
La problemática ambiental	
Apreciaciones respecto del sustento socio-ambiental	
III. Sustento socio-institucional de la actividad turística	37
<i>Graciela Benseny</i>	
Los componentes de la dimensión socio-institucional	
La situación socio-institucional en Chascomús	
La opinión de prestatarios y habitantes sobre la gestión turística	
Apreciaciones respecto del sustento socio-institucional	
IV. Sustento turístico y recreativo	65
<i>Juan Carlos Mantero</i>	
Atributos y condiciones del interior bonaerense	
Chascomús: interior bonaerense y nodalidad turística	
Recursos turísticos	
Servicios turísticos y afines	
Afluencia turística	
Productos turísticos	
Apreciaciones a propósito del sustento turístico y recreativo	
V. Sustento socio-productivo de la actividad turística	119
<i>Cristina Varisco</i>	
Contexto sócio-económico	
La actividad turística como actividad productiva	
El mapa del cluster turístico de Chascomús	
Apreciaciones respecto del sustento socio-productivo	

VI. Sustento socio-comunicacional de la actividad turística	137
<i>Daniela Castellucci</i>	
La gestión comunicativa promocional de la imagen de marca	
Apreciaciones a respecto de la gestión comunicativa promocional	
Las prácticas comunicacionales	
Apreciaciones respecto de las prácticas comunicacionales	
VII. Sustento socio-cultural de la actividad turística	149
<i>Bernarda Barbini</i>	
Identidad local	
Temas de análisis:	
Imagen del espacio local y su gente	
Visión del turismo	
Participación / asociociatividad	
Apreciaciones a propósito del sustento socio-cultural	
VIII. Desafíos y estrategias de desarrollo turístico y recreativo	163
<i>Juan Carlos Mantero</i>	
Introducción	
Proposiciones del equipo responsable:	
Sustento ambiental	
Sustento institucional	
Sustento turístico	
Sustento productivo	
Sustento comunicacional	
Sustento cultural	
Reflexiones y aperturas	
IX. Proyección regional de Chascomús en el salado sur	179
<i>Ricardo Dasso</i>	
Introducción	
Hipótesis y objetivos	
Caracterización de la microrregión	
Centralidad y nodalidad	
Complementariedad funcional y espacial	
Potencialidades, debilidades y restricciones	
Planes y proyectos provinciales	
Proyección de un modelo espacial turístico regional	
Opciones turísticas recreativas del sistema	
Anexo	207
Encuesta a turistas	
Encuesta a habitantes	
Encuesta a prestatarios	

I. PROGRAMA, PROYECTO Y PRODUCTO

Juan Carlos Mantero

El estudio programado contempla identificar los sustentos de la actividad, actualizar la información, apreciar la incidencia de la actividad, formular un diagnóstico de estado y tendencia, concebir estrategias de desarrollo y formular programas, proyectos y acciones tendientes a inducir un devenir más sustentable y sostenido, a través de un proceso de articulación e integración creciente de los agentes y operadores, propiciando un proceso de comprensión y disposición de la sociedad respecto de la actividad turística y recreativa.

El estudio realizado procura dar cuenta de los objetivos formulados en torno a la puesta de la actividad turística y recreativa en contribución al desarrollo local y regional, considerando:

Objetivos generales

1. apreciar la significación y la incidencia de la actividad turística en relación al ambiente, la sociedad y la economía,
2. formular un diagnóstico de estado y tendencia de la actividad turística, de la actuación pública y de la gestión privada,
3. concebir estrategias de desarrollo y formular un programa de proyectos y acciones tendientes a inducir un devenir más sustentable y sostenido,
4. concebir y proponer un proceso de articulación e integración creciente de los diferentes agentes y operadores del sector,
5. propiciar un proceso de comprensión y disposición de la sociedad respecto de la actividad turística y recreativa.

Objetivos particulares

1. describir y analizar estado de la oferta disponible y posible (recursos, servicios y productos), de los actores públicos y privados involucrados e involucrables y de tendencia probable y proyección deseable,
2. estimar la incidencia de la actividad turística en relación al ambiente, la sociedad y la economía del Municipio, ponderando impactos y efectos benéficos y perjudiciales,
3. delinear las estrategias de desarrollo, considerando sustentabilidad ambiental, social y económica, y sostenibilidad en el tiempo de la

- actividad turística y recreativa,
4. definir y difundir un programa de proyectos, proposiciones y acciones respecto de la agencia pública y la acción privada, de asociatividad sectorial y de tejido productivo, de identificación del destino y de concepción de productos turísticos.

1. LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA PROVINCIA

El estudio de la actividad turística y la proposición de estrategias de desarrollo turístico del Municipio de Chascomús se ha concebido a partir de ciertas premisas que remiten a diferentes condiciones de desenvolvimiento de la actividad turística en el territorio bonaerense, de la singularidad que adquiere cuando se trata del territorio del litoral respecto del territorio del interior, de la actualidad del litoral y de la potencialidad del interior, de la necesidad de asumir las condiciones actuales de desenvolvimiento de la actividad y de prospectar un desarrollo alternativo a aquel que resulta del mero devenir espontáneo.

Se trata de partir del reconocimiento de las condiciones, necesidades y aspiraciones del escenario actual y de prospectar las propensiones, pretensiones y proyecciones del escenario deseable, a fin de concebir las estrategias que permitan superar las restricciones de un devenir espontáneo y sí acceder a un desarrollo deliberado donde la actividad turística constituya una contribución al desarrollo local integrado.

Al respecto, resulta oportuno advertir las diferencias que signan el devenir turístico del litoral e interior bonaerense ya que la posición de Chascomús en el territorio interior, en torno al área metropolitana y en vía de acceso al litoral, torna necesario plantear la singularidad del diagnóstico y en consecuencia de su opción en términos de desarrollo futuro.

Las investigaciones realizadas en el Centro de Investigaciones Turísticas a partir de la identificación y la apreciación de las diversas regiones turísticas, permiten inferir y asumir ciertas premisas:

- el territorio litoral y el territorio interior de la Provincia de Buenos Aires tienen atributos diferenciales, expresión de condiciones singulares y diversas, que se constituyen en sustento de actividades turísticas susceptibles de puesta en valor y /o en desarrollo apropiados a tales atributos y condiciones.

- los atributos diferenciales resultan de los recursos naturales y culturales, rurales y urbanos, productivos y sociales, que permiten concebir opciones receptoras, recreativas y/o turísticas, en modalidades apropiadas a la singularidad apreciada, la escala de sus localidades y la modalidad de uso y goce de sus oportunidades, capitalizando la magnitud y la segmentación del probable flujo usuario - consumidor del área metropolitana.

Las diferencias actuales y potenciales que resultan de sus condiciones y atributos en relación a usos y actividades, a propósito del litoral cuanto del interior, se reconocen en la *actualidad* del turismo litoral y se prospectan en la *potencialidad* del turismo interior en el territorio bonaerense, sin perjuicio de advertir la diversa incidencia que constituye la presencia o la ausencia de la actividad, de la apropiación de los espacios y la afectación de los tiempos, de la saturación o la defeción de turistas, consecuencia de la *espontánea* puesta en opción y en crecimiento turístico.

El crecimiento de la actividad turística del litoral que diera lugar a la generación y expansión de *urbanizaciones turísticas* da cuenta de similares condiciones, genéricas e incluyentes, que confluyen en la actividad turística, identificadas en el monocultivo turístico y el excluyente producto *sol y playas* - límites en su diversidad -, en el espacio acotado al litoral y la estacionalidad limitada al verano - límites en su crecimiento -, en el alojamiento en vivienda y la cotidianeidad doméstica - límites en la generación de servicios y utilidades - y por último en la *urbanización sin urbanidad* - límite a la integración de la comunidad y por tanto al desarrollo local.

Al estudiar la posición de la actividad turística en el territorio interior bonaerense en la actualidad, se advierte que, a excepción de ciertas áreas localizadas en torno a identificables lagunas y sierras, la actividad turística no alcanza una presencia significativa, consecuencia de una apreciación inapropiada de atributos y condiciones y desinteresada respecto de posibilidades y oportunidades de contribución a la diversificación del desarrollo.

2. LA POTENCIALIDAD TURÍSTICA DEL INTERIOR

Al margen de las diferencias atribuibles a su pertenencia regional, en el territorio interior se aprecian sí atributos susceptibles de puesta en valor turística más allá de los lugares ya indicados y de aquellos que perviven, a propósito de recursos naturales y culturales, mediando una estrategia de

desarrollo turístico a nivel y escala de atributos reconocibles y expectativas estimulables.

Los estudios realizados respecto de la actualidad / potencialidad turística del interior bonaerense, permiten definir y reconocer *nodalidades turísticas* sustentables en la disposición de ciertos centros urbanos y áreas de su entorno en condiciones de potenciar recursos culturales y urbanos, naturales y rurales, del indiferenciado *país del gaucho* y de la indiferenciada *pampa* de las promociones.

La *nodalidad turística* se define en relación a aquella localidad / comunidad de cierta magnitud, diversificada en su actividad, cuya posición en el territorio, disposición de recursos / servicios en sí o en su entorno, accesibilidad e interconexión territorial, propensión a innovar en su devenir y hospitalidad en su disposición de acogida, le confieren atributos necesarios y suficientes para plantearse una estrategia de puesta en valor y en desarrollo turístico.

Tales atributos, actuales y/o potenciales, plantean una situación diferencial respecto de los centros turísticos del litoral - *urbanizaciones turísticas* -, en cuanto no se trata de constatar una situación dada sino de proyectar una aspiración singular y diferente de puesta en valor y en desarrollo turístico. Actualizar los atributos potenciales indicados supone asumir inéditas opciones turísticas en contribución al desarrollo local, generando valor a partir de la interacción del centro urbano con su entorno rural, diversificado en recursos y en actividades.

La *nodalidad turística* da cuenta de un espacio turístico, actual y/o potencial, que en beneficio del devenir de la actividad en el territorio bonaerense procura capitalizar la centralidad cultural / urbana y su contorno natural / rural planteando una opción estratégica por la inclusión del espacio interior en el escenario de las alternativas turísticas, propiciando una instancia superadora respecto de la antinomia de los términos planteados, propone de articulación centro / entorno, concentración / dispersión, densidad / fluidez, persistencia / innovación, endo / exo tropismo, en un contexto de decisiones deliberadas y acciones programadas.

No obstante dinámicas diversas en su proyección futura, ciertos centros urbanos - entornos naturales plantean condiciones genéricas, transversales a las diferentes dimensiones que confluyen al considerar su potencialidad turística y que les confieren la condición de *nodalidad turística*. Tales condiciones radican en la diversificación productiva, la pluralidad de productos recreativos, la amplitud estacional y la extensión espacial, la

servicialidad y la hospitalidad, y lo que resulta motriz del desarrollo la confluencia de *nodalidad con urbanidad*.

En el caso de Chascomús, los estudios preliminares que han inducido la proposición del estudio de la actividad turística resultan de la apreciación de la potencialidad que la presencia de tales atributos le confieren a su devenir turístico, de identificarse y asumirse sus fortalezas y oportunidades y superarse sus debilidades y amenazas a través de un diagnóstico crítico y de una proposición creativa.

3. LA NODALIDAD TURÍSTICA DE CHASCOMÚS

A fin de afrontar el estudio y el diagnóstico de la nodalidad concebida en torno a la actividad turística de Chascomús en relación a una práctica pluridimensional y en el contexto de un saber pluridisciplinario, se adopta el criterio de plantear los diversos sustentos que le confieren entidad, cuya consideración permite acreditar su proyección en el espacio y su devenir en el tiempo y, en consecuencia, concebir estrategias que contribuyan al desarrollo local y regional.

Las cuestiones y los temas objeto de estudio - diagnóstico y proposición - consideradas en su desarrollo remiten al sustento pluri dimensional de la actividad:

- el sustento ambiental, a propósito de la diferencial apropiación y afectación de los espacios naturales del municipio, al estudiar y apreciar el sustento escénico y paisajístico de las actividades turísticas y recreativas
- el sustento recreativo y turístico, a propósito de la apreciación actual y potencial, de recursos turísticos naturales y culturales, urbanos y rurales, y de servicios turísticos, recreativos y urbanos, ubicados en la localidad y en territorio del municipio
- el sustento socio institucional, da cuenta de la presencia y desempeño del área de competencia municipal y de la entidad de gestión empresarial en el devenir de la actividad turística, cuanto de la presencia y actuación del tercer sector, a diferentes niveles.
- el sustento socio económico, da cuenta de la incidencia diferencial del cluster de interacción productiva, respecto de la contribución de la actividad turística a la economía de la sociedad y del municipio

- el sustento socio comunicacional, a propósito de la presencia y utilización de los medios de comunicación, en especial electrónico, en el devenir de la actividad turística, en relación a la necesaria interacción origen - destino de los flujos turísticos y recreacionales
- el sustento socio cultural, a propósito de la diferencial incidencia de las implicancias culturales en el devenir de la sociedad y de la actividad turística cuanto de la expectativa respecto de su contribución al desarrollo de la sociedad localizada.

La singularidad de cada uno de los sustentos y su dinámica confluencia en el proceso de desarrollo turístico y recreativo de la nodalidad Chascomús cuanto en relación a su proyección turística regional conducen a la concepción y adopción de estrategias que les constituya en contribución al desarrollo local y regional.

Los estudios dimensionales realizados no excluyen la síntesis en la pretensión y aspiración de plantear una visión pluri-dimensional, en tanto consideración integral de las condiciones que co-inciden en la actividad turística y en el territorio local y regional, a propósito del diagnóstico necesario a fin de sustentar la concepción de políticas y estrategias de desarrollo de la actividad atento ubicación en el espacio (interior), en el tiempo (estacionalidad), en el tipo (producto / destino), en el proceso (fase de desarrollo).

Las dimensiones consideradas, aunque referidas a Chascomús, remiten a un modelo que da cuenta de la pluri dimensionalidad de la realidad, por tanto de aquellas condiciones que promueven, permiten y sostienen el desarrollo. La complejidad que plantea el desarrollo, cuando la aspiración es su realización integral requieren de la movilización de fuerzas subyacentes a dichas expresiones dimensionales.

En tal sentido, afrontar la consideración del tema del desarrollo de la actividad turística supone acceder, conocer y asumir la diferencial problemática emergente de su circunstancia, de posición en el territorio y de fase en el desarrollo - incipiente, maduro, declinante -, cuanto de su potencialidad territorial, su disposición ambiental, su dinámica institucional, su densidad social, su tejido productivo, su aptitud comunicacional.

Atento el estudio documental, la información genérica del Municipio, el estudio de patrimonio arquitectónico y urbano, el diagnóstico del Plan Estratégico 2005, el reconocimiento territorial y entrevistas realizadas, considerando el estudio de centros urbanos y nodalidades turísticas del CIT 2005, ya se observa que la actividad turística se presenta en

un momento de inflexión en su devenir, instancia de decisión que implica la oportunidad de redefinir su opción de desarrollo turístico y recreativo.

A fin de afrontar la incertidumbre respecto del futuro, la inercia y la disociación consecuentes, sin perjuicio de reconocer y apreciar el producto del crecimiento espontáneo y apreciando la presencia y el alcance de atributos y recursos susceptibles de afectación al desarrollo turístico se propician cambios tendientes a una opción diferencial respecto de aquel que le identifica a destinos y productos en el entorno de Buenos Aires.

En consecuencia, se realiza el diagnóstico de los sustentos que ponderan la actualidad y que identifican la potencialidad de un futuro turístico que, en la continuidad, implique la innovación necesaria y una proyección plausible. Diagnóstico que pondere la actividad turística de Chascomús en el contexto de cambios contextuales que inciden en las aspiraciones y conductas turísticas y que sustente la proposición y adopción de políticas y estrategias apropiadas.

4. LA PROYECCIÓN TURÍSTICA REGIONAL DE CHASCOMÚS

La dimensión territorial asume la centralidad diferencial de la localidad de Chascomús, territorio accesible y usufructuable y opciones turísticas articulables alternativas y preferentes, inscribe la reconocida y valorada nodalidad de Chascomús a escala regional trascendiendo los límites del Municipio, concibe la interacción turística y recreativa con municipios adyacentes e identifica un territorio turístico de potencial proyección.

En tal sentido, se considera que la unidad objeto de uso y fruición turística y recreativa no se limita a *Chascomús localidad* y *Chascomús laguna* sino que debe plantearse y asumir *Chascomús municipio* y *Chascomús nodalidad turístico* articulando centro urbano y entorno natural y rural, integrando campos y lagunas hoy carentes de afectación turística y propiciando la generación de un tejido turístico articule la malla de recursos naturales y culturales con la urdimbre que necesariamente debieran constituir los servicios y las actividades turísticas.

En el transcurso del estudio la *nodalidad turística* atribuida, reconocida y asumida constituye referencia necesaria de las proposiciones de desarrollo local, en tanto *la regionalidad turística* concebida y proyectada constituye alternativa prospectiva de un desarrollo regional, producto de la plausible concurrencia de municipios y cauce de la promovible confluencia de usuarios turísticos y recreativos al territorio compartido.

El estudio prospecta, plantea y desarrolla la entidad de una región turística potencial, actualmente no asumida ni integrada, en aptitud de conferirle a Chascomús los beneficios de una centralidad turística receptora y emisora, en la actualidad no usufrutuada, que resulta de la interacción y cooperación de una micro región integrada con los partidos de General Paz, General Belgrano y Pila, a partir de su relación de competencia y complementariedad espacial y funcional.

Al postularse la proyección regional de los municipios mencionados se asume la singularidad que plantea su relación y la oportunidad de una presencia más potente y eficiente en relación devenir turístico y recreativo de la micro región en el territorio de la provincia de Buenos Aires.

5. ACTIVIDADES PROGRAMADAS Y REALIZADAS

El estudio se ha realizado apelando a la información disponible a través de informes y documentos técnicos y políticos y accediendo a la información relevada en los interesados e involucrados en la actividad a través de entrevistas y encuestas ad hoc.

Tales actividades se han sustentado en la plena disposición de los miembros del equipo responsable y de la colaboración de colaboradores especializados a fin de afrontar la diversidad de las tareas programadas.

Sin perjuicio de la responsabilidad compartida de los integrantes del equipo en el enfoque planteado y la programación adoptada, la trayectoria y competencia de sus miembros y la pluralidad de las dimensiones asumidas, implicó la asignación de escalas y de temas a cada uno de los integrantes:

a propósito de las escalas de estudio y proposición:

- la nodalidad turística de Chascomús: Juan C. Mantero
- la proyección regional de Chascomús: Ricardo Dosso

a propósito de los temas de estudio y proposición a escala Chascomús:

- Sustento Socio Ambiental Graciela Benseny
- Sustento Socio Institucional Graciela Benseny
- Sustento Turístico y Recreativo Juan C. Mantero
- Sustento Socio Productivo Cristina Varisco
- Sustento Socio Comunicacional Daniela Castellucci

- Sustento Socio Cultural

Bernarda Barbini

La personal asignación de los temas a los integrantes del equipo responsable ha permitido acceder a un nivel de consideración apropiada y necesaria de cada tema en la convicción de que la contribución más pertinente es el diagnóstico de los sustentos, sin perjuicio de las proposiciones planteadas a propósito de cada una de las dimensiones contempladas en función del desarrollo local y regional.

De las publicaciones consultadas y de las entrevistas realizadas se hace referencia en relación a cada tema. Las cuestiones y temas objeto de las diversas encuestas programadas se han definido en deliberación del equipo responsable. Los informes de análisis y diagnóstico de cada uno de los sustentos y las proposiciones planteadas, cuanto a las escalas objeto de estudio, sin obviar su consideración por parte del equipo responsable, corresponden al responsable de tema o escala.

Las encuestas realizadas ad-hoc y a cuyos resultados se apela en las diferentes contribuciones realizadas comprenden:

- Encuesta a Turistas en fin de semana de Octubre 2008
- Encuesta a Prestatarios de Servicios Turísticos 2008
- Encuesta a Habitantes de la Localidad de Chascomús 2009

Además de tales encuestas, se realizó un estudio preliminar a nivel de los operadores turísticos ubicados en Ciudad de Buenos Aires, mediante la colaboración del Lic. Carlos Lijoi, en el propósito de apreciar la incidencia actual y/o potencial de su actividad de mediación en la afluencia turística

PLANES Y PROGRAMAS CONSULTADOS

Sin perjuicio de la bibliografía consultada y referenciada en relación a cada una de los temas objeto de estudio y proposición, se consignan los planes consultados que han contribuido de modo apreciable al desarrollo de la consideración crítica y proposicional de la actividad turística:

a escala nacional:

- Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable de la Secretaría Nacional de Turismo. *Turismo 2016*. Región Buenos Aires. 2005.
- Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable de la Secretaría Nacional de Turismo 2000 - 2003

a escala provincial:

- Programa de Turismo Comunitario pueblos turísticos de la Secretaría fr Turismo de la Provincia de Buenos Aires
- Plan de Marca Turística de la Provincia de Buenos Aires de la Subsecretaria de Producción y Turismo. 2003
- Plan Viva Las Pampas de la Provincia de Buenos Aires de la Secretaria de Turismo y Deportes.
- Plan Estratégico para el Desarrollo Turístico de la Provincia de Buenos Aires de la Secretaria de Turismo 2000 - 2003

a escala municipal:

- Plan Estratégico de Desarrollo Local en Chascomús. Base de Diagnóstico. Documento Base de Diagnóstico. De la Municipalidad de Chascomús. 2005.
- Plan Estratégico de Desarrollo Local en Chascomús. Lineamientos Estratégicos. Documento Base de Diagnóstico. De la Municipalidad de Chascomús. 2005.
- Chascomús. Pautas para una Estrategia de Desarrollo. Fernando Tauber. Universidad Nacional de La Plata. 1993.

Cabe consignar la especial referencia a los estudios realizados y publicados por el Centro de Investigaciones Turísticas de la Universidad Nacional de Mar del Plata:

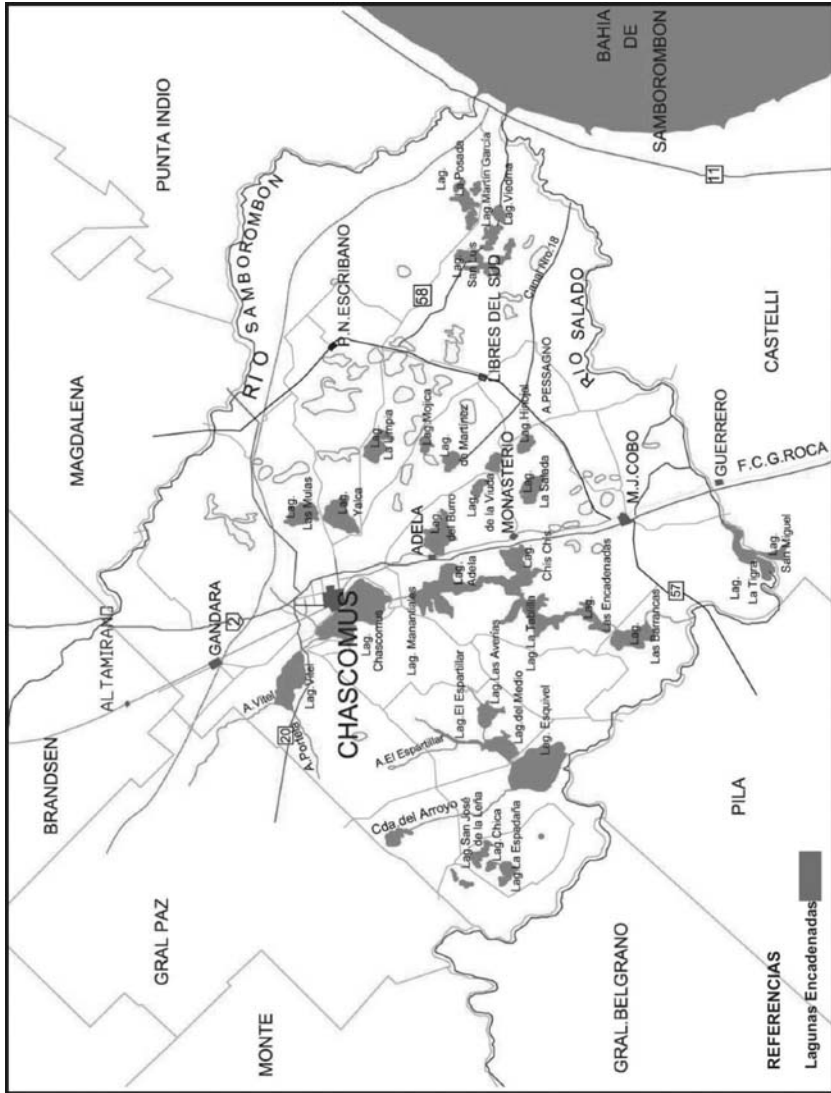
- Puesta en valor y en desarrollo turístico y recreacional de la Cuenca del Salado. Universidad Nacional de Mar del Plata. 2000.
- Puesta en valor y en desarrollo turístico - recreacional de la Cuenca del Salado en opción de turismo ecológica y turismo cultural. CIC PBA - Agencia Nacional. 2002.
- Centros Urbanos Bonaerenses. Puesta en valor y en Desarrollo de Red Turístico - Recreacional. Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica. 2005.
- Turismo y Territorio. Dialéctica Turismo de Interior - Turismo de Litoral. Contribución al Desarrollo Local. Universidad Nacional de Mar del Plata. Fase I Diagnóstico. 2006. Fase II Proposición. 2008.

6. DOCUMENTOS Y TRANSFERENCIAS

La difusión y transferencia de las actividades realizadas a propósito de la Propuesta concebida y realizada comprende:

- la producción del documento *Contribución al desarrollo local y regional de Chascomús a través de la actividad turística* a propósito de la diversidad dimensional de los sustentos considerados y a partir de la pluralidad de proposiciones concebidas y planteadas.
- la presentación documental de los resultados de las encuestas realizadas a los protagonistas de la actividad turística: operadores, turistas y habitantes a fin de hacer factible su acceso y consideración por parte de las instituciones auspiciantes y personas interesadas su consideración.
- la realización de entrevistas y reuniones con los agentes municipales y operadores privados relacionados a la actividad turística por parte de cada uno de los miembros del equipo responsable en función de los temas asumidos y de las cuestiones suscitadas en su transcurso.
- la versión en CD del documento de *Contribución al desarrollo local y regional de Chascomús a través de la actividad turística* para los partícipes del seminario y entidades interesadas en el tema desarrollado.
- la programación del Seminario de Transferencia y Reflexión destinado a agentes municipales, operadores privados, actores sociales, entidades involucradas y personas interesadas .
- la publicación de síntesis de diagnóstico y de proposición en el objetivo de difundir resultados y contribuciones generadas en el transcurso de las actividades desarrolladas, incluyendo reflexiones a propósito del seminario programado, en *Aportes y Transferencias* del Centro de Investigaciones Turísticas.

El producto y la proyección de las actividades realizadas y presentadas dan cuenta del recíproco beneficio del tendido *Puente entre Universidad y Sociedad* a propósito de la contribución al desarrollo local y regional que puede aspirarse, concebirse y realizarse a través de la actividad turística. La contribución de diagnóstico y de proposición que se reivindica en el presente caso no es menor que el aporte que su realización transfiere a la actividad de formación e investigación - acción que sustenta el Centro de Investigaciones Turísticas al confrontar la producción crítica y reflexiva realizada en el ámbito universitario con el despliegue de la actividad en el territorio, en la finalidad de propiciar un turismo responsable, diferente y mejor en beneficio del desarrollo integral e inclusivo de la sociedad.



FUENTE: PECH - PLAN ESTRATÉGICO CHASCOMUS MUNICIPALIDAD DE CHASCOMUS

II. SUSTENTO SOCIO-AMBIENTAL DE LA ACTIVIDAD TURISTICA

Graciela Benseny

El partido de Chascomús pertenece a la Región Cuenca del Salado de la Provincia de Buenos Aires, Argentina. Limita al Norte con Coronel Brandsen, Ranchos, Magdalena y Punta Indio, al Este con Punta Indio y Bahía de Samborombón, al Sur con General Belgrano, Pila y Castelli y al Oeste con Ranchos y General Belgrano. Tiene una superficie de 4.225 km². Su población asciende a 30.170 habitantes, distribuidos en 14.440 varones y 15.730 mujeres, según datos del Censo Nacional de la Población del año 2001.

Su historia se inicia en 1779, con la construcción del fuerte San Juan Bautista de Chascomús. El fuerte originó el poblado y un grupo de estaciones denominado Libres del Sud, que en 1839 organizan una rebelión contra el gobierno de Juan Manuel de Rosas. El municipio fue creado en 1864, accediendo a la categoría de ciudad en 1873. El nombre está ligado a la Laguna de Chascomús, que en lengua araucana significa “agua muy salada”.

Está situado a 130 km de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y se encuentra comunicado a través de la Autovía N° 2, y a 80 km de La Plata. La ciudad está ubicada en la Pampa Deprimida, a 10 m sobre nivel del mar, en la zona del sistema lacustre denominado Las Encadenadas del Este, entre las que se encuentran las lagunas Vitel, Adela y Chis Chis, siendo la Laguna de Chascomús la que posee mayor extensión y constituye un importante centro de pesca deportiva donde abundan diferentes especies.

Entre los recursos naturales se destaca la Laguna de Chascomús, colindante con la zona urbana, que constituye la máxima atracción turística de la ciudad y uno de los principales espejos de agua de la Provincia de Buenos Aires, debido a la posibilidad de prácticas deportivas y recreativas. Tiene una extensión de 14 km y un ancho de 4km, con una superficie de 3.044 has, alcanzando una profundidad promedio de 2 m y costas donde alternan playas con barrancos. Apta para la práctica de esquí acuático, navegación a vela y pesca de pejerrey, la laguna está recorrida por un camino perimetral donde se encuentran instalaciones de instituciones deportivas y balnearias.

1. LOS ATRIBUTOS NATURALES

El relieve dominante en la Provincia de Buenos Aires es la llanura pampeana, donde emergen como islas los sistemas serranos de Tandilia y Ventania. Es una llanura de acumulación con predominio de sedimentos de origen continental, bordeada por una angosta faja de llanura litoral de origen marino que posee diferentes fisonomías, como el cangrejal en la Bahía de Samborombón y los cordones dunares que cierran la albufera de Mar Chiquita y se prolongan en el litoral marítimo bonaerense. El manto sedimentario está cubierto por loess depositado sobre un basamento cristalino ubicado a diferentes profundidades, originando suelos aptos para la agricultura y ganadería, cuya fractura en bloques origina un fosa tectónica recorrida por el Río Salado, denominada Pampa Deprimida, en contraposición del sector noroeste llamado Pampa Ondulada.

La cuenca del Río Salado cubre una amplia superficie de la provincia y es el más extenso de los ríos bonaerenses, originado en la laguna Chañar, posee una longitud 650 km. y presenta numerosos meandros hasta desembocar en la Bahía de Samborombón. Surca un área baja formada por lagunas y bañados, acrecentando su caudal con el aporte de ríos y arroyos durante la época de las crecientes, y numerosas lagunas comunicadas entre sí en el subsuelo, generando inundaciones de difícil control, a pesar de las obras hidráulicas de construcción de canales.

La Laguna conforma una cuenca deprimida de la superficie terrestre con escasa profundidad que impide la estratificación térmica de las aguas y la consecuente formación de ambientes biológicos diferentes (Chiozza y Figueira, 1981: 386). Pueden ser temporarias o permanentes, en función al ciclo del aporte de agua son temporarias y solo tienen agua permanente cuando se alimentan de curso de agua perennes. De diferente dimensión y forma, algunas en vías de colmatación, resulta frecuente el encadenamiento lagunar, en ocasión de lluvias intensas.

En el borde oriental de la Pampa Deprimida se encuentra la Bahía de Samborombón, presenta un área de cangrejales y una serie de cordones de conchillas y dunas, impidiendo el desagüe y facilitando la formación de lagunas, originando un mosaico de suelos con escasos sectores de buena aptitud agrícola, favoreciendo la actividad ganadera de cría. El rasgo distintivo del paisaje costero denota la presencia de talares, islotes de monte en los cordones de conchilla, especies palustres en los bañados y el flechillar en los terrenos altos con suelos arenosos.

En el espacio litoral sobre la Bahía de Samborombón se localiza el humedal. Su importancia, similar a las lagunas pampásicas reside en la propiedad de recarga y descarga de los acuíferos, actuando como fuente de provisión de agua, regulación del clima, escenario para prácticas recreativas, sitio de observación de flora y fauna y lugares de caza y pesca. Las lagunas pampásicas pueden definirse como cuerpos de agua lénticos permanentes o eventualmente transitorios, sin ciclo térmico definido, sin estratificación permanente, con sedimentos propios de carácter limoso, de escasa profundidad, sin plataforma ni talud, de aguas oligohalinas hasta hiperhalinas y enteramente colonizables por la vegetación fanerogámica (Gómez y Toresani, 1998).

El sistema lagunar “Encadenadas del Este” o “Encadenadas de Chascomús” alcanzan una extensión de 11.668 has. Comprende las lagunas de Vitel (1.035 has.), Chascomús (3.014 has.), Adela (2.098 has.), Manantiales, del Burro (1.070 has.), Tablillas (1.674 has.), Chis – Chis (1.481 has.) y Las Barrancas (885 has.). Todas las lagunas se encuentran intercomunicadas por arroyos, y a través de la laguna Las Barrancas desaguan al Río Salado.

2. LAS CONDICIONES AMBIENTALES EN CHASCOMÚS

Se analizan los elementos del medio físico: abiótico (tipo de clima, temperatura promedio, variación de temperaturas, estacionalidad fenómenos meteorológicos, tipo de suelo, geología, geomorfología, recurso hídrico) y biótico (fauna y flora).

el clima

El clima es templado húmedo a sub-húmedo, con una temperatura media anual de 16°C, siendo la media para el verano de 23°C y en el invierno de 9°C. Las precipitaciones alcanzan los 900 mm. anuales y los vientos predominantes corresponden al cuadrante Este con velocidad media de 14 Km. Los vientos locales representan un factor con alta incidencia en la disposición del territorio, varían en intensidad y duración, la mayor intensidad se produce en septiembre y octubre con predominio de los vientos de sudoeste. En verano proceden los vientos del Norte, son cálidos y secos, favoreciendo las sequías, en tanto los

vientos del Este y Sudeste se asocian a las lluvias, y la Sudestada, originada en el Río de la Plata que dificulta la navegación y entorpece el escurrimiento de la red hídrica, generando un serio conflicto ambiental.

la geomorfología y la hidrología

El partido de Chascomús se encuentra en la zona deprimida del Salado, la cual abarca el 30% de la provincia de Buenos Aires. Presenta un ambiente acuático propenso a la inundación, fenómeno frecuente que involucra amplias áreas de la provincia. Las inundaciones alteran la morfología de los cuerpos de agua, posibilitando el libre intercambio de fauna acuática entre cuencas normalmente separadas; y al mismo tiempo, se originan bañados o lagunas temporarias. La hidrología superficial presenta el amplio sistema lacustre de *Las Encadenadas del Este*, en disposición de Norte a Sur, comenzando en la laguna Vitel y desembocando en la Bahía de Samborombón, cuyo aporte fluvial más destacado se debe a la presencia de los ríos Salado y Samborombón.

el suelo

El suelo es pardo o negro, profundos y ricos en nutrientes, con subsuelo de loess o de limo. Domina el tipo de suelo aluvial, sódico salino y semipantano de textura arcillosa y poco drenados, en menor proporción y sobre cordones de conchilla se desarrollan suelos de baja salinidad (Canevari, 1998).

la flora

El bioma presente en la Pampa Deprimida corresponde al pastizal pampeano, es un estrato herbáceo con formas vegetales que incluye especies que crecen en altura y otros que crecen en superficie. El pastizal presenta grupos de pastos que crecen en invierno y otros en verano, manteniendo de esta forma el suelo permanentemente cubierto por un tapiz vegetal y la producción de materia verde durante todo el año. El pastizal pampeano presenta alto grado de modificación antrópica, quedan escasas áreas que mantienen su composición primitiva, en los bordes de las vías férreas y en los campos abandonados durante muchos años se puede reconstruir la vegetación original. Las especies arbóreas son producto de la forestación.

En el ambiente primitivo el bioma presentaba una cobertura gramínea con ausencia de árboles autóctonos, salvo en las fajas boscosas de las riberas de ríos y arroyos. La formación vegetal más importante corresponde al flechillar y paja colorada (gramíneas) y arbustos dispersos (brusquilla, romerillo). En el entorno del sistema lagunar y proximidades de la Bahía de Samborombón existen pajonales y otras hierbas acuáticas y palustres, con junco en los bordes de las lagunas.

la fauna

La fauna de mamíferos más numerosa está representada por la vizcacha y los marsupiales. Entre los carnívoros se encuentran: zorrinos, zorro de la pampa, gato de los pajonales, ciervo dama, etc. y abundan roedores como la mara, tuco, cuices, ratas y ratones. La avifauna más característica está formada por: macaes, biguá, patos silbones, chajaes, mistos, chingolos, el elegante cisne de cuello negro, etc. La fauna ictícola presente en las lagunas está compuesta por: mojarra, dientudos, bagres, tarariras, pejerrey, entre otros.

3. LA PROBLEMÁTICA AMBIENTAL

La disfunción entre las relaciones del hombre y la naturaleza dan origen a la problemática ambiental. Interesó conocer la percepción tanto de turistas, prestadores de servicios y habitantes sobre las cuestiones ambientales de Chascomús.

3.1. Problemática ambiental percibida por el turista

La información relacionada con la dimensión ambiental se analiza a través de la opinión de los turistas expresada en la Encuesta pertinente en cuestiones vinculadas con la localidad (motivos de elección, definición y atributos), los servicios (en función a su especificidad: urbanos y/o turísticos), obras de infraestructura urbana (estado y calidad), el recurso natural (valoración de la laguna y su entorno) y problemas ambientales en el municipio.

a. la localidad

Entre los motivos de elección de la localidad con mayor representatividad se destacan: la recurrencia al mismo destino, disfrutar el lugar, la proximidad con el mercado emisor, deseos de conocer, el descanso y la búsqueda de tranquilidad en el lugar, tener amigos o parientes en la ciudad y por recomendación de otras personas. Solo el 5% de los encuestados respondió como motivo de selección la Laguna.

A fin de conocer la forma de definir a la localidad se le requirió tres frases breves que expresen el significado de la localidad para el encuestado, entendiéndose que las expresiones vertidas en la primera opción son más relevantes que las sucesivas. La expresión más utilizada para definir a la localidad combina las palabras “apacible y tranquila”, siguiendo en orden de importancia “agradable-linda-hermosa”, “verde-natural”, “cuidada y limpia” y “segura”.

b. los servicios

Al requerirse al encuestado su opinión sobre los servicios urbanos (limpieza, seguridad, iluminación, estacionamiento, transporte urbano, tránsito, señalización vial) y servicios turísticos (alojamiento, recreación, gastronomía, información turística, transporte de aproximación, señalización turística, servicios turísticos en el principal recurso: laguna y cuestiones relacionadas con la atención a los turistas), en base a una escala ordinal contemplando la gradación: excelente, muy bueno, bueno, regular, malo.

En relación a la calidad de los servicios urbanos, con vinculación directa con la dimensión ambiental, el turista encuestado expresó su satisfacción respecto de favorable: limpieza de la ciudad, seguridad, iluminación en la ciudad, estacionamiento, tránsito, señalización vial, estado de las calles y rutas de aproximación. Respecto del servicio de peaje, la opinión no es coincidente, en tanto el 45% se expresa en valoración positiva (cubriendo los niveles bueno, muy bueno y excelente) y el 27% en valoración negativa (malo y regular). Al requerir opinión sobre el transporte urbano el 71% de los encuestados no respondió, y de aquellos que se expresan el 22% indicó su valoración positiva y el 7% su apreciación negativa.

A propósito de la calidad de los servicios turísticos la valoración del alojamiento resulta positiva (84%) y negativa (2%). Similar

valoración se obtuvo de los servicios de recreación positiva (79 %) y regular (el 3%). Los servicios gastronómicos recogen opinión positiva (77 %) e ínfima opinión negativa (1%). Los servicios de atención turística valoran positivo (87%), en tanto es reducida la apreciación regular (4 %). El transporte de aproximación solo fue evaluado por el 38% de los encuestados, no expresándose el 52 %, valorando de modo positivo (38 %) y regular (10 %). La valoración genérica de los servicios turísticos de la Laguna resultó positiva (83%), cuanto reducida la valoración negativa: regular (3%) y malo (4 %).

c. las obras de infraestructura urbana

De modo similar se solicitó al encuestado su opinión sobre cuestiones vinculadas con la infraestructura del lugar (estado de las calles, estado de terminales de transporte, rutas de aproximación, servicio de transporte de larga distancia, servicios de peaje), la calidad del servicio, en base a una escala ordinal que contempla análoga gradación de valores: excelente, muy bueno, bueno, regular, malo.

Se requirió opinión sobre el estado de las terminales de transporte, el servicio ferroviario y el servicio de ómnibus, verificándose en los tres casos un alto porcentaje sin responder, incidencia probable del traslado en automóvil del turista. De aquellos que emiten opinión: de las estaciones terminales de transporte el 41% lo hace en forma favorable y 8% desfavorable, del servicio ferroviario el 20% lo hace en forma favorable y el 11% desfavorable; del servicio de ómnibus el 30% lo hace en forma favorable y el 10% desfavorable.

d. el recurso natural

La laguna de Chascomús constituye el principal recurso natural, se recolectó información sobre diferentes variables que permiten obtener su valoración. Se analizaron diferentes juicios valorativos de los encuestados sobre: calidad de la orilla de la laguna, calidad del agua, calidad del paisaje, calidad de los servicios en la ribera y laguna, acceso a la laguna, extensión de la orilla, densidad de personas en la laguna, equipamiento en la laguna, condiciones de seguridad y servicios en la laguna.

Sobre la calidad de la ribera el 79% expresa una valoración favorable; la calidad del agua de la laguna encuentra opiniones casi equilibradas, favorables (49%) y desfavorables (43%); la percepción

generalizada de los turistas sobre la calidad del paisaje lagunar fue positiva, similar apreciación se atribuye a la calidad de los servicios en la laguna; de aquellos que han emitido opinión las condiciones de acceso a la laguna fueron evaluadas en forma favorable por el 30% y desfavorable por el 20% de los encuestados.

Vinculado con la laguna, como principal recurso natural de Chascomús, se recolectó información sobre la extensión de la orilla. Las respuestas de los encuestados denotan satisfacción, dado que solo el 21% son negativas. Al indagarse sobre la densidad de personas en la laguna, en relación a la capacidad de carga del recurso, el 80% de los encuestados lo valora positivo, el 13% lo valora negativo.

En relación al equipamiento en la laguna, el 52% lo hizo en forma positiva, en tanto el 23% en forma negativa. Respecto de las condiciones de seguridad en la laguna, el 59% las evaluó en forma positiva y el 21% de modo regular, en tanto los servicios en la laguna, el 51 % consideró que son satisfactorios y el 23 % no satisfactorios. En relación al porcentual, cabe reiterar que la diferencia respecto del 100 % de los encuestados radica en que no han emitido opinión.

e. problemas ambientales

Se solicitó a los turistas que indiquen los problemas que advierten en la ciudad, a través de su expresión hasta tres frases cortas que detalle la problemática detectada, por lo tanto surgen tres opciones diferentes, considerando que los problemas indicados en la primera opción revisten mayor importancia para el turista.

El 77% de los encuestados no detectó problemas, el 26% mencionó como problema la falta de seguridad que tiene la ciudad, el 2% identificó el estado de los espacios verdes sin limpieza, el 2% mencionó la carencia de servicios en el recurso natural. El resto de las respuestas, si bien adquiere un valor ínfimo presenta una gama muy variada de opciones, en torno a cuestiones vinculadas con el estado de las calles y la intransitabilidad, la deficiencia de alumbrado público, residuos en las calles y señalización deficiente.

Interesó conocer desde la percepción ambiental del turista los atributos que carece la ciudad y que a su juicio le permitirían ser más atrayente. De la opinión espontánea de los turistas surgieron algunas cuestiones interesantes, a saber: el 16% remarcó la ausencia de servicios en el recurso natural laguna, el 3% higiene y limpieza del recurso natural,

el 16% mencionó la falta de servicios turísticos y el 18% la ausencia de lugares y actividades para jóvenes y pequeños. Por otra parte, el 19% respondió que a la localidad no le hace falta nada más para ser atrayente.

3.2. La problemática ambiental percibida por prestadores turísticos

A fin de requerir la información vinculada con la dimensión ambiental se analiza la opinión de los prestadores de servicios en cuestiones vinculadas con la localidad (motivos de elección de la localidad, definición, atributos fuertes y débiles, y problemas de la localidad), las inversiones y proyectos (según su carácter público y/o privado), la actividad turística (situación del turismo, satisfacción del turista, opinión de la gestión turística), el recurso natural (valoración de la laguna y su entorno), los riesgos y problemas ambientales en el municipio.

a. la localidad

Se consultó a los encuestados los motivos por los cuales eligieron la localidad para residir, resultando un marcado predominio de nativos, motivos laborales, ciudad agradable, cuestiones familiares, el lugar, la calidad de la vida, entre otros motivos.

El 37% de los encuestados define a la ciudad como agradable, el 11% valora la tranquilidad, coincide en igual representación las respuestas que califican como ciudad para vivir, el 8% considera que es una ciudad turística y en igual valoración, entre los aspectos más significativos, se destaca el crecimiento. Entre las fortalezas de la localidad se menciona: en primera instancia a la laguna, luego la naturaleza, la tranquilidad, la ubicación, el deporte y la cultura. Entre las debilidades se indican: los servicios turísticos, la infraestructura, los servicios recreativos, los emprendimientos, la gestión turística, la disposición turística, entre los más destacados. En segunda opción de respuesta, se consignan las actividades recreativas, la gestión turística, los servicios turísticos, la infraestructura y los emprendimientos.

b. las inversiones y los proyectos

Al preguntar a los prestatarios de servicios sobre las inversiones realizadas, en cada una de las respuestas de los empresarios, en forma independiente del sector al que pertenecen, no aparecen mencionadas las

inversiones que evidencien conciencia ambiental, dado que no se indica tecnología de reducción de consumo de energía o de agua. Sí se mencionan innovaciones vinculadas con la construcción de canchas de tenis, pileta de natación, yacuzzi y golf.

Al solicitarse a los entrevistados la identificación del proyecto (público o privado) más importante para la localidad, sólo el 3% mencionó la cuestión ambiental a través de la recuperación y preservación de la laguna. El proyecto más deseado se vincula con la recreación (45%), la mejora del alojamiento (18%), la accesibilidad (13%), la gestión turística (11%) y obras de infraestructura (3%).

c. la actividad turística

El 92% de los prestadores de servicios opina que mejorará el turismo en la ciudad y el 8% considera que se estabilizará. Los que opinan a favor de la actividad turística encuentran su fundamento en la creciente afluencia turística, la accesibilidad, la gestión turístico/urbana, la satisfacción del turista y la creciente conciencia turística, entre los principales motivos. En segunda opción de respuesta, la accesibilidad, los precios accesibles, la satisfacción del turista y el crecimiento de servicios. Respecto de la satisfacción del turista influye la tranquilidad y seguridad, la relación calidad-precio, la calidad de los atractivos, la calidad de los servicios, la hospitalidad de la gente, la diversidad de servicios y atractivos.

d. el recurso natural

En relación a las cuestiones propias de la laguna interesó conocer la opinión del encuestado sobre diferentes temas. Respecto de la calidad de la orilla el 63% se expresó en forma positiva y el 37% negativa; sobre la extensión de la orilla el 63% positiva, el 32% negativa. Al preguntar sobre la calidad del agua solo el 18% la calificó como buena, en tanto el 77% negativa y el 5% no respondió.

El acceso a la laguna fue calificado en apropiado por el 82% e inapropiado por el 18% restante. El equipamiento en la orilla de la laguna fue calificado como apropiado por el 39% e inapropiado por el 58% . La calidad de los servicios en la laguna fue evaluada como satisfactoria por el 45% e insatisfactoria por el 55%. Las condiciones de seguridad en la laguna resultan inadecuadas para el 51% de los encuestados y adecuadas para el resto. La densidad de ocupación en el perímetro de la laguna

resulta apropiada para el 89% y regular para el 8%. La calidad del paisaje fue evaluado en forma positiva por el 95% de los encuestados y negativa por el resto.

c. los riesgos y problemas ambientales

De los prestadores de servicios consultados, el 8% consideró que la ciudad no presenta ningún problema. Los restantes indentifican los siguientes productos: cobertura de agua y servicios urbanos, inseguridad, tránsito, gente e insuficientes servicios turísticos. Al preguntar sobre los posibles riesgos que puede sufrir la localidad en el mediano plazo, surgió el impacto ambiental en la laguna, la congestión / saturación, la contaminación visual, el déficit en infraestructura, la temporada más breve, el control exógeno de la actividad turística, la pérdida de puestos de trabajo y la afectación del recurso por construcciones próximas.

Al requerir a los entrevistados que mencionen los problemas ambientales que advierten en la localidad, en primer término aparece la contaminación de la laguna, tanto de sus aguas como el entorno visual por la cartelería colocada. Otra cuestión plantea la basura en las calles y la presencia del basural. Las respuestas denotan una situación acuciante vinculada a la escasez en el suministro de agua corriente, la disminución del caudal de agua en la laguna, el desagote de cloacas en la laguna, la preocupación por la contaminación de la laguna y los cambios urbanos originados en su entorno.

3.3. La problemática ambiental percibida por el habitante

Al analizar la información vinculada con la dimensión ambiental se contempla la opinión de los habitantes en cuestiones relacionadas con localidad (motivos de elección, definición), los servicios (se analizan en función a su especificidad: urbanos y/o turísticos), obras de infraestructura urbana (estado y calidad), la actividad turística (atributos fuertes y débiles que posee la localidad para la actividad turística, efectos positivos y negativos que inciden en el desarrollo del turismo, opinión sobre la gestión turística, actividades realizadas), el recurso natural (calidad de la orilla de la laguna, del agua, paisaje, servicios, accesos, extensión de la orilla, densidad de ocupación, equipamiento en orilla, condiciones de seguridad, presencia/ausencia de servicios, costanera,

camino lagunas, espacios verdes) y problemas ambientales en el municipio.

a. la localidad

Al preguntar sobre los motivos que influyen para vivir en la localidad se observan pocos argumentos invocados relacionados con la cuestión ambiental, se mencionan tranquilidad, disfrutar del lugar, calidad de vida. Los motivos más recurrentes responden al hecho de ser nativo, a razones familiares, a cuestiones de trabajo y a la proximidad al lugar de trabajo. Al requerir una definición de la ciudad, a través de una pregunta con opciones múltiples, las expresiones relacionadas con la cuestión ambiental refieren: ciudad tranquila, atractiva, abierta, amplia y con espacios verdes. Solo un 10% de los encuestados hizo mención a la inseguridad.

b. los servicios

En relación a los servicios urbanos públicos se preguntó sobre la calidad y cobertura de educación, salud y seguridad, resultando la calidad de la educación calificada en forma positiva por el 59% y negativa por el 38%; en cuanto a la cobertura las respuestas resultan contradictorias, dado que un 47% opina que es insuficiente y un 46% responde suficiente y amplia. En relación a la calidad de los servicios de salud, un 53% opina que son buenos y 46% lo contrario; la cobertura evidencia una ausencia en los servicios de salud (53%), opinando en forma favorable el 32% de los encuestados. El servicio de seguridad se percibe acuciante, dado que solo el 12% lo evalúa como bueno y el 77% considera insuficientes las condiciones de seguridad.

Al solicitar la opinión de los servicios urbanos (limpieza de calles, seguridad, iluminación, estacionamiento, transporte urbano, tránsito, señalización vial) se califican en forma crítica la limpieza de calles, seguridad, estacionamiento, transporte urbano, tránsito, señalización vial e iluminación. La opinión sobre los servicios turísticos (alojamiento, gastronomía, recreación e información turística) resultó favorable para el alojamiento (82%), los servicios gastronómicos (89%) y

la atención al turista (63%), resultando desfavorable para los servicios recreativos.

c. las obras de infraestructura

Al requerirse al encuestado su opinión sobre obras de infraestructura (estado de las calles, terminales de transporte, rutas de aproximación, servicio ferroviario, servicio de ómnibus y servicios de peaje), no obstante abstenciones, resultaron calificadas en forma positiva las terminales de transporte (52%) y las rutas de aproximación (57%). El resto de las obras de infraestructura fueron evaluadas en forma negativa, estado de las calles (62%), servicio ferroviario (73%), servicio de ómnibus (52%) y servicios de peaje (54%),

d. la actividad turística

A fin de evaluar la actividad turística en relación a la cuestión ambiental, se requirió información a través de preguntas con respuestas múltiples a fin de detectar los atributos fuertes y débiles de la localidad para desarrollar la actividad turística, los efectos positivos y negativos que produce la actividad turística y las actividades concretamente realizadas.

El habitante reconoce como atributos fuertes de la localidad los aspectos relacionados con cuestiones ambientales de la laguna (62%), la presencia de espacios verdes (17%), la tranquilidad (11%) y el paisaje (9%). Entre los atributos débiles, la preocupación mayor del habitante se centra en la ausencia de actividades recreativas para chicos y jóvenes, y específicamente las cuestiones ambientales alcanzan una escasa representatividad apreciándose en el impacto del turismo (4%), el desorden del tránsito (3%), la contaminación de la laguna (1%). La gestión municipal aparece como un punto débil de la localidad (8%).

Al solicitar al habitante su opinión sobre los impactos positivos de la actividad turística en la localidad surgen con mayor representatividad las cuestiones vinculadas con los aspectos económicos. Los impactos positivos del turismo en el medio ambiente se relacionan con cuestiones vinculadas con el crecimiento de la población (7%), desarrollo urbano (7%) y mejora en la calidad de vida (6%). Resultan interesantes las respuestas de los habitantes vinculadas con los efectos negativos de la actividad turística, dado que las cuestiones ambientales alcanzan apreciable representatividad, destacándose la suciedad (26%),

congestión del tránsito (15%), contaminación de la laguna (14%), saturación (12%), degradación de espacios verdes (9%), inseguridad (8%), contaminación visual y tránsito (3%).

Al solicitarse opinión sobre la gestión municipal en aspectos generales de la ciudad resultan apreciaciones de consideración. Las apreciaciones favorables califican a la gestión como buena y suficiente (25%), es buena pero podría ser mejor (15 %), es insuficiente pero pueden hacer mucho más (10 %) y es regular y mala (37 %).

e. el recurso natural

A fin de conocer la percepción ambiental de la laguna se consultó a los habitantes su opinión respecto al acceso a la laguna, calidad del agua, calidad de los servicios en la laguna, densidad de ocupación y condiciones de seguridad, extensión y equipamiento en los bordes de la laguna y calidad el paisaje lagunar.

El acceso a la laguna fue calificado en forma positiva por el 72% de los encuestados y negativa por el 23%, respecto de la calidad del agua de la laguna, el 83% respondió en forma negativa, solo el 12% de los encuestados respondió en forma positiva, en tanto el 5% restante se abstuvo de responder. Los servicios en la laguna fueron calificados en forma favorable por el 50% de los encuestados, desfavorable por el 44%. Al consultar sobre la densidad de ocupación, los encuestados se expresan en forma positiva en relación a los parámetros actuales (78%) y en forma negativa (18 %: regular 12% y malo 6%). La evaluación de los servicios de seguridad en la Laguna resultó desfavorable para el 78% de los encuestados y favorable para el 18%.

La extensión de los bordes de la Laguna fue evaluada en forma positiva por el 58% de los encuestados y negativa por el 33%, absteniéndose el 10%. En relación a la calidad de los bordes de la Laguna, el 57% de los encuestados respondió en forma favorable y el 35 % desfavorable. La opinión sobre el equipamiento en los bordes de la Laguna presenta una representatividad equilibrada (46%) en las calificaciones favorables y desfavorables. El paisaje, entendido como la superficie cubierta por el espejo de agua y su entorno inmediato, alcanzó alta representatividad de respuestas favorables (93%), sólo el 7% opinó en forma desfavorable.

f. los problemas ambientales

Los problemas ambientales actuales que reconoce la población se centran en: escasez de agua corriente (39%), congestión del tránsito (12%), limpieza urbana (8%), descuido ambiental de la laguna (2%) y de los espacios recreativos (3%). Otros problemas mencionadas por la población responden a: inseguridad creciente (44%), servicios públicos deficientes (18%), escasez de servicios de salud (9%), falta de transporte público (5%), pavimento en mal estado (7%), falta de cloacas (4%), ausencia de gas (4%), falta de iluminación (4%) y falta de trabajo en general (10%).

Al preguntar sobre los problemas que podría afrontar la ciudad en el mediano plazo se detecta mayor preocupación ambiental, reflejada en relación a las cuestiones: congestión y saturación del recurso natural (36%), impactos negativos del turismo sobre la laguna (35%), déficit en infraestructura y equipamiento (31%), contaminación visual (26%), recurso natural afectado por las construcciones cercanas (8%) y falta de seguridad (6%). Otro problema detectado se refiere a la pérdida de puestos de trabajo (55%).

Para conocer el comportamiento ambiental del habitante se solicitó información sobre el uso de su tiempo libre, tanto en temporada alta como en baja. Las actividades de tiempo libre vinculadas con cuestiones ambientales durante el período de máxima afluencia refieren a paseos por la laguna (52%) y la ciudad (29%) y caminar por la orilla de la laguna (26%). Durante la temporada baja, el habitante prefiere pasear por la ciudad (28%), caminar por la orilla de la laguna (22%) e ir a la laguna (20%).

4. APRECIACIONES

RESPECTO DEL SUSTENTO SOCIO-AMBIENTAL

El análisis de las encuestas permite reflexionar sobre las siguientes cuestiones. La localidad para el turista es sinónimo de tranquilidad y su vida apacible lleva a reiterar el destino. La imagen verde y ciudad limpia tienen escasa representación en el imaginario del turista. Los prestadores de servicios coinciden en destacar la tranquilidad de la ciudad, valorando los recursos naturales y la proximidad a los centros emisores. Los habitantes se inclinan por la tranquilidad y atractividad de la ciudad.

Los turistas no detectan falencias en los servicios básicos urbanos y turísticos, y la mayoría arribó a Chascomús en su propio medio de transporte. Los prestadores de servicios advierten problemas en los servicios básicos urbanos (carencia de agua corriente, inseguridad y tránsito) y califican a los servicios turísticos como insuficientes. Los habitantes destacan la inseguridad y se percibe cierta disconformidad con los servicios públicos urbanos (limpieza de calles, iluminación, estacionamiento, transporte urbano, tránsito, señalización vial) previstos desarrollar en el Plan Estratégico de Chascomús, y califican en forma desfavorable a los servicios recreativos.

En relación a las obras de infraestructura, los turistas que accedieron a través del servicio público de transporte expresan conformidad. Los habitantes evaluaron en forma positiva a las terminales de transporte y rutas de aproximación, en cambio las opiniones desfavorables se centraron en el estado de las calles, el servicio ferroviario, de ómnibus de larga distancia y peaje en ruta.

Los prestadores de servicios tienen una opinión favorable de la actividad turística, con una tendencia creciente de la afluencia turística, la accesibilidad y la conformidad del turista que presenta un alto índice de reincidencia. Los habitantes reconocen como los principales atractivos de la ciudad a la laguna, los espacios verdes y el paisaje natural e identifican como principales defectos la falta de actividades recreativas para chicos y jóvenes.

Con respecto al recurso natural, los turistas opinan que la laguna presenta cierto grado de criticidad en aspectos vinculados con la calidad del agua, calidad de los servicios y equipamiento en la laguna. Los prestadores de servicios consultados coinciden en destacar su preocupación por la calidad del agua, equipamiento y calidad de los servicios, en particular el servicio de seguridad en la laguna. Los habitantes comparten la preocupación por la calidad del agua, los servicios, en especial el servicio de seguridad en la laguna y el equipamiento.

Para los turistas la problemática ambiental remite a la inseguridad, falta de limpieza de los espacios verdes, ausencia de servicios en el recurso natural, estado desfavorable de caminos y deficiente señalización. Los prestadores de servicios consideran que los mayores problemas se encuentran con la provisión de agua corriente, la insuficiencia de servicios básicos urbanos y turísticos; remarcan su preocupación por contaminación ambiental de la laguna, debido al

vertido de efluentes (que la nueva planta de tratamiento prevista en el Plan Estratégico intenta solucionar), la saturación y contaminación visual de las construcciones cercanas al espejo de agua y los cambios originados en el entorno. Los habitantes demuestran su preocupación por la escasez de agua corriente, congestión del tránsito, limpieza urbana, descuido ambiental de la laguna y de los espacios recreativos.

Si bien la ciudad de Chascomús es reconocida turística y recreativamente por la laguna homónima, asociada a la pesca y deportes náuticos, posee otros recursos naturales susceptibles de ser transformados en un escenario para prácticas de ecoturismo, turismo de aventura, turismo de naturaleza y eventos deportivos náuticos. El sistema lagunar Encadenadas del Este permite proponer un uso diferenciado, basado en las singularidades y aptitudes ambientales, de cada una de las lagunas integrantes en función al acceso disponible, equipamiento y condiciones hidro-biológicas.

En la actualidad, la ciudad dispone de una moderna oferta de alojamiento extrahotelero, representada en el tipo cabaña y ofrece diversos camping localizados en el entorno de la laguna. La oferta de servicios turísticos se complementa con una aceptable oferta de servicios gastronómicos y recreativos diurnos.

Del análisis de la información recolectada surge cierta predisposición, tanto desde la gestión pública como de algunos sectores de la población, para pensar en el turismo como una alternativa de desarrollo económico y social. Desde el sector privado se verifica un crecimiento en la oferta de alojamiento turístico extrahotelero, que refleja la inversión captada por el sector. Desde el habitante se percibe cierta hospitalidad y predisposición favorable hacia el turista, situación que sería oportuna fortalecer con campañas de concienciación turística.

La proximidad y conectividad con la Ciudad Autónoma de Buenos Aires se convierte en un atributo favorable que facilita el traslado de un creciente flujo turístico en busca de la tranquilidad y naturaleza que identifica a la localidad. El paisaje rural con fuerte impronta ganadera se transforma en un atributo que favorece el turismo de estancias. Sumado a los recursos naturales, la ciudad presenta recursos culturales (folclóricos, históricos y testimonios políticos) con identidad, posibles de ser incorporados a la oferta turística local.

En relación a los servicios urbanos, la ciudad presenta una aceptable infraestructura de base (red de agua corriente, cloacas, luz, etc.) en el sector céntrico y un interés plasmado en el Plan Estratégico por

extender y proveer los servicios básicos urbanos al resto de la ciudad. Si bien se ha ampliado la capacidad de la planta de tratamiento de efluentes, la laguna evidencia un cierto deterioro ambiental que repercute en forma negativa sobre los espacios recreativos más concurridos de la ciudad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CANEVARI, Pablo (1998), Los Humedales de Argentina, Clasificación, situación actual, conservación y legislación. Publicación N° 46. Editado por Secretaría de Recursos Naturales y Desarrollo Sustentable. Argentina.
- CARLEVARI, Isidoro y CARLEVARI, Ricardo (2003), *La Argentina. Geografía humana y económica*. 13° Edición. Ed. Grupo Guía. Argentina.
- CLARIN (2008), Atlas Total de la República Argentina, Tomo 3, Buenos Aires. Editorial Clarín. Argentina.
- CHIOZZA, Elena y FIGUEIRA, Ricardo (1981), Atlas Físico de la República Argentina, Volumen 1 y 2, Editorial Centro Editorial de América Latina, Argentina.
- GOMEZ, Sergio y TORESANI, Nelly, Región 3 – Pampas, En CANEVARI, Pablo (1998), Los Humedales de Argentina, Clasificación, situación actual, conservación y legislación. Publicación N° 46. Editado por Secretaría de Recursos Naturales y Desarrollo Sustentable. Argentina.
- GUTIERREZ ROA, Jesús; CASTILLO, Roberto; CASTAÑEDA, Jerónimo y SÁNCHEZ, Antonio (2000), *Recursos Naturales y Turismo*. Editorial Limusa Noriega. México.
- JAFARI, Jafar (2000), *Enciclopedia del Turismo*. Editorial Síntesis. España.
- STRAHLER, Arthur N. y STRAHLER, Alan H. (2005), *Geografía Física*. Ediciones Omega. España.
- VEGA, Manuel (1995). *Diagnóstico Ambiental de la Provincia de Buenos Aires*. Tomo I, Aspectos Básicos. Ed. Banco de la Provincia de Buenos Aires. Argentina.
- VERA REBOLLO, Fernando; LOPEZ PALOMEQUE, Francisco; MARCHENA GÓMEZ, Manuel y ANTÓN CLAVE, Salvador (1997), *Análisis territorial del turismo. Una nueva geografía del turismo*. Editorial Ariel. Barcelona – España.

III. SUSTENTO SOCIO- INSTITUCIONAL DE LA ACTIVIDAD TURISTICA

Graciela Benseny

El concepto sustento socio-institucional comprende el estudio de la dinámica de las instituciones a partir del rol que desempeñan los diferentes actores sociales que representan al sector público, privado y tercer sector, trabajando en forma articulada y coordinada para alcanzar el desarrollo del sector turístico de una comunidad. Bajo esta postura, la gestión turística local se transforma en un eje esencial del desarrollo e implica la formulación e implementación de una política y su correspondiente planificación, coordinación y articulación con otros organismos oficiales, así como la fijación y aplicación de estándares para instalaciones y servicios turísticos, mercadotecnia, capacitación y concienciación, desarrollo del sector, búsqueda de alternativas ante situaciones de crisis, etc.

La gestión implica actuar y por ende, se vincula con la dinámica organizacional, la cultura, políticas y prácticas de personal, liderazgo, estilos de dirección, resolución de conflictos y el funcionamiento de la organización como el diseño del trabajo, estructura, comunicaciones y control. La gestión pública se refiere al funcionamiento de una organización dirigida por funcionarios, que interactúan con el gobierno, los órganos del Estado y la sociedad civil. La administración pública comprende aspectos organizativos, legales y estructurales que caracterizan a la organización; el análisis de la administración connota una imagen estática y el estudio de la gestión implica una situación dinámica.

Una gestión eficiente requiere la participación de todos los actores socio-institucionales vinculados directa o indirectamente con la actividad turística. El actor socio-institucional está representado por las organizaciones de personas, tanto públicas como privadas, que poseen una visión colectiva, cohesionada por la participación y por la movilización en torno a la consecución de sus objetivos (Boisier, 1995). La acción conjunta y los espacios de articulación permiten a los diferentes actores expresar sus opiniones y coordinar su accionar, desempeñando cada actor socio-institucional un rol específico y compartiendo una mirada común en beneficio del desarrollo de la actividad turística.

El sustento socio-institucional es un componente primordial en la planificación del desarrollo turístico y recreativo. Requiere la formulación de políticas adecuadas y al mismo tiempo, capacidad política de implementación. El éxito o fracaso dependerá de los esfuerzos de su aplicación, siendo fundamental mantener una estrecha cooperación y coordinación entre los diferentes sectores durante el proceso de planificación y ejecución (OMT, 1999a).

Se analiza el sustento socio-institucional con el objetivo de identificar a los actores socio-institucionales y conocer la dinámica de los organismos y/o instituciones a partir del rol que desempeñan, analizando las funciones y vinculación directa o indirecta con la gestión del turismo en el espacio local-municipal. Los componentes del sustento socio-institucional son:

- a) Sector Público: organismo público municipal encargado de la gestión del turismo.
- b) Sector Privado: conjunto de prestadores de servicios vinculados directa o indirectamente con la actividad turístico-recreativa, reunidos a través de un cuerpo corporativo representando los intereses del sector.
- c) Tercer Sector: representantes de la sociedad civil, asociaciones sin fines de lucro, organizaciones no gubernamentales o asociaciones comunitarias voluntariamente convocadas que pueden ejercer influencia en cuestiones turístico-recreativas.

Bajo el paradigma de la gestión participativa, el actor social asume un rol determinante en la planificación. En oposición al enfoque aportado por la planificación tradicional (actividad técnico-científica para establecer planes que orienten las decisiones), el nuevo proceso político-técnico se basa en la articulación, concertación y participación en la gestión social planificada de proyectos particulares e integrados. Se analiza el reconocimiento y participación de los actores involucrados en los procesos, según sus diversos intereses, recursos, comportamiento, grados de poder, interacciones, etc. (Robirosa, 1996).

El actor social local es un agente político, económico, social y cultural que impulsa situaciones tendientes a capitalizar las potencialidades locales, asumiendo un rol activo en el acompañamiento del proceso de desarrollo urbano. El peso de cada actor es cambiante en el transcurso de un proceso de ordenación y participación y está ligado al

proceso de toma de decisiones del gobierno local, a la búsqueda de beneficios para las empresas, a la reproducción de las condiciones de vida para las organizaciones sociales o a la intervención técnica a través de universidades, institutos, colegios, etc.

Para alcanzar una aproximación integral de los aportes del turismo y la recreación al desarrollo local y su correspondiente gestión, es necesario observar a quienes toman las decisiones, analizar sus puntos de vista, métodos, racionalidades y tenacidad aplicada en la defensa de sus proyectos. El discurso y las estrategias se sustentan bajo una racionalidad y un conjunto de acciones políticas donde se entrelazan los intereses del Estado y de la comunidad, los agentes públicos y privados, verificando áreas de influencia de los diferentes actores socio-institucionales y una tensión permanente entre la coherencia técnica y política.

1. COMPONENTES DEL SUSTENTO SOCIO - INSTITUCIONAL

El sustento socio-institucional comprende el estudio de los sectores público, privado y tercer sector, se realiza a través del análisis de la tipología institucional, alcance territorial, funciones y actividades desempeñadas, vinculación institucional y grados de articulación, que permite reconocer las condiciones socio-institucionales y su posible contribución al desarrollo y puesta en valor del turismo y la recreación.

La tipología institucional en el sector público hace referencia a la estructura organizacional, identificada a través de la jerarquía y área de gestión donde se incluye la cuestión turística; en tanto que en el sector privado y tercer sector considera la estructura organizacional, asume diferentes categorías: cámara, asociación, federación, unión de empresarios, etc. y en el tercer sector presenta diferentes categorías: asociaciones sin fines de lucro, organizaciones no gubernamentales (ONGs) o asociaciones comunitarias convocadas que pueden ejercer influencia en cuestiones turístico-recreativas.

El alcance territorial para el sector público se refiere al ámbito de jurisdicción y dependencias administrativas subalternas; en el sector privado y tercer sector se considera el ámbito de jurisdicción sectorial, analizando el alcance horizontal y/o vertical.

Las funciones del sector público implican la formulación de políticas, planificación y elaboración de estudios; creación de la estructura básica; desarrollo de atractivos; formulación y aplicación de

normas de calidad en instalaciones y servicios turísticos; calificación y ordenación del uso del suelo y reglamentación de protección ambiental; fomento de la educación y formación en turismo; promoción de productos, estímulos a la inversión, presencia/ausencia de plan estratégico turístico, etc. En el sector privado se considera el mantenimiento y control de los niveles de calidad de las prestaciones turísticas; la defensa de los intereses del sector; la solución de las problemáticas propias y la participación en espacios comunes de gestión. En el tercer sector implica la defensa de aspectos vinculados con la actividad turístico-recreativa (conservación de recursos naturales, históricos y culturales), el desarrollo de proyectos comunitarios relacionados con la actividad turístico-recreativa.

La vinculación institucional en el sector público considera la actuación del organismo turístico municipal y sus vinculaciones con otras dependencias municipales, así como también su relación con otros organismos municipales, provinciales o nacionales, tanto públicos como privados. En el sector privado y en el Tercer Sector se analiza la actuación de la institución y su interacción con otras instituciones con vinculación directa o indirecta y con diferentes ámbitos de jurisdicción (local, regional, provincial, nacional o internacional).

La articulación implica la actuación conjunta de los sectores público, privado y tercer sector, a nivel local, en escala provincial y nacional y con otros sectores. Se refleja en grados de articulación: fuerte, media, débil.

1.1. Sector Público

El sector público está formado por el conjunto de órganos y personas revestidas de poder para expresar la voluntad del Estado y hacerla cumplir a través de los mecanismos de la administración pública, siendo ésta quien da vida a las estructuras e instituciones que conforman el Estado, mediante procedimientos y procesos sistematizados que ponen en acción al gobierno y a las personas que lo integran. La diversidad de actividades que desempeña el Estado origina una gran variedad de procedimientos que responden a la filosofía de la organización reflejada en la posición que asume el Estado con respecto a la actividad turística: a favor del desarrollo turístico (con una actividad real y fuertemente vigorizada), postura intermedia (actividad embrionaria o débil con

potencial desarrollo) y ausencia total de la actividad e interés del órgano decisorio.

El estudio del sector público se realiza a partir de la identificación del organismo oficial encargado de la gestión del turismo en la escala municipal. La tipología institucional remite al estudio de la estructura orgánica funcional, que responde a una cuestión de orden administrativa y política, donde el sector turístico puede asumir distintas jerarquías, grado de centralización o descentralización y estar inserto en distintas áreas de gestión. La jerarquía refleja el nivel que asume el organismo público de turismo en el organigrama municipal, y al mismo tiempo permite visualizar el grado de centralización o descentralización, dependiendo de la estructura orgánica funcional que adopte la misma (Benseny, 2006).

El área de gestión donde se inserta la cuestión turística podrá ser exclusivamente turística o bien presentarse en forma compartida o integrada con otros sectores económicos. La primera situación evidencia especial interés del poder político para incluir la cuestión turístico-recreativa en las áreas de gestión; en cambio cuando el turismo se presenta en forma integrado con otras áreas de gestión denota una dependencia funcional con las actividades económicas o áreas de gestión incluyentes.

Otros indicadores de la variable tipología institucional se plantean a través del análisis de los rasgos político-técnico-administrativos, entre los que se analizan los objetivos del organismo, el perfil profesional del funcionario a cargo del área y de los dependientes del sector, la cantidad de personal asignado (el carácter de la designación: planta permanente, transitoria o contratada).

El alcance territorial se expresa a través del ámbito de jurisdicción y dependencias del organismo público de turismo municipal y sus vinculaciones con niveles superiores (consorcios regionales, administración pública provincial o nacional).

Para evaluar las funciones y actividades desempeñadas por el organismo oficial de turismo, se aplica la sistematización funcional propuesta por Acerenza (1984) y Boullón (1990) en base a los siguientes aspectos generales:

- Información. Obtención, sistematización y transferencia de la información sobre la oferta y la demanda de interés turístico-recreacional.

- **Facilitación.** Aplicación de disposiciones relacionadas con la actividad, resolución de conflictos planteados en la interacción del sector o bien, resolución de problemas suscitados tanto al turista como al recreacionista.
- **Promoción.** Definición de la imagen del municipio adoptando diferentes connotaciones: Turística (exclusiva), Turístico-Recreativa, Deportiva (según las actividades deportivas), Productiva (en función a las actividades económicas que prevalecen), de Servicios (según los servicios comunitarios: justicia, sanidad, educación, etc.). Comprende la selección del mercado donde se realizan las acciones promocionales, las actividades de familiarización y comercialización; coordinación y participación de acciones asociadas de promoción.
- **Estímulo a la inversión.** Participación en la estrategia nacional, provincial o regional, adecuación de política municipal, asistencia en la evaluación de proyectos de inversión, impulso para la radicación de capital destinado a la actividad turístico-recreativa.
- **Integración.** Grado de interacción horizontal (entre las diferentes áreas de gestión municipal) y vertical del sector público (refleja la relación municipio-provincia-nación), e interacción entre los sectores público-privado y tercer sector.
- **Control de servicios.** Calidad en la prestación de servicios turístico-recreativos, a través de la aplicación de normas de control, actualización de inventario y registro de servicios turístico-recreativos, procesamiento y resolución de problemas.
- **Capacitación.** En relación al personal del organismo de turismo (interna) y referida a la comunidad (externa). La primera hace referencia a la satisfacción de las necesidades de capacitación del personal de área turística, y la participación en programas del organismo turístico provincial y/o nacional. La segunda, implica la capacitación y difusión de opciones educativas dirigidas a la comunidad, vinculadas con la información y orientación turística, conciencia turística y buen trato al visitante.
- **Asistencia técnica.** Asociación con otros municipios para afrontar carencias técnicas, o solicitud de asistencia a universidades y organismos turísticos en cuestiones específicas.

- Planificación e investigación. Obtención y procesamiento de datos sobre oferta y demanda turística, elaboración del Plan Municipal de Desarrollo Turístico, asignación de recursos, compromiso de la actividad privada en programas de cooperación, etc.
- Administración de servicios. Gestión de servicios turísticos y recreativos específicos en la jurisdicción del ámbito municipal (acceso a parques recreativos, lagunas o dependencias recreativas administradas por el gobierno municipal).
- Recreación. Promoción de las actividades recreativas (con periodicidad y capacidad de convocatoria), asistencia y coordinación de la programación de actividades.

Se analiza la vinculación local y extra-local del organismo municipal turístico. En el plano local se observa la relación con otras áreas de gestión municipal e instituciones locales y en el ámbito extra-local se analiza la vinculación con organismos de turismo con jurisdicción provincial y nacional, y la participación regional en consorcios productivos. Se evalúa el grado y mecanismos de articulación que posibiliten el accionar conjunto entre los actores socio-institucionales vinculados directa o indirectamente con el turismo.

La posición que ocupa el turismo dentro del sector público depende del grado de importancia que la conducción política en un determinado momento le reconoce a la actividad. En forma independiente de la jerarquía que adquiera, la conducción requiere la existencia de una organización institucional que contemple las diferentes facetas que implica el desarrollo de la actividad. La organización institucional define la estructura orgánico funcional del organismo responsable de la conducción del sector turístico y los aspectos normativos que fomentan y regulan el desarrollo del turismo (Acerenza, 1984).

La gestión del turismo requiere personal técnicamente calificado y motivado, liderazgo eficaz, instalaciones, equipamiento adecuado, recursos financieros para afrontar las erogaciones del quehacer cotidiano y en especial las actividades de promoción, siendo esta última una cuestión afrontada generalmente en forma conjunta con el sector privado. Con respecto al área de gestión de la estructura administrativa municipal responsable del Sector Turismo, surge una amplia diversidad institucional que permite inferir la ausencia de un criterio homogéneo de identificación a nivel provincial.

En algunos municipios el modelo organizativo contempla un área de gestión específica del Sector Turismo, lo cual pone en evidencia una fuerte identificación con la actividad. En otros, las cuestiones turísticas se incluyen en diferentes áreas de gestión donde la actividad se encuentra integrada con temáticas no específicas. La conjunción se refleja a través de la identificación del área de gestión incluyente, que permite la posibilidad de articular con otros sectores comunales afines como: Turismo y Cultura, Turismo y Deportes, o bien unida a términos con singular afinidad como: Turismo y Educación, Turismo y Promoción, Turismo y Política Ambiental (Benseny, 2006).

Si bien desde en el diseño organizacional la figura de Ente y Secretaría se ubican en una misma posición horizontal, con línea directa de dependencia vertical del Intendente, es importante destacar que el Ente reviste carácter descentralizado, posee autonomía técnica, administrativa y maneja su propio presupuesto. La descentralización se entiende como sinónimo de flexibilidad, que se traduce en un aumento de eficiencia en el proceso de toma de decisiones dentro del aparato administrativo del sector público.

En la estructura orgánica funcional municipal de la Provincia de Buenos Aires, prevalece el modelo organizativo con áreas de gestión específica en Turismo, se destaca la relevancia que adquieren las áreas de gestión Cultura y Deportes y en sucesión relevante el área de Producción, sin perjuicio de otras áreas de gestión.

En síntesis, en los partidos que conforman la Provincia de Buenos Aires, desde el punto de vista organizacional prevalece el rango de Dirección. En cuanto al área de gestión, la mayoría le asigna al Turismo un área específica y se observan algunos partidos donde la cuestión turística se asocia a Cultura y Deportes y partidos donde el Turismo se integra a Producción, en tanto en otros se vincula a Prensa, Promoción, Recreación, Política Ambiental y Educación.

1.2. Sector Privado

El sector privado comprende el conjunto de prestadores vinculados directa o indirectamente con la actividad turística, reunidos a través de cámaras, asociaciones, uniones o instituciones en representación de los intereses del sector. Representa un sector corporativo empresarial, reuniendo a los prestadores de servicios vinculados con la actividad

turística: alojamiento, alimentación, recreación, transporte, organización de viajes y excursiones, producción de artesanías, desarrollo de actividades de comercialización y promoción. Existen otras instituciones relacionadas indirectamente con el turismo y la recreación (uniones de comerciantes, industriales o agropecuarios), que representan los intereses de la actividad principal y se avocan a temas vinculados con el turismo.

El sector privado asume diferente tipología institucional identificada en base a los modelos de organización adoptados: cámaras, asociaciones, uniones u otras expresiones que denotan un significado de acción conjunta y cuerpo corporativo. En el ámbito del sector privado se combinan distintos intereses individuales de empresarios, comerciantes y prestadores de servicios en general, quienes actúan en forma independiente entre sí, con respecto a sus decisiones y accionar, pero al mismo tiempo existe una interdependencia que se manifiesta en la idea de servir a un destino común.

En función al alcance territorial, el sector privado se puede vincular con otras organizaciones a través de una doble dimensión de coordinación horizontal y vertical. En el sentido horizontal la vinculación se refiere a la inserción de su actuación en otras organizaciones de similar alcance territorial, con las que comparte objetivos comunes. En el sentido vertical hace referencia a la participación en instituciones de rango superior que las nuclea, cumpliendo similares funciones en un ámbito de jurisdicción más amplio: Asociación, Federación, Confederación en función del ámbito de jurisdicción municipal, regional, nacional, respectivamente (Varisco, 2000).

El sector privado vinculado directamente con el turismo asume funciones autorreguladoras para el mantenimiento de los niveles de calidad de las prestaciones turísticas mediante asociaciones privadas del sector, defiende los intereses del sector, busca dar soluciones a las problemáticas propias y acepta o rechaza la participación en espacios comunes de gestión. Puede cumplir otras funciones (OMT, 1999 a):

- Crear un foro de debate y solución de problemas comunes a las empresas del sector que representan.
- Representar a los asociados en consejos o comisiones de turismo y recreación.
- Formular recomendaciones consensuadas con la administración turística sobre mejoras a implementar en el sector turístico-recreativo.

- Realizar investigaciones sobre la temática de interés específico.
- Facilitar los medios para alcanzar una mayor formación de la fuerza laboral de las empresas asociadas.
- Fijar y vigilar estándares adecuados para instalaciones y servicios de sus miembros, sancionando a los que se alejen de la normativa vigente.
- Patrocinar acontecimientos especiales, por sí mismos o en cooperación con las administraciones turístico-recreativas.
- Participar en la promoción de un turismo sostenible practicado por las empresas turístico-recreativas.

La vinculación institucional del sector privado hace referencia a su participación en diferentes actividades hacia el propio sector, a través de la coordinación, promoción, participación y definición de tarifas, y la participación en proyectos de carácter gremial, comercial, institucional o comunitario.

La articulación implica considerar la actuación conjunta, tanto con el sector público como con el tercer sector. Se verifica a través de la presencia en la conducción del organismo público de turismo y en la participación para la definición de políticas turísticas y/o colaboración en comisiones mixtas (privado-públicas).

La gestión del turismo por parte de la administración privada requiere la presencia de un empresario técnicamente calificado y motivado, comprometido con la actividad, ofreciendo instalaciones y equipamiento adecuado, con capacidad financiera que le permita atender los requerimientos de la demanda.

1.3. Tercer Sector

La reforma administrativa del aparato público del gobierno realizada durante la década de los años 90, originó políticas públicas que reducen el rol del Estado en el manejo de la economía y producción. Las políticas de privatización transfirieron parte de las funciones estatales hacia el mercado y las políticas de descentralización delegaron actividades en el nivel municipal y en la propia sociedad. La reforma administrativa propuso la expansión de una gestión pública moderna y eficiente, basada en la desburocratización del Estado, la simplificación y reducción de las normas y procedimientos y la incorporación de nuevas tecnologías de

gestión administrativa, que incorporan mecanismos de participación de la sociedad civil.

La descentralización se concretó a través del retiro del Estado nacional y el traspaso hacia las provincias y en algunos casos hacia los municipios de gran parte de los programas de salud, educación, vivienda y políticas sociales. Recaen en el nivel local nuevas competencias brindadas por el Estado Benefactor, se multiplican las demandas sociales frente al fenómeno de globalización y manifiestan sus expectativas en el plano local. La implementación de programas sociales es competencia de los gobiernos locales y los problemas derivados de la crisis de integración social y del aumento de la exclusión social generados por los programas de ajuste estructural son asumidos por las organizaciones no gubernamentales (Filmus, 1997).

Surge un rol activo que comprende los actos y acciones de participación, representado en la sociedad civil en tareas educativas, de concienciación de la opinión pública, defensa de la calidad de vida, movilización social u otro tipo de involucramiento en cuestiones públicas. Esta participación se acompaña del componente institucional haciendo referencia al conjunto de instituciones que reconocen y garantizan el ejercicio de los derechos de la ciudadanía.

En este contexto, se destaca la creciente importancia que adquiere el tercer sector frente a la crisis de representatividad que sufre el sistema político y las dificultades del Estado para enfrentar sus problemas. Esta tercera vía de búsqueda de la inclusión y la equidad requiere una referencia directa, histórica y perdurable con la comunidad local, sobre la base de articulación y búsqueda de un progreso colectivo sostenible, siendo el municipio la institución capaz de liderarlo (Tauber, 1999).

El análisis de la tipología institucional del Tercer Sector requiere una consideración especial sobre las diferentes denominaciones que puede asumir. En nuestro país se reconocen como entidades de bien público, organizaciones benéficas, organizaciones no gubernamentales (ONG's), organizaciones sociales, organizaciones de la sociedad civil (OSC), entidades intermedias, organizaciones del tercer sector, organizaciones comunitarias. Según el Código Civil Argentino (art. 33) pueden ser asociaciones civiles, fundaciones o mutuales.

El concepto moderno de organizaciones no gubernamentales alude a un universo amplio de instituciones de la sociedad civil orientadas hacia el bien común, que llevan a cabo acciones para promover el desarrollo comunitario, proveer servicios sociales básicos, proteger el

medio ambiente y promover los intereses de los más desfavorecidos. En el análisis del tercer sector se excluye a los grupos económicos (fundaciones empresarias), asociaciones gremiales, empresariales, profesionales, sindicatos, iglesias, clubes, instituciones de colectividades extranjeras, cooperadoras escolares, partidos políticos, etc.; y las organizaciones que a pesar de formar parte de la institucionalidad no lucrativa y no gubernamental producen conocimiento como las fundaciones políticas, universidades, instituciones educativas, etc. (Filmus, 1997).

La sociedad civil comprende el conjunto y organizaciones de personas que poseen una visión colectiva de sí, aunque difusa, cohesionada por la participación y por la movilización de sus actores en torno a la consecución de objetivos relativamente autónomos respecto del Estado, de la actividad política profesional y del mercado (Boisier, 1995) cuyas organizaciones se articulan voluntariamente alrededor de ciertas visiones sociales y operan alrededor de valores particulares compartidos que promueven entre sus asociados y beneficiarios.

Las organizaciones del tercer sector promueven nuevos estilos de desarrollo y brindan satisfacción a las necesidades básicas partiendo de las propias capacidades. Conquistaban un espacio propio, dejando de girar alrededor del poder central el Estado, para preocuparse por los poderes que circulan en la base social. Son constructoras de una matriz de interacción basada en la coordinación horizontal más que de organización y delegación vertical, cada unidad trabaja para cumplir propósitos específicos y postulando una integración basada en valores solidarios (García Delgado, 1994).

El estudio del tercer sector se plantea a través de la identificación de las agrupaciones representantes de la sociedad civil, que actúan de manera formal o informal en cuestiones vinculadas directa o indirectamente con temáticas turístico-recreativas. Se analiza con un esquema similar al planteado para el sector privado, modificando la variable tipología institucional cuyos indicadores están representados por las modalidades que se desprenden del concepto de sociedad civil definido en el Código Civil Argentino como: asociación civil.

En función al alcance territorial, el tercer sector se puede vincular con otras organizaciones a través de una doble dimensión de coordinación horizontal y vertical. En el sentido horizontal la vinculación se refiere a la inserción de su actuación en otras organizaciones de similar alcance territorial, con las que comparte objetivos comunes. En cambio,

en el sentido vertical la vinculación hace referencia a la participación en instituciones de rango superior que las reúne, cumpliendo similares funciones pero en un ámbito de jurisdicción más amplio.

En forma independiente a la tipología institucional y alcance territorial que adopte, resulta oportuno destacar las principales funciones que desarrollan los representantes del tercer sector, en relación a las siguientes cuestiones:

- Defender y difundir ciertos valores como el fortalecimiento de la democracia y los derechos humanos y sociales.
- Preservar el espacio público.
- Defender el medio ambiente y proteger los escenarios prístinos de flora y fauna, a través de proyectos de conservación y desarrollo basados en la comunidad brindando fuerte apoyo al turismo sostenible.
- Preservar cuestiones étnicas.
- Construir bases para la ciudadanía a través de la defensa de los derechos de los consumidores.
- Defender calidad vida de la comunidad, a través de la producción de servicios (sociales, esparcimiento, deportes, cultura, educación, salud).
- Ser un canal de expresión de intereses sectoriales (empresariales, sindicales, profesionales)

El cambio producido en la relación Estado-sociedad ha modificado las pautas de funcionamiento de los actores socio-institucionales, favoreciendo el surgimiento de un conjunto heterogéneo de organizaciones desarrolladas desde la propia sociedad civil. El tercer sector juega un rol central en la construcción de una democracia más participativa y abierta, a través de la articulación y canalización de una pluralidad de intereses, opiniones y posiciones de los diversos sectores de la sociedad. La revalorización del papel político y la incidencia del tercer sector en el desarrollo del marco institucional condiciona las posibilidades y modalidades de participación pública. La ampliación de estas oportunidades en la comunidad, depende del papel que asumen las organizaciones de la sociedad civil.

2. LA SITUACION SOCIO - INSTITUCIONAL EN CHASCOMÚS

2.1. Sector Público

En la estructura orgánica funcional de la municipalidad del Partido de Chascomús, el sector de competencia turística se integra con el sector de la producción y se denomina Secretaría de Turismo y Producción, y es una de las cuatro Secretarías que dependen directamente del Intendente.

La dotación de personal del organismo municipal de turismo asciende a dieciocho personas, de las cuales seis pertenecen a la planta permanente y doce son contratadas. En la formación del equipo de trabajo se aprecia la presencia y la actividad de un grupo técnico interdisciplinario integrado por tres estudiantes de turismo, una estudiante de Lic. en Comunicación Institucional, un Guía de Turismo y una Arquitecta.

Entre los principales objetivos fijados para el organismo se encuentran:

- Dar a conocer los atractivos y servicios turísticos.
- Asegurar una estadía inolvidable, frente a las aguas de la laguna, descansando o disfrutando de una amplia gama de deportes náuticos o recordando la historia en cada calle o la tradición en cada estancia.
- Promocionar y difundir los atractivos turísticos de Chascomús.
- Crear conciencia turística en la población residente.

El organismo municipal de turismo tiene jurisdicción en el Partido de Chascomús y no posee delegaciones. Tiene instalaciones propias: “Edificio del Turista”, localizado en el Parque Libres del Sur, próximo al muelle principal, con vista a la Laguna.

Las principales funciones que desempeña el área de Turismo de la Secretaría de Turismo y Producción de Chascomús se vinculan con la información, promoción, fomento de inversiones, control de servicios, capacitación, asistencia técnica, administración y recreación. Brinda información sobre las lagunas y servicios al pescador deportivo,

incluyendo descripción y tarifas, promedio de pesca por caña, modalidad de pesca, horarios propicios para el pique, etc. Dispone de un cuerpo de guías locales para dar a conocer los valores patrimoniales de la ciudad a través de visitas acompañadas.

Del organismo de turismo depende el servicio de Guardavidas, vigente durante la temporada estival hasta Semana Santa y el Servicio de Seguridad Lacustre. Se brinda los fines de semana en temporada veraniega, dentro de la laguna de Chascomús, mediante el empleo de dos embarcaciones que controlan la navegación cumpliendo las normas de seguridad y convivencia establecidas. Este servicio comprende también el control de los prestatarios para que cumplan y hagan cumplir las normas, además de brindar asistencia a embarcaciones y/o tripulantes. Durante el resto del año, el equipo de seguridad, tiene a cargo el control de las diversas lagunas del distrito, tanto en el aspecto de seguridad, pesca deportiva y pesca ilegal.

En relación a la información, el organismo municipal de turismo a partir del inventario de los recursos turístico-recreativos define los productos, publica y difunde información turística y comercial de la ciudad. Realiza un análisis de la demanda turístico-recreativa y encuestas a turistas para conocer el número de arribos, modalidades y preferencias, detectar anomalías, mejorar y adecuar la oferta turística. Dispone de un sitio web municipal a partir del portal de la Secretaría de Turismo y Deporte de la Pcia. de Buenos Aires www.chascomus.mun.gba.gov.ar, otro con acceso directo www.chascomus.gov.ar y un acceso virtual www.chascomus.net, a través de los cuales brinda información.

Se destaca el accionar conjunto con el sector privado coordinando acciones promocionales con la Comisión de Turismo de la Cámara de Comercio de Chascomús y la Agrupación de Colaboración Empresaria (ACE). Realiza publicidad en los medios masivos de comunicación social y asiste a encuentros de comercialización nacional e internacional, eventos organizados por la Secretaría de Turismo y Deporte de la Provincia de Buenos Aires, Federación de Cámaras de Turismo (FEDECATUR), Feria de Turismo de Buenos Aires (FEBAT), Feria Internacional de Turismo (FIT) y Consorcio Turístico del Corredor Atlántico Bonaerense (COTAB). Selecciona los destinos donde realiza actividades de promoción (partidos del Área Metropolitana de Buenos Aires, La Plata y la región). Ha realizado algunas actividades de familiarización, invitando a operadores turísticos o periodistas deportivos para que conozcan los atractivos que ofrece Chascomús.

En el nivel público local, coordina acciones promocionales con la Secretaría de Cultura, en relación a eventos, muestras y exposiciones y con el área de Deportes, cuestiones vinculadas con competencias de pesca deportiva. En el ámbito extra-local coordina acciones promocionales con la Secretaría de Turismo y Deporte de la Provincia, con la Secretaría de Turismo y Deporte de la Nación, que permite acceder a la información turística de Chascomús. Integra los partidos que conforman COTAB.

El partido de Chascomús define su imagen como turística de fin de semana, basada en la combinación de seis elementos: Naturaleza-Campo, Aventura-Deportes y Laguna-Historia, siendo el principal atractivo la laguna homónima. Propicia una imagen natural y deportiva, avalada por la práctica de pesca deportiva y la posibilidad de realizar deportes náuticos sobre el espejo de agua.

Desde el punto de vista de la producción, se define como una ciudad ganadera, agrícola e industrial, con pesca artesanal. Al mismo tiempo, es una ciudad que brinda diversos servicios. Es sede de delegaciones provinciales que administran justicia, salud y educación (Universidad Nacional de La Plata, Piscicultura Ministerio de Asuntos Agrarios/ INTECH Universidad de San Martín).

En relación al fomento de inversiones promueve acciones para captar fondos y asegurar el mantenimiento y funcionamiento de los diferentes servicios recreativos que ofrece en las márgenes de la laguna. Impulsa la radicación de capital con destino a la actividad turístico-recreativa. Las inversiones privadas de mayor monto se realizaron en el Camping, la Reserva y la Estancia La Alameda, integra la oferta de turismo rural.

El organismo municipal de turismo realiza un relevamiento de los servicios brindados a través de los prestadores privados; recibe, procesa y resuelve quejas o problemas del servicio, fomenta el buen trato hacia el turista y evalúa la atención.

La capacitación es una cuestión que preocupa al sector público turístico municipal, organiza cursos de corta duración dirigido a su propio personal en cuestiones vinculadas con el manejo de los distintos productos turísticos que ofrece la ciudad, asistencia y orientación al turista. Realiza charlas de concienciación dirigidas a los alumnos de los distintos colegios de la ciudad, articula esfuerzos educativos con la Cámara de Comercio sobre cuestiones vinculadas con la calidad de servicios y ha recibido asistencia técnica de la Universidad Nacional de

La Plata, en cuestiones vinculadas con marketing, gasto turístico y elaboración del plan estratégico.

Las funciones de planificación e investigación se cumplen a través de las tareas de relevamiento y procesamiento de datos sobre la oferta y demanda turística, bajo ciertas restricciones de personal y asignación de recursos.

Bajo el ámbito de administración de la Secretaría de Turismo y Producción de Chascomús se encuentran los servicios de seguridad lacustre, el control de calidad de servicios y la recaudación de fondos a través del pago de canon por la concesión de los paradores y el Camping Municipal.

La recreación es una preocupación constante del organismo turístico municipal, en tal sentido, promueve actividades tanto para el turista como el residente. Se destaca la organización de eventos culturales y deportivos, siendo el más renombrado la Fiesta Nacional del Pejerrey que se realiza en el mes de diciembre de cada año.

La Secretaría de Turismo y Producción de Chascomús a nivel local se vincula con la Secretarías de Obras Públicas, Servicios Generales y Cultura de la Municipalidad y con el sector privado con la Cámara de Comercio, a través de la Comisión de Turismo, con la finalidad de colaborar en la promoción de la ciudad y con la Asociación de Colaboración Empresaria para brindar información turística.

Si bien el sector privado no participa en la conducción del organismo de turismo, en forma conjunta definen las acciones promocionales, tratan cuestiones vinculadas con el mejoramiento en la prestación de servicios y organizan cursos de concienciación turística. Desde la esfera pública, el organismo de turismo interviene en cuestiones relacionadas con la defensa del consumidor y en defensa del turista.

En el orden regional, el organismo oficial de turismo participa en consorcios productivos con jurisdicción regional, destacando su presencia en COTAB cuya presidencia ha tenido oportunidad de ejercer y a través del área de Producción en el Consorcio Productivo de la Región del Salado (COPROSAL) junto a los partidos de Castelli, General Lavalle, Magdalena, Punta Indio y Tordillo.

2.2. Sector Privado

Del relevamiento de instituciones del Partido de Chascomús se desprende la ausencia de actores socio-institucionales vinculados directamente con

la actividad turística. En cambio, se detectaron dos actores con vinculación indirecta, destacando la presencia de la Cámara de Comercio y la Asociación de Colaboración Empresaria (ACE) Turismo de Chascomús.

La primera institución tiene una trayectoria que supera los cuarenta años de vida. Reúne a los principales empresarios y comerciantes de diversos los rubros. Se trata de una entidad gremial empresaria cuyo objetivo central es la defensa de los intereses de sus asociados. Organizan su actividad en base a dos comisiones de trabajo, una resuelve problemas locales y otra se vincula con los entes provinciales. Existió una Sub Comisión de Turismo integrada por los prestadores locales.

En el orden local, organizan cursos de capacitación destinados al comercio en general, con la finalidad de brindarle herramientas para poder solucionar los problemas más frecuentes del sector. Se asocia con la Asociación Rural, para resolver cuestiones de inseguridad y robo de ganado. En cuanto a su vinculación con el sector público municipal, ha participado en la realización de obras de defensa en la costa de la laguna y presentado una propuesta para el control sanitario y origen de alimentos que ingresan a la ciudad. También integra la Comisión Evaluadora de Micro-Emprendimientos, junto al INTA y la Municipalidad. En el orden extra local se vincula con cámaras provinciales y federaciones nacionales.

La segunda institución identificada se denomina Agrupación de Colaboración Empresaria (ACE) Turismo de Chascomús. Reviste la forma jurídica de asociación civil sin fines, con personería jurídica. Si bien se trata de una institución de reciente creación (iniciada junto con el nuevo siglo), reúne alrededor de doscientos cincuenta socios. El 80% de los asociados son prestadores directos de servicios turísticos (alojamiento, gastronomía, recreación). La agrupación nace en defensa de la actividad turística de la ciudad, con la finalidad de asesorar y guiar a los visitantes, difundir la ciudad y los atractivos turísticos a través de publicidad, folletería, exposiciones, asistencia a ferias, etc.

El objetivo principal de la asociación se basa en la promoción y venta de los servicios que ofrece Chascomús. Diseñan folletería propia y la distribuyen principalmente en la ciudad Autónoma de Buenos Aires. Disponen de página web propia y aspiran en un futuro poder realizar publicidad en los medios masivos de comunicación social.

A nivel local se vincula con la autoridad municipal, han presentado al Consejo Deliberante un proyecto proponiendo usos

diferenciales en las lagunas del partido, la pesca concentrada en los espejos de agua de menor superficie y las actividades náuticas en la Laguna de Chascomús; y otro proyecto que aspira la concienciación turística de la población, para lo cual tienen previsto cursos de capacitación a instrumentar en los colegios y campañas de concienciación para el residente. A nivel provincial, se vinculan y participan en las acciones promocionales organizadas por la Secretaría de Turismo y Deporte de la Provincia de Buenos Aires.

2.3. Tercer Sector

Se realizó un relevamiento sobre las instituciones de bien público del Partido de Chascomús, el resultado demostró la ausencia de instituciones del tercer sector vinculadas directa y/o directamente con el sector turístico. Solo se detectó una organización de corte ambientalista (ECONCIENCIA) que intenta preservar las condiciones ambientales del lugar. Por lo tanto, el tercer sector presenta una débil representatividad en el sustento socio-institucional del Partido de Chascomús.

3. LA OPINIÓN DE PRESTATARIOS Y HABITANTES RESPECTO DE LA GESTIÓN TURÍSTICA

Opinión de los Prestatarios

De las entrevistas realizadas al sector empresarial surge que el 45% de los encuestados vive en Chascomús porque es su ciudad natal, situación que evidencia un fuerte arraigo con el lugar. El 18% aseguró que el motivo principal obedece a cuestiones laborales, el 11% afirmó que vive en Chascomús porque posee familia, un 11% manifestó que le agrada la ciudad para vivir allí, el 6% seleccionó la ciudad por el lugar y solo el 3% mencionó la calidad de vida; el resto invocó motivos que alcanzan baja representatividad.

Al preguntar sobre los puntos fuertes que presenta la ciudad, la laguna alcanzó la mayor representación, luego la naturaleza, ubicación, tranquilidad, deportes y cultura. Al preguntar sobre los puntos débiles de la localidad, dado que se trata de una pregunta con opciones múltiples, en la primera opción de respuestas surgen servicios turísticos, infraestructura, servicios recreativos, emprendimientos, gestión turística,

disposición turística y actividades recreativas. En la segunda opción de respuestas resulta: actividades recreativas, infraestructura, servicios turísticos, gestión turística y emprendimiento.

Los prestatarios consideran que las perspectivas del turismo en la localidad mejorarán, basando su argumentación en la creciente afluencia, accesibilidad, gestión turística/urbana, crecimiento de servicios, satisfacción del turista y conciencia creciente. Si bien por algunos prestatarios de servicios la gestión turística se considera como una debilidad en la localidad, otros opinan que la actividad turística mejorará merced a la gestión de la gestión turística y urbana.

Interesó conocer el responsable principal para la resolución de problemas que afectan al sector turístico, resultando el sector público como el principal señalado, seguido por el sector privado y las empresas del sector turístico. Los prestatarios de servicios tienen una apreciación favorable de la gestión municipal en el área de turismo, solo el 11% opinó en forma desfavorable.

La asociatividad de los prestatarios de servicios con el sector público turístico se verifica en el 68% de los encuestados. El tipo de actividad más frecuente se relaciona con la participación en las acciones de promoción que organiza Secretaría de Turismo y Producción (20%) y en eventos organizados por la Secretaría de Turismo y Producción (10%). El resto de las actividades se articulan con el sector privado.

Al preguntar sobre el proyecto público y/o privado más importante para la localidad, resultó en primera opción: recreación, alojamiento, accesibilidad, gestión turística/urbana, infraestructura y recuperación/preservación. En segunda opción cambia la distribución: recuperación/preservación, gestión turística/urbana, recreación, accesibilidad, alojamiento e infraestructura, situación que evidencia una mayor preocupación por la gestión turística/urbana.

Opinión de los habitantes

La opinión de los habitantes sobre la gestión municipal se manifiesta dividida, el 45% la calificó como favorable y el 48% la consideró desfavorable. Al consultar sobre las fortalezas de la localidad no se consigna la gestión municipal en aspectos locales en general, al preguntar sobre las debilidades surge la gestión municipal (8%) cuya incidencia porcentual es reducida, sin perjuicio de constituirse en tema a considerar para minimizarla en un futuro mediato.

Se preguntó específicamente la opinión sobre la gestión municipal en aspectos turísticos, resultando igual porcentaje de respuestas tanto para aspectos favorables como desfavorables. Las respuestas favorables calificaron la gestión turística como; excelente, muy buena, buena, buena pero...con recomendaciones y ... un poco mejor. Las respuestas desfavorables calificaron la gestión turística como: regular, poco interesada/poco satisfactoria y mala.

Al analizar las respuestas de la opinión sobre la gestión municipal en aspectos turísticos, según la edad del encuestado, la población con edad comprendida entre los 35 y 49 años resultó más crítica de la gestión turística municipal. Al comparar las respuestas según los diferentes niveles socio-económicos se observa que en general todos los niveles mantienen una distribución homogénea en la suma de atributos favorables y desfavorables, alterando parcialmente el orden interno en la calificación.

4. APRECIACIONES

A PROPOSITO DEL SUSTENTO SOCIO - INSTITUCIONAL

En la Provincia de Buenos Aires la actividad turística se refleja de manera desigual en el territorio. Mientras que algunos partidos poseen una imagen turística reconocida en el orden nacional e internacional con un visible desarrollo turístico; existe un número de localidades que recién comienzan a pensar en el turismo aunque no lo hayan comenzado. Es un hecho cierto que no todos los partidos poseen condiciones para favorecer el desarrollo del turismo, algunos porque carecen de la atractividad suficiente para sustentar la actividad turística de manera permanente y otros, si bien pueden poseer recursos naturales o culturales todavía no han sido puestos en valor, y representan un territorio turístico potencial.

Un lugar puede ser potencialmente atractivo, pero carecer de oportunidad turística si están ausentes los servicios que le otorguen accesibilidad y aptitud. La puesta en valor de un recurso implica el equipamiento y la infraestructura necesarios para la prestación de servicios, y requiere la disposición o vocación política de los actores socio-institucionales para instrumentar las transformaciones que originan los servicios y permitir el acceso al lugar. En este proceso el liderazgo municipal es clave, dado que la disposición política permite reivindicar el territorio y estimular a los emprendedores e innovadores.

La definición de un municipio turístico requiere reconocer en la actividad una oportunidad para alcanzar el desarrollo, incluyendo al turismo en la agenda municipal y la redefinición de la estructura organizativa municipal que permita jerarquizar la gestión y consolidar la actividad. Del diagnóstico realizado se desprende convicción para transformar a Chascomús en una ciudad turística e interés por la definición de un plan estratégico en turismo, sin perjuicio de que para alcanzar el desarrollo de la actividad, se requiere planificar y regular los servicios turísticos.

El sector público local debe actuar anticipadamente en el desarrollo del turismo, para que se transforme en una actividad permanente y sostenible, desde el punto de vista ambiental, económico, social e institucional. Para ello, es necesario internalizar que tanto el turismo como las actividades de tiempo libre (recreación o deportes) forman parte de la vida cotidiana de la sociedad actual, canalizando las necesidades de descanso y recreación de las personas y el derecho a su ejercicio.

El accionar de la gestión pública debe acompañarse con la participación del sector privado y tercer sector. El espacio local-municipal se convierte en un ámbito de valoración, donde cada actor socio-institucional asume un rol específico y cumple diferentes funciones, tendiente a concebir políticas turísticas y recreativas congruentes en el territorio en estudio. La integración y articulación entre todos los actores socio-institucionales es esencial para lograr un desarrollo sostenible del turismo y mejorar la calidad de vida de la comunidad.

La gestión municipal debe tomar la iniciativa para propiciar la colaboración del sector privado y tercer sector, y generar los mecanismos y espacios de articulación apropiados para lograr una interacción eficaz. La articulación requiere una actitud asociativa entre los actores socio-institucionales con interés común, atendiendo el desarrollo de proyectos, movilización y reorientación de recursos locales y asumiendo roles no tradicionales como gestores del territorio y alternativas de organización social.

Del diagnóstico realizado se detecta la presencia de un sector privado vinculado directamente con la actividad turística que acompaña la gestión pero no participa en la decisión. En un esquema de gestión participativa, la formulación de políticas públicas y el surgimiento de iniciativas empresariales requiere el consenso social que permita alcanzar los objetivos aspirados con la implantación de la actividad turístico-

recreativa. Además requiere un marco institucional y legal que facilite y dirija el desarrollo de la actividad.

La participación conforma una manera de actuar que contribuye a la organización de los distintos sectores de la sociedad, donde encuentran un espacio de diálogo que les permite discutir, expresar los intereses y diferencias, confrontar y resolver conflictos y alcanzar decisiones de manera democrática. La participación implica una manera de hacer política, pero al mismo tiempo de jerarquizarla y hacerla funcional al desarrollo.

La escala local presenta un alto nivel de adecuación para el desarrollo de la producción y la gestión turística. Facilita las oportunidades de gestión y control directo de destinos y procesos productivos; brinda flexibilidad y posibilidad de rectificación y al mismo tiempo, participación social. La escala local se transforma en un espacio ideal para plantear políticas efectivas y proyectos concretos facilitando la participación de los actores socio-institucionales y abriendo un espacio de diálogo sobre estrategias y objetivos para tomar decisiones democráticas sobre las iniciativas a emprender.

Sin descuidar las obligaciones del municipio (prestación de servicios básicos, realización de obras de infraestructura, asistencia en la emergencia, controlador de conductas y recaudador para alcanzar su propio financiamiento), se deben coordinar las acciones públicas y privadas, orientar inquietudes para el crecimiento, promover el desarrollo local y facilitar iniciativas para el progreso. No solo se debe administrar, sino que además es primordial asumir el rol de conductor de los destinos de su comunidad.

Para ello, requiere un plan y una estrategia de implementación, donde la planificación estratégica para el desarrollo local adopte un valor decisivo. Planificar la estrategia implica disponer de un plan de gestión que forme parte de una estrategia de desarrollo consensuada y concertada, que reúna la presencia de todos los actores institucionales, y al mismo tiempo requiere definir las prioridades para evitar superponer necesidades con posibilidades (Tauber, 1999).

El gobierno municipal no es el único responsable del desarrollo turístico local, dado que intervienen directa o indirectamente diversos actores sociales, como empresarios turísticos, comerciantes, servicios públicos, entre otros. Sin embargo la municipalidad no puede renunciar a su rol orientador de la actividad turística comunal. Los responsables de la gestión local deberían tener una visión sistémica del desarrollo de la

actividad y facilitar las condiciones para atraer a los visitantes y a los empresarios turísticos locales y externos.

Sería importante que el sector público cumpla las siguientes actividades:

- Realizar un seguimiento al desarrollo de la actividad turística, a través de estudios de demanda que permita conocer el perfil del turista recibido, los flujos turísticos y el control de la calidad de los servicios ofertados.
- Propender la utilización racional del medioambiente natural y cultural de la comunidad, mediante el control permanente del estado de los atractivos turísticos naturales y culturales.
- Implementar acciones promocionales del municipio en su conjunto en diferentes mercados preestablecidos estratégicamente (regional, nacional, internacional).
- Fomentar la asociatividad entre los empresarios turísticos y otros prestadores vinculados directa y/o indirectamente con el turismo, convocándolos en torno a la búsqueda de la excelencia en la prestación de servicios con tarifas acordes con la calidad de éstos.
- Ofrecer y/o informar sobre posibilidades de capacitación en el rubro a los actores involucrados en su desarrollo.
- Elaborar y entregar información turística local y regional.
- Gestionar y/o realizar mejoramientos de infraestructuras que vayan en beneficio del turismo, por ejemplo: accesos, rutas, puentes, servicios básicos (agua potable, alcantarillado, energía eléctrica, etc.).

El desafío de asegurar un desarrollo turístico sostenible, con la participación de todos los actores locales, se convierte en un objetivo prioritario de las comunidades defensoras de los efectos económicos positivos de la actividad turística y su contribución al bienestar general. No sólo por los efectos económicos, sino también por su importancia en la valoración de ambientes naturales y la conservación del patrimonio cultural.

Un municipio que decida inclinarse hacia la actividad turística, enfrenta el desafío de identificar las oportunidades de inversión turística para el sector privado, la definición de programas y proyectos dirigidos a consolidar la oferta turística local y la participación en campañas de

promoción para el mercado regional, nacional o internacional, y propiciar la articulación institucional.

Es responsabilidad del sector público preservar y poner en valor el patrimonio físico y cultural, ordenar y orientar la infraestructura y el equipamiento, investigar, analizar y evaluar la marcha del sector turístico. El sector privado invierte capital y realiza negocios ofreciendo servicios integrados. El tercer sector actúa en defensa de intereses que afectan al medio ambiente sobre el cual se desarrolla la actividad turística. Los tres sectores son complementarios, el éxito en la gestión del turismo descansa en la posibilidad de un accionar en forma articulada, participativa y conjunta.

A fin de lograr la articulación se requiere la creación de un ámbito de participación donde los representantes del sector privado (empresarios y prestadores de servicio) y del tercer sector, junto al sector público encuentren un espacio para el debate de los diferentes temas referentes al destino de cada centro urbano. Es necesario generar un escenario de interacción entre las diferentes instituciones y lograr la participación de la población en forma organizada para alcanzar el desarrollo local a través de una interacción en redes de las diferentes instituciones que componen un ámbito local.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACERENZA, Miguel Angel (1984) – *Administración del Turismo. Conceptualización y Organización. Volumen 1*. México, Ed. Trillas – México. Edición 1991.

BENSENY, Graciela (2006), *Organismos de Turismo en la provincia de Buenos Aires*. En Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo. CONDET. Argentina.

BOISIER, Sergio, LIRA, Luis, QUIROGA, Bolívar, ZURITA, Gladis y ROJAS, Claudio (1995), *Sociedad Civil, Actores Sociales y Desarrollo Regional*. ILPES-CEPAL, Chile.

BOULLON, Roberto (1990) - *Los Municipios Turísticos* – Ed. Trillas, México.

FILMUS, Daniel (Coordinador), ARROYO, Daniel y ESTÉBANEZ, María Elina (1997), *El Perfil de las ONGs en Argentina*. FLACSO – Banco Mundial, Editorial Universitaria de La Plata. Argentina.

GARCÍA DELGADO, Daniel (1994), *Los actores sociopolíticos frente al cambio. Una perspectiva desde América Latina*. Editorial Docencia. Argentina.

MANTERO, Juan Carlos (2001), *Centros Urbanos Bonaerenses: Red Turístico - Recreacional*. Revista APORTES y Transferencias, Año 5 vol 1. CIT UNMdP. Mar del Plata.

OMT (1999 a), *Guía para Administraciones Locales: Desarrollo Turístico Sostenible*. OMT, Madrid, España.

OMT (1999 b), *Agenda para Planificadores Locales: Turismo Sostenible y Gestión Municipal*. Edición para América Latina y el Caribe. OMT, Madrid, España.

ROBIROSA, Mario (1996), *Organización y Gestión Comunitaria*. Centro de Investigaciones Ambientales de la Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño, Universidad Nacional de Mar del Plata.

TAUBER, Fernando (1999), *Municipio y Desarrollo, el nuevo desafío*. Ed. de la Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

VARISCO, Cristina (2000), *Municipios Turísticos del Litoral. Instituciones del sector público y privado*. En Revista APORTES y Transferencias, Año 4, Volumen 2. CIT UNMdP. Mar del Plata.

Documentos

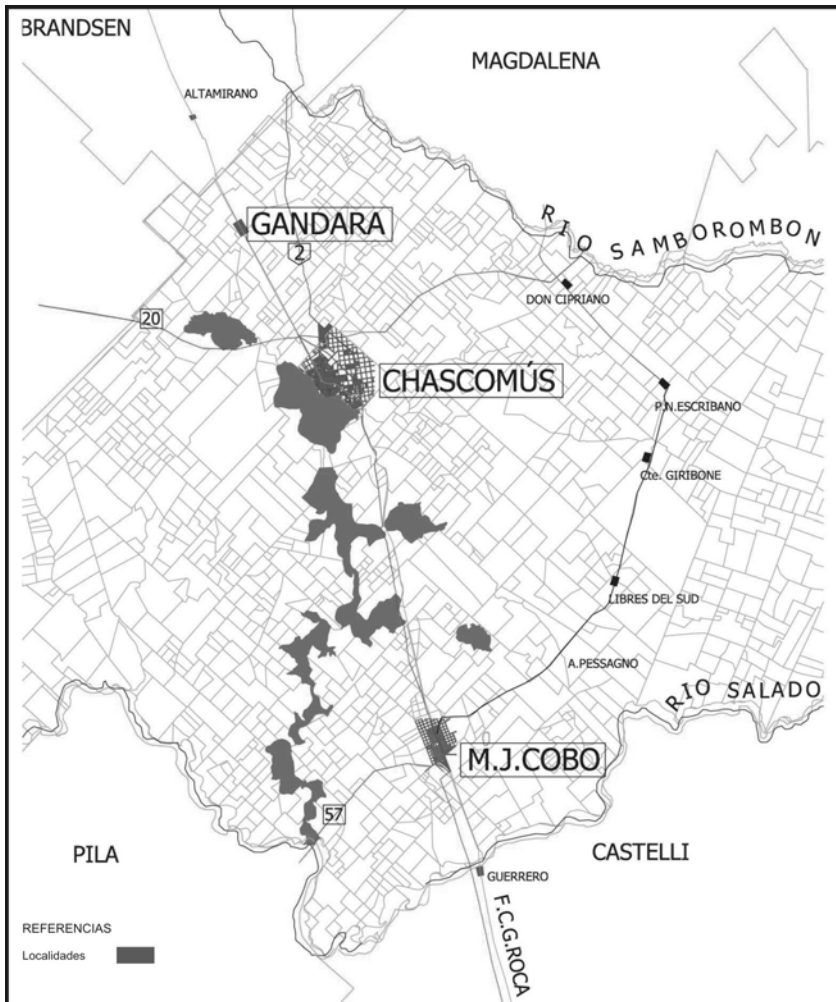
Constitución de la Nación Argentina, Constitución de la Provincia de Buenos Aires, Ley Orgánica de las Municipalidades – Decreto/Ley 6769/58 y modificatorias, Ordenanzas de la Municipalidad del Partido de General Pueyrredon N° 7989/90; 1491/96 y 14.413/01.

Subsecretaría de Turismo (2000), *Plan Estratégico para el Desarrollo Turístico de la Provincia de Buenos Aires 2.000 - 2.003* – Gobierno de la Provincia de Buenos Aires – Ministerio de Producción.

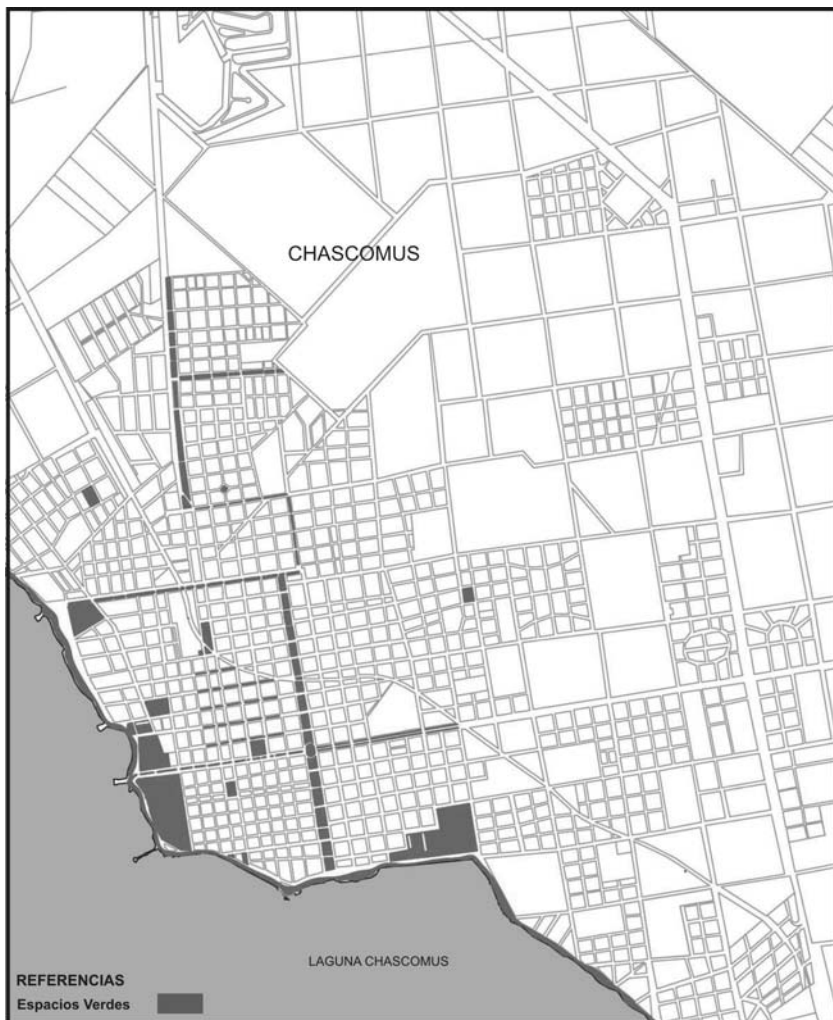
Entrevistas

Sector público turístico.

Instituciones del sector privado y tercer sector.



FUENTE: PECH - PLAN ESTRATÉGICO CHASCOMUS / MUNICIPALIDAD DE CHASCOMUS



FUENTE: PECH - PLAN ESTRATÉGICO CHASCOMUS / MUNICIPALIDAD DE CHASCOMUS

IV. SUSTENTO TURISTICO Y RECREATIVO

Juan Carlos Mantero

1. ATRIBUTOS Y CONDICIONES DEL INTERIOR BONAERENSE

A los efectos de plantear y apreciar la actualidad y potencialidad turística del Municipio de Chascomús es menester considerarle en el contexto del turismo de interior de la provincia de Buenos Aires.

No obstante el atributo de su singularidad natural y cultural y de su actividad turística actual, se observa que en el proceso de su devenir turístico se encuentra en un momento de inflexión que, por diferentes circunstancias, le permite perdurar en la agenda recreativa pero que bien puede ser el comienzo de su declive o el desarrollo de su potencialidad turística.

Ser partícipe del devenir turístico del territorio interior bonaerense hace oportuno advertir las circunstancias que acotan la puesta en plenitud de sus atributos y limitan el alcance de sus expectativas turísticas explicable al comprender las causas del genérico repliegue turístico del interior:

- la obvia dispersión en un territorio extenso, que con frecuencia se traduce en la multiplicidad de aspiraciones municipales acríicas, constituye un factor diluyente respecto de las oportunidades, identificadas y apreciables, de paisajes, escenarios y actividades en contextos naturales y culturales del territorio.
- la ausencia de apoyo al devenir del turismo del interior, más allá del nivel municipal, por déficit de gestión de los agentes públicos involucrados y ausencia de interés de los operadores privados con incidencia en la generación y el destino de los flujos turísticos
- la carencia de sustento técnico necesario en las fases críticas, indispensable atento la crisis de los diferentes sectores productivos del territorio, ha excluido y/o diferido la consideración de proyectos e inversiones en el interior bonaerense, privilegiando las localizaciones turísticas prescriptas, reconocidas y en expansión.

Aunque pueden apreciarse, en espacios y servicios próximos a Buenos Aires, ya reconocidos y vialmente accesibles, y en ciertos sitios y

actividades claves, de difusión privada y acceso restringido, no se dispone de oferta que canalice aspiraciones e intereses de los usuarios potenciales.

En realidad, las opciones de turismo natural y turismo cultural, sean en sentido estricto o en sentido amplio, evaluadas oportunamente, no están instaladas en el imaginario del turista medio de nuestro país y tampoco se reconocen todavía como opciones turísticas autosuficientes del devenir turístico por el operador privado y el agente público.

La alternativa de una experiencia en espacio natural y/o en espacio rural de la extensa e indiferenciada pampa, aún en su connotación de posible vivencia inédita, no esta presente en las aspiraciones y expectativas del turista probable en segmento diferenciable que admita proyecto e inversión simultáneamente plausible y rentable.

En nuestro medio, a propósito del interior bonaerense, *la experiencia de un turismo activo, alternativo de la pasiva opción convencional, sustentada en prácticas de interacción, contemplación o participación, respecto del medio natural, de la obra cultural, de los valores intangibles de la identidad, persiste latente e in-valorada.* (Mantero 2005)

Al margen de los destinos acreditados por la laguna y la sierra como recursos atractores, tales los casos de Chascomús y Tandil, la opción del turismo rural reivindicada como alternativa turística en territorio bonaerense se identifica equívoca y polémicamente con el turismo de estancias, a nuestro criterio, carece de expresión y repercusión suficientes que acredite las expectativas de desarrollo invocadas, más allá de un usuario potencial inducido por la persuasión de un empresario rural.

La gestión municipal en el territorio bonaerense, mas allá de la intención y de la difusión del área con competencia en turismo, genéricamente no se ha planteado un reconocimiento apropiado y una valoración crítica de los recursos y servicios propios, tampoco ha asumido plenamente planes o programas consistentes de promoción y/o desarrollo compatibles con los atributos disponibles.

La observación no implica desconocer excepciones ni la predisposición que inspira ciertas acciones en el sentido apropiado, con frecuencia sustentado en la diligencia del funcionario, el interés del empresario y la voluntad del emprendedor que, aún en el caso de Chascomús exige el creciente e inteligente correlato entre la gestión municipal y la asociación privada.

2. CHASCOMUS: INTERIOR BONAERENSE Y NODALIDAD TURISTICA

A propósito de las condiciones, atento que el interior bonaerense constituye un área en expectativa antes que en realización turística, cabría hacer ciertas referencias a la demanda, la oferta, la inversión, la difusión y la contribución social.

Con relación a la demanda, la ausencia de un mercado definido e integrado, torna incierta y vulnerable la reivindicación de unidades de recursos y servicios aisladas, en tanto y la espontánea concepción de productos no alcanza a delinear destinos apetecibles, accesibles y utilizables en condiciones de certeza respecto de la expectativa o la promesa. Más improbable se torna la demanda en ausencia de procesos sistemáticos de identificación, apreciación y difusión que trasciendan la unidad del recurso y/o del servicio e instalen el destino turístico en la consideración del usuario potencial.

En tal sentido, la inclusión en sentido *amplio* de las muy diversas opciones de turismo de interior permite visualizar los beneficios de su integración en conjunciones apropiadas de productos, donde una de las diversas opciones se constituya y opere en carácter de producto nuclear y motriz de un producto global integrado con otros productos que en tal proposición participan en carácter de producto alterno o subsidiario.

Con relación a la oferta cabe consignar la incidencia que plantea la diseminación de los recursos en el territorio y la dispersión en el tiempo de las oportunidades en los procesos de puesta en valor y en desarrollo, consecuentemente las dificultades para una puesta en valor indiscriminada, prescindente de los beneficios de *nodalizar*, centrar acciones e inversiones, actividades y servicios, en función de cierta densidad de atributos y recursos.

La difusión actual de los atributos y las condiciones del interior bonaerense se limitan a la imagen y connotación atribuida a *la pampa* y su paisaje, como referente natural, y a *el gaucho*, su imagen y su actividad, como referente cultural, en torno a Buenos Aires, y los singulares atributos de ciertos lugares se asocian exclusivamente al paisaje y al escenario natural o rural.

No obstante, la presencia *nodalizada* de recursos viables, atractivos y accesibles, conforma un umbral necesario que, atento las condiciones del territorio y la disposición diseminada de los recursos naturales y culturales, requiere de inversiones y emprendimientos destinados a puesta en accesibilidad y a puesta en aptitud funcional contemplando la necesaria

conjunción de recursos y emprendimientos, actividades y servicios, que garanticen el uso y goce de la opción turística planteada.

La noción de *nodalidad turística* que conjuga e integra el centro urbano y su entorno natural y rural, ratifica la unidad a la relación ciudad - laguna de Chascomús y le confiere al destino turístico un alcance territorial más amplio y diverso, sustentado en condiciones y atributos naturales y culturales accesibles, susceptibles de puesta en valor tanto en el territorio adyacente cuanto más allá de los límites del municipio.

La estrategia de nodalidad se aprecia apropiada para la identificación, difusión y promoción del destino turístico Chascomús, más allá de su actual posición respecto de la actividad turística. La prospectada nodalidad turística de Chascomús se acredita en la actual centralidad territorial y su potencial proyección, en condiciones de atractividad y accesibilidad, susceptible de asumir un umbral creciente de funcionalidad turística, a partir de su despegue al impulso de su disposición social y motricidad sectorial.

Al plantear entidad de usufructo *social* y consumo *mercantil*, instancias diferenciales no excluyentes, las *nodalidades turísticas*, en sus aptitudes turísticas actuales y potenciales, funcionales en prioridad a expectativas e intereses del turista del área metropolitana y de las metrópolis bonaerenses, tales como La Plata y Mar del Plata, abren instancias y posibilidades de un desarrollo turístico incluyente y, dentro de ciertos límites, diversificado en sus opciones.

La concepción de la *nodalidad turística* no prescinde del sentido social de la actividad, ni subestima de los beneficios económicos redistributivos de una actividad *mercatalizada*, puesta en un mercado signado por condiciones exigentes de producción y consumo, de difusión y marketing. Tales implicancias a propósito de la práctica turística rescatan su contribución al habitante, su aporte a la comunidad radicada en el centro y su entorno, donde la presencia del turista y del visitante, plantean un intercambio social y económico, que permite visualizar beneficios múltiples.

Objetivos

La adopción de la *nodalidad turística* como opción estratégica de desarrollo turístico sustentable en el interior bonaerense más allá de la inducción que pueda generar, la repercusión que pueda alcanzar y la actividad que pueda promover, plantea una serie de objetivos en relación a la puesta en valor del territorio interior bonaerense que implican:

- *generar y/o estimular un nuevo tipo de usuario y consumidor turístico*
- *revalorar y preservar el ambiente y el patrimonio, tangible e intangible*
- *valorar y consumir de obras y productos de artesanías tradicionales y regionales*
- *referenciar e instalar la consideración identidades locales y regionales*
- *identificar y promover la plena utilización de oferta receptiva ociosa del lugar*
- *crear y/o diversificar oferta concibiendo oportunidades que generen renta adicional*

y objetivos específicos en relación a Chascomús, concebido *nodalidad turística* en tanto conjunción de centro - entorno de interés turístico, unidad de destino apropiado, objeto de promoción y desarrollo:

- identificar y promover la centralidad territorial en beneficio de su diversificación y su desarrollo integral
- articular la conjunción centro urbano - entorno natural rural y la unidad - diversidad de recursos naturales y culturales, urbanos y rurales,
- estimular la disposición de servicios urbanos ambientales, culturales y sociales asociables a la disposición y creación de servicios turísticos y recreativos
- asumir el desafío de generar la afluencia turística como modo de convocar a la comunidad a la evocación de su identidad cultural e invocación de un proyecto de trascendencia
- propiciar en su nodalidad el desarrollo turístico en base local tendiente conformar destinos de afluencia turística en el interior bonaerense.

Atento la concepción de desarrollo local implícita a la puesta en valor de la nodalidad turística y el estudio de disposición institucional y de viabilidad social, puede apreciarse la expectativa de las comunidades, instituciones y empresas de los centros de asumir proyectos graduales de despegue y de desarrollo turístico, con la congruencia e intensidad que requiere un contexto de exigentes condiciones.

3. RECURSOS TURISTICOS

A los efectos de plantear y apreciar la actualidad y potencialidad del patrimonio de Chascomús en relación a la actividad turística y el desarrollo turístico, además del reconocimiento realizado y la información obtenida a nivel municipal, se ha apelado a nuestra investigación - proposición

Regionalización para la Gestión Turística en provincia de Buenos Aires, luego adoptada a nivel provincial en 2000-2003, y a las investigaciones del CIT de la Universidad Nacional de Mar del Plata, a la investigación - proposición identificados *Puesta en Valor Turístico de la Cuenca del Salado*, su desarrollo ulterior específico *a partir de un enfoque ecológico y cultural*, y a *Centros Urbanos Bonaerenses. Puesta en valor y en desarrollo turístico* y en particular lo planteado respecto de la *nodalidad turística* de Chascomús..

Con relación a los recursos naturales cabe remitirse a *Turismo Ecológico . Puesta en valor de la Cuenca del Salado* (Bertoni 2002) y al *Diagnóstico Ambiental de la provincia de Buenos Aires* (Vega 1997) y respecto de los recursos culturales a *Turismo Cultural . Puesta en valor de la Cuenca del Salado* (Mantero 2002) y a la investigación *Municipio de Chascomús. Estrategias para la conservación del patrimonio a través de un desarrollo turístico sustentable* (Amarilla 2006).

La pertinencia de la producción mencionada se explica en relación a su contribución a escalas territoriales diferentes con sustentos conceptuales afines, dando cuenta de la información, la apreciación y la valoración generadas en el transcurso de las investigaciones y la coincidencia genérica con el enfoque adoptado y la premisa de que el desarrollo turístico constituye alternativa apropiada en el propósito de promover y garantizar un desarrollo sustentable a escala regional y local.

La investigación publicada en 2002 se propuso como objetivo el diagnóstico de la potencialidad de la Cuenca para el turismo ecológico y el turismo cultural, enfoque en consideración a la unidad y diversidad de sus condiciones naturales, culturales y urbanas y la formulación de proposiciones de ordenación y desarrollo turístico y recreacional, identificando productos y programas que singularicen su identidad regional, natural y cultural en el contexto de la PBA.

3. 1. RECURSOS NATURALES

Las diferentes regiones ambientales que singularizan el territorio de la Provincia, permiten inferir el potencial de la diversidad de recursos para su puesta en valor en función de la actividad turística recreativa.

A escala del municipio de Chascomús y municipios adyacentes es factible de centrarse en los *recursos naturales* y en las actividades recreativas a las que le dan sustento, susceptibles de ser integrados en opciones de *turismo natural* o en medio natural como una de las modalidades del turismo en territorio interior.

1. El turismo natural

El turismo natural se caracteriza por una opción espacial dispersa y de densidad compatible y emprendimientos turísticos a escala de impacto limitado y controlable, con frecuencia de gestión local y familiar. Consecuente con una demanda limitada, respecto de alternativas más convocantes, segmentada y/o especializada, que realiza actividades vinculadas a la naturaleza, excepcionalmente a la cultura que se accede a conocer el ambiente natural.

A los efectos de plantear el tema cuanto el diagnóstico y la proposición es menester definir el turismo natural o turismo en medio natural: incluyente de opciones *turismo natural*, *turismo verde*, *turismo ecológico* y *ecoturismo* que se corresponden a condiciones y requerimientos ambientales.

Realizar turismo natural implica desplazarse para admirar, apreciar y disfrutar paisajes y escenarios naturales, áreas relativamente inalteradas, protegidas o de especial significación ambiental. Incluyendo si fuere el caso testimonios culturales pretéritos o presentes en el área, contemplando criterios ambientales en la actividad turística, aunque que el objetivo prioritario de este turismo son los espacios abiertos naturales, poco o nada humanizados.

Tal aspiración requiere disponer de acceso programado y controlado a los efectos de conciliar uso y goce el área o de las expresiones naturales y culturales implicadas, definiendo niveles de permeabilidad a la presencia humana según umbrales, con la garantía no alterar las condiciones originarias más allá de un impacto ambiental asimilable y a escala de un involucramiento benéfico de las comunidades localizadas.

En tal sentido, resulta apropiado permitir travesías y presencias acotadas en oportunidad y actividad en el propósito de no alterar la integridad de los ecosistemas, produciendo vivencias recreativas y consecuentes beneficios económicas que hacen posible la conservación de los recursos naturales para el habitante cuya disposición le constituye en anfitrión, garante y beneficiario.

La definición genérica del turismo natural no excluye las definiciones específicas que remiten a las modalidades inducidas por las actividades involucradas que remiten a sectores de usuarios de intereses especiales o de prácticas singulares que le confieren la connotación de experto o aficionado a quienes, a partir de certezas o expectativas, convoca el propósito de descubrir o de reconocer, de contemplar o de participar, de ver o de protagonizar.

Tales propósitos pueden estar signados por la intención motriz: turismo de certeza o turismo de aventura, turismo de descanso o turismo de recreación, turismo de afición o turismo de deporte, turismo de observación o turismo de inmersión. Opciones que hacen a modalidades y que al responsable de la gestión de turismo natural debe inducir y promover las alternativas más apropiadas al ejercicio de un usufructo responsable.

Turismo responsable es precisamente aquel que consulta la sustentabilidad en su pluralidad de alcances: ambiental, social y económica y considera su sostenibilidad en el tiempo de la generación de ayer a la generación de mañana, de transferencia de la naturaleza a la cultura de ambientes y recursos susceptibles de degradación o aún de extinción por acción u omisión de las actividades humanas.

Desarrollo sustentable, sostenible o responsable, según la semántica adoptada, trasciende el alcance de la palabra e implica primordialmente la actitud respecto de los bienes tangibles e intangibles en juego y presupone la concepción de actividades, servicios y emprendimientos a escala atento al umbral de impacto admisible.

La incidencia de la naturaleza en el medio ambiente condiciona la calidad de vida, en el habitante y el visitante localizados en el asentamiento cuanto del habitante y el visitante diseminados en el territorio, por las condiciones objetivas y subjetivas que se sustentan en la distensión de los espacios verdes en lo urbano cuanto de la extensión de los espacios naturales y rurales en el entorno accesible.

En el caso del territorio *nodalizado* en Chascomús conformado por llanuras con lomadas y depresiones de suaves pendientes, por ríos y arroyos, lagunas y humedales, por vegetación originaria y forestación inducida, por persistencia de fauna silvestre y presencia de ganado extensivo, conformando un paisaje y escenario propicio al descanso y la recreación cuanto la actividad y el deporte, requiere de una gestión apropiada.

Resulta obvio consignar que no puede acotarse el espacio de usufructo turístico natural y cultural al espacio actualmente afectado ya que, en cualquier hipótesis de incremento de calidad o de cantidad se plantearían dificultades al espontáneo desenvolvimiento actual y tendencial. Por tanto, es menester trascender el espacio de localidad, laguna y entorno inmediato y asumir el espacio del municipio y e incluso el espacio de la microregión.

Tampoco puede dejarse al arbitrio de las espontáneas tendencias de los usuarios en búsqueda de inmediata satisfacción cuanto de las pretensiones de los empresarios a propósito de inmediata y creciente utilidad, consecuencia de la afectación turística o inmobiliaria, más allá de la necesaria presencia de emprendimientos que hagan accesible, utilizable y

gozable áreas de afectación posible, sustento del desarrollo del turismo natural o en medio natural y rural.

El ambiente natural, paisaje y escena, se constituye en el referente principal de las prácticas turístico recreativas. Su afectación ha de resultar acorde a la capacidad de sustento atribuible al desarrollo de prácticas que, en extensión, intensidad e intención, no transgredan el impacto asimilable y por tanto admisible a nivel de cada uno de los espacios afectados y a escala de cada una de las prácticas admitidas, no superando la capacidad de carga ambiental signada por el recurso y la capacidad de carga social signada por la práctica.

Las expectativas de los usufructuarios de espacios naturales y rurales supone dar satisfacción a las diferentes necesidades planteadas por las prácticas inducidas por el descanso, por la contemplación y/o por la recreación, definiendo usos admisibles y compatibles, por tanto definiendo prescripciones y restricciones, propiciando ubicación y la disposición de equipamiento a escala de la función asignada y afluencia admitida

El turismo natural implica la revalorización del patrimonio natural que confiere sustento a la identidad local, contribuye a sostener las condiciones y atributos del paisaje, potenciando la valoración de la cultura local y técnicas tradicionales y la gestión sostenible de los recursos naturales, sin perjuicio de contribuir a la diversificación de la economía local, diversa de la economía productiva del sector agrario y tiende a un desarrollo endógeno, sostenido y equilibrado.

Las diferentes alternativas turísticas que se desprenden de los turismos natural, verde y ambiental y del eco-turismo permiten encauzar inquietudes de emprendedores diferentes en relación a la actividad motriz del emprendimiento, cuanto a nivel socio cultural y a estrato etéreo inducidos en el usuario por el tipo de actividad, definida por la práctica y el lugar, según se priorice la aventura y el deporte, el descanso y la contemplación, la vivencia y la experiencia.

Chascomús en su extensión territorial dispone de espacios de diferentes condiciones naturales aptos para diferentes actividades susceptibles de desarrollar en medio natural, contemplando diversidad de umbrales de carga ambiental admisible, en extensiones tales que incluso admiten la identificación de zonas de afectación, de amortiguación y de preservación.

Al respecto, la actividad turística que implica una apertura del territorio a la mirada y a la presencia del habitante y del visitante, en

gradación de usos compatibles con su afectación a partir de umbrales admisibles de accesibilidad, requiere de una gestión que integre a los actores involucrados e interesados atento los intereses y las utilidades en juego y los impactos deseados e indeseables, teniendo en cuenta la incidencia de innovaciones y alteraciones.

2. Paisajes y recursos naturales

El paisaje en tanto objeto de mirada recreativa comprende la subjetividad implícita a su representación, producto de la apreciación social asignada a la relación sociedad - naturaleza, incluyente de la agregación de improntas naturales, culturales y vivenciales. En la región de Chascomús el paisaje dominante e identitario posee condiciones ambientales singulares producto de la naturaleza que le conforma y de la significación psico-socio-cultural que se le atribuye, identificado en *la pampa*, llanura deprimida de suaves pendientes donde se aprecia la presencia diseminada de humedales y lagunas, arroyos y ríos

Un recurso se considera tal a partir de su existencia concreta y la necesidad social de uso. Por lo tanto, de acuerdo a lo expresado en el estudio mencionado, el concepto de recurso es subjetivo, relativo, funcional y dinámico en el tiempo, ya que, depende del conocimiento, la capacidad tecnológica y de los objetivos sociales, que signan la calidad de vida de la sociedad y de forma directa o indirecta pueden satisfacer aspiraciones y necesidades sociales.

El recurso turístico se define como aquellos bienes y servicios que se constituyen en satisfactores de las necesidades de uso y goce que hacen posible la actividad turística que en tanto *recurso natural* se presenta como la unidad natural valorable - atractiva, apta y accesible -, actual o potencial, susceptible de constituirse en oportunidad, escenario y paisaje de la actividad turística y recreativa. (Mantero 1997).

Los recursos naturales del entorno nodalizado en Chascomús y del area susceptible de interacción microregional en función turística y recreacional, se inscriben en la Cuenca del Salado e incluyen:

humedales

Los humedales se definen, de acuerdo a la Convención Ramsar, *extensiones de marismas, pantanos, turberas o aguas de régimen natural o artificial, permanentes o temporales, estancadas o corrientes, dulces o saladas, incluyendo las extensiones de aguas marinas cuyas profundidad no exceda de seis metros”, activos*

ambientales valiosos y multifuncionales con valores de preservación / conservación elevados.

Los humedales incluidos en el área objeto de estudio son las Cuenca del río Salado y arroyo Vallimanca, y comprenden las Encadenadas de Chascomús y el área de la Bahía Samborombón donde se encuentra un hábitat único ya reconocido sitio Ramsar y comprendido en territorio de municipio adyacente reconocido primer Parque Nacional de la Provincia de Buenos Aires.

ríos y arroyos

En el área de estudio de competencia territorial e hídrica presenta dos ríos: Samborombón y Salado. La presencia de los ríos y de los humedales en planicie deprimida genera no pocos arroyos sinuosos típicos de llanura de variable e incierto caudal. El río Samborombón con márgenes bajas y cauce poco profundo desemboca en la Bahía de Samborombón, en tanto el río Salado presenta un curso de llanura en un valle amplio y casi plano, comprende lagunas marginales y su caudal recibe el aporte de aguas subterráneas.

lagunas

Las lagunas de la pampa, de acuerdo al Informe de los Humedales en la Argentina, son ambientes acuáticos típicos y exclusivos pueden ser cuerpos lénticos permanentes o eventualmente transitorios, sin ciclo térmico definido, sin estratificación permanente, con sedimentos propios de carácter limoso, de escasa profundidad, sin plataforma ni talud.

En el área NE de la Cuenca del Salado se reconocen 339 lagunas, de las cuales un tercio temporarias de salinidad variable y allí se presenta el sistema Las Encadenadas del Este, de singular importancia ya que incluye una superficie de 11. 668 ha. Y cuyas lagunas principales incluyen Vitel, Chascomús, Adela, Manantiales del Burro, Tablillas, Chis Chis y Las Barrancas.

áreas naturales protegidas

Las áreas naturales protegidas constituyen opción institucional apropiada para preservar paisajes y escenas naturales en sus condiciones originarias o al menos inalteradas en el transcurso del tiempo, en particular

en territorios donde a la carencia de una conciencia de preservación y la presencia de una degradación creciente del ambiente natural, consecuencia de la expansión ilimitada e indiscriminada de su puesta en producción, resulta indispensable al menos producir afectaciones que garanticen su existencia.

Al respecto cabe mencionar el Parque Costero del Sur que comprende territorio del municipio de Magdalena en la costa de la Bahía y que pertenece a la red internacional del Programa MAB de la UNESCO donde puede apreciarse la flora y fauna original, cuenta con un núcleo de bosques de tala y coronillos y áreas abiertas con gramíneas, en tanto en los humedales se puede admirar aves de muy diversas especies.

Las áreas naturales protegidas en el área de la Cuenca en torno de Chascomús comprenden: la reserva zoológica privada La Corona en el Partido de Chascomús, las Reservas Provinciales Integrales de Bahía de Samborombón en los partidos de Tordillo y Castelli, y Rincón de Ajó. La Reserva Campos del Tuyú, operada durante tres décadas por Fundación Vida Silvestre Argentina, en el Partido de General Lavalle, y que constituye el primer Parque Nacional en territorio provincial.

3. Actividades en medio natural y semi rural

Al margen de las apreciaciones genéricas de uso y fruición de los recursos naturales y culturales en su afectación turística y recreativa, de acuerdo a la singularidad del recurso y la especialidad de los usufructuarios plausibles y/o admisibles, congruentes con capacidad de carga sustentable, tal como se refiere en el documento citado de turismo ecológico, las actividades implican una gradación de intensidad de las prácticas:

- actividades de eco - turismo: observación de aves, observación de flora y fauna, trekking de baja complejidad, recorridos fluviales en canoa / kayak, senderos interpretativos, cabalgatas, safaris fotográficos.
- actividades de turismo de aventura y de deportes emergentes: parapente, mountain bike, buceo, wind surf, motonáutica, 4x4, sin subestimar otras actividades incipientes por la innovación constante.
- actividades deportivas y recreativas al aire libre consolidadas: pesca, caza, acampada que reconocen una participación creciente, espontáneamente diseminada en diversas opciones en el territorio.

Las actividades mencionadas en último término son las más difundidas y relevantes en el territorio de la provincia son la pesca y la acampada y en menor medida la caza. Las prácticas de turismo ecológico, de aventura y de deporte, no convencionales, convocan menos usuarios y disponen de una prestación menos significativa, con frecuencia de prestación a su cargo, sin perjuicio de su alta potencialidad para captar segmentos de usuarios específicos.

la pesca

En general, la mayoría de las lagunas de la provincia son aptas para la *pesca deportiva* y el interés se centra en el pejerrey, que atento las condiciones y las modalidades de la pesca, basadas en cierta *tipología del pescador* permiten diferenciar: *pesca deportiva* de usuarios frecuentes - *pesca conservacionista* de usuarios recurrentes - *pesca recreativa* de usuarios ocasionales - *pesca extractiva* sin límite con frecuencia destinada al consumo. La pesca se encauza en algunas de las lagunas, en particular aquellas de acceso público.

la caza

La *caza deportiva* de usuarios recurrentes aun no cuenta con control apropiado, con frecuencia realizada sin permiso, en tanto los cotos privados afectados al efecto resultan de difusión limitada y acceso restringido. En el caso de Chascomús a excepción de estancias que admiten acceso no se presentan cotos de caza que sí se presentan en municipios adyacentes.

la acampada

La *acampada*, una modalidad complementaria de alojamiento, adquiere sentido en si por la diferencial actividad recreativa con el objeto de disfrutar la vivencia en el medio natural. Al margen de la opción de la actividad en establecimientos de camping acondicionados y equipado en el territorio de Chascomús, en particular dispuestos en torno a la laguna, se advierten acampadas ocasionales a orillas accesibles de lagunas, ríos y arroyos.

Las condiciones de turismo responsable en ámbito natural refieren a la diseminación y la dispersión en espacio y tiempo de actividades de bajo impacto en función de la disposición y la densidad de uso y de ocupación de espacio mediando la realización de actividades que se sustenten

necesariamente en los recursos singulares del lugar y que impliquen sumar la disposición de comprender el ambiente además de la obvia disposición de gozar del ambiente y que constituyan al anfitrión, tal lo expresado en cauce de la afluencia es decir en guía, garante y co responsable.

4. Premisas de Actuación en Turismo Natural

Además de las prioridades contempladas en el Plan de Desarrollo Estratégico de Chascomús, en beneficio del devenir de la modalidad concebida, en el propósito de asumir e integrar las condiciones, atributos y recursos naturales a la actividad turística, se impone:

1. incluir las opciones natural y cultural, rural y urbano, de ocasión y de estación, concebidas en satisfacción del usuario - habitante y visitante - y en utilidad del productor y del consumidor, cuanto en garantía de la sustentabilidad del territorio natural - cultural, en su connotación de localidad humanizada y de comunidad localizada.

2. concebir y propiciar la consideración ambiental del territorio, cuyo alcance excede los límites del partido y cuya responsabilidad excede las acciones, identificando y asumiendo aquellos espacios susceptibles de conformar paisaje y escenario de afectación recreativa.

3. definir las aspiraciones recreativas a satisfacer y los satisfactores recreativos a afectar, en función de una equilibrada, ponderada y definida interacción oferta - demanda producto de una eficiente gestión de los espacios naturales y semi-naturales involucrados.

4. en consecuencia, concebir plan de gestión de espacios naturales y semi-naturales que implique el análisis de sus unidades, la identificación de sus objetivos plausibles y de los factores actuantes y limitantes, la prescripción de los objetivos operacionales, las estrategias de gestión, los programas y los proyectos, estableciendo prioridades de actuación.

Tales requisitos son inherentes al devenir responsable de la afectación de los espacios cualquiera resulte la escala, la amplitud y la intensidad de afectación, actual y potencial, obviamente en función de sustento admisible, contemplando necesariamente la presencia y entidad de áreas susceptibles de afectación y de áreas plausibles de protección.

3.2. RECURSOS CULTURALES

Plantear el tema acredita el objetivo general de los estudios realizados y del Plan Estratégico respecto de la potenciación equilibrada de las relaciones entre la conservación del patrimonio, la actividad turística y el desarrollo local sustentable, y atender a la aspiración y proposición de contribuir a los objetivos de eficiencia económica, equidad social y equilibrio ambiental, encauzando las actividades de desarrollo cultural que el patrimonio reivindicado intangible sustenta en el tiempo y la memoria y el patrimonio tangible sustenta en el espacio y el lugar.

Resulta oportuno consignar las contribuciones y los aportes de los estudios y proposiciones que dan cuenta de propósitos compartidos en territorio que obviamente excede los límites municipales y confieren sentido local y regional a la pretensión de desarrollo turístico, expresada en la concepción de *nodalidades turísticas*, planteada como estrategia prioritaria y proactiva de desarrollo turístico del interior bonaerense.

1. El turismo cultural

Del estudio de la Cuenca del Salado a propósito del turismo cultural nos interesa rescatar las nociones que confieren sentido al diagnóstico y a la proposición planteadas para su ulterior canalización en la gestión a nivel municipal.

El turismo cultural define el desplazamiento cuya motivación primordial es ampliar horizontes, adquirir conocimientos y vivenciar emociones a partir del descubrimiento de un patrimonio y de su territorio, que por extensión incluye otras formas de turismo que comprenden instancias culturales a través prácticas ocasionales que en síntesis induce a definirle como una práctica cultural que implica desplazarse para conocer.

Al definir al patrimonio como objeto de turismo cultural cabe considerarlo como los componentes tangibles e intangibles de la identidad de la sociedad humana, producidos, transmitidos y reactualizados sobre un territorio, bienes y saberes organizados constitutivos de la identidad y las diferencias entre los grupos humanos.

El patrimonio tangible remite a obras y productos de la cultura material, tales como sitios y lugares convocantes, museos y monumentos, etc. En tanto el patrimonio intangible, que remite a creaciones y

acontecimientos de la cultura inmaterial, tales como expresiones y testimonios significativos, actividades lúdicas y festivas, etc.

El enfoque cultural en contexto turístico se presenta sobre un territorio, aquel que resulta de desplazarse para conocer, de un turismo de descubrimiento, cuya presencia no es suficiente para discriminar un espacio turístico, en tanto es la disposición y la actitud que inspira la práctica turística que le confiere el atributo cultural, sea en el litoral o el interior, en el medio natural, rural o urbano.

El turismo cultural se sustenta en la apreciación antropológica del paisaje - escenario, en tanto patrimonio apropiable, referente de identificación colectiva en función de los valores simbólicos del paisaje que cada cultura local le ha ido atribuyendo.

Las obras y los testimonios culturales suelen con frecuencia ser subestimados a nivel de la comunidad, por constituirse en implícito de su identidad y en presencia de su cotidianeidad, por tanto es oportuno realizar ciertas apreciaciones en torno a los usufructuarios de la cultura para estimular la apreciación de lo propio e identitario allí donde se presenta.

Objetivos de turismo cultural

La consideración del patrimonio natural y cultural en términos de puesta en valor y en desarrollo se realiza a partir de la concepción territorial de *nodalidad turística*, conjunción que a propósito de lo cultural comprende el centro urbano de Chascomús y sus áreas diferenciales y el entorno antropizado por la ruralidad y los diseminados asentamientos y su puesta en valor permite asumir los objetivos que reivindica el estudio del LINTA:

- *eficiencia económica, equilibrio ambiental, equidad social*
- *potenciación armónica entre conservación patrimonial, actividad turística y desarrollo local*
- *conservación del patrimonio a través de un desarrollo turístico sustentable*
- *puesta en valor del carácter, la identidad y el ambiente propios como un todo.*

Las estrategias pertinentes planteadas en el Plan Estratégico al propiciar el desarrollo de un eje técnico y un eje educativo, de participación de los sectores sociales involucrados en cultura y turismo, en adecuación de las estructuras administrativas y convergencia entre función pública local y sistema científico y tecnológico provincial, comprenden programas prioritarios: actualizar la información, necesaria, conservar el patrimonio

acreditado, puesta en valor y gestión de obras, canales y circuitos reconocidos, adoptar normas y ejercer control, difundir y transferir.

Trascendiendo el patrimonio identificado, reconocido y acreditado en el estudio del patrimonio urbano y arquitectónico, es menester ampliar la información y el reconocimiento de los bienes tangibles e intangibles del Municipio de Chascomús:

patrimonio intangible: aconteceres y acontecimientos, artes y artesanías, saberes y productos, lugares y testimonios, vestigios y signos... en fin, expresiones de identidad

patrimonio tangible: el centro urbano Chascomús - nodos, sendas y mojones – las localidades, los asentamientos rurales y las estaciones ferroviarias, los establecimientos productivos y las estancias accesibles... expresiones de diversidad

2. Opciones del turismo cultural

Al analizar las motivaciones turísticas tipo, considerando motivación como el agregado de necesidad + motivo, luego de ponderar diversos antecedentes a propósito de estudios de motivaciones turísticas, consideran las siguientes motivaciones: *clima - paisaje - cultura - cambio, diferencia - descanso, relax - sociabilidad - recreación, diversión - varios* que describen el tipo de turismo que se desea hacer, sin perjuicio de identificar factores de decisión: *precio - accesibilidad - equipo receptivo - publicidad - otros* que indican el modo de realizar el tipo de turismo deseado.

A los efectos de inducir el traslado, que el turismo cultural contempla diversas opciones alternativas: *turismo cultural convencional - turismo cultural vivencial - turismo urbano - turismo rural - turismo de descubrimiento - congresos y reuniones - viajes de estudio y de incentivo* y opciones susceptibles de presentarse o concebirse que implican tipología de mercados que suponen motivaciones básicas diferentes y permiten inferir disímiles parámetros de comportamiento turístico.

Tales opciones y mercados, identificados los recursos, concebidos los servicios, disponibles los equipamientos e inducidos los segmentos apropiados de la demanda resultan de potencial realización en Chascomús y su entorno.

Aunque incipiente, el turismo cultural en Provincia de Buenos Aires se ha desarrollado primordialmente en la modalidad de turismo itinerante radial con alojamiento en Buenos Aires y realización de excursiones dentro de un territorio delimitado en torno a los 100 km / 60 minutos de radio

distancia / tiempo de accesibilidad. En tal condición, atento la fluidez y accesibilidad de la autovía 2 se inscribe la localidad de Chascomús, centro urbano y entorno natural y rural, no obstante que en la actualidad el turismo cultural esta diferido encubierto por el turismo natural, relacionado al producto *laguna - pesca - camping*.

La demanda de turismo cultural reconoce dos tipos de clientela: *asiduos* y ocasionales, cuya diferencia radica en la persistencia o en la incidencia de su interés por la cultura, diferenciando: recurrentes (*persistentes*): especialistas: motivados por un tema y generalistas: motivados por varios temas y ocasionales (*incidentales*): motivados por la alternativa o la oportunidad.

En la actualidad la cultura se instala entre lo intelectual y lo sensible y la consulta del turista implica *¿qué es lo que se puede ver... qué es lo que se puede hacer... en qué se puede ocupar el tiempo?* y, aunque las vacaciones carezcan de un objetivo cultural particular, el turista actúa en función de la atractividad de las ofertas o en función de los estímulos... es en atención a otros catalizadores donde el consumo cultural se integra a una práctica vacacional (traslado, excursión, paseo, descubrimiento)

En Chascomús, entendido como centro urbano - entorno natural y rural, el turismo cultural es una alternativa a concebir consignando dónde se puede presentar, qué se puede contemplar y qué se puede realizar en actividad cultural.

La legibilidad cultural del territorio, tal como se planteara en el estudio de la Cuenca, se puede plantear en niveles de comprensión y en atributos de interés relacionados a:

el paisaje - la identidad - la ciudad - la colectividad - la estancia - la arquitectura - el museo - la escuela agro técnica - la estación tecnológica - el sitio histórico - el mojón conmemorativo - el saber hacer - la artesanía - el saber producir - la producción - la fiesta - el acontecer - la creación cultural actual

Aunque el habitante metropolitano de Buenos Aires realiza turismo en el país privilegiando opciones sustentadas en motivaciones básicas identificables con mercados de descanso y relax, de sol y playas, de vacación tradicional, relegando el turismo cultural convencional y el turismo cultural vivencial, las opciones relegadas están presentes y cobran entidad en ciertos segmentos de usuarios recurrentes y en usuarios ocasionales de aquellas modalidades básicas prevalentes.

Allí radica, a escala de los recursos disponibles y programables, la potencialidad de Chascomús, en particular respecto de la afluencia que genera su atributo valorado: la tranquilidad, su recurso natural asociado: la

laguna, y su actividad recreativa referenciada: la pesca, que definen al visitante como ocasional turista cultural, inducido por el climax *tradicional* y la ocasión *vivencial*.

3. Atributos y recursos culturales

El estudio del LINTA da cuenta de una serie de mapas que verifican diferentes atributos del área que fuera su objeto de estudio y que incluye el área administrativa *centro*, el casco histórico, la zona centro y el parque Libres del Sur, consignando a nivel parcelario usos de suelo, intensidad de la ocupación, estado de conservación / alteración, tipos arquitectónicos, situación de mobiliario y de equipamientos y disposición de hitos urbanos, sin obviar la apreciación del valor patrimonial edilicio y el estado de los *canales* de conexión urbana.

El diagnóstico se precede de un Seminario Taller de *Patrimonio Construido y Turismo en Chascomús. Prioridades de Intervención e inversión*. apelando al método multicriterio para una evaluación participativa, con presencia de funcionarios municipales, sector ciencia y academia, alumnos afines al turismo y graduados arquitectos, en la finalidad de asignar prioridades de actuación en relación al valor y estado de los bienes.

El criterio de relevancia cultural adoptado pondera las relevancias histórica, arquitectónica, ambiental y social y en ranking de prioridad y urgencia de intervención, oportunidades y amenazas, identifica el entorno de Plaza Independencia, Area Casco Histórico, Estación del Ferrocarril, Capilla de los Negros y Escuela n°1.

Atento el nivel del estudio, cabe asumir las proposiciones en términos de plano síntesis propósito del área objeto de estudio donde se consigan hitos o referentes urbanos, esquinas sin ochava, espacios verdes públicos, edificios con valor patrimonial y calles adoquinadas y de plano de identificación de referencias relevantes y de circuitos 1 y 2 existentes, tal como se observan en el plano pertinente.

el área urbana céntrica

El área objeto del estudio mencionado incluye en el *area administrativa Centro* e inscribe el patrimonio urbano arquitectónico de más valía que se dispone en el espacio urbano delimitado por la Avda. Escribano al norte - calle Juárez / calle Nuñez al oeste - Avda Costanera España al sur - Boulevard Irigoyen / Boulevard J. D. Perón al este, sin perjuicio de diferenciar la *zona*

centro del casco histórico en coincidencia con la Avda Losito y atento la diferente función y significación urbana de cada uno de los sectores.

Los espacios de interés prescriptos se plantean en dos circuitos que identifican itinerarios como sucesión de sitios / duración de tiempos destinados a encauzar visitas guiadas:

1. Plaza Independencia – Palacio Municipal – Casa de Casco – Iglesia Catedral – Museo Pampeano
2. Plaza Independencia – Palacio Municipal – Casa de Casco – Iglesia Catedral – Museo Pampeano + Viejo Almacén – La Botica – Museo Pampeano – Feria de la Ribera – Parque Libres del Sur – Capilla de los Negros – Centro de Artesanos – Mausoleo Libres del Sur – Fuerte San Juan Bautista

el área en torno de la laguna

Los sitios de interés resultan de la secuencia lineal de sucesivas aperturas de visión panorámica paisajística y de disposición de equipamientos del perillago tales: Babel, Club San Huberto, Camping del Sol, SEPUBA, 6 de Septiembre, La Tapera, Barrio Girado, Guardería Náutica, estancia La Alameda, Camping Los Alamos, Camping Vicente Camino, Puerto Chascomús y Castillo de la Amistad.

El entorno de la laguna de Chascomús permite advertir la actualidad de sus atributos en función turística e inferir la potencialidad cuanto menos recreativa de acceder al perillago de las restantes lagunas localizadas en el Municipio, sin perjuicio de plantear la afectación mínima de su espacio adyacente en garantía de su ambiente natural.

las estancias en función de turismo rural

De las estancias afectadas a la actividad turística en la actualidad se identifican s/ la laguna La Alameda, vía ruta 2 La Plegaria, La Euskara, Santa Ana y Santa Gertrudis, vía ruta 20 al norte de Chascomús La Horqueta, La Mamaia y La Josefina, s/ la ruta 20 al sur La Fe con diferencias en sus atributos paisajísticos y servicios turísticos y recreativos. De acceso restringido por la actividad asumida, turística y/o recreativa, su disposición obviamente dispersa y su capacidad limitada, constituyen oportunidad de satisfacción de las aspiraciones de los usuarios aunque de acotada proyección futura y limitada contribución al desarrollo local y regional, no obstante su incidencia empresarial.

las lagunas en función de turismo cultural.

Además de conformar un ambiente singular y un recurso natural relevante, las lagunas constituyen espacios de interés cultural en tanto oportunidad de prácticas más relacionadas a la apreciación ambiental y paisajística además de la que inspira la naturaleza. Tal como se plantea en el apartado ambiental las lagunas Encadenadas (Vitel – Chascomús – Adela / del Burro – Chis Chis – Tablilla – Barrancas). El patrimonio que conforma por la biodiversidad que se advierte en las lagunas y en sus adyacencias, extenso humedal que integran con lagunas diseminadas en el territorio, permiten diferentes alternativas de uso y fruición del ambiente natural. La alternativa de afectación de las lagunas a apreciación de alcance cultural implicaría una apropiada asistencia e interpretación e interpretación del complejo de las lagunas Encadenadas.

Las rutas y los caminos, los pueblos y las estancias, los ríos y las lagunas, el área protegida de la Bahía, en tanto accesibles constituyen lugares de acceso al territorio en tal sentido adquirir una visión integral del paisaje natural –cultural que se despliega en el territorio del Municipio, a diferentes niveles y en función de diversos interés de apreciación.

4. Lugares y aconteceres de interés cultural

Sin perjuicio de la entidad del diagnóstico y la programática planteada en el Estudio del LINTA a propósito de la conservación del patrimonio a través del desarrollo turístico, a nuestro criterio las estrategias de puesta en valor patrimonial, actividad turística y desarrollo local planteadas responden a un área de estudio y proposición ex profeso definida a priori y tal su objetivo en procura del objetivo consignado que se comparte aunque se advierte que su garantía radica en una estrategia de desarrollo turístico que trasciende el patrimonio y se debiera sustentar en la realización de la sociedad.

A nuestro criterio el estudio provee de información, apreciación y proposición de relevancia, congruente con los objetivos que en su concepción integral hacen del patrimonio el recurso primordial. Sin embargo, se estima necesario identificar y conformar ciertas simultaneidades sinérgicas en su concepción, programación y realización en relación al planteo de la puesta en valor y en desarrollo del Municipio de Chascomús, con una tarea de interacción que relacione ambiente – naturaleza – cultura a partir de las áreas responsables del municipio y las entidades relacionadas a afinidades e intereses a propósito de tales implicancias.

La identificación de circuitos con ser necesaria y pertinente en el caso de los circuitos identificados no puede obviar la necesidad que en relación a cualquiera de los temas comprensivos indicados supone actividades indispensables relacionadas a la gestión del destino, de los sitios, de las actividades y de la demanda.

Al respecto cabe consignar, en coincidencia con el propósito que inspira el documento del referente al patrimonio, el sentido que adquieren los múltiples y espontáneos itinerarios inducidos por los atributos apreciables que se advierten en el espacio público donde calles se constituyen en sendas *motrices*, sitios en nodos *convocantes* y obras en mojones *atrayentes* cuya secuencia programada constituye circuitos de interés.

Es menester rescatar y presentar, en espacios asociados a cada uno, la trayectoria de los protagonistas y testigo han habitado Chascomús y cuya actividad ha trascendido al lugar y en su trascendencia han difundido valores perdurables que hacen a la identidad, tales Baldomero Fernández Moreno a través de la poesía y el más reciente Raúl Ricardo Alfonsín en la política, sin excluir aquellos cuya identificación compete a la comunidad. No se trata de la placa que identifica el lugar sino del centro que expone su testimonio y al convocar identifica a Chascomús con sus hombres notables.

No menos importa rescatar para sí a aquellos hombres instalados en el imaginario de los argentinos, tal como Martín Fierro, a través de las expresiones artísticas inspiradas en la palabra del poeta, cuya relación con el imaginario bonaerense no es ajena. En tal sentido, la apertura en San Antonio de Areco de la convocante exposición en sede ad-hoc de la obra de Molina Ocampo, asociada al gaucho y la pampa, dice del interés de dar cuenta no solo de la testimonios de la historia sino de la expresiones inducidas.

la actividad cultural actual

Aunque la actividad cultural actual esta concebida primordialmente en relación a los habitantes de Chascomús y del territorio inmediato accesible, en su condición de destinatarios y con frecuencia de protagonistas, dispone del Teatro Municipal Brazzola, acredita de festivales que le trascienden: el Festival de la Laguna, el espectáculo De la Prima a la Bordona, la temporada de teatro, la Semana del Tango, el Festivalde las Encadenadas, el Festival Chascomús Jazz, el Encuentro de Payadores, la Semana de las Amistad, el Festival de Teatro, el Festival de Arte, el Festival de las Guitarras del Mundo, la Fiesta de la Tradición y la Apertura de la Temporada.

De las actividades en curso se destacan la labor de la Orquesta - Escuela Municipal radicada en el Conservatorio de Música y protagonista del Festival de Orquestas Infanto - Juveniles y la actividad cotidiana del Museo Pampeano.

Aunque en el transcurso del estudio no se ha realizado un reconocimiento de la creación y la producción cultural actual, en entrevistas realizadas se hace referencia del desarrollo de la cultura en la práctica de las artes literarias, plásticas, musicales y escénicas cuanto de los oficios relacionados a las diversas artesanías, susceptibles de constituirse en productos objeto de consumo sino en procesos destino de mirada turística.

Al margen de la actividad convocante de alcance regional y provincial, los operadores y los agentes de la cultura, saben del sustento que las acciones culturales confieren a un lugar susceptible de constituirse en destino de encuentros, reuniones o seminarios en la actualidad a escala de los espacios disponibles y en el futuro a escala de la obra destinada a sede de tales programas que las condiciones ambientales y urbanas hacen posible atento que le hace lugar *inmediato* a Buenos Aires.

5. El paisaje, la escena y la identidad cultural

El paisaje está conformado por las condiciones objetivas y subjetivas que le confieren significación al generado por la naturaleza y por la cultura en interacción dinámica y cambiante en tanto proceso construcción social donde lo sensible y lo cognitivo, lo creativo y lo productivo se integran y que no limitan lo natural a condiciones originarias ni lo cultural a condiciones producidas sino que se singulariza al interactuar en su disposición territorial.

Aquel paisaje que el transcurso del tiempo genera subyace en el paisaje que el decurso del ser humano le asigna o le impregna en el proceso de construcción de la imagen de su mirada y del escenario de sus actividades. La mirada de aquel que contempla ya le concede sentido cultural al paisaje natural aunque no le constituya en escena donde habita, produce y se recrea.

La intensidad de los estímulos culturales de lo urbano y la diversidad de los estímulos de lo natural - sin excluir la singularidad de lo rural - identificados y apreciados en su dimensión sensible y su dimensión cognitiva constituyen y definen el atractor turístico, aquel que induce al uso y fruición personal y social en satisfacción de sus aspiraciones.

la identidad cultural

Ya los talleres realizados en relación al Plan de Desarrollo Estratégico de acuerdo a lo expresado en el documento de diagnóstico dan cuenta de la carencia de una identidad *chascomunense* que se percibe como *difusa* planteando, expresando: *Ante el desconocimiento de la historia y el patrimonio local, se produce la pérdida del sentido de pertenencia y la desvalorización de las fuentes que nos hablan de nuestras raíces, con escasa valoración de una identidad local que contemple todas las manifestaciones de la cultura.* (PECH pag 40)

La ocupación del territorio ya a mediados del siglo XVIII y a partir de la línea de fortines que diera lugar al fortín de *Chascamuso* (lugar de aguas salobres) y la disposición de asentamientos entre fines de aquel siglo y principios del siglo XIX se localiza e identifica Chascomús constituido en municipio a mediados del siglo.

La línea de frontera que separa del indio alcanza el *lugar de aguas salobres* en 1779 al radicarse el Fortín San Juan Bautista de Chascomús que a partir de la afluencia de gentes con disposición de habitar se constituye en municipio, donde se confrontan *los libres del sud* y los soldados federales y donde se presentan instancias del proceso de conformación nacional, sin perjuicio de la extensión del espacio de producción ganadera y de innovación tecnológica que en 1865 le constituye en *punta de rieles* del ferrocarril del Sur y en 1873 el pueblo de saladeros y barracas sea reivindicado y se titule *ciudad*.

En términos culturales no es demasiado el tiempo ni la densidad social originaria cuanto el gradual crecimiento adquirido a través del tiempo. Sin embargo, territorio apropiado y sociedad conformada han perfilado una cierta singularidad socio espacial que da sustento a un proceso gradual de construcción de identidad.

El atributo *difuso* asignado a la identidad chascomunense es probable consecuencia de su asimilada referencia a una identidad pampeana y podría remitirnos a la noción de *pampeanidad* y los atributos asignados de *lo despojado, lo austero, lo elemental, lo esencialista, lo pragmático, lo ascético, lo lineal, lo plano, lo estereométrico simple...* expresando que *en la región pampeana se concretó un arraigo sui generis que construyó una cultura propia con ciertas características de cuasi nomadismo, dispersión, soledad y fuerte identificación con el medio.* (Ramos pag. 24)

Al respecto, cabe remitirse al estudio de la dimensión socio cultural incluido en el presente diagnóstico, al dar cuenta de apreciaciones que se sustentan además en las entrevistas cuanto en las encuestas realizadas, ratificando lo expresado en los Talleres.

7. Premisas de Actuación en Turismo Cultural

Las pautas que inspiran las apreciaciones radican en considerar los recursos culturales como satisfactores de necesidades ya aspiraciones de los visitantes y habitantes que en la actividad turística impliquen la generación de utilidades sociales y económicas a través de la reivindicación de un patrimonio que confiere identidad y sentido de pertenencia al habitante y proporciona oportunidad de uso y fruición al visitante.

Sin perjuicio de la valorable actividad cultural que se realiza en Chascomús en función del desarrollo cultural de su comunidad, al apreciar los recursos culturales en función turística se advierte que:

- conforman una unidad de destino de turismo cultural potencial, en tanto en la actualidad no constituye una unidad convocante susceptible de generar motivación suficiente de traslado,
- de plantearse condiciones suficientes de estado y de gestión a nivel de destino urbano, de productos culturales y de servicios recreativos acordes a su potencialidad, gradualmente podrían adquirir actualidad
- en la actualidad, sin perjuicio de programas culturales ad-hoc, se observa la presencia de usuarios ocasionales, es decir, visitantes cuya motivación es ajena a lo cultural y que no obstante hacen uso de la oportunidad
- la presencia de turismo de estancia con ser cauce de turistas no constituye una actividad que, más allá de la vivencia del usuario y la utilidad del empresario, se traduce necesariamente en contribución al desarrollo local
- la potencialidad del turismo cultural radica en capitalizar los espacios y los tiempos que propone Chascomús para el goce de actividades culturales de contemplación, recreación y creación
- los recursos culturales de Chascomús, además de su puesta en valor urbano y arquitectónico, rural y productivo, requiere necesariamente de su consideración integral y por tanto de una simultánea y gradual acción de puesta en escena y en actividad

A propósito de los recursos pretéritos, actuales y potenciales se estima primordial:

- la valoración de aquello que le confiere identidad y pertenencia a la comunidad localizada, que singulariza su devenir en el tiempo y su posición en el espacio bonaerense y que le diferencia de situaciones diversas con frecuencia asimiladas en torno a la metrópoli
- la adopción de un enfoque de desarrollo que se sustente en la centralidad territorial de Chascomús y en su consecuente *nodalidad turística* que puede además reivindicar para sí su condición de localidad pionera en la puesta de cultura en la naturaleza de la pampa
- si en torno a la metrópoli, el Delta identifica la naturaleza, Areco identifica la tradición, Pilar identifica la exclusividad, podría afirmarse que al sur Chascomús identifica la potencialidad de la interacción naturaleza - cultura y la accesibilidad de metrópoli urbana a pampa natural.
- la identificación del destino Chascomús como *paisaje cultural* definido por la interacción natural - cultural que le confiere no solo la relación *naturalidad - urbanidad* expresada en la disposición laguna - ciudad cuanto *urbanidad - ruralidad* expresada en la actividad habitar - producir.

Además se considera prioritario:

- la puesta en condiciones del escenario urbano conformado por los espacios públicos y la semipúblicos
- la puesta en acceso y en actualidad del museo y la puesta de exposición de cultura en los espacios públicos
- el estímulo a creadores, productores y emprendedores a la asociatividad destinada a la presentación de sus obras y productos
- la convocatoria a los muy diversos usufructuarios potenciales de los recursos naturales, rurales y culturales, a través de entidades afines a sus intereses especiales.

En consecuencia:

- la apuesta diferencial de Chascomús, respecto de destinos que compiten, radica en que puede sustentarse en el equilibrio múltiple y plural: naturaleza - cultura, laguna - campo - ciudad, tranquilidad - actividad, tradición - innovación y en consecuencia invocar y evocar su identidad a fin de provocar al habitante y convocar al visitante.

- la posición de Chascomús en el territorio, además de constituirle en nodalidad turística, permite reconocer el rol que puede asumir a través de su proyección regional en recíproco beneficio de una interacción en función turístico recreativa con los municipios adyacentes, tal como se propone más adelante en el desarrollo estratégico de dicha opción.

4. SERVICIOS TURISTICOS Y AFINES

contribución de Daniela Castellucci

El desarrollo de la actividad turística requiere, no sólo la existencia del recurso sino también de espacios, acondicionados y equipados, condiciones y requisitos que permitan el acceso y la presencia de los turistas, para el desarrollo de las actividades y prestación de los servicios necesarios para garantizar las mejores condiciones para el desarrollo de la actividad.

En tales espacios se disponen los servicios turísticos y recreativos, y los servicios de asistencia y de apoyo, permitiendo la presencia y el disfrute del turista en el lugar. En tal sentido, el espacio se considera un soporte activo, donde se localizan las actividades y los establecimientos, públicos y privados, para desarrollo de sus competencias, sociales y empresariales, gerenciales y operacionales. Los servicios se consideran como una actividad o conjunto de actividades de naturaleza tangible e intangible en procura de satisfacción de utilidades funcionales, simbólicas y vivenciales del usuario que suelen tener lugar y oportunidad cuando interactúan el usuario y el operador del servicio.

El análisis de los servicios se vincula necesariamente con la estructura económica empresaria de la actividad turística, cuyo análisis se realiza en el apartado pertinente. Aquí se caracterizan y analizan los servicios turísticos, de asistencia y de apoyo. Además se plantea la cuestión de la calidad en los servicios, considerando las percepciones, actitudes y condiciones actuales de los actores involucrados en el sistema turístico. Por último, se consignan las fortalezas y debilidades detectadas que dan sustento a las proposiciones, realizando recomendaciones a propósito de la aplicación de un modelo de gestión de calidad.

4.1. SERVICIOS ACTUALES

Chascomús, a escala de su afluencia turística, cuenta con un elevado número de empresas dedicadas a las actividades turísticas, acreditando un sensible crecimiento en los últimos tiempos. En tal sentido, es posible advertir su dimensión actual en base a los servicios turísticos identificados y difundidos por la Secretaría de Turismo y Producción:

- Servicios de alojamiento hotelero: los hoteles Chascomús, Colón, Costanera, Del Parque, El Lago, El Mirador, Hotel Asociación Argentina de Pesca, Mavalú, La Toja, Laguna, Los Vascos, y Riviera; los hospedajes Brenna, San José, La Juanita, y M&M; hostería Casa de Campo; y hostel La Hostelera.
- Servicios de alojamiento extrahotelero, comprenden cabañas, posadas y appart hoteles: Altos de la Laguna, Atardecer, Aramis, Casablanca, Casacolina, Chascomús, Chadicomús, Hostal del Fuerte, Hoja de la Tierra, La Posada, Lagoa Azul, Las Cabañas, Las Margaritas, Los Pinos, Los Rosales, Mi Espacio Sur, Mediterráneo, Mary Carmen, Palmeras, Papa Curcio, Portal del Sur, Punta Colores, Terrazas, Torre Azul, Yatale, y Villa de la Costa.
- Servicios de campings: A.C.A., Del Sol, Círculo de Suboficiales de Policía Federal, Club San Huberto, Geba, La Puerta, La Tapera, Monte Corti, 6 de Septiembre, Los Alamos, SEPUBA, y Vicente Camino. Y respecto a las estancias, se advierten: La Alameda, La Alvariza, La Euskara, La Fe, La Florida, La Horqueta, La Juanita, La Plegaría, La Josefina, y Pedro Chico.
- Servicios de restauración:
 - restaurantes: A.C.A., Atalaya, Costanera, Colonial, De la Guardia, El Mirador Parrilla, La Corona, La Querencia, Las Encadenadas, La Ford, La Posta de Faro, lo de Mirta, Lo de Pietro, Los Vascos, Mc Donalds, Náutico, Patos, Regatas, Vieja Esquina, Viejo Lobo, Verde Esperanza, La Cuadra Picadas, y Pulpería Adela.
 - Pubs, bares, confiterías y pizzerías: All Sport Café, Brisas Café, Brighton, Buhos, Café Club Social, Candida, Club 54 Disco, Indigo, Lo de Chappa, Lennon Retro Disco, Patente 3°, Mini Moto, Minha Galera, Untar, y La Botica de 1852.
- Servicios de recreación: balnearios y paradores se encuentran: Atalaya Escalinatas, Chiringo Bar/Mirador, Doobop, Babel, y La Cuadra. En clubes y guarderías náuticas se identifican: Asociación

Pesca y Náutica, Club de Regatas Chascomús, Guardería Náutica Chascomús, y Club San Huberto. En pesqueros deportivos se encuentran La Salada de Monasterio, El Talar del Burro, y El Faro de Monasterio. En lancha de paseo se identifica sólo la Lancha de Paseo Stella Maris II.

- Servicios de transporte: empresas Plaza, Richieri Turs, Rápido Argentino, Cóndor, La Estrella, y Chascobús, a diferentes destinos con acotadas frecuencias .
- Servicios de comercio de artículos regionales y artesanías y de ferias artesanales: Almacén del Turista, Raíces, Taller Protegido, Tierras Artes Argentinas, Feria de la Ribera y Feria del Centro de Artesanos Chascomús.

El crecimiento de servicios turísticos esta en relación a inversiones destinadas al desarrollo de nuevos emprendimientos, tales como apart hoteles, complejos de cabañas, campings y equipamientos en turismo rural e incluso en servicios de restauración y de recreación. El desarrollo del turismo rural es incipiente, aunque no relacionado a actividades y servicios urbanos. El servicio de guías se realiza a requerimiento y ofrece la posibilidad de asistir a la realización de “cacerías fotográficas”.

En cuanto a los servicios de alojamiento, se observa que a la oferta en establecimientos hoteleros, de cabañas, de estancias y campings, se le suman las plazas en viviendas particulares, que permiten alcanzar una capacidad locacional turística de aproximadamente 2000 plazas en alojamiento. Los servicios ofrecidos poseen tipo y nivel estándar en la mayoría de los establecimientos aunque se distingue especialización en cabañas que adoptan la modalidad de spa y de los campings en relación a espacios y servicios recreativos.

Respecto de los recursos humanos se observa que los titulares, gerentes y, responsables de establecimientos incluyen aquellos radicados en Chascomús que poseen trayectoria en hotelería y aquellos de radicación reciente procedentes del área metropolitana, sea en búsqueda de mejores condiciones de vida cuanto de emprender una actividad accesible, pese a su limitada experiencia en turismo, se aprecia su aspiración de capacitarse.

Los establecimientos de restauración ofrecen una cocina con variedad de alternativas, las empresas son pequeñas, de explotación artesanal y de capitales locales y extralocales. No se identifica una cocina típica o singular del lugar, pero si se observa una tendencia incipiente hacia

la mejora y especialización del sector, a través de la capacitación de los recursos humanos involucrados, a nivel empresarial, gerencial y operacional.

Los servicios comerciales y los servicios afines a la actividad presentan ciertas debilidades, ratificando lo expuesto por el Plan Estratégico de Chascomús. Se advierte una falta de adaptación de los comerciantes a los requerimientos de la demanda turística, principalmente los fines de semana. La mayoría de los comercios permanecen cerrados los fines de semana, aunque se advierte una tendencia de varios comercios céntricos de apertura en días y horarios no convencionales.

Chascomús no dispone de un sistema de transporte público de pasajeros ni de servicio de taxis. El único medio de transporte público es de remises, cuyo servicio opera a requerimiento mediante llamado telefónico. Las estaciones de ómnibus y de tren no presentan un estado acorde a las expectativas de los usuarios y la calidad de los servicios ofrecidos en la actualidad es precaria.

Los servicios bancarios se prestan en dos entidades bancarias oficiales: Banco Nación y Banco Provincia que disponen de dos cajeros automáticos cada una ubicados en sus sedes respectivas que, al prestar servicio a toda la ciudad, resulta insuficiente en los fines de semana con afluencia turística. Tal situación se torna crítica por cuanto los cajeros automáticos pertenecen a una única red, generando un costo al los turistas que no pertenecen a la red y requieren del servicio.

4.2. CALIDAD EN SERVICIOS TURISTICOS

La calidad de los servicios se considera la clave del éxito de la actividad, dependiente de la cualificación de la prestación y del capital humano involucrado en satisfacer al cliente. Las empresas de servicios no se pueden independizar de la calidad de los procesos de gestión empresarial de la calidad de la prestación. La interrelación permanente entre la organización interna y la prestación externa implican dos tipos de calidad a considerar: la calidad en la producción de los servicios y la calidad en la recepción de los servicios que no permiten deslindar el servicio producido y prestado del servicio recibido y percibido.

La cuestión de la calidad en los servicios se aborda considerando las percepciones, actitudes y condiciones actuales en la prestación de servicios turísticos y recreativos por parte de los prestatarios, percepciones de los turistas y residentes, y la posición al respecto del organismo oficial de turismo.

En la Secretaría de Turismo y Producción, se considera que el tema de la Calidad en los Servicios, es un tema pendiente y que le interesa reforzarlo, aunque no lo advierten “como una falla” en tanto el turista en actitud complaciente no se queja. El concepto de calidad en el servicio tiende a asociarse al trato personalizado y cordial. Aún no se han planteado la necesidad de implementar un Sistema de Gestión de Calidad (SGC), ni certificar ningún tipo de Normas ISO o IRAM para turismo.

El tercio de los turistas encuestados califican a los servicios de restauración, de atención al turista e información turística como *Muy Bueno*. El 44 % de los encuestados lo califican como *Bueno* los servicios de recreación, en tanto el 38 % califican de *Excelente* los servicios de alojamiento. Al emplear al automóvil como medio de transporte de aproximación a Chascomús, los encuestados no tienen opinión formada sobre la calidad en el transporte urbano y de larga distancia. En cuanto a la calidad de los servicios en general que se ofrecen en torno a la laguna, el 70% de los encuestados consideran que es *Bueno* y *Muy Bueno*.

Los residentes tienden a ser más exigentes al momento de calificar los servicios turísticos y recreativos, calificando *Bueno* casi la mitad de los encuestados respecto de servicios de alojamiento, de recreación, de restauración y de atención e información a turistas. En tanto el 40 % de los encuestados califica de *Regular* a los servicios ferroviarios y de ómnibus y casi la mitad de los encuestados de *Malo* al transporte urbano y de larga distancia. Respecto a la calidad de los servicios en general que se ofrecen y prestan en torno a la laguna, la consideran entre *Bueno* y *Regular* en el 75% de los encuestados, en tanto los adultos tienden a ser más exigentes (17% *Malo*) y los adultos mayores más permisivos (52% *Bueno*).

En cuanto a los prestatarios de servicios turísticos encuestados, sostienen que los servicios turísticos y recreativos se constituyen en uno de los puntos débiles de la localidad, calificando de *Regular* la calidad en los servicios prestados (42%), aunque advierten que la calidad tiene poca influencia en la satisfacción del cliente. También consideran necesario hacer mejoras en la calidad, sobre todo en equipamiento y en aspectos relacionados a la atención personalizada. Sostienen que las inversiones realizadas se han destinado prioritariamente al mejoramiento del equipamiento y de las instalaciones de sus empresas.

En general se aprecia en los prestatarios apertura hacia las inquietudes y sugerencias de los clientes y de los empleados, en tanto les permiten innovar en sus tareas. Dentro de la estructura de sus empresas, se presentan niveles muy aceptables de cooperación e identificación de los

empleados con la entidad, en tanto es bajo el nivel de conflictividad. En la mayoría de los casos encuestados admitieron trabajar siempre en equipo, y otorgar gratificaciones o recompensas a los empleados.

En los empresarios se advierte una tendencia a adaptarse inmediatamente ante las situaciones de cambio en el contexto en torno a la actividad y expresan confianza en su experiencia en la conducción empresarial.

Por otra parte, la mayoría de los prestatarios relaciona la calidad de los servicios con la prestación del servicio en forma personalizada, “el trato personal”; y el mejoramiento de las instalaciones, sin vincularlo necesariamente a la satisfacción de las necesidades explícitas e implícitas del cliente. Sostienen que si bien los clientes les exigen calidad en la prestación, no les solicitan certificación de acuerdo a normas de calidad, a excepción de un empresario responsable de estancia turística que respondió afirmativamente.

Respecto a la consulta sobre los Sistemas de Gestión de Calidad o Plan de Calidad, se observa un relativo desconocimiento al respecto, en tanto pocos prestatarios consultados consideran necesaria su implementación y sólo uno cuenta con un Sistema de Gestión de Calidad. Tampoco se advierte un conocimiento suficiente sobre la existencia de líneas de financiamiento para su implementación.

4.3. PERFIL ACTUAL DE LOS SERVICIOS

Los servicios turísticos revelan un apreciable crecimiento en tiempos recientes, en particular en los rubros de alojamiento y gastronomía. No obstante, los prestatarios son muy críticos respecto de la prestación de los servicios turísticos, en tanto consideran que se constituyen en uno de los puntos débiles de la localidad, sin perjuicio de que su apreciación de la calidad, tal como se planteara se relaciona con el mejoramiento en aspectos edilicios, el mantenimiento de las instalaciones y la calidez en el trato, sin relación al grado de satisfacción del cliente.

El perfil cultural de las empresas presenta ciertos indicadores favorables al desarrollo de una cultura de la calidad, aunque se advierten sólo algunas condiciones y requisitos que le conforman. Se advierte cierto desconocimiento sobre los sistemas de gestión de la calidad y las Normas ISO e IRAM para turismo y la consecuente necesidad de implementación y certificación.

La Secretaría de Turismo y Producción auspicia la gestión de la calidad en los servicios turísticos, en tanto la consideran de interés la identifican como preocupación pendiente que interesaría actualizar tornando evidente la necesidad de capacitación a nivel público y privado.

Los habitantes tienden a ser más exigentes que los turistas al momento de calificar los servicios turísticos y recreativos y en la evaluación de la calidad de los servicios en general. Los turistas tienden a expresar conformidad en relación a la prestación de los diferentes servicios turísticos y recreativos recibidos en Chascomús, en tanto los prestatarios informados dan cuenta de debilidades a superar en la finalidad de posicionar a Chascomús frente a exigentes condiciones competitivas.

La apreciación genérica de los emprendimientos y los servicios y su incidencia en la conformación de un destino de valía e interés trasciende la actividad turística cuando el destino implica la puesta en uso y en escena de un recurso natural de las condiciones ambientales de la laguna y de un recurso cultural de las calidades patrimoniales de la ciudad. Constituye un requisito necesario a la promoción de Chascomús como destino turístico el ejercicio de una responsabilidad compartida por los diferentes actores sociales por las condiciones de calidad del ambiente y de la vida, expresados en la consideración del paisaje natural, rural y urbano en uso y goce cuanto en la puesta en valor del paisaje natural y cultural del territorio municipal.

Las condiciones actuales en la prestación de los servicios exige proposiciones estratégicas para sensibilizar, capacitar y promover la adopción de sistemas de gestión de calidad que, a partir de la Municipalidad y los agentes públicos cuanto de la Asociación Empresaria y los operadores privados, además de las entidades y actores sociales, se constituyan en referencia recíproca de la eficiencia social en la construcción de los productos y el destino turístico de Chascomús.

5. LA AFLUENCIA TURÍSTICA ACTUAL

La apreciación de la afluencia de Chascomús se analiza a través de la información generada por la Dirección Municipal de Turismo de acuerdo a la Encuesta al Turista realizada en temporada y por el Centro de Investigaciones Turísticas de acuerdo a la Encuesta al Turista realizada en octubre en oportunidad del fin de semana largo, considerando que se remiten al visitante localizado en Chascomús en ocasión de ser encuestado.

5.1. PERFIL DEL TURISTA ACTUAL

De la Encuesta de Temporada y de Octubre resulta la identificación de atributos que definen un perfil diferencial del visitante a Chascomús, obviamente respecto de destinos del litoral identificado con la modalidad turística de sol y playa y de destinos del interior identificado con la modalidad de turismo serrano, para identificarse más con la modalidad de turismo pampeano centrado en laguna como oportunidad de descanso y recreación en apacible entorno natural sin perjuicio de la presencia urbana.

1. ENCUESTA DE TEMPORADA

Secretaría de Turismo y Producción

La información difundida a propósito de la encuesta al turista de temporada realizada por el área municipal consigna:

- se trata de visitantes y de turistas en proporciones semejantes, en grupo conformado por dos personas de edad adulta procedente del área metropolitana de Buenos Aires y de La Plata, que se traslada automóvil: en calidad de visitante sin pernocte y en calidad de turista de tres pernoces en cabañas y en hoteles y de seis pernoces en camping.
- al momento de decidir el destino el encuestado el atributo más ponderado es *la cercanía* al lugar de origen: el área metropolitana de Buenos Aires y La Plata, le suceden *la tranquilidad* del lugar y *la recomendación* de amigos y por último *la laguna*
- la actitud recurrente del tercio de los encuestados de trasladarse a Chascomús a partir de presencias precedentes y la incidencia en el traslado de la información de internet y de la comunicación de amigos
- el gasto promedio del encuestado persona / día incluyendo alojamiento, recreación y gastronomía alcanza alcanza a los ciento diez pesos
- el grado de la satisfacción del turista encuestado expresa *bueno* y *muy bueno* en proporciones semejantes, no consignando otra valoración, resultando *la laguna* el lugar más atrayente que concita la mayor convocatoria y en sucesión el Museo Pampeano, la Casa de Casco y la Capilla de los Negros
- uno de cada cuatro de los encuestados indica sugerencias y refieren a limpieza necesaria y presencia de residuos, y al equipamiento urbano: señales y carteles, cajeros automáticos.

2. ENCUESTA DE OCTUBRE

Centro de Investigaciones Turísticas

Atento el alcance de la información obtenida y difundida por el área municipal competente, resulta oportuno y pertinente referirse a la información generada a través de la encuesta realizada en fin de semana de octubre, concebida en función del estudio que al trascender ciertas similitudes genéricas respecto del turista permite disponer de información apropiada a temas y cuestiones planteadas. (1)

De los temas y las cuestiones planteadas, integrando o diferenciando los resultados en consideración a los dos formularios utilizados, se observa y aprecia:

El visitante

- el visitante es de origen nacional y el principal centro emisor es el Área Metropolitana que genera tres de cada cuatro turistas (78 %), en tanto el resto procede del interior de Provincia (20 %) y otras provincias, visitante que suele realizar miniturismo en fines de semana largo (54 %) y con último destino Chascomús (28 %)
- de los visitantes pernoctan una noche en la ciudad (17%), dos noches (34 %) y pernoctan tres noches (30 %) acreditando la tendencia a estadías breves, en tanto se constata que no son pocos aquellos que pernoctan (14 %)
- la relaciones que priman entre las personas del grupo turístico son de familia (35 %), de pareja (32 %) y de amigos (29 %)
- el grupo se integra en primacía de personas del estrato etéreo de 25 a 40 años (35 %) y del resto se advierte similar presencia en los estratos que comprenden de 18 a 24 (18 %) 41 a 50 (14 %) , 51 a 65 y más (16 %) con más presencia masculina (53 %) que femenina.
- el nivel socioeconómico, de acuerdo a la asignación que se realiza en marketing, dan cuenta en niveles decrecientes de nivel AB (1 %), nivel C1 (22 %), nivel C2 (33 %), nivel C3 (33 %), y D1 (11 %)

La decisión y la información

- la localidad se elige por la recurrencia (24 %) el disfrute (23 %) la proximidad (23 %), el conocer (14 %), el descanso y la tranquilidad (18 %) la recomendación (6 %) y la presencia de amigos y parientes (8 %),

- el medio de información radica en gente conocida (38 %) e internet (35 %) con primacía de la página web oficial (30 %) respecto de la página web comercial y la información recibida se considera buena, muy buena y excelente (82 %), objetando un tercio el sitio web oficial.

Los servicios turísticos

- el medio de transporte es el automóvil (71 %) y el ómnibus (17 %) y el tren (7 %), el tipo de alojamiento es el camping (36 %), la cabaña (16 %), el hotel (10 %) y el apart hotel (9 %)
- la restauración se realiza en el alojamiento al desayunar (73 %), al almorzar (51 %) y al cenar 35 % y en establecimiento al desayunar 18 %), al almorzar (44 %) y al cenar (60 %)
- las actividades a realizar se centran en pasear por el lugar (27 %), descansar (11 %), ir a pescar (11 %) de gustar comidas (5%), practicar deporte (4 %) en primer opción y descansar (16 %), caminar (14 %) visitar lugares (10 %) pasear por el lugar (7 %) en opción inmediata
- las observaciones planteadas en primer instancia se centran en higiene / limpieza en el recurso (11 %), lugares / actividades para chicos (7 %), señalización turística (7 %) en instancia inmediata en lugares / actividades culturales (25 %) y servicios de transporte (25 %)

La ciudad

- la localidad se define apacible / tranquila (70 %) agradable / linda / hermosa (52 %) verde / natural (10 %) lugares atrayentes (9 %) cuidada / limpia (7 %) amigable / cordial (7 %)

La calidad de servicios turísticos y condiciones urbanas

- a propósito de las calidades de los servicios se estima pertinente dar cuenta de los resultados sin decimales en tabla ad-hoc para referenciar los distintos temas contemplados, en consecuencia se observa:

Calidad de servicios y condiciones (%)						
Tema	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Ns/ nc
Alojamiento	38	26	19	1	1	15
Recreación	17	18	44	3	0	19
Gastronomía	27	29	21	1	0	22
Transporte	6	11	20	6	4	52
Atención	29	33	24	4	0	9
Información	21	26	24	5	1	23
Laguna	33	24	25	3	4	10
Señalización						
Vial	9	23	28	20	3	17
Turística	11	15	38	13	2	20
Iluminación	17	36	25	7	3	11
Tránsito	12	28	37	7	1	14
Estacionamiento	18	20	39	6	0	18
Estado de calles	9	24	45	16	4	2
Transporte urbano	3	1	18	5	2	71
Rutas de aproximación	17	23	42	6	3	9
Servicio de peaje	2	15	28	10	17	28
Servicio de ómnibus	4	6	19	5	5	60
Servicio ferroviario	1	2	17	6	5	69
Terminales de transporte	11	15	15	4	4	51
Limpieza	27	42	26	3	2	2
Seguridad	19	24	30	7	2	18

Las preferencias

- resulta de interés advertir las preferencias del visitante durante su estadía al plantearse alternativas del conocer, del estar y del compartir, dando

cuenta de disposición a estar en familia (73 %) y de estar con amigos (63 %) respecto de las restantes sin excluir el estar con residentes (18 %).

El destinatario

- al identificar tipo de usuarios a los que estima dirigidos los emprendimientos y servicios, en relación a niveles socioeconómicos los advierte inclusivos de los diferentes niveles (40%) y con nivel medio (35 %) declinando la asignación a niveles medio alto (16 %) y alto (15 %) en tanto en relación a los estratos etéreos los advierte destinados a la familia (39 %), inclusivo de los diferentes estaros (33 %), declinando al atribuirles destino a adultos (10 %) y a adolescentes (8 %).

La laguna

- no obstante la conformidad genérica respecto de la laguna (81 %) en relación a la ponderación de atributos de la laguna, se opta por plantear las objeciones, advirtiendo que la diferencia respecto del total dice de la apreciación que suman la valoración excelente + muy bueno + bueno,
- las observaciones realizadas por los encuestados se refieren a la calidad del agua (43 %), el equipamiento de las orillas (24%), los servicios en la laguna (23 %), las condiciones de seguridad (22 %), la extensión de las orillas (21 %), el acceso a la laguna (20 %), el estado de las orillas (17 %), los servicios en las orillas (6 %), la densidad de gente (6 %)... en tanto resulta elocuente que nadie objeta el paisaje que califican excelente (49) muy bueno (32 %) y bueno (19 %).

La ciudad

- tal como se expresara la localidad se define apacible / tranquila (70 %) agradable / linda / hermosa (52 %) verde / natural (10 %) lugares atrayentes (9 %) cuidada / limpia (7 %) amigable / cordial (7 %)
- respecto de problemas que se advierten en la ciudad no / nada / ningún problema (77 %) no solo es relevante por la proporción que así lo expresa sino porque la proporción que asume los problemas indicados es irrelevante
- respecto de las carencias que limitan su posibilidad de ser más atrayente, los encuestados consignan: lugares / actividades / servicios recreativos y culturales (en su diversidad superan 30 %), promoción turística (8 %)

y otros se expresan con menor coincidencia, acreditando que nada le falta para ser mas atrayente (19 %)

3. APRECIACION DE OPERADORES EN BUENOS AIRES

Contribución de Carlos Lijoi

Además de la Encuesta a Turistas en Chascomús, se estimó pertinente realizar un sondeo a operadores turísticos localizados en la ciudad de Buenos Aires a fin de saber de la entidad que les plantea el producto / destino Chascomús. Las entrevistas realizadas incluyen catorce operadores privados y uno público: Casa de la Provincia de Buenos Aires. Las personas entrevistadas se desempeñan en empresas de actuación en relación al interior de la Provincia de Buenos Aires, de empresas indicadas en AVIABUE y de empresas referidas en el transcurso de entrevistas realizadas. (2)

Los resultados de las entrevistas realizadas se consideran de interés a propósito de cada uno de los temas planteados y su apreciación permite inferir acciones necesarias para que, aún sin conocer u operar el producto / destino Chascomús, pudieren contribuir a transferir información o inducir la comunicación apropiada difusión del producto / destino.

De los temas planteados resulta pertinente al tema consignar:

a propósito del interior de la Provincia de Buenos Aires

- conocen Chascomús el 50 %, lugar superado por Tandil que alcanza al 75 %.

a propósito de Chascomús

- el atractivo reconocido es la laguna 100 %, identifican el Museo casi 50 % e identifican la Capilla 20 %.
- las actividades que se le asignan son la pesca 100 % y la náutica 75 %, sin perjuicio de mencionar otras tales como el camping y el descanso, la imagen sugerida es tranquilo, agradable, descanso, familiar, cercano.

De los catorce operadores privados once no incluyen productos turísticos y tres incluyen productos diferentes: *hotel - laguna, cabaña - spa y excursión - pesca / multiaventura, camping, estancia y safari foto / 5 estancias, estancia en Pila y el pueblo.*

Al margen de lo acotado, y de la información contemplada en la dimensión comunicacional, el resultado de las entrevistas realizadas da más cuenta de la ausencia de Chascomús del territorio de las opciones turísticas que de su valoración, por omisión compartida de operadores, explicable en el caso de los operadores emisores e inexplicable en los operadores receptores.

La apreciación recogida en el transcurso de las entrevistas puede sintetizarse en la desinformación y el desinterés de los operadores respecto de Chascomús, probable consecuencia de la ausencia de consultas, en tanto el usuario es recurrente o inducido, la carencia de información actualizada y de estímulo a la difusión, cuanto de una imagen devaluada del destino y del usuario asociado al producto *laguna - acampada - pesca* en el operador de Buenos Aires.

5.2. LA AFLUENCIA TURÍSTICA PLAUSIBLE Y POSIBLE

Las condiciones del actual destino Chascomús se sustentan en los recursos conocidos y valorados, en los servicios disponibles y accesibles, en la información difundida y en la imagen generada y percibida.

Si se analiza la encuesta realizada puede apreciarse un nivel apreciable de satisfacción del visitante y de recurrencia en su presencia que contemplando las apreciaciones y aspiraciones expresada permitiría acreditar un grado de recurrencia creciente y de gradual crecimiento de la afluencia atento que la recomendación de amigos induce la decisión de aquel que desconoce el destino.

El nivel de ocupación no alcanza la saturación pero el margen de incremento de visitantes se limita no tan solo a las plazas disponibles sino a la capacidad de carga admisible de los lugares, de los recursos y de los servicios y de la afinidad de los visitantes en garantía de las condiciones atribuidas al lugar y consecuentemente al visitante que comparte el destino y al residente que habita la ciudad.

La encuesta da cuenta de un perfil de turista que se traslada en grupo de familia, en pareja o en grupo de amigos, de mediana edad y de nivel socioeconómico medio-medio y medio-bajo, proveniente de Buenos Aires motivado por la expectativa del descanso y la tranquilidad en entorno natural, próximo a su lugar de origen y a nivel de calidad - precio accesible cuya visita, si no se consume en jornada recreativa, no supera dos o tres pernóctes.

El visitante se traslada en automóvil, sin excluir el hotel privilegia el camping y la cabaña en consonancia con sus expectativas y las connotaciones atribuidas al destino. Aunque se restaura en su alojamiento no excluye almuerzo o cena fuera y se recrea primordialmente paseando en el espacio público urbano o en torno a la laguna, sin perjuicio de aquel que hace de la acampada o de la pesca su actividad recreativa accediendo solo ocasionalmente a lugares o actividades culturales.

El índice de recurrencia y la recomendación inducida plantean sostener las condiciones propicias, superar las objeciones planteadas e incrementar la calidad de recursos y servicios, requisitos que de generar incremento de la afluencia exigen sumar recursos ampliando el territorio y las oportunidades recreativas y promoviendo servicios a escala de un incremento gradual de visitantes.

Las objeciones a condiciones de la laguna expresan la sensibilidad del turista respecto del medio natural y de la vulnerabilidad ambiental del laguna y del entorno inmediato cuanto de la incidencia de acondicionamientos y equipamientos en el paisaje y de la disposición de servicios y actividades que implican la necesidad de asignarle una atención preferencial, aún en la probabilidad de que las objeciones se generen en aspiraciones contradictorias de los encuestados.

Las objeciones a condiciones de la ciudad se advierten en relación a la señalización vial, al estado de las calles, a la señalización turística, a la carencia de transporte urbano, en tanto se advierten objeciones del turista a los servicios de peaje, de ómnibus y de trenes que inciden en el traslado al destino y resultan ajenos a su competencia.

Las actividades de los turistas están relacionadas primordialmente al recurso natural - la laguna - y el recurso urbano - espacios y lugares - en tanto sustento de las prácticas más frecuentes descansar y pasear, practicar deporte y pescar, dando cuenta de la expectativas no realizadas en relación a actividades recreativas y culturales que en su expresión harían mas atrayente el destino y propiciarían diferentes oportunidades de uso y goce de alternativas deseables.

En estudios realizados oportunamente, producto de observar y analizar las expectativas recreacionales o turísticas susceptibles de satisfacer y formular una presentación sintética de las diferencias en la disposición que inspiran los atributos naturales y culturales en los estratos etéreos y los niveles socioeconómicos se plantea la diversidad de expectativas de los usuarios actuales y potenciales, conjeturando intereses, disposiciones y

connotaciones que en el caso de actividades varía en función estacional y de acuerdo a segmentaciones etáreas y culturales de los usuarios.

En tal sentido, sin perjuicio de la diversidad que pudiere atribuirse a segmentos específicos, genéricamente es conjeturable la relación *sustento - actividad - interés* de los diversos estratos y niveles y referenciar los más pertinentes a Chascomús.

en función etárea:

estrato	Sustento	actividad	interés
joven	naturaleza	intensa	actuar
adulto	naturaleza y cultura	fluida	participar
maduro	cultura y paisaje	distendida	contemplar

en función socio económica:

nivel	Sustento	motivación	connotación
medio alto	Paisaje	recrearse	reconocerse
medio medio	cultura	entretenerse	integrarse
medio bajo	naturaleza	descansar	distraerse

La afluencia actual en el caso de Chascomús revela que se caracteriza por la primacía de los estratos adulto y maduro de nivel socioeconómico medio medio y medio bajo, en función de naturaleza y cultura, que encauzan sus aspiraciones en naturaleza y cultura y de cultura y paisaje, las actividades tienden a ser fluidas y distendidas y la motivación entretenerse y descansar, sin perjuicio de la conjugación *laguna - acampada - pesca* que se aprecia en el visitante más recurrente.

Plantearse la afluencia deseable y posible supone evitar pérdida de la afluencia recurrente, cautiva de las condiciones valoradas - primacía de la calidad ambiental de lo natural y de lo urbano, de la tranquilidad del lugar y la afabilidad del habitante, de la densidad y la afinidad de los visitantes, el paisaje de la laguna y el escenario de lo urbano - requisito que impone sostener las condiciones que convocan.

Convocar a Chascomús supone reivindicar tales condiciones, cubriendo las carencias identificadas, promoviendo calidad y eficiencia en los servicios actuales y realizables, y generando las actividades y los servicios culturales y recreativos que le permitan diferenciarse y distinguirse de destinos accesibles y semejantes en torno al área metropolitana que le competen, en términos de recursos atractivos y servicios eficientes, incluso induciendo propensión al consumo sin por ello restar accesibilidad al lugar.

Las innovaciones no debieran alterar la satisfacción del turista actual y sí plantear la respuesta a expectativas del turista potencial, a partir de similares estratos y niveles, a través de proposiciones dirigidas en función de modalidades turísticas compatibles, destinadas a nichos especiales de los segmentos sociales, sustentables en las condiciones mencionadas y los recursos valorados, provocando su presencia a través de las redes de usuarios probables, apelando a los medios apropiados, tal como se sugiere en la dimensión comunicacional.

Al margen de las redes que se tejen entre entidades de muy diversos interés es factible convocar a conocer, a disfrutar y a convivir a pocos kms. de Buenos Aires, durante una breve estadía en un ámbito propicio para actividades en medio natural, en torno a la cultura, en el interés de la sociabilidad, a escala de grupos afines a través del estímulo asignado a la educación y la recreación, el deporte y la actividad, el descanso y la convivencia.

A la espontaneidad de la afluencia actual tiene que sumarse la afluencia provocada por el agente que actualmente no opera con Chascomús, de acuerdo a lo verificado, y estimulada a través de las instituciones públicas y privadas, entre otros la escuela y el programa, el club y la cooperación.

6. PRODUCTOS TURISTICOS

Si la base sobre la que se desarrolla la actividad turística radica en la naturaleza, la cultura de otros tiempos y la cultura actual y los equipamientos de ocio, las necesidades básicas y el disfrute de los atractivos en destino están cubiertos por servicios y equipamientos. Sin embargo, son los productos turísticos el conjunto capaz de satisfacer las aspiraciones y necesidades de los diversos estratos culturales de la sociedad, cuando las motivaciones y expectativas de los diversos segmentos del mercado turístico. Pertinente resulta consignar que el precio, la distribución y la

comunicación se suman para identificar los satisfactores sociales y las ofertas del mercado para el disfrute en un lugar y tiempo determinado.

Altés Machín distingue el producto global e integrado que comprende el desplazamiento, los recursos y los servicios que hacen atrayente un lugar pero que al incluir la diversidad de opciones suele fragmentar la entidad del destino en múltiples y diferentes opciones. A nivel empresarial el producto remite a los servicios de una empresa única o diversificada incluyente de servicios diferenciados en relación a usuarios potenciales, concepto que en rigor refiere a los tipos de oferta concebidos en relación a tipos de demanda útil para la comunicación y la comercialización. En rigor, se trata de la existencia de recursos, servicios y equipamientos susceptibles de uso turístico y recreativo que pueden conjugarse en diferentes formas. (Altés Machín 1995)

La referencia a productos hace necesario y oportuno realizar algunas precisiones, consecuencia de la interacción de oferta – demanda, recursos – servicios, convocatoria – afluencia en relación a la necesaria congruencia expectativa – experiencia. No menos entre recursos y servicios disponibles y programables, cuanto concebibles y realizables, entre productos existentes y proyectados, afines y diferentes, compatibles e incompatibles con el perfil del destino.

No puede subestimarse que el usuario, el cliente, es aquel que crea el producto a partir del perfil que le singulariza y del que se dio cuenta al plantearse el tema. No obstante, es frecuente que la espontaneidad del cliente en la opción por los recursos y servicios a usar y gozar en el lugar en el tiempo disponible, opere con suficiente información aún a expensas de su satisfacción más plena.

Allí es el agente municipal competente y el prestatario de servicios inteligentes quienes están en aptitud de concebir y programar actividades e inducir vivencias que den respuesta al turista trascendiendo la apelación recurrente a la hospitalidad del destino y a la calidez del servicio o a promover el acceso a los recursos prescriptos y los servicios conocidos.

No menor es la responsabilidad del área municipal competente y de las entidades que nuclean a los empresarios de identificar y promover productos, conjugar recursos y servicios en función de visitantes y turistas que induzcan a conocer y disfrutar de los unos y a usar y apreciar los otros, sin perjuicio de variantes de recursos afines y de servicios diversos. En última instancia el beneficio radica en articular cooperación – competición, confiriendo valor a la afinidad y a la diversidad.

Del estudio realizado resulta que tal tarea todavía no ha alcanzado los niveles deseables y ello se advierte en la información que se genera

cuanto en la diferida apertura y convocatoria a los operadores que en Buenos Aires podrían incidir en ciertos segmentos del mercado.

1. Productos Espontáneos

Se identifican espontáneos aquellos productos (recursos + servicios) que resultan de las prácticas recreativas y turísticas que se generan a partir de la expectativa y la actividad de los usuarios a través del tiempo en función de aquellos recursos que se estiman atractivos y necesarios y de aquellos servicios que se ponderan accesibles y suficientes para el desarrollo de las actividades de uso y goce en el tiempo disponible.

A través del tiempo, el mercado mediando emprendedores sensibles a los cambios asume las diversas prácticas y tiene a concebir productos programados que coloca a disposición de los usuarios en procura de utilidades recíprocas en proceso que tiende a la mas plena realización. Así las prácticas de aventura han inducido y generado el producto genéricamente identificado *turismo de aventura* y que implica similar disposición para el desarrollo de actividades muy diversas .

laguna - pesca - acampada

A nivel producto turístico y recreativo el Municipio de Chascomús se identifica en la ecuación *laguna - pesca - acampada* opción que le identifica en el transcurso del tiempo y le garantiza una clientela recurrente con frecuencia limitada en sus prácticas y acotada en sus consumos, localizada en torno a la laguna de su nombre y de infrecuente presencia en la localidad.

La vulnerabilidad ante la incidencia de variaciones climáticas o biológicas de las lagunas y los problemas periódicos de sequía e inundación afectan las lagunas de las Encadenadas. Sin embargo, el uso tiende a restringirse a las lagunas de Chascomús y Adela y a excluir las restantes lagunas del territorio municipal al carecer condiciones de acceso y servicio en. No obstante, la laguna de Monasterio acredita en los últimos tiempos el atributo de *rendidora* atribuida por la gente del oficio y dispone de servicios de bungalow y de camping a costos accesibles aunque de capacidad limitada.

En el Municipio la actividad se presenta en ríos y arroyos, tal el caso del río Salado accediendo desde la autovía 2 puente de Guerrero, donde es factible la práctica en Don Eduardo en condiciones diferentes a las que se plantean a orillas de las lagunas al carecer de servicios.

La diseminación de lagunas en el interior bonaerense y la presencia de lagunas en torno a los cien kms de Buenos Aires hace de Chascomús una de las alternativas posibles, circunstancia que se suma a la vulnerabilidad consignada y acota la expansión de usuarios del producto

Aunque puede afirmarse que, no obstante el reciente impacto climático, la laguna de Chascomús como lugar y la actividad de la pesca está en fase estable, es oportuno consignar que el declive es posible de no mediar calidad creciente a precios accesibles, estabilidad que probablemente alcance a la afluencia al Municipio de no plantearse la apertura de lagunas alternativas que eviten saturación y recreen condiciones adecuadas a la escala propicia de actividad.

naturaleza - paseo / descanso - cabaña

El producto *naturaleza - paseo / descanso - cabaña* comprende una opción más amplia e incluyente, incluso compatible e inclusiva del producto de laguna - pesca - acampada, convocante de un segmento de nivel socioeconómico y de estrato etéreo mas alto, que utiliza ciertos fines de semana en destinos alternos que el proveen satisfacción a su aspiración de paseo y descanso en unidad de familia o amigos.

La búsqueda de la naturaleza no excluye el espacio urbana distendido ni la oportunidad cultural, que compensan las vicisitudes cotidianas de la metrópoli, como opciones frente a la probabilidad climática adversa al paseo. Frente a oferentes de alternativas en destinos diversos la decisión se sustenta en la experiencia satisfactoria o la recomendación de amigos antes que en la singularidad del lugar.

Aunque no se advierte la opción Chascomús en las páginas afines al producto ni tampoco es objeto invocado por los operadores de Buenos Aires, el producto presenta una tendencia genérica creciente que, en consecuencia, explica su crecimiento con frecuencia espontáneo no pocas veces en ubicación impropia y carente de los servicios necesarios.

La difusión de la modalidad de miniturismo hace del producto una oportunidad que en el caso de Chascomús se sustenta en atributos de *lugar tranquilo* habitado por *gente amigable* localizada en un localidad con itinerarios naturales, rurales y verdes urbanos accesibles. La presencia de lagunas y humedales diseminados en el territorio propone paisajes que sustentan una interesante y apreciable biodiversidad.

El producto Chascomús *paisaje y escenario natural* próximos a la metrópoli está en fase de crecimiento turístico, en parte por la incidencia de sus recursos atrayentes aunque poco difundidos y por *la cercanía* en kms -

tiempo - costo, tiene en el producto inmobiliario *Chascomús country* una opción que, al margen de impacto probable, de no mediar una política apropiada, podría restringir la expansión de los servicios urbanos y turísticos.

2. Productos emergentes

Consecuencia del incremento de fines de semana de tres jornadas por presencia o traslado de feriados, el acceso creciente a la posesión de automóviles y costos accesibles a ciertos sectores sociales, cuanto la diversidad de atractores y la pluralidad de intereses, han incidido e inducido la emergencia de productos turísticos alternativos a los tradicionales, reinvidicando lugares y actividades diferentes, próximos al área metropolitana.

cultura / ciudad – paseo / descanso – hotel / cabaña

El producto *cultura / ciudad – paseo / descanso – hotel / cabaña* no excluye la consideración del entorno que confiere valor a una ciudad adyacente a una singular laguna, que se genera en la frontera de otros tiempos, que crece en un área productiva, escala del flujo de bienes transformada en escala del flujo de personas para constituirse en destino de habitantes apacibles y en alternativa de visitantes inquietos.

Aunque el producto es de valoración reciente acorde a las inquietudes culturales y ambientales que sustentan motivaciones de desplazamiento a lugares no por cercanos conocidos no por próximos valorados en torno a la metrópoli de Buenos Aires que confiere a sus habitantes expectativas por la diferencia de espacio y de tiempo al confrontar con la escala metropolitana con la escala humana que todavía impregna lugares del territorio interior bonaerense.

En la actualidad se trata de un producto en proyección ya que los espacios y las actividades que se realizan corresponden a su identificación y requieren de la diversidad de servicios turísticos y urbanos. Sin embargo, todavía carece de reconocimiento y valoración apropiada para inducir el traslado a Chascomús y eventualmente paseos en torno a la localidad en apreciación de testimonios de la cultura rural.

A diferencia del paisaje natural a cuyo goce la aprehensión sensible puede resultar suficiente, el disfrute del paisaje cultural requiere de aprehensión cognitiva que implica información, guiado y asistencia de

personas idóneas o de documentación accesible, circunstancia que tiende a diferir la oportunidad o bien a localizarla allí donde la información e interpretación se realiza: el museo donde a pesar de sus responsables no se dispone necesariamente de los recursos suficientes.

ruralidad / descanso y recreación / estancia

El producto *ruralidad / descanso y recreación / estancia* implica una alternativa que resulta del interés de ciertos usuarios por apreciar y conocer la singular ruralidad que se presenta en diferentes regiones, resultado de la puesta en producción o en usufructo en tiempos diferentes que transforman el paisaje natural en escenario cultural. La identificación entre de turismo rural y turismo de estancia a nuestro criterio no es apropiada ni a las expectativas generadas ni a las utilidades producidas a los involucrados.

El turismo rural remite a la apreciación del proceso de ruralización de la naturaleza prioritariamente en función de las condiciones actuales del asentamiento rural integrado que se expresa en las actividades productivas. El turismo de estancia remite a la apreciación de los atributos del lugar primordialmente en función del disfrute de la valoración del paisaje natural y cultivado que da cuenta del proceso de patrimonialización cultural, tangible en el casco y el parque e intangible en la invocación y la evocación de otros tiempos.

El turismo de estancia es un producto empresarial que por concepción y ubicación conforma una unidad turística autosuficiente de reducida redistribución de utilidades en el área de disposición cuya promoción y operación le concierne a la empresa. Atento la incidencia de traslado, la condición de lugar, la disposición de plazas y el nivel de la prestación esta destinado a usuarios de nivel socio cultural y económico consecuente.

El turismo rural es un producto susceptible de integrarse al producto turístico global del territorio que le incluye y puede prestar tanto servicios turísticos cuanto servicios recreativos a la modalidad turística de referencia y articulando su actividad con servicios de alojamiento y restauración ajenos a la empresa, ampliando su capacidad operativa, constituyéndose en recurso / servicio según la afluencia y el usuario escala turística en itinerario territorial

A nivel turístico Chascomús perdura la imagen de *escala en el itinerario* a los centros turísticos del litoral atlántico que el diseño de la autovía cuanto los servicios del concesionario tornan prescindible. La escala en Chascomús

en la confitería Atalaya y en la estación de servicio del ACA de la ruta 2 se han desplazado por la escala en Mc Donalds y la estación de servicio ubicada en la Autovía.

La pérdida de la breve escala ocasional en relación al trayecto Buenos Aires - Mar del Plata, no excluye la escala en itinerario del interior bonaerense susceptible de concebir articulando recursos y servicios con centros urbanos de los municipios adyacentes dispuestos en torno a la metrópoli de Buenos Aires. Su ubicación y una apropiada promoción podría encauzar parte del intenso flujo que en temporada estival se vuelca a las conocidas playas del paisaje litoral y en las otras estaciones climáticas podría acceder y conocer las pampas del paisaje interior.

3. Productos Programados

La actualidad turística de Chascomús es consecuencia de la difusión de los productos espontáneos que resultan de las oportunidades planteadas a partir del recurso natural laguna y la actividad de pesca recreativa que gradualmente se constituyen en opción de miniturismo a través del uso de los servicios de hotelería y restauración dispuestos en la localidad y de los servicios de camping surgidos al impulso de la creciente afluencia cuya expectativa trasciende al individuo y alcanza al grupo de familia o de amigos.

Los productos espontáneos difundidos por recomendación *persona a persona* y a convocatoria de residentes en Chascomús se han desarrollado y en cierto sentido instituido con prescindencia de actividades continuas y programadas de promoción, responsabilidad asumida por las gestiones municipales más recientes.

El transcurso del tiempo, la práctica creciente del mini turismo y la incidencia de la naturaleza y la cultura en las aspiraciones y motivaciones de los usuarios cuanto en las oportunidades y opciones accesibles constituyen condiciones propicias a la concepción de productos programados.

Aunque decline la mediación de las agencias en la operación de productos, la información creciente a través de los agentes virtuales y la universalización de internet hacen oportuno y necesario al usuario y al oferente disponer de productos alternativos programados en consideración a la pluralidad de aspiraciones e intereses y la diversidad de opciones y satisfactores, en un contexto de competencia creciente.

La primacía de las utilidades vivenciales para el usuario y de las utilidades económicas para el oferente exige la concepción del producto

turístico como *diseño de experiencias*, secuencia de vivencias satisfactorias para unos y retributivas para los otros contemplando un apropiada relación costo - calidad - precio.

El análisis de los recursos y las actividades realizados dan cuenta de lugares y actividades que pueden conferir sustento a los productos de mediar una gestión del acceso y goce de la naturaleza y de la cultura que informe y comunique en la fruición, que encauce y amenice en la actividad. En tal sentido, los lugares y las actividades naturales y culturales ya identificadas en el estudio respecto de la nodalidad de Chascomús dan cuenta de productos potenciales y de agentes públicos y sociales que pueden asumir la concepción y puesta en escena y en valor de los recursos tangibles e intangibles.

7. APRECIACIONES

A PROPOSITO DEL SUSTENTO TURÍSTICO Y RECREATIVO

Con frecuencia diversas localidades y diferentes áreas se constituyen en destino para visitantes y es improbable que algún destino quede sin ser visitado. En tal sentido cabe reconocer diferentes niveles en la generación de viajes.

Un primer nivel de viajes por necesidad de comunicación, por motivos de negocios o por razones sociales, incluyendo aquellos que estimulan los viajes para negocios, reuniones y eventos para estímulo del negocio local cuya expectativa es colocar su excedente de servicios. Un segundo nivel de viajes por oportunidad de asociación, respecto de la actividad productiva local, incluyendo aquellos que inducen los viajes para integrarse a la convocatoria de una singular actividad localizada, en el área urbana o rural.

Un tercer nivel de viajes es aquel que resulta la decisión de una comunidad localizada de elegir el turismo, genéricamente como opción de negocio, en función de condiciones y atributos atrayentes para uso y fruición del visitante y generación de actividad productiva del habitante. Sin excluir aquel nivel de viajes que resulta de la decisión de desplazarse, genéricamente en opción recreativa, en función satisfacer aspiraciones suscitadas e insatisfechas en su lugar de origen.

En el caso de Chascomús podría decirse que en la actualidad convergen los viajes generados por su atributo atractor cuanto por el atributo emisor del área metropolitana. Convergencia que se sustenta en los

persuasivos recursos naturales y rurales de Chascomús y se sostiene en las disuasivas condiciones urbanas y metropolitanas de Buenos Aires.

Pasar del flujo generado necesariamente en la emisión de Buenos Aires, el lugar de origen, al flujo inducido opcionalmente en la atracción de Chascomús, el lugar de destino, ha implicado un tiempo no subestimable de identificación para posicionarse. Sin embargo, el posicionamiento alcanzado por Chascomús, frente a la multiplicación de alternativas competitivas atraviesa un tiempo de ingenua complacencia con la opción planteada y el crecimiento alcanzado.

La opción planteada se atiene a atributos valorados por el usuario recurrente: la naturalidad de la laguna, la tranquilidad del lugar y la cercanía a su lugar de origen, en tanto el crecimiento es consecuencia de la decisión espontánea de inversión y obra de emprendedores ajenos al lugar. La situación indicada remite a condiciones dadas: *naturaleza - tranquilidad* compatible con actividades espontáneas: *paseo - descanso* y *pesca* apelando a servicios mínimos suficientes: *alojamiento* y *restauración*.

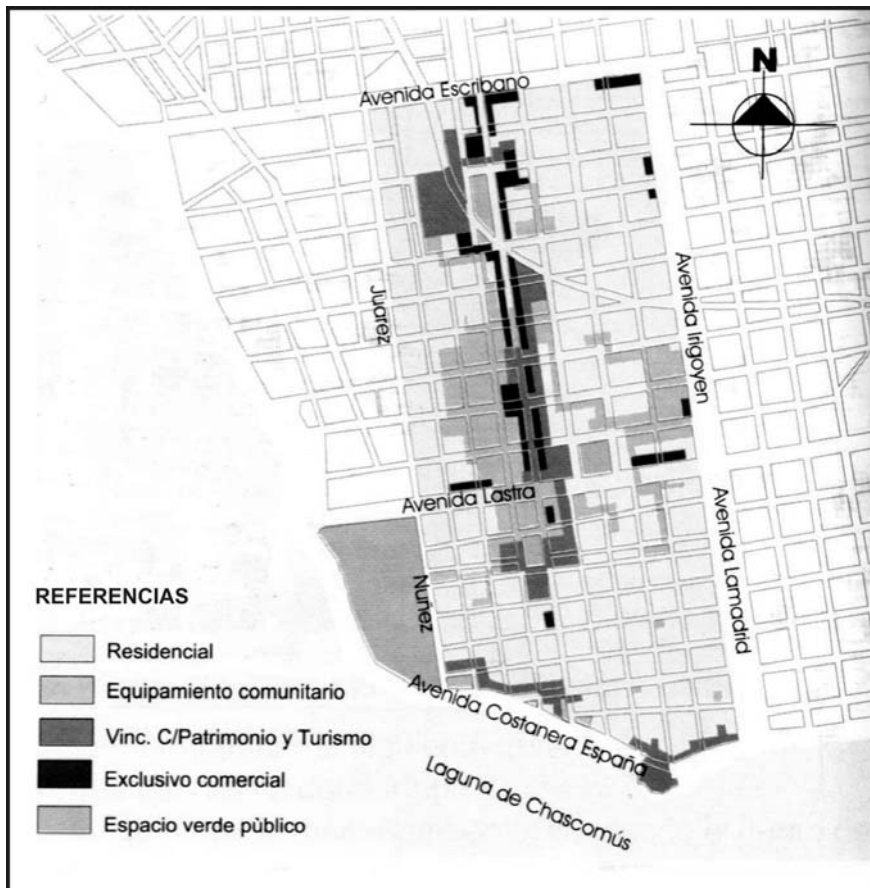
La diferente ecuación de recursos y servicios genera productos y de productos espontáneos, emergentes y programados da cuenta de la intención de abrir opciones sin alterar las condiciones que han conformado Chascomús y los atributos que le han posicionado.

El producto turístico, tal como se planteara, reconoce dos niveles: uno a nivel específico individual desde el punto de vista empresarial y otro a nivel global integrado desde el punto de vista del destino turístico prospectado por los actores sociales y plausible para la comunidad.

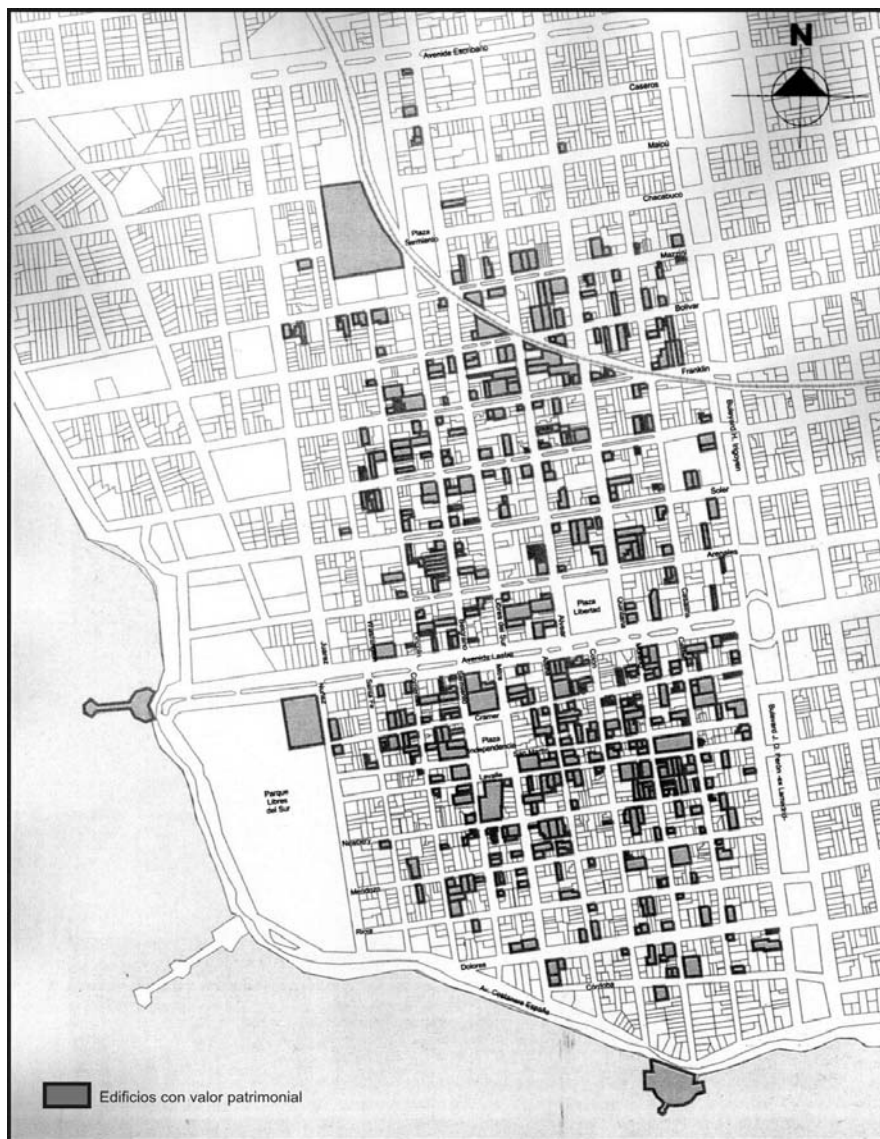
Construir un destino turístico y recreativo supone generar acciones deliberadas que trasciendan los productos que surgen espontáneamente del usuario para concebir creativamente los productos que emergen de los emprendedores que no alteren las condiciones de *naturalidad - tranquilidad - escala humana* e impliquen un desarrollo inducido, equilibrado y sustentable y su ordenación ambiental y territorial.

BIBLIOGRAFIA

- ALTES MACHIN, Carmen. *Marketing y turismo*. Editorial Síntesis . Madrid. 1995
- ALVAREZ SOUSA, Antonio. *El ocio turístico en las sociedades industriales avanzadas*. Edic. Bosch. Barcelona. 1994.
- AMARILLA, Beatriz. *Desarrollo sustentable del Patrimonio Rural. El turismo en las estancias bonaerenses*. LINTA. CIC. La Plata. 2002
- AMARILLA, Beatriz. *Chascomús. Patrimonio paisajístico, arquitectónico y urbanístico*. LINTA. CIC. La Plata. 2001.
- AZQUETA OYARZUN, D. PEREZ y PEREZ L. *Gestión de Espacios Naturales*. Compilación. Mc Graw Hill. Madrid, 1996.
- BUCHINGER, María. *Turismo, recreación y medio ambiente*. Ed. Universo Buenos Aires. 1996.
- BERTONI, Marcela. *Turismo ecológico Puesta en valor de la Cuenca del Salado*. en APORTES y transferencias año 6 vol 1 - 2002
- BUSTOS CARA, Roberto. *Identidad, turismo e integración regional. La imagen de un destino se construye*. en revista Universitaria de Geografía vol 7 números 1 y 2. Bahía Blanca 1998.
- LENO CERRO, Francisco. *Técnicas de evaluación del potencial turístico*. MICYT. Madrid. 1993.
- MANTERO, Juan Carlos. *Regionalización turística para la gestión turística en Provincia de Buenos Aires*. en APORTES y transferencias año 5 vol 1 - 2001
- MANTERO, Juan Carlos. *Turismo Cultural. Puesta en valor de la Cuenca del Salado*. en APORTES y transferencias año 6 vol 1 - 2002
- MANTERO, Juan Carlos. *Puesta en valor del interior bonaerense. Nodalidades turísticas*. en APORTES y transferencias año 9 vol 2 - 2005.
- MARTINEZ ESTRADA, Ezequiel. *Radiografía de la pampa*. Losada SA. Buenos Aires 1953.
- OMT - MARCHENA GOMEZ, Manuel - VERA, Fernando. *Guía para planificadores locales: Turismo Sostenible y Gestión Municipal*. OMT. Madrid. 1999.
- ORIGET DU CLUZEAU, Claude. *Le tourisme culturel*. PUF. Francia. 1998.
- RAMOS, Jorge. *La aventura de la pampa. Arquitectura, ambiente y cultura*. ed. Corregidor. Buenos Aires 1992
- VERA, José F. (coordinador). *Análisis territorial del turismo*. Editorial Ariel SA. Barcelona. 1997.
- VALLS, Josep - Francesc, *La imagen de marca de los países*. Mc Graw Hill – ESADE. Barcelona. 1992.
- VERA, F., LOPEZ, MARCHENA, F. Y ANTON, S. *Análisis territorial del turismo*. Ed. Ariel. Barcelona. 1997.



FUENTE: "MUNICIPIO DE CHASCOMÚS: ESTRATEGIAS PARA LA CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO A TRAVÉS DE UN DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE". LABORATORIO DE INVESTIGACIONES DEL TERRITORIO Y EL AMBIENTE. COMISIÓN DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS -CIC - EQUIPO DE INVESTIGACIÓN LINTA. AÑO 2006.



FUENTE: "MUNICIPIO DE CHASCOMÚS: ESTRATEGIAS PARA LA CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO A TRAVÉS DE UN DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE". LABORATORIO DE INVESTIGACIONES DEL TERRITORIO Y EL AMBIENTE. COMISIÓN DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS -CIC - EQUIPO DE INVESTIGACIÓN LINTA. AÑO 2006.

V. SUSTENTO SOCIO – PRODUCTIVO DE LA ACTIVIDAD TURISTICA

Cristina Varisco

El objetivo general del presente aporte es analizar la dimensión socioeconómica de la actividad turística, para formular proposiciones que tiendan a mejorar su estructura productiva. En este sentido, el análisis se centra en el conjunto de empresas que se relacionan con la actividad desde una perspectiva amplia, que excede la consideración de empresas de alojamiento, gastronomía y transporte.

Uno de los aspectos del turismo que se entiende puede favorecer al proceso de desarrollo local, es considerar su estructura de producción en sentido amplio, tratando de identificar las relaciones que se producen entre diferentes tipos de empresas. El estudio se basa en la metodología de clusters, es decir, agrupamientos de empresas e instituciones que operan en una actividad, en este caso el turismo, y que a partir de los recursos existentes en el territorio, conforman una cadena de producción que hace posible el producto global.

En el apartado inmediato se hace una breve referencia al contexto productivo del partido, para luego analizar la estructura económica de la actividad turística desde el punto de vista de las empresas que conforman la oferta, y desde el punto de vista de los turistas que conforman la demanda. Para eso se utilizan diversas fuentes secundarias de datos, las encuestas realizadas a empresarios y turistas, y las entrevistas realizadas a responsables de instituciones locales. Por último, se realiza una síntesis que pone de manifiesto las principales problemáticas detectadas y las potencialidades, que darán fundamento a las proposiciones.

1. CONTEXTO SOCIO-ECONÓMICO

El Partido de Chascomús tenía en el año 2001 una población de 38.647 habitantes, cifra que representa un 9,9 % de incremento respecto del año 1991. De ese total corresponden a la localidad de Chascomús 30.670 personas. Su actividad económica es diversificada, con un relativo equilibrio entre sector primario, secundario y terciario.

En el sector primario la principal actividad es la ganadera, con cría de ganado vacuno y cabañas de cría de reproductores bovinos. La actividad tambera es importante en el distrito porque cuenta con eslabonamientos en

el sector secundario, siendo la industria láctea uno de los ejes de desarrollo prioritario propuesto en el Plan Estratégico (PECH). La actividad agrícola tiene serias limitaciones por la falta de suelos aptos y porque en los últimos años se ha constatado una reducción de las explotaciones de menor tamaño y, al igual que en el resto de la provincia, una creciente concentración de la actividad en explotaciones de mayor escala. Los principales cultivos son de girasol, maíz y trigo, aunque esta información corresponden al Censo Agropecuario 2002, se estima que a partir de esa fecha, el cultivo de soja ha desplazado parte de los cultivos tradicionales (PECH, 2005)¹.

El sector secundario ha reducido su participación en la generación de riqueza al igual que lo ocurrido en el resto del país. Las industrias que generan mayor cantidad de empleos pertenecen a la elaboración de alimentos y bebidas, fabricación de productos metálicos y fabricación de productos textiles. Tanto la industria textil, como la destinada a la producción de artículos de cuero, pueden considerarse en las estrategias para mejorar los encadenamientos entre el sector secundario y la actividad turística.

Con respecto al empleo y según la Encuesta de Indicadores de Mercado de Trabajo en los Municipios de la Provincia de Buenos Aires² realizada en octubre de 2008, en el Municipio de Chascomús la tasa de desocupación asciende al 6,77%, porcentaje menor al promedio nacional y provincial. La tasa de población subocupada es de 13,91% e incluye a las personas que trabajan menos de 35 horas semanales por causas involuntarias y están dispuestas a trabajar más horas.

Es interesante analizar la distribución de los ocupados por rama de actividad en el Municipio, ya que el dato permite tener una aproximación a la estructura productiva del distrito, siempre en relación a los puestos de trabajo ocupados. La tabla 1 permite observar que entre el sector servicios y comercio concentran más del 50% de los puestos de trabajo. También es importante la construcción (16,32%) que supera los puestos de trabajo generados en la industria (10,20%).

Tabla N° 1: Encuesta de Mercado de Trabajo Ocupados por Rama de Actividad Octubre 2008	
Rama de Actividad	Porcentaje
Industria	10,20
Agricultura y Ganadería	4,48
Construcción	16,32
Comercio y Reparaciones	20,81
Administración pública, defensa y seguridad social	4,08
Enseñanza	5,71
Servicios	35,91
Otras	2,44

Fuente: Ministerio de Trabajo – Provincia de Bs. As.

Entre las conclusiones del mencionado informe, se destaca que el 53% de los desocupados manifiesta que la finalización del trabajo temporario es el motivo de su situación. Esto se relaciona con el dato de que entre los ocupados, sólo el 57% tiene empleo de carácter permanente, mientras que el 43% restante tiene empleo de carácter transitorio (changas, temporario o de duración desconocida). Finalmente, el empleo no registrado alcanza al 30% de los ocupados.

2. EL TURISMO COMO ACTIVIDAD PRODUCTIVA

El turismo involucra un conjunto amplio de empresas que se relacionan de manera directa, indirecta e inducida con la actividad. La relación directa es la que corresponde a las empresas de actividades características que prestan los servicios básicos e indispensables: transporte, alojamiento, gastronomía, agencias de viajes, recreación y servicios culturales. La tabla 2 da cuenta de la cantidad de empresas que conforman parte de este primer grupo.

Tabla 2	
Empresas de actividades características	
Rubros	Cantidad
Alojamiento	
Hoteles	18
Cabañas y Appart Hoteles	26
Estancias	10
Camping	12
Gastronomía	
Restaurantes	23
Pub/bares/confiterías/pizzerías	15
Transporte	
Ferrocarril	1
Micros larga distancia y combis	5
Empresas de turismo y Agencia de Viajes	3
Total de empresas	113

Fuente: Secretaría de Turismo y Producción

A este conjunto de empresas corresponde agregar los servicios de esparcimiento, que brindan empresas privadas y clubes deportivos y los servicios culturales (cine y museo). Fuera de la clasificación que realiza la Organización Mundial del Turismo (OMT) como actividades características, pero claramente vinculadas con el impacto directo de la actividad se encuentran las dos Ferias de Artesanos que agrupan microemprendimientos y los comercios de venta de artesanía.

Otra actividad que se vincula de manera directa con el turismo es la segunda vivienda, aunque en este caso no se trata de un componente empresarial. Según el Censo de Población y Vivienda en el 2001 había en Chascomús 793 viviendas utilizadas para vacaciones o fin de semana. Según la Secretaría de Turismo y Producción, Chascomús cuenta con 1.356 plazas distribuidas de la siguiente manera: hoteles, 595; cabañas, 633; y estancias, 128. Además, en el rubro camping se consideran aproximadamente 11.000 plazas (PECH, 2005).

Las empresas que se relacionan de manera indirecta con la actividad son todas aquellas que prestan servicios a los residentes de la ciudad y que eventualmente podrían ser también utilizados por los turistas. De este grupo

se destaca el comercio minorista, que constituye un elemento importante de la oferta turística. La zona comercial en Chascomús se concentra en dos calles, próximas al centro cívico, aunque no integradas, ya que la avenida Lastra divide la zona comercial de la zona histórica.

Las empresas que se relacionan con la actividad de manera inducida son aquellas que generan los insumos para las empresas mencionadas anteriormente. Esto significa que son empresas que no tienen contacto con los turistas, como por ejemplo las agrícolas y las industriales, pero su nivel de actividad aumenta con el gasto de los visitantes contribuyendo a la generación de ingresos y empleos. A este grupo pertenece también la actividad de construcción, fuertemente vinculada al turismo en períodos de expansión.

El estudio de este conjunto amplio de empresas y la forma en que se relacionan permite analizar los eslabonamientos productivos que a partir del consumo del turista movilizan recursos locales de diferentes sectores y mejoran la contribución del turismo al desarrollo local. Es por esto que en los lineamientos del Plan Estratégico en la Estrategia Socio-Productiva se ha considerado mejorar la vinculación entre la producción de agroalimentos, el sector textil artesanal y el sector artesanal en general en relación a la demanda turística, a partir de un diagnóstico que considera muy acotados los encadenamientos entre estas actividades y el turismo (PECH, 2007)³.

2.1 El punto de vista de los empresarios

Como ya se mencionara, durante el año 2008 se realizó, en relación al presente estudio, una encuesta a empresarios de actividades directa e indirectamente vinculadas con el turismo. La muestra intencional quedó conformada según muestra la Tabla N° 3

Tabla N° 3: Encuesta a Prestatarios Conformación de la muestra		
Rubro	Cantidad	Porcentaje
Transporte	2	5,3
Esparcimiento	4	10,5
Comercio	7	18,4
Gastronomía	12	31,6
Alojamiento	13	34,2
Total	38	100

El 95% de estas empresas permanece abierto todo el año y sus propietarios residen en la localidad de Chascomús de donde es nativo el 45% de los encuestados. Estos datos importan porque permiten verificar que la gran mayoría de los empresarios son residentes por lo que se supone, existe una reinversión local de los beneficios obtenidos de la actividad.

En los últimos años, se ha registrado una cantidad importante de inversiones de personas procedentes de otras ciudades (especialmente Capital Federal y GBA) pero con la característica particular de que la mayoría se radica en Chascomús. En algunos casos, el jefe de familia sigue trabajando en la ciudad de origen y se traslada diariamente.

Las empresas incluídas en la encuesta se encuadran en la categoría de empresa familiar de tipo mipyme ya que ninguna supera la cantidad de 30 empleados. Por otra parte el personal residente en la localidad alcanza al 84%.

Al consultar a los empresarios sobre el sector que incide más en la satisfacción del turista el 42% respondió que el alojamiento extrahotelero (cabañas y apart-hoteles). Al analizar la respuesta a esta pregunta según los rubros encuestados se observa que la mayoría de los empresarios de alojamiento coinciden con esta apreciación, mientras que en el rubro de gastronomía las respuestas se dispersan especialmente en torno a alojamiento hotelero, alojamiento extrahotelero y gastronomía.

Por otra parte, al preguntar sobre el sector que obtiene mayores beneficios económicos el 63% respondió que el alojamiento hotelero. Del análisis por rubro surge que existe una marcada coincidencia con esta apreciación, ya que en todos los casos el alojamiento hotelero se menciona como el que obtiene mayores ganancias.

En pregunta similar referida a los aspectos que más pueden influir en la satisfacción de los turistas el 45% de los encuestados respondió la tranquilidad / seguridad de la localidad. Si bien todos los rubros mencionan este factor, los gastronómicos y comerciantes encuestados le atribuyen mayor importancia relativa.

En el momento de realizar la encuesta, se observó una expectativa favorable respecto del futuro de la actividad, requisito importante para la realización de inversiones. A la pregunta sobre las perspectivas del turismo en la localidad el 92% de los encuestados respondió que mejorará debido al crecimiento de la demanda, la accesibilidad del destino y la gestión turística y urbana. En relación a esta última cuestión, a la pregunta sobre la apreciación de la gestión del municipio en el área del turismo el 90% de los encuestados mencionó un atributo positivo (buena / muy buena / aceptable).

Al preguntar a los empresarios sobre los problemas críticos de su actividad, el mayor porcentaje respondió que no advierte o ninguno (26%) y en segundo lugar se mencionó la falta de servicios urbanos.

Ya se mencionó que los capitales invertidos en la actividad son mayoritariamente locales, situación que, desde el punto de vista económico, favorece un modelo de desarrollo endógeno. Otra cuestión relevante en este sentido, es el lugar donde se realiza la compra de insumos cotidianos, periódicos y ocasionales, tal como muestra la Tabla N°4.

Tabla N° 4: Encuesta a Prestatarios			
¿En qué localidad realiza la compra de insumos?			
(porcentajes)			
Localidad	Cotidianos	Periódicos	Ocasionales
Chascomús	78,9	57,9	76,2
Capital Federal	5,3	15,8	7,9
Gran Bs.As. /La Plata	7,9	15,8	5,3
Otras localidades	7,9	7,9	5,3
Ns/nc	--	2,6	5,3
Total	100	100	100

La tabla permite observar que la mayoría de las compras se realizan en la misma localidad, situación que además de evitar la fuga de ingresos favorece los encadenamientos productivos ya mencionados. Es importante remarcar que entre las actividades de apoyo a microemprendimientos que se desarrollan desde la Secretaría de Turismo y Producción, se encuentra la página web *Hecho en Chascomús* (www.hechoenchascomus.com.ar) que promociona el trabajo de emprendedores locales.

Una cuestión relevante para analizar las posibilidades de mejorar el desempeño conjunto de las empresas turísticas y favorecer el desarrollo local es la introducción permanente de innovaciones en las empresas y en el destino como producto turístico global. A nivel de empresas, innovar no significa generar grandes cambios o implementar un producto o servicio totalmente nuevo; por el contrario, se entiende que los cambios graduales

que introducen mejoras en los servicios, en los equipamientos o incluso en la organización de la empresa son también innovaciones.

La innovación se define como *“la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores. Esta amplia definición... engloba una considerable gama de posibles innovaciones, de las cuales se distinguen cuatro tipos: Innovación de producto, Innovación de proceso, Innovación de mercadotecnia e Innovación de organización”* (OCDE y EUROSTAT, 2005:56)⁴.

La innovación es difícil de medir en las pequeñas y medianas empresas y más difícil aún en las empresas de servicios turísticos. En la encuesta a prestatarios, la innovación se analiza en términos de condiciones que la favorecen: las inversiones, la capacitación y la gestión de calidad.

El 84% de los empresarios encuestados manifestó haber realizado inversiones en su empresa en los dos últimos años. A la pregunta sobre el tipo de inversión realizada, las respuestas varían con una notable dispersión sin que sea posible determinar en este caso cuáles corresponden a innovaciones en la empresa. La mayor parte de las inversiones se refiere a la compra de equipamiento y mobiliario, y luego siguen en importancia las actividades de mantenimiento.

Con respecto a la capacitación, surge un aspecto crítico en la localidad ya que un 66% de los encuestados manifiesta no haber realizado cursos de tal tipo en los dos últimos años. En un destino turístico en crecimiento, es muy importante la actualización de los empresarios y la adaptación a una demanda cada vez más exigente. No obstante, existen limitaciones en este aspecto por la carencia de oferta de cursos cortos de capacitación que se adapten a las necesidades y expectativas de los empresarios.

La cuestión de la calidad de los servicios se analiza al referirse en el apartado pertinente a servicios turísticos pero a fin de completar el panorama general respecto de la innovación en el sector empresarial, es importante mencionar que el 82% de los encuestados manifestó considerar necesario realizar ajustes en la calidad de los servicios que brinda. Tal información es un dato positivo ya que puede tomarse como indicador de una inclinación favorable a la gestión de calidad de los servicios. En relación a lo anterior, al consultarse sobre la realización de algún tipo de seguimiento sobre la satisfacción de los clientes, el 76% respondió en forma afirmativa. No obstante, en la mayoría de los casos el seguimiento se limita a la percepción del responsable de la empresa del nivel de conformidad de los clientes en base al trato personal.

Con respecto a la innovación a nivel de entorno, se trata de analizar los proyectos públicos, privados o conjuntos que tienen mayor impacto en el destino. Este tipo de innovación es muy valorada sobre todo por el turista recurrente, que aprecia encontrar cambios favorables en la localidad. El camino pavimentado de circunvalación de la laguna es un ejemplo de este tipo de innovación.

Otro factor clave para favorecer el aporte del turismo al proceso de desarrollo local es la asociatividad entre los actores locales. Tanto en la actividad turística como en la actividad económica en general, las acciones conjuntas hacen posible mejorar el desempeño de las organizaciones y avanzar hacia objetivos de desarrollo. En este caso, interesa analizar el accionar conjunto de los empresarios, de las instituciones, y de ambos agrupamientos entre sí. En la encuesta a prestatarios se observaron tres aspectos referidos a la asociatividad: la integración, la articulación y la planificación estratégica.

Con respecto a la integración entre los empresarios un alto porcentaje (79%) manifestó haber realizado alguna actividad en forma conjunta en los dos últimos años. Dichas actividades en su mayoría, están referidas a promociones conjuntas o participación en acontecimientos programados.

No se detectaron en Chascomús productos genéricos que integren diferentes empresas en la comercialización de paquetes turísticos. En el caso del turismo rural, la comercialización se realiza desde la ciudad de Buenos Aires o directamente desde la estancia involucrada, sin que se promuevan actividades en la localidad. En el caso del turismo educativo, la modalidad más frecuente es la jornada, situación que tampoco favorece la integración de varias empresas en el producto.

La articulación se refiere a las actividades que realizan los empresarios con las instituciones y los proyectos que éstas realizan en forma conjunta. A la pregunta sobre la realización de actividades con el sector público el 68% de los encuestados respondió en forma afirmativa.

También se preguntó a los prestatarios si alguna institución lo representa en sus intereses empresariales y el 40% respondió que ninguna. La Asociación de Colaboración Empresaria (ACE) fue nombrada en primer lugar (32%) y la Cámara de Comercio en segundo lugar (11%). No obstante, la mitad de los empresarios que mencionaron alguna institución consideró que es poca su influencia en las decisiones.

Entre las instituciones, existen algunos proyectos conjuntos entre el sector público municipal, la Estación Hidrobiológica y el INTECH. También se desarrollan actividades conjuntas entre la Secretaría de Turismo

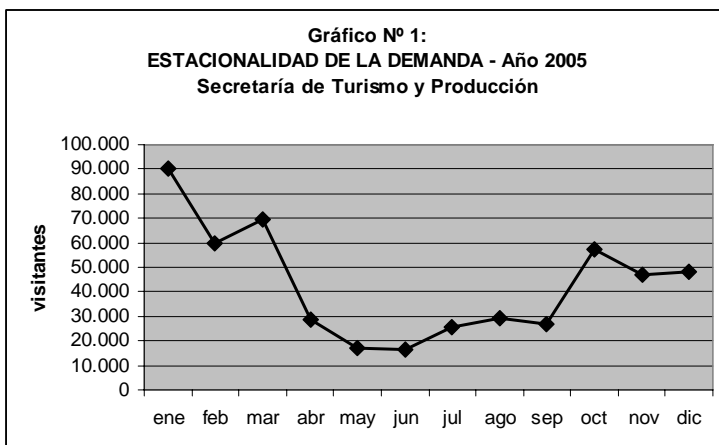
y Producción y ACE, aunque con respecto a investigaciones realizadas en la localidad en años anteriores, se observa una menor participación de esta institución en el quehacer turístico.

Por último, la realización del Plan Estratégico significó un importante proyecto asociativo, que convocó a numerosas instituciones. No obstante, en la encuesta, el 79% de los empresarios manifestó no haber participado, en tanto un 37% comentó no conocerlo.

2.2 El punto de vista de los turistas

A continuación, se analizan algunos aspectos sobre el perfil de la demanda que visita Chascomús en base a la información de la Secretaría de Turismo y Producción y en base a la encuesta realizada por el Centro de Investigaciones Turísticas. Como primer dato a tener en cuenta, según el organismo oficial, en el año 2005 arribaron a la localidad 515.448 visitantes, que de acuerdo a su distribución mensual permite tener una aproximación a la estacionalidad de la demanda turística.

El gráfico N° 1 permite observar la importancia de enero como temporada alta y los picos que se producen en Semana Santa y el fin de semana largo de octubre. Es interesante apreciar que en estos fines de semana se registra una afluencia mayor a la que se produce en las vacaciones de invierno que por lo menos respecto del año 2005, no parece mostrar un comportamiento de temporada media. Los meses de mayo y junio registran la menor cantidad de visitantes (turistas y excursionistas).



Otro dato de interés que proporciona la Secretaría de Turismo y Producción es la evolución de la demanda turística en los últimos años, ya que según las estadísticas oficiales los arribos de visitantes crecieron hasta el año 2007, para luego decrecer un 6% en el año 2008:

2005:	515.448 visitantes
2006:	580.369 visitantes
2007:	643.098 visitantes
2008:	605.565 visitantes

Con respecto al perfil de la demanda, la encuesta a turistas realizada en el fin de semana largo del 12 de octubre permite identificar algunas características. El 76,8 % de los encuestados procede de la Ciudad y Gran Buenos Aires, se desplaza en automóvil (71,4%) y el grupo mayoritario permaneció 2 noches en la localidad. Los motivos principales indicados para elegir Chascomús se refieren a la costumbre, la proximidad y el disfrute.

Con respecto al uso de servicios gastronómicos se consultó sobre el lugar de realización del desayuno, almuerzo y cena. La Tabla 5 muestra un porcentaje creciente de elección de establecimientos gastronómicos, que en el caso de la cena alcanza el 60% de los encuestados.

Servicio	Desayunar	Almorzar	Cenar
Establecimiento gastronómico	17,8	44,0	60,5
Alojamiento	72,6	51,2	34,9
Ns/Nc	9,6	4,8	4,6

Fuente: CIT - UNMdP

En la encuesta se preguntó a los turistas ¿qué actividades ha realizado o va a realizar? y las tres opciones más mencionadas fueron caminar, pasear por el lugar, y descansar. No obstante, al preguntar ¿qué le faltaría a esta localidad para ser más atrayente?, si se consideran en conjunto las opciones de recreación y esparcimiento se obtiene un 63% de menciones (lugares/actividades para chicos, casino/bingo, cine/teatro, espectáculos, peatonal comercial, vida nocturna, etc.)

Las encuestas realizadas por la Secretaría de Turismo y Producción en la temporada 2008/2009 permiten complementar estos datos con el perfil del turista que accede en verano. En este caso, el 89% procede de Capital Federal y Gran Buenos Aires, el 85% se desplaza en automóvil y como motivación principal se menciona la cercanía y la tranquilidad. El 55% de los encuestados no pernocta en Chascomús (excursionistas) y el resto se distribuye en cabañas: 23%; hoteles: 11% y camping: 11%. En estos casos, la estadía promedio es de 3, 2 y 6 noches respectivamente. Es probable que las diferencias observadas con respecto al fin de semana largo de octubre se relacionen con el clima, y la posibilidad de realizar actividades al aire libre en los alojamientos seleccionados.

Otro dato interesante relevado por la Secretaría es el gasto diario promedio por persona que asciende a \$110. Con respecto a los porcentajes de ocupación, la Tabla 6 muestra nuevamente los niveles más altos en enero, aunque con una menor diferencia en relación a diciembre y febrero, especialmente si se tiene como referente el comportamiento de la temporada alta en el litoral atlántico.

Tabla 6: Porcentaje de ocupación del alojamiento Temporada 2008/2009			
Tipo de alojamiento	diciembre	enero	febrero
Hoteles	72	76	72
Cabañas	69	83	80
Estancias	69	76	70

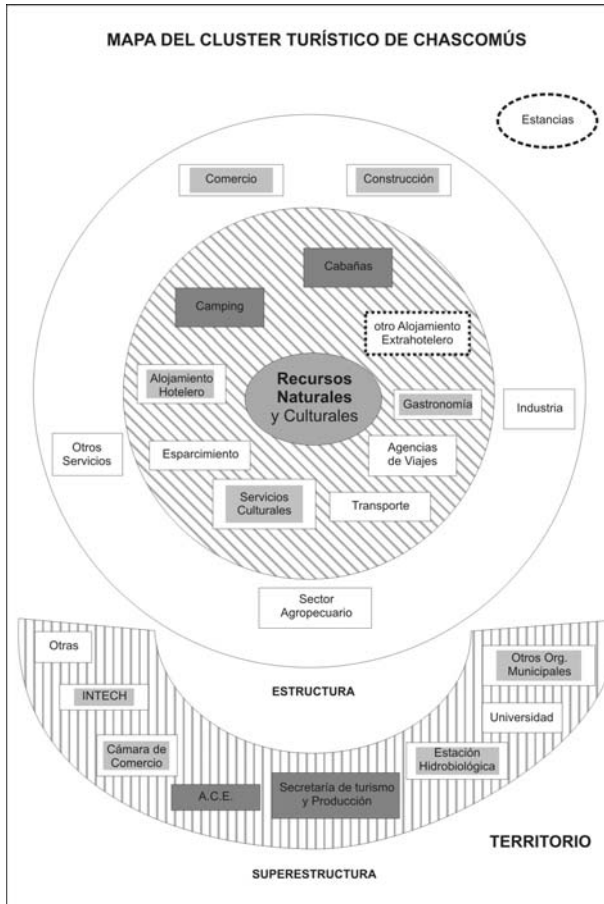
Fuente: Secretaría de Turismo y Producción

En el promedio de arribos de la temporada estival 2008/2009 se registró una caída del 15% con respecto a igual período del año anterior, situación que evidencia el impacto de la crisis económica.

3. EL MAPA DEL CLUSTER TURÍSTICO DE CHASCOMÚS

Un gráfico del cluster turístico de Chascomús se presenta en el objetivo de esquematizar la estructura productiva de la actividad. En el esquema presentado, el centro se identifica con los recursos turísticos, considerados como la materia prima. En un primer anillo se incluyen las actividades características mencionadas y en un segundo anillo las actividades que se

relacionan de manera indirecta e inducida con el turismo. La superestructura, integrada por las principales instituciones vinculadas con la actividad, se representa como un subsistema del cluster.



Fuente: Elaboración propia

Los recursos constituyen la base de la actividad turística, y es a partir de su puesta en valor que surge la estructura productiva de servicios. Se ha destacado la categoría recursos turísticos naturales para representar la laguna como principal atractivo. Los recursos culturales se consideran en un segundo plano, aunque con un elevado potencial de puesta en valor para diversificar la oferta.

Entre las actividades características se han destacado los rubros camping y cabañas, por tener un peso destacado en el cluster. En un segundo nivel se han considerado el alojamiento hotelero, la gastronomía y los servicios culturales. El componente “Otros Alojamientos Extrahoteleros” se ha representado con líneas más tenues porque se refiere a la segunda vivienda, y por tanto, no representa un componente empresarial.

En el segundo anillo se han destacado dos actividades: el comercio, que se vincula de manera indirecta con la actividad pero constituye un importante componente de la oferta turística, y la construcción, que como se mencionara, se ve impulsada por el crecimiento del turismo, induciendo la creación de fuentes de trabajo. El resto de las actividades no tiene mayor peso en el cluster por la debilidad de los encadenamientos.

En la superestructura se han destacado la Secretaría de Turismo y Producción y la Asociación de Colaboración Empresaria (ACE) por ser las de mayor liderazgo local. En un segundo nivel de influencia se han considerado la Estación Hidrobiológica, la Cámara de Comercio, el INTECH, y otros organismos municipales. En un nivel de menor influencia, se han considerado las universidades (La Plata y Mar del Plata), ambas instituciones extralocales y otras instituciones.

El componente estancias se ha incluido fuera del cluster por la característica ya mencionada de no estar integrado al circuito productivo local. No obstante, se entiende que este rubro tiene potencial para diversificar la oferta e integrarse en productos turísticos con mayor incidencia en la localidad.

Finalmente, se considera el Territorio como el producto de todas las relaciones que se dan en el cluster. Se adopta el concepto de territorio como espacio socialmente construido, y por lo tanto, como un actor más del sistema turístico. Por razones de simplificación, no se han graficado las múltiples flechas que indicarían las relaciones entre todos estos componentes, y sólo se ha utilizado un fondo de entramado débil para las actividades características y para la superestructura.

4. APRECIACIONES RESPECTO DELSUSTENTO SOCIO - PRODUCTIVO

Chascomús es un destino turístico consolidado con un importante potencial de crecimiento tanto desde la oferta (recursos, establecimientos,

plazas) como desde la demanda (interés creciente por el turismo de naturaleza y tranquilidad).

Si bien las actividades económicas en el partido registran debilidades en cuanto a escala y eficiencia, la existencia de una base económica diversificada es muy importante porque permite el crecimiento de la actividad turística de manera integrada a otras actividades y sobre todo, facilita compensar las limitaciones en cuanto a la estacionalidad.

El contexto económico nacional se torna complicado y esta situación puede afectar la demanda turística. No obstante, también es factible que esta amenaza se transforme en oportunidad en la medida en que el destino pueda captar lo que se entiende como efecto sustitución ante una crisis económica: optar por destinos más cercanos, con estadías más breves.

Chascomús posee una combinación de dos recursos fuertemente posicionados: naturaleza y tranquilidad. La cercanía respecto de los principales centros emisores sigue siendo su principal fortaleza. Desde la demanda, se aprecia el crecimiento del segmento que busca la combinación “naturaleza – tranquilidad” que además puede sorprenderse si esta oferta básica se complementa con la historia local y sus manifestaciones patrimoniales.

El sector empresarial que se relaciona de manera directa con la actividad se conforma por un acotado número de empresas, situación que dificulta la diversidad de prestaciones. La mayor limitación observada se refiere al rubro esparcimiento, ya que tanto en la apreciación de los turistas como de los empresarios, se menciona la carencia de actividades recreativas como mayor debilidad del destino.

El entramado empresarial está integrado por mipymes, en su mayoría de capitales locales. Se observa un marcado dinamismo en inversión en el rubro cabañas, que permite captar flujos de capital que se radican en Chascomús, en un modelo de desarrollo turístico que desde el punto de vista económico se considera endógeno, y que por lo tanto, favorece la distribución de los beneficios en la localidad. En relación a lo anterior, se evidencia la necesidad de reglamentar el rubro cabañas para evitar el deterioro de la calidad del servicio de alojamiento.

Con respecto a los eslabonamientos productivos se observa un efecto positivo de la actividad sobre la construcción, que a nivel municipal absorbe el 16% de los puestos de trabajo. Además, la encuesta a prestatarios refleja que una importante proporción de los insumos se compran en la localidad.

Como factores limitantes de los eslabonamientos se considera fundamental la cuestión de escala de la actividad, más que un problema de

estructura. No obstante, existen dos limitaciones concretas: la primera referida a la falta de productos típicos en la localidad, que puedan movilizar recursos en el sector industrial. En este sentido, se entiende que tanto en la industria textil, como en la industria del cuero y en el sector artesanal existe potencial para fomentar este tipo de encadenamiento productivo.

La segunda limitación se refiere a la falta de productos turísticos transversales, que combinen diferentes elementos de la oferta. Este tipo de producto hace posible la integración de empresas en un paquete, vendido a un precio global, o la adaptación a segmentos de demanda con necesidades específicas (acontecimientos programados, turismo cultural, agroturismo, turismo deportivo, turismo de salud, etc.).

Como excepción a esta situación puede mencionarse el turismo rural y el turismo educativo, pero en ambos casos, de bajo impacto en Chascomús. En el primer caso porque el circuito de comercialización de las estancias es extra-local y las actividades propuestas no incluyen a la localidad. En el caso del turismo educativo, la modalidad de excursionismo limita el impacto económico, aunque se considera un punto de partida para potenciar este segmento.

El nivel de innovación a nivel de empresas es bajo, aunque se observa una cierta preocupación por la gestión de calidad de los servicios. No obstante, esta preocupación se traduce en un seguimiento de la satisfacción de la demanda basado principalmente en el trato personal. La capacitación de los empresarios es baja, situación que se retroalimenta por la escasa oferta de cursos cortos y la falta de instituciones que ofrezcan formación profesional de manera sostenida en el tiempo.

El nivel de asociatividad detectado es bajo, con escasos proyectos compartidos entre los empresarios y entre éstos y las instituciones. Por el momento, los proyectos conjuntos entre el sector público municipal, provincial y nacional, denotan un interés por el trabajo coordinado pero de bajo impacto en la localidad.

No obstante, es importante remarcar que existen antecedentes de trabajo asociativo. En una primera etapa, la institución ACE tuvo un mayor liderazgo y una mayor articulación con el sector público. Si además se considera el liderazgo que tienen actualmente las instituciones de Ciencia y Técnica (Estación Hidrobiológica e INTECH) es posible considerar una potencial interesante para el trabajo asociativo.

También debe considerarse como oportunidad la existencia de un Plan Estratégico formulado a partir de una amplia participación institucional. Las limitaciones detectadas respecto del conocimiento de los empresarios sobre el plan, indican un potencial de trabajo futuro, siempre

que exista la decisión política de implementarlo, y en este sentido, continuar su proceso.

En síntesis, puede considerarse que la estructura productiva de la actividad turística en Chascomús presenta limitaciones en cuanto a escala, nivel de innovación y asociatividad, características de un cluster incipiente. Si bien la actividad turística en la localidad tiene larga data, el proceso de transformación de los últimos años ha generado una expansión que todavía resulta insuficiente para optimizar el potencial del turismo como actividad económica.

Los antecedentes de trabajo conjunto, constituyen un punto de partida para superar las limitaciones detectadas y orientar las acciones futuras. En este sentido, la indefinición de la imagen turística de Chascomús es también una oportunidad para revisar el proyecto de destino deseado. También el Plan Estratégico es una oportunidad, siempre que se entienda la planificación como un proceso continuo de propuesta, puesta en marcha y revisión. En este sentido, el rol de las instituciones del sector público y del sector privado resulta determinante.

Existe en los actores locales vinculados con la actividad una apreciación positiva respecto del futuro, y se observa una valoración creciente del turismo como estrategia de desarrollo local. En consecuencia, con el objetivo general de mejorar el desempeño de la aglomeración empresarial se proponen dos ideas fuerza: mejorar los eslabonamientos productivos y fortalecer el entramado empresarial.

¹ Municipalidad de Chascomús (2005): Desarrollo Local en Chascomús. Lineamientos Estratégicos.

² Ministerio de Trabajo de la Provincia de Buenos Aires (2008): Encuesta de Indicadores del Mercado de Trabajo. Municipio de Chascomús. Informe final.

³ Municipalidad de Chascomús (2007): Desarrollo Local en Chascomús. Lineamientos Estratégicos. Propuestas del Plan.

⁴ OECD, EUROSTAT (2005): Manual de Oslo. Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación. 3ra Edición. Grupo Tragsa.

VI. SUSTENTO SOCIO-COMUNICACIONAL DE LA ACTIVIDAD TURISTICA

Daniela Castellucci

El objetivo del aporte es analizar las acciones comunicativas dentro del sistema turístico de Chascomús con el fin de sugerir proposiciones estratégicas que tiendan a mejorar su modalidad de gestión y prácticas comunicacionales. Se considera la dimensión comunicacional desde dos perspectivas. Por un lado, se analiza la gestión comunicativa promocional de la imagen de marca por parte del sector público y privado a fin de posicionar al municipio como destino turístico. Por el otro, se analizan las prácticas comunicacionales dentro del tejido socioinstitucional en tanto se constituyen en medios que propician procesos de desarrollo local.

En el primer apartado se realiza el análisis de la gestión promocional del sector público y privado mediante la observación de folletos, guías y sitios web de promoción turística, como así también la presencia de Chascomús en la promoción turística oficial de la Provincia de Buenos Aires y en el Programa Camino del Gaucho. Luego, se realiza una síntesis que pone de manifiesto las principales fortalezas y debilidades detectadas y que darán fundamento a las proposiciones estratégicas para mejorar la gestión promocional turística.

En el apartado inmediato se analizan las prácticas y medios comunicacionales dentro del sistema socioinstitucional del municipio en relación a la actividad turística, integrado por las instituciones del sector público, privado, prestatarios de servicios turísticos, residentes y turistas. Finalmente, se realiza una síntesis donde se advierten las principales fortalezas y debilidades detectadas, a partir de las cuales se generarán las propuestas estratégicas para mejorar las prácticas comunicacionales y potenciar los medios de comunicación actualmente empleados.

1. LA GESTION COMUNICATIVA PROMOCIONAL DE LA IMAGEN DE MARCA

El estudio de las acciones comunicativas promocionales de la imagen de marca que realizan en el organismo público de turismo y las empresas e instituciones del sector privado y tercer sector de Chascomús, contempla la observación y análisis de los medios gráficos y audiovisuales de los cuales

disponen para posicionarse como destino turístico en la mente de los visitantes.

En este sentido, se desarrollan a continuación, por sector público y privado, el análisis de los folletos y guías turísticas en función de ser los medios gráficos de mayor empleo en la promoción turística, y de los sitios web cuya finalidad sea la promoción de Chascomús en Internet como destino turístico recreativo.

1.1. Del Sector Público

Los folletos empleados en la promoción turística oficial se caracterizan por una singular atractividad, y buena calidad de impresión. El principal de ellos consiste en un folleto bilingüe que incluye una separata donde se ubican los folletos secundarios, de muy buena calidad de impresión gráfica. En su portada se presenta el lema *Chascomús un ritmo diferente*, el logoisotipo de la localidad, y un listado de los diferentes productos y servicios turísticos de Chascomús: Historia, Tradición, Festivales, Turismo rural, Excursiones, Deportes Náuticos, Pesca, Hoteles, Cabañas.

En el interior del folleto, se realiza una pequeña referencia histórica, en castellano y en inglés, un plano de la ciudad e información útil, y se incluye otro lema *mucho más que una laguna*. En la contratapa se presenta un plano de rutas con los accesos a Chascomús, omitiendo indicar la localidad. Se presentan varias fotografías, destacándose las referidas a las lagunas.

Uno de los folletos utilizados consiste en una guía de información turística, con plano de la ciudad y referencias, accesos, información útil y listado de prestadores de servicios turísticos. Por otra parte, se promocionan los cuatro productos definidos por la Secretaría de Turismo y Producción de Chascomús en cuatro folletos distintos: la Laguna, la Historia, la Cultura y el Campo, en castellano y en inglés.

La finalidad de los folletos es mayoritariamente de tipo informativa descriptiva, definida por la función del lenguaje y modalidad discursiva del texto. Sólo en la guía informativa se halla el logoisotipo de Chascomús y el de la provincia de Buenos Aires, y el lema de posicionamiento *Chascomús un ritmo diferente*. En todos los folletos se brinda la dirección de correo electrónico, y del sitio web oficial. Se editan desde el año 2005, y los que brindan información de servicios turísticos se actualizan cada seis meses. Están concebidos para ser destinados al turista solamente.

El sitio web oficial corresponde a la Secretaría de Turismo y Producción de Chascomús (www.chascomus.gov.ar). La página inicial o home page proporciona una descripción breve del destino, fotografías, y

menú o lista de contenido: agenda, aventura, naturaleza, pesca, historia, rural. Se observa la presencia del lema de posicionamiento *Chascomús, especial para el encuentro*, y el logoisotipo de la localidad.

En cuanto a la finalidad, se infiere que su objetivo es más persuadir que informar de acuerdo a la función del lenguaje. Se observa que el sitio web es poco interactivo, pero sí posee un espacio para contactarse con el organismo público de turismo desde el sitio directamente. En este sentido, al requerirse información turística sobre la localidad por este medio, fue contestado inmediatamente.

La atractividad del sitio web es mediana, definida por un diseño donde se observa la utilización de algunos efectos especiales, el empleo de imágenes fijas, y la escasa cantidad de imágenes y fotografías. También se observan bloques largos de texto, haciéndolas aburridas en su lectura. Respecto a la facilidad en el manejo del sitio web, se infiere que es aceptable, en función de la velocidad de carga en conexión de banda ancha, la existencia de una barra de menú y un buscador, la presencia en cada página de un enlace con la página inicial y el menú en todas las páginas. Sin embargo, en la página inicial, no se ofrece opción de idioma, mapa del sitio, ni lista de enlaces externos a sitios recomendados.

El sitio web proporciona mediana información, limitándose a ciertos atractivos turísticos, servicios turísticos, cultura y costumbres, información geográfica e histórica, direcciones y teléfonos útiles, y plano con referencias. Por otra parte, suministra dirección de correo electrónico de la institución. Se pudo localizar en los buscadores internacionales en los primeros lugares. Cabe aclarar que desde hace unos meses el sitio web oficial no se encuentra disponible por inconvenientes generados con el hosting.

Por otra parte, se observan los carteles monumentales ubicados en la Ruta 2, los cuales se disponen preferentemente en el trayecto Buenos Aires – Chascomús. Se observa el logoisotipo de la localidad, tres fotografías de Chascomús que coinciden con lo utilizado en el resto del material gráfico y digital, y el lema de posicionamiento *Chascomús, mucho más que una laguna*.

1.2. Del Sector Privado

Respecto del sector privado, se destaca la gestión de la Agrupación de Colaboración Empresaria en la promoción turística de Chascomús. Editan una guía turística donde se incluyen a los prestadores de servicios turísticos y no turísticos de la localidad, con posibilidades de publicitar en este medio.

Esta guía brinda información histórica y principales atractivos turísticos culturales y naturales, y mapa con referencias. Se caracteriza por

una singular atractividad, y buena calidad de impresión gráfica. La finalidad de la guía, definida por la función del lenguaje, es de tipo informativa descriptiva. En su portada se encuentra el logoisotipo de la institución y similar foto de la laguna de Chascomús empleada en los folletos oficiales. Este folleto se constituye en un destacado apoyo a la gestión promocional oficial.

En cuanto al posicionamiento de Chascomús en Internet, se destacan los siguientes sitios web privados. El sitio web www.chascomus.net se lo ha ubicado en la primera página de los buscadores internacionales. En la página inicial se encuentran logoisotipo oficial y el lema *Chascomús, un lugar especial para el encuentro*” y otro lema *Chascomús, El paraíso cercano*. El sitio web proporciona información en general del Partido y turística, limitándose a paseos, actividades culturales, servicios turísticos, planos, ubicación, y cómo llegar.

En cuanto a la finalidad, se infiere que su objetivo es informar. Se observa que el sitio web es de escasa interactividad. La atractividad del sitio web es mediana, definida por el diseño donde se observa el empleo de imágenes fijas, escasa cantidad de imágenes y fotografías. Respecto a la facilidad en el manejo del sitio, se infiere que es medianamente aceptable, en función de la existencia de un buscador, presencia del menú en todas las páginas, lista de enlaces externos a sitios recomendados, aunque la página de inicio no está visible, es baja la velocidad de carga en conexión de banda ancha, y no se ofrece opción de idioma ni mapa del sitio.

El sitio web www.chascomus.com se lo ha ubicado en la primera página de los buscadores internacionales. En la página inicial se encuentran varios botones: lagunas encadenadas, deportes, tradición, turismo rural, turismo histórico religioso y turismo educativo, sin embargo, algunos botones no tienen cargada información. El sitio web proporciona información mayoritariamente turística y recreativa, deportes y recreación y comercio e industria.

Respecto a la finalidad, se infiere que su objetivo es informar. Se observa que el sitio web es poco interactivo, pero sí posee un espacio para contactarse. La atractividad del sitio web es mediana, definida por el diseño donde se observa el empleo de imágenes fijas y escasa cantidad de fotografías. Respecto a la facilidad en el manejo del sitio web, se infiere que es medianamente aceptable, en función de la presencia del menú y de la página de inicio en todas las páginas, aunque se observa lentitud de carga en conexión de banda ancha, bloques largos de texto, y no se ofrece opción de idioma ni mapa del sitio.

El sitio web www.chascomus.turismo.com.ar se lo ha ubicado en la

primera página de los buscadores internacionales. En la página inicial se identifica el sitio como el “Portal comercial de la ciudad” y se encuentran una serie de botones sin información. El sitio web proporciona información sobre circuitos turísticos, servicios turísticos, reseña histórica y comercial, aunque no contiene mapa de la ciudad. En cuanto a la finalidad, se infiere que su objetivo es informar. Se observa que el sitio web es poco interactivo, pero sí posee un espacio para contactarse.

La atractividad del sitio web es baja, definida por el diseño donde se observa el empleo de imágenes fijas, escasa cantidad de imágenes y fotografías. Respecto a la facilidad en el manejo del sitio web, se infiere que es escasamente aceptable, en función de la existencia de un buscador, la presencia del menú en todas las páginas, aunque la página de inicio no está visible, la lentitud en la carga en conexión de banda ancha, páginas de texto extensas, y no ofrece opción de idioma ni mapa del sitio.

El sitio web www.chascoms.org se lo ha ubicado en la segunda página de los buscadores internacionales. El sitio web proporciona escasa información sobre servicios turísticos de alojamiento y transporte, medios de comunicación e información útil. En cuanto a la finalidad, se infiere que su objetivo es informar. Se observa que el sitio web es poco interactivo, aunque sí posee un espacio para contactarse.

Respecto a la atractividad del sitio web, se considera que es limitada, definida por el diseño donde se observa el empleo de imágenes fijas, escasa cantidad de imágenes y fotografías. Respecto a la facilidad en el manejo del sitio web, se infiere que es medianamente aceptable, en función de la velocidad de carga en conexión de banda ancha, la presencia del menú en todas las páginas, aunque no se ofrece opción de idioma ni mapa del sitio.

1.3. De la Promoción Provincial

A partir de otra perspectiva, se indaga sobre el posicionamiento de la imagen de Chascomús en la promoción de la Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires, en su programa *Buenos Aires, Viví la inmensidad*.

En este sentido, se advierte que en los productos “Pampas” y “Ciudad”, Chascomús se ubica entre los municipios mencionados en un nivel secundario. En tanto, en el producto “Pesca deportiva”, directamente no se menciona a Chascomús como destino posible para practicar esta actividad.

En tanto, en el Programa Camino del Gaucho, gestionado por CEPA, se destaca Chascomús en el Circuito Pueblos Históricos junto a

Dolores y Maipú; pero no se lo incluye en el Circuito Lagunas y Playas.

1.4. Análisis Integral de la Gestión Comunicativa Promocional

El análisis en forma conjunta de los medios comunicativos promocionales, permite visualizar la línea de la acción promocional en conjunto, considerando a los folletos y a los sitios web como los medios más empleados.

La folletería oficial empleada actualmente en la promoción turística ha sido mejorada sustancialmente en relación a las gestiones anteriores. Se observa que se realiza difusión de lo tangible (laguna, casco histórico, edificios y monumentos, etc.), como de lo intangible (fiestas, celebraciones, carnavales, encuentros, etc.). La folletería del sector privado se suma a la gestión promocional oficial.

En el análisis de los sitios web de promoción turística de Chascomús, se observa que este destino está recién invirtiendo en esta tecnología como soporte de una nueva manera de acción promocional. Sin embargo, se advierte que aún no pueden cumplir con las características que deberían tener los sitios web, planteadas por la Organización Mundial del Turismo.

La gestión comunicativa promocional en el ciberespacio presenta varias falencias. El sitio web oficial no se encuentra actualmente disponible, aún cuando los turistas lo utilizan como uno de los principales medios de información (30 %), de acuerdo a fuentes oficiales. Por otra parte, los sitios web privados brindan escasa información, presentando además limitaciones técnicas y de diseño.

Dicha gestión comunicativa del sector público, está dirigida primordialmente al turista. Tal situación se torna evidente en la escasa información que disponen los operadores turísticos de Buenos Aires sobre Chascomús como destino turístico - recreativo, conforme a encuesta realizada.

De acuerdo al análisis semántico efectuado en los medios de comunicación oficiales observados, permite sostener que Chascomús posee una política oficial de acción comunicativa promocional de su imagen de marca de cierta uniformidad y coherencia en razón de las unidades comunicacionales observadas que coinciden en la imagen definida y proyectada.

En la relación medio de comunicación – imagen del destino definida, lo promocionado, se advierte similitud entre los medios comunicativos oficiales, el empleo de la misma tipografía, similar sentido de

las fotografías destacando la laguna y el casco histórico, el mismo logotipo de la localidad y lemas de posicionamiento. Se advierte similar finalidad de los medios de comunicación, en tanto tienden a informar y persuadir.

En la relación destino – imagen proyectada, lo ofrecido, se observa que las imágenes asociadas que define el organismo público de turismo para posicionarse en el mercado, en función de la laguna y el casco histórico, coinciden sólo en parte con el destino, resultando un reflejo restringido de la localidad.

Cabe señalar que, se percibe una ambigüedad en la imagen proyectada del municipio. El lema de posicionamiento *Chascomús, mucho más que una laguna*, y fotografías diversas empleadas en la promoción, no permiten formar una imagen específica y contundente. Del mismo modo, el empleo en los folletos de las frases *en la Laguna, en la Historia, en la Cultura, en el Campo*, definiendo los distintos productos turísticos, son generalidades aplicables a cualquier localidad. La imagen proyectada mediante la gestión comunicativa del sector privado también contribuye a esta indefinición de la imagen turística de Chascomús.

Conforme a lo expuesto, se infiere que el empleo de los distintos recursos en los medios de comunicación para la acción comunicativa promocional, proyecta una imagen parcial y difusa del municipio. Se advierte, de este modo, la ausencia de una imagen de marca turística consolidada, coincidiendo con lo expuesto por el Plan Estratégico de Chascomús.

2. APRECIACIONES RESPECTO DE LA GESTION COMUNICATIVA

De acuerdo al análisis realizado, es posible detectar fortalezas y debilidades que se consignan a continuación.

Chascomús posee una política oficial de acción comunicativa promocional de su imagen de marca de cierta uniformidad y coherencia. En este sentido, se advierte consistencia entre la imagen concebida por la gestión pública, con la imagen de marca proyectada.

La gestión promocional turística oficial emplea material gráfico (folletos y guías) de muy buena calidad de impresión, superando la folletería empleada en gestiones anteriores, y generando una imagen favorable del destino. En general, el sector privado también emplea folletería de buena calidad, acompañando a la gestión pública.

Al estar integrando el Programa Camino del Gaucho, en el circuito de Pueblos Históricos, le genera la posibilidad de promocionarse por medio de otros canales de comunicación alternativos.

Sin embargo, Chascomús presenta algunas debilidades respecto de las acciones promocionales. En principio, la gestión promocional en Internet presenta varias falencias. El sitio web oficial no se encuentra actualmente disponible y los sitios web privados brindan escasa información, además de presentar limitaciones técnicas y de diseño.

Se percibe una ambigüedad en la imagen proyectada del municipio, tanto desde la gestión promocional del sector público como del sector privado. Los diferentes recursos empleados en la acción promocional proyectan una imagen parcial y difusa del municipio. De este modo, se advierte la falta de una imagen de marca turística consolidada.

Constituye otra debilidad la falta de una mayor integración entre el sector público y privado en las acciones comunicativas promocionales. Respecto a los turistas, se advierte que la Secretaría de Turismo y Producción no se está adecuando a sus necesidades informativas en tanto un buen porcentaje se informa por medio de Internet.

A partir de esta serie de apreciaciones respecto a la gestión promocional oficial y privada del Municipio de Chascomús para posicionarse en el mercado con su imagen de marca, se realizan proposiciones estratégicas para consolidar la región turística con una nueva imagen de marca, promocionar y difundir Chascomús, y capacitar en la gestión promocional.

3. LAS PRÁCTICAS COMUNICACIONALES

3.1. Las Prácticas Comunicacionales en el Tejido Socio-Institucional

Las instituciones, públicas y privadas de Chascomús, emplean varios medios de comunicación para transmitir información a las otras instituciones, como teléfono, correo electrónico, sitio web y encuentros informales. Los motivos por los cuales se origina la comunicación con las otras instituciones son básicamente por problemáticas sectoriales, y el trabajo en conjunto y búsqueda de consenso.

Consideran que la información que transmiten es muy útil y la que reciben es útil, y que los medios de comunicación empleados por ellos y por las otras instituciones son adecuados. Al consultarles sobre su grado de acuerdo a la afirmación “La circulación de la información es importante para

la interacción y articulación entre las instituciones y la sociedad local”, manifiestan que están muy de acuerdo.

Los sitios web institucionales observados corresponden a la Secretaría de Turismo y Producción; la Asociación de Colaboración Empresaria (ACE); la Cámara de Comercio, Industria, Producción y Servicio de Chascomús; Instituto Tecnológico de Chascomús (INTECH); la Universidad Nacional de La Plata. Un total de cinco sitios web institucionales sobre seis instituciones observadas.

En la evaluación de los cinco sitios web institucionales se advierte que los diferentes aspectos que hacen a la identidad se presentan en todos los casos. La funcionalidad de la información es alta en más de la mitad de los casos, en tanto la interactividad es nula en tres de los cinco casos. La facilidad en el manejo del sitio, es media en más de la mitad de los casos, y la atractividad es media en más de la mitad de los casos. En tanto la localización es alta en los cinco casos.

Respecto a los prestatarios de servicios turísticos de Chascomús, están representados por empresarios gastronómicos, de alojamiento, comerciantes y de esparcimiento. El 40% de los prestatarios de servicios sostiene que no lo representa ninguna institución, en tanto el 32 % manifiesta que se siente representado por ACE.

El 66% de los prestatarios no participa de ninguna institución local. Cuando se comunican con alguna institución la respuesta es inmediata en un 45%, y mediata en un 35%. En cuanto a los medios de comunicación empleados por las instituciones para comunicarse con el prestatario, se observa que el medio más utilizado es el teléfono (50%), y el menos utilizado es el correo electrónico (5%).

Los residentes de Chascomús se informan fundamentalmente por medio de programas de televisión nacional por cable (47%), sin distinción de nivel socioeconómico. Luego por programas de radios locales (35%), en forma mayoritaria por la población de nivel socioeconómico bajo (55%). Y en forma decreciente, por medio del periódico local (28%), donde se destaca su uso por la población de nivel socioeconómico medio bajo (37%); y programas de televisión nacional por aire (26%), mayoritariamente por la población de nivel socioeconómico alto (39%), medio bajo (37%) y medio alto (28%).

En este sentido, se observa que la población de más de 50 años es la que emplea mayoritariamente la televisión nacional por cable (68%) y escucha radios locales (39%). En tanto la población entre 35 y 49 años, se informa mayoritariamente por medio de los periódicos locales (37%) y programas de televisión nacional por aire (29%). El uso de los sitios web

como medio de información, es empleado en mayor medida por los jóvenes (22%) y por los sectores de nivel socioeconómico alto (28%), medio alto (22%) y medio bajo (20%).

Aquellos residentes que participan de una institución local (8%), expresan que la comunicación se realiza mayoritariamente por medio del teléfono (67%), siendo la motivación principal de la comunicación el *trabajo en conjunto y búsqueda de consenso* (75%), y califican la información como muy útil en más de la mitad de los casos (58%).

Respecto de los medios de comunicación locales, Chascomús tiene la singularidad de disponer de cuatro periódicos locales: El Argentino, a partir de 1887, El Cronista, a partir de 1915, El Imparcial, a partir de 1959. y el más reciente El Fuerte, creado en 1986.

Chascomús cuenta desde 1985 con su propia señal de televisión por cable, Canal 5, el cual transmite programas locales. Existen en la ciudad siete radios de Frecuencia Modulada y una radio de Amplitud Modulada digitalizada de alcance regional, identificándose también varias radios FM no habilitadas por el Municipio¹.

3.2. Análisis de los Medios y Prácticas Comunicacionales

Al realizar el análisis en forma conjunta de los medios de comunicación empleados por los diferentes integrantes de la sociedad local, se advierten ciertas similitudes y tendencias. El sector institucional como los prestadores de servicios turísticos, hacen un uso predominantemente de los medios de comunicación tradicionales. Se comunican mayoritariamente por teléfono, y en menor medida por medio del correo electrónico, utilizando como medio de información a Internet.

Los residentes que participan de alguna institución como las instituciones públicas, privadas y del tercer sector, coinciden en afirmar que el motivo principal que origina la comunicación interinstitucional e intrainstitucional es *el trabajo en conjunto y la búsqueda de consenso*. Se advierte una baja participación de la comunidad en las instituciones locales.

Los sitios web institucionales, públicos, privados y del tercer sector, presentan en general, ciertas limitaciones técnicas y de diseño, aunque se advierte que la información es aceptable. Entre los usuarios de los sitios web se destacan los jóvenes de nivel socioeconómico alto y medio alto.

Los residentes de Chascomús se informan mayoritariamente por programas nacionales de televisión por cable, sin distinción de nivel socioeconómico. Aunque en el momento de informarse por cuestiones locales optan por los programas radiales y los periódicos locales,

principalmente la población de niveles socioeconómico bajo y medio bajo.

Chascomús dispone de una variada gama de medios masivos de comunicación, de diferente alcance y variada programación, destacándose en los medios gráficos la existencia de cuatro diarios que expresan diferentes tendencias políticas.

3. APRECIACIONES A PROPÓSITO DE LAS PRÁCTICAS COMUNICACIONALES

A fin de concluir el diagnóstico de las prácticas comunicacionales dentro del sistema socioinstitucional turístico de Chascomús, se consignan las fortalezas y debilidades más relevantes.

Tal como se planteara, Chascomús posee una amplia diversidad de medios masivos de comunicación locales, permitiendo que su población acceda a diferentes opciones informativas. En general se advierte una actitud favorable para la circulación de la información dentro del tejido socio-institucional.

Sin embargo, se advierten algunas debilidades que condicionan esta circulación de información. La participación de la comunidad en las instituciones locales es muy baja, tanto de los residentes como de los prestadores de servicios.

La comunicación interinstitucional e intrainstitucional se realiza primordialmente mediante medios tradicionales, desaprovechando las oportunidades que brindan los medios electrónicos de comunicación

Las instituciones que han implementado sitios web institucionales no se han actualizado en aspectos técnicos y de diseño, desalentando la navegación por el sitio. Por otra parte, se advierte un bajo nivel de empleo de Internet por la población adulta y adulta mayor.

Por último, la preeminencia de información de problemáticas a nivel nacional por sobre la información de las problemáticas locales, por parte de los medios de comunicación nacionales, se constituye en una amenaza en tanto solapa la información de cuestiones locales-regionales de interés directo de los actores sociales locales.

En tal contexto, se advierte que la comunicación debe constituir una de las preocupaciones principales dentro de cualquier proceso de desarrollo local. Conscientes de la relevancia que asumen las estructuras comunicacionales en la conformación de la imagen colectiva acerca de la problemática local, se realizan proposiciones estratégicas a fin de fortalecer y capacitar a los comunicadores locales y organizaciones locales, y promover e

incentivar el desarrollo de inversiones en innovaciones tecnológicas en las prácticas comunicacionales.

Fuentes virtuales

www.acechascomus.com.ar
www.caminodelgaucho.com.ar
www.chascomus.com
www.chascomus.gov.ar
www.chascomus.net
www.chascomus.org
www.chascomus.turismo.com.ar
www.iib.unsam.edu.ar
www.redcame.org.ar

NOTA:

¹ Municipalidad de Chascomús (2005): Desarrollo Local en Chascomús. Lineamientos Estratégicos.

VI SUSTENTO SOCIO- CULTURAL DE LA ACTIVIDAD TURISTICA

Bernarda Barbini

Para el análisis de la dimensión sociocultural de Chascomús, se parte de la concepción de que la gestión integrada y eficiente del turismo local, necesita de un concepto previo que defina, primero, el espacio local y luego, el espacio turístico en cuestión, ya que será esta definición la que determine su división en partes, regule su uso y establezca protecciones y áreas de expansión.

Desde esta perspectiva, las imágenes percibidas por los distintos actores locales, en especial aquellos que representan diferentes intereses en el ámbito turístico, se vinculan con el sistema sociocultural en general, siendo el desarrollo de estos procesos una pieza clave para el entendimiento, no sólo de los niveles de identificación sino del funcionamiento económico y político local.

En este sentido, el proceso de definición de una nueva imagen local consensuada implica la unificación de esfuerzos y criterios de los distintos actores. Estos esfuerzos comunes se generan en el desarrollo de intereses comunes por el propio cambio, nuevas imágenes que surgen no sólo del deseo de una nueva localidad, sino de nuevas alianzas de poder.

La descripción y análisis de las imágenes locales que los diferentes grupos involucrados tienen de Chascomús y la posterior construcción de una imagen consensuada contribuye a reducir la incertidumbre de los actores locales ofreciéndoles un discurso de representación que funcione como marco para el desarrollo económico.

Esta dimensión simbólica de la localidad es una consecuencia de la explotación de los recursos existentes, pero además una potencialidad en virtud de ellos. El desarrollo efectivo de la dimensión simbólica determina posiciones económicamente estratégicas.

Así, los recursos simbólicos tienen un doble efecto en el ámbito local, ya que por un lado refuerzan la legitimidad de quienes los utilizan y por otro, desarrollan un campo de consentimiento social para la acción. Es por ello que su efecto sobre el desarrollo turístico y el desarrollo local no es tangencial sino estratégico ya que contribuye al funcionamiento político de la localidad, a la articulación colectiva de problemas y sus respuestas, al mantenimiento de una relativa homogeneidad discursiva entre los habitantes de un espacio común.

A partir de considerar la relación existente entre estos aspectos simbólicos y la acción, se indagan y analizan además las formas de participación/ asociatividad local, entendiéndolas como modalidades de cooperación y coordinación de acciones instrumentales orientadas al entendimiento entre los diferentes sectores locales, donde existe un reconocimiento del otro como igual al interior del espacio local.

Se analiza la construcción simbólica de Chascomús, a través de la descripción y análisis de la imagen local y la imagen turística que poseen los diferentes actores involucrados en la actividad: habitantes, prestatarios de servicios turísticos y turistas, proyectándose una comparación del contenido de esta imagen que integra aspectos tales como:

- definición de la localidad
- definición del habitante
- principales problemas locales
- motivo de elección de la localidad para vivir o visitar
- modalidades de apropiación simbólica y material del espacio local
- visión del turismo
- opinión sobre puntos fuertes y débiles para el desarrollo de la actividad turística
- apreciación sobre los efectos positivos y negativos de la actividad
- opinión sobre el sector de mayor incidencia en el desarrollo de la actividad
- apreciación sobre el sector que obtiene mayor beneficio de la actividad
- visión de la oferta turística local en función etárea y socio-económica
- opinión sobre las perspectivas del turismo en la localidad.

Además, se analiza la trama asociativa y los cauces de participación de los actores involucrados (habitantes y prestatarios) en el desarrollo turístico local considerando los siguientes aspectos:

- participación en instituciones locales
- desarrollo de actividades en conjunto con otras empresas
- desarrollo de actividades en conjunto con el sector público
- conocimiento del Plan Estratégico Local

- opinión sobre proyecto público/ privado más importante para la localidad
- apreciación sobre la gestión municipal en aspectos turísticos
- competencia para la resolución de problemas que afectan al sector

Por otra parte, cabe consignar que el estudio, tal como se consigna en la introducción, se realiza en el marco de los objetivos generales planteados en relación al proyecto integral:

1. apreciar la significación y la incidencia de la actividad turística en relación al ambiente, la sociedad y la economía,
2. formular un diagnóstico de estado y tendencia de la actividad turística, de la actuación pública y de la gestión privada,
3. concebir estrategias de desarrollo y formular un programa de proyectos y acciones tendientes a inducir un devenir más sustentable y sostenido,
4. concebir y proponer un proceso de articulación e integración creciente de los diferentes agentes y operadores del sector,
5. propiciar un proceso de comprensión y disposición de la sociedad respecto de la actividad turística y recreativa.

1. IDENTIDAD LOCAL

Según los datos que surgen de los resultados arrojados por el Plan Estratégico Local de Chascomús¹, la identidad y el patrimonio histórico local son considerados como valores y elementos diferenciadores de Chascomús. Sin embargo, esta identidad se percibe como debilitada por diferentes procesos, planteándose que no está siendo aprovechada como elemento dinamizador de cambios necesarios.

Además, este informe plantea que el Municipio de Chascomús constituye un territorio de gran variedad y riqueza cultural y natural, contando con un valioso patrimonio natural, histórico y cultural, cuyo reconocimiento se ha reflejado en una tradición en el ámbito de la recreación y el turismo.

Respecto de la identidad productiva local, se observa que el sector primario se apoya fundamentalmente en las actividades ganaderas, que en los últimos años han desarrollado una fuerte intensificación acompañada de

la concentración en la propiedad de las explotaciones agropecuarias, lo que determina establecimientos de mayor tamaño promedio.

El sector secundario, que a principios de los años 80, tenía una fuerte presencia en la generación de riqueza y empleo, sufrió el impacto de las políticas nacionales de desindustrialización de los 90. Esta caída del sector industrial estuvo acompañada por una gran absorción del empleo en el sector público municipal, es decir que el sector público ha actuado como amortiguador del impacto del derrumbe industrial.

Como consecuencia de las características del sector primario, y de la tendencia del sector industrial, el sector terciario muestra un sub-sector comercial y de servicios débil, que refleja los sucesivos eslabonamientos y escala de los restantes sectores con cierta tendencia de la población a desplazar sus consumos a la metrópolis, provocando la falta de identidad del sector céntrico – comercial de la ciudad.

Por último, el diagnóstico realizado plantea que Chascomús cuenta con un importante núcleo dedicado a las actividades turísticas, que ha registrado un crecimiento en su capacidad receptiva, por el desarrollo de nuevos emprendimientos. Este crecimiento también se ha visto acompañado por servicios complementarios como restaurantes, gastronomía, actividades de esparcimiento, etc.

En este sentido, cabe destacar que en los talleres de diagnóstico del Plan Estratégico se registró la percepción de un desaprovechamiento del potencial del turismo, ligándose a esto la indefinición respecto del tipo de producto turístico a generar y el consecuente encadenamiento de acciones para realizar propuestas en esas líneas.

Además, se mencionó la falta de sustentabilidad de las acciones en pos del turismo, se marcó la preocupación por el inadecuado uso del espacio turístico, la carencia de infraestructura y la falta de conciencia de la ciudadanía sobre los beneficios del turismo como actividad económica.

Como resultado del diagnóstico, el informe menciona algunos temas críticos, es decir aquellos que por su carácter, dimensión o localización, tienen efectos estructurantes y por lo tanto inciden significativamente en el actual desarrollo local:

1. Chascomús tiene una estructura económica diversificada pero con importantes debilidades.
2. Las actividades turísticas podrían constituir una importante fuente de generación de empleo y riqueza, presentándose problemas en cuanto a infraestructura, equipamiento y gestión.

Respecto de este último tema, en el informe se describe una visión de los actores locales que sostiene que la fuerte estacionalidad finisemanal, el tipo de usuarios y el tipo de actividades recreativas que se practican en Chascomús, no generan una escala de consumos que movilice importantes encadenamientos productivos locales.

También se sostiene la percepción por parte de los prestadores turísticos de que los escasos encadenamientos del sector con el resto de la economía se explican por una actitud confrontativa de lo local vs. lo foráneo.

La falta de una política integral para el turismo, un marco legal poco desarrollado que genera vacíos legislativos, la ausencia de una imagen de marca turística consolidada y la falta de articulación de las acciones en curso, sumados a la escasa conciencia turística local, se perciben como los principales problemas que afronta el desarrollo de esta actividad.

Por último, cabe consignar la observación de que la escasa participación es identificada tanto en las personas como en las instituciones. Las entidades no gubernamentales poseen escasas capacidades de gestión y de articulación con otras entidades. En su mayoría orientan su accionar hacia la organización de demandas que son instaladas luego en la esfera de las responsabilidades municipales.

Estas conclusiones del PECH, que se vinculan al análisis de la dimensión socio-cultural de Chascomús, se toman como base del diagnóstico a realizar y como complemento para la interpretación de la información obtenida de acuerdo a los objetivos planteados en el presente proyecto.

2. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

2.1. IMAGEN DEL ESPACIO LOCAL Y SU GENTE

1. Respecto de la **definición de la localidad**, al consultarse a los diferentes grupos acerca de las características que distinguen y diferencian a Chascomús de otros lugares, puede observarse que habitantes prestatarios y turistas valoran fundamentalmente las condiciones de *tranquilidad* y *atractividad* del lugar.

No obstante, dada la particular situación de cada grupo de actores, se constata que mientras habitantes y turistas priorizan la *tranquilidad*, los prestatario la *atractividad*. Por otra parte, a partir de las entrevistas realizadas, se observa la apreciación y valoración de Chascomús como ciudad *de interior*

con posibilidades de crecimiento debido a su cercanía y vínculo estrecho con la ciudad de Buenos Aires.

No obstante, al tomar como complemento de la información obtenida en las encuestas, las opiniones vertidas en las entrevistas realizadas a actores/agentes turísticos², surge que, si bien los rasgos anteriormente mencionados son percibidos por la mayoría y variedad de actores locales vinculados de diferente modo con el turismo, al poseer un alto grado de generalidad, devienen en una imagen local difusa y en consecuencia inespecífica.

Lo anterior puede interpretarse como consecuencia de un proceso observable donde, en el marco de una creciente competitividad de los destinos con potencialidad turística en el interior bonaerense, se reproducen tendencias homogeneizadoras, no tanto por destinos-lugares sino por productos para determinado tipo de turistas, según nuevas tendencias en sus preferencias.

2. Al considerar las visiones sobre los **principales problemas locales**, puede constatarse que tanto habitantes como prestatarios destacan la *inseguridad*, el *problema del agua* y la *falta de servicios urbanos*. Sin embargo, en tanto los habitantes priorizan la inseguridad creciente, los prestatarios destacan el problema del agua y agregan la consideración de la *insuficiencia de servicios turísticos*. Además, cabe consignar que a diferencia de estos dos sectores, los turistas consultados *no observan* problemas locales. Así, puede inferirse que la diferencial situación de los grupos consultados denota la diferente apreciación y priorización de los problemas locales.

3. Respecto del **motivo de elección** de Chascomús para vivir o para visitar, según el sector de que se trate, se observa que tanto habitantes como prestatarios mencionan el hecho de *haber nacido allí*, *la familia* y *el agrado por el lugar*; no obstante, los habitantes mencionan además *la tranquilidad*, en tanto que los prestatarios *el trabajo*. Por su parte, los turistas plantean como principales motivos *la recurrencia*, *la proximidad* y *el disfrute*. En relación a este tema también puede inferirse que la diferencial situación de los grupos consultados denota la diferente apreciación y priorización de los motivos de elección de Chascomús.

4. Al considerar la **definición del habitante** de Chascomús, puede constatarse, en el caso de los habitantes, la mención de cualidades tales como *amigable*, *amable*, *cordial*, *solidario*, *generoso*, *honesto* y en el caso de los prestatarios, la prevalencia de *atributos positivos* por sobre los *negativos*.

Además, y en relación a este aspecto, de la consulta a los turistas acerca de la calidad de la atención por parte de los residentes, se observa una apreciación entre *muy buena* y *buena*.

Al respecto, cabe consignar que se observa en general una apreciación positiva de los distintos actores consultados sobre los habitantes de Chascomús.

No obstante, al analizar las percepciones de los entrevistados sobre el tema, se observa la apreciación de los *chascomunenses* como personas poseedoras de rasgos característicos de las ciudades chicas, homogéneas, conservadoras y tradicionalistas. Además, se sostiene la falta de conciencia turística y el descreimiento de la población local en general, acerca de que la economía de Chascomús pueda basarse o complementarse con el turismo, mencionándose actitudes de indiferencia y apatía en aquellos sectores con escasa o nula vinculación con la actividad.

5. Con el fin de indagar sobre las **modalidades de apropiación simbólica y material del espacio local** por parte de los actores consultados, en el caso de los habitantes se analizan las **actividades preferentes** en temporada alta y baja y en el caso de los turistas, las **actividades realizadas** durante la estadía en Chascomús.

Al respecto se observa en los residentes la valoración general de contextos que permitan el descanso y la tranquilidad, no obstante, en temporada alta, se destacan las preferencias por *ir a la laguna, pasear por la ciudad y caminar por la costa del lago*, en tanto que en temporada baja prevalecen únicamente las opciones de *pasear por la ciudad y caminar por la costa del lago*. Por su parte, los turistas optan por *caminar por la costa y pasear por el lugar* y en menor medida, por *ir a pescar*. A partir de las respuestas observadas, cabe consignar la importancia y coincidencia en la valoración y uso por parte de turistas y residentes del espacio de la laguna y su entorno, durante todo el año, como contexto que permite el descanso y la tranquilidad.

2. 2. VISION DEL TURISMO

1. De la consulta a turistas y prestatarios acerca de las características de la **oferta turística de Chascomús en función socio-económica**, surge que ambos grupos plantean en primer lugar que la ciudad tiene una oferta turística dirigida a personas con *nivel de ingresos medio*. No obstante, respecto del segundo y tercer lugar, el primer grupo menciona *nivel de ingresos medio alto* y *alto*, en tanto que el segundo grupo destaca *de todos los niveles* y *nivel de*

ingresos medio alto. Al respecto, cabe consignar la diferente apreciación acerca de la accesibilidad económica del destino Chascomús, ya que mientras los prestatarios consideran su oferta turística más incluyente, los turistas parecen percibirla más excluyente.

2. De la consulta a turistas y prestatarios acerca de las características de la **oferta turística de Chascomús en función etárea**, se observa la coincidencia de que ambos grupos plantean que la ciudad tiene una oferta de actividades y lugares *para todos en general* que incluyendo a la *familia*.

3. Al indagar la opinión de los habitantes acerca de los **efectos de la actividad turística**, puede constatar que mientras los positivos que se mencionan están vinculados con aspectos tales como *crecimiento económico y trabajo*; los negativos se asocian, en orden de importancia, con *la suciedad, la congestión en el tránsito, la contaminación y la saturación*, además de un relativo porcentaje que plantea *ninguno*. Cabe consignar que la tendencia observada manifiesta la percepción por parte de los habitantes, de que los efectos positivos del turismo están vinculados a su aspecto económico, en tanto que los negativos se corresponden con su aspecto ambiental.

4. Al indagar las opiniones sobre los **puntos fuertes para el desarrollo del turismo** en Chascomús, surgen coincidencias, ya que tanto habitantes como prestatarios destacan *la laguna, la proximidad con Buenos Aires, la naturaleza y la tranquilidad*. De la consulta sobre los **puntos débiles para el desarrollo del turismo** en Chascomús surgen diferencias, ya que mientras los habitantes mencionan la *falta de actividades recreativas*; los prestatarios destacan la *falta de servicios turísticos, de actividades recreativas y de infraestructura*. Las opiniones vertidas denotan una mirada más crítica por parte de los prestatarios acerca de las debilidades del desarrollo del turismo en Chascomús, lo que puede asociarse a su mayor cercanía y vinculación con la actividad.

5. Respecto de la opinión sobre el **sector con mayor incidencia en el desarrollo de la actividad turística** en Chascomús, se observa que mientras los habitantes destacan en orden de importancia, *alojamiento hotelero y gastronomía*, con un significativo porcentaje de *no sabe/ no contesta*; los prestatarios responden en primer lugar *gastronomía*, en segundo lugar *alojamiento extrahotelero* y en tercer lugar *alojamiento hotelero*.

Lo observado permite inferir que la diferente ubicación de cada grupo respecto de su relación directa o indirecta con la actividad, plantea

distintas percepciones acerca del sector que tiene mayor incidencia en el desarrollo de la actividad, así como también un mayor desconocimiento por parte de los habitantes sobre el tema.

6. Respecto de la opinión sobre el **sector que obtiene mayor beneficio del desarrollo de la actividad turística**, se constata que mientras los habitantes mencionan en orden de importancia *alojamiento hotelero* y *gastronomía*, con un significativo porcentaje de *no sabe/ no contesta*; los prestatarios mencionan en primer lugar *gastronomía*, en segundo lugar *alojamiento hotelero* y en tercer lugar *alojamiento extra-hotelero*.

También en este caso, los resultados observados permiten inferir que la diferente ubicación de cada grupo respecto de su relación directa o indirecta con la actividad plantea distintas percepciones acerca del sector que obtiene mayor beneficio del desarrollo de la actividad, así como también un mayor desconocimiento por parte de los habitantes sobre el tema.

7. Al indagar sobre la opinión de los prestatarios acerca de las **perspectivas del turismo en la localidad**, se observa que la mayoría opina que *mejorará*, en primer lugar, por la *accesibilidad* del destino, en segundo lugar, por el *crecimiento de la afluencia* y en tercer lugar, por *crecimiento de servicios*. Además, a partir de las entrevistas realizadas a actores/ agentes turísticos locales, se constata que el turismo es considerado un factor de desarrollo importante para el sector de prestadores de servicios, reconociéndose su crecimiento en los últimos años, destacándose la importancia de las inversiones realizadas, mencionándose como aspectos positivos, las ventajas del entorno, la cercanía con el mayor centro emisor del país, los buenos accesos y la primacía de emprendimientos de gente de afuera radicada en Chascomús.

No obstante, surgen de esta misma fuente algunos aspectos negativos del turismo a considerar, en especial la indefinición del tipo de destino a generar y la falta conciencia turística. También se destaca la necesidad de diversificar la oferta y extender las posibilidades de ofrecimiento al turista más allá del alojamiento y la gastronomía, así como la importancia de regular la actividad especialmente en lo que respecta a la oferta de servicios de alojamiento y al cuidado del ambiente.

2. 3. PARTICIPACION / ASOCIATIVIDAD

1. Respecto de la **participación en instituciones locales**, si bien se observa que tanto en el caso de los habitantes como en el de los prestatarios, es visiblemente mayor la proporción de personas que *no participan* respecto de las que sí lo hacen; cabe consignar que la tendencia se acentúa en el primer grupo.

No obstante, al consultar a los prestatarios que sí participan acerca del **desarrollo de actividades en conjunto con otras empresas**, se constata que una importante proporción lo ha hecho. Lo mismo ocurre respecto del **desarrollo de actividades en conjunto con el sector público**. Lo anterior permite inferir que, en un marco de predominio de *no participación*, los prestatarios demuestran mayor dinámica y asociatividad.

2. De la consulta sobre el **proyecto público/ privado más importante para la localidad**, surge que mientras en el caso de los habitantes se observa dispersión en la distribución de las respuestas, siendo las más significativas *empresas que generen oportunidades y empleo, servicios básicos, más escuelas, red de agua y sistema de salud*; en el caso de los prestatarios, es clara la tendencia en la selección de los temas que además se circunscriben a la problemática turística: *recreación, gestión turística/ urbana, recuperación/ preservación, alojamiento/ hotelería*.

Al respecto, cabe consignar las distintas percepciones de habitantes y prestatarios, dado el diferente grado de vinculación con el turismo. No obstante, la dispersión observada en las respuestas de los habitantes, permite inferir un escaso conocimiento y toma de posición acerca de las posibles soluciones a los problemas locales. No ocurre lo mismo en el caso de los prestatarios, donde puede constatare claridad en la dirección de las respuestas, cobrando una relevancia especial los temas vinculados con la prestación de servicios turísticos y la necesidad de control y regulación de la actividad.

3. Respecto de la **opinión sobre la gestión municipal en aspectos turísticos**, se observa que mientras los habitantes consultados plantean que ésta es principalmente *regular y buena*; los prestatarios la califican mayoritariamente como *buena* y luego *muy buena*. No obstante, de la consulta a prestatarios acerca de la **competencia para la resolución de problemas que afectan al sector turístico**, surge que la gran mayoría de ellos plantea que es el sector público quien debe hacerlo.

4. Al indagar sobre el **conocimiento sobre Plan Estratégico local**, se observa que la proporción de habitantes que *no lo conoce* es marcadamente mayor que en el caso de los prestatarios, donde se constata un mayor conocimiento del mismo además de una alta *participación*. Por último, de la información obtenida a partir de las entrevistas y en relación al tema de la participación y la asociatividad, cabe consignar la participación y dinámica de la *Asociación de Colaboración Empresaria (ACE)*, como la institución del sector privado de prestación de servicios con mayor peso y representación, donde la mayoría de los asociados son prestadores directos y existe una minoría de prestadores indirectos, agrupando a la mayoría de la oferta de servicios turísticos. Respecto a su dinámica interna y relación con la gestión local, se observa que en este último tiempo la vinculación con el sector público, así como la integración y complemento entre sus partes se ha visto modificada.

3. APRECIACIONES

RESPECTO DEL SUSTENTO SOCIO- CULTURAL

Del análisis de la información existente (encuesta a habitantes, prestatarios y turistas y entrevistas a actores/agentes turísticos locales realizadas in situ) y a partir del diagnóstico realizado se realiza una conclusión preliminar, destacando las siguientes cuestiones:

Si bien existe coincidencia entre los actores consultados acerca de la definición del espacio local, observándose un consenso respecto de sus rasgos predominantes, a saber *atractividad y tranquilidad de interior*, al poseer un alto grado de generalidad, devienen en una imagen local difusa y en consecuencia inespecífica.

Este hecho plantea la necesidad de un modelo de representación colectiva orientado hacia la diferenciación/ distinción de Chascomús respecto de otras localidades turísticas del interior bonaerense, que otorgue un sentido para su articulación interna, determine los enclaves relevantes y justifique la intervención y las modificaciones sobre los mismos.

En este sentido, se propone la elaboración de una nueva imagen de localidad y a partir de ello una nueva imagen turística que, mediante programas de educación y concientización implique la unificación de esfuerzos y criterios de los distintos actores locales generados en el desarrollo de intereses comunes de cambio a partir del desarrollo turístico.

Además, cabe consignar la consideración por parte de los prestatarios acerca de la necesidad de diversificar la oferta y extender las posibilidades de ofrecimiento al turista más allá del alojamiento y la gastronomía, y la importancia otorgada a la necesidad de regular la actividad especialmente en lo que respecta a la oferta de servicios de alojamiento y al cuidado del ambiente.

La *diversificación* del producto actual, permitiría lograr la necesaria *diferenciación*, añadiendo productos de acuerdo a las posibilidades del territorio y a las disposiciones de los actores locales, abarcando a un segmento más amplio de turistas; y diversificar mercados, alternando diferentes tipos de turistas; para lograr así una *diferenciación del lugar*, contemplando la calidad de los servicios, la formación de recursos humanos y la preparación de la población local para la recepción y trato con el turista.

Por otra parte, se destaca el hecho de que, en un marco de predominio de “no participación”, los prestatarios demuestran una mayor dinámica de participación/ asociatividad respecto de los habitantes. Esta tendencia se reafirma al considerar las diferencias observadas entre los dos grupos con respecto al conocimiento y toma de posición acerca de las posibles soluciones a los problemas locales, y a su conocimiento y participación en el Plan Estratégico Local.

Por último, del análisis realizado a partir de las opiniones vertidas por los diferentes actores acerca de los distintos aspectos de la dimensión socio-cultural, tanto en lo referido a la construcción de imágenes como en lo referido a la participación/ asociatividad, se destaca la importancia general atribuida de forma manifiesta o latente, a aquellos aspectos relacionados con la *regulación y control* de la actividad turística local en pos de un desarrollo sustentable.

Sin embargo, la incidencia que puedan tener las regulaciones y disposiciones que establecen el marco de la gestión local del turismo, así como los grupos de interés y las redes asociativas, dependerá de una previa *definición de la localidad*, ya que el éxito de cualquier propuesta de cambio turístico local descansa en su aceptación y uso por parte de aquellos sectores interesados no sólo en su valor de cambio, sino también en su valor de uso.

A partir de lo planteado hasta aquí surgen conceptos como definición del espacio local, definición del turismo local, diferenciación del espacio local, diferenciación del producto turístico local, diversificación turística, participación y regulación/control de la actividad turística local, que pueden ser utilizados como ideas fuerza que sustenten las propuestas de acción.

En relación al diagnóstico realizado y a las ideas fuerza planteadas se propone considerar las siguientes temáticas en espacios de concertación como ejes transversales que articulen la puesta en marcha de proyectos:

- Reconocimiento y valoración de Chascomús
- Reconocimiento y valoración del turismo en Chascomús
- Desarrollo turístico y desarrollo local en Chascomús
- Significación y resignificación de los recursos turísticos
- Promoción de políticas y planificación turística sustentable

BIBLIOGRAFIA

SANTANA Talavera, A. (2003) *Mirando Culturas: la Antropología del Turismo en Rubio Gil*, A. comp. Sociología del Turismo. Ed. Ariel. Barcelona.

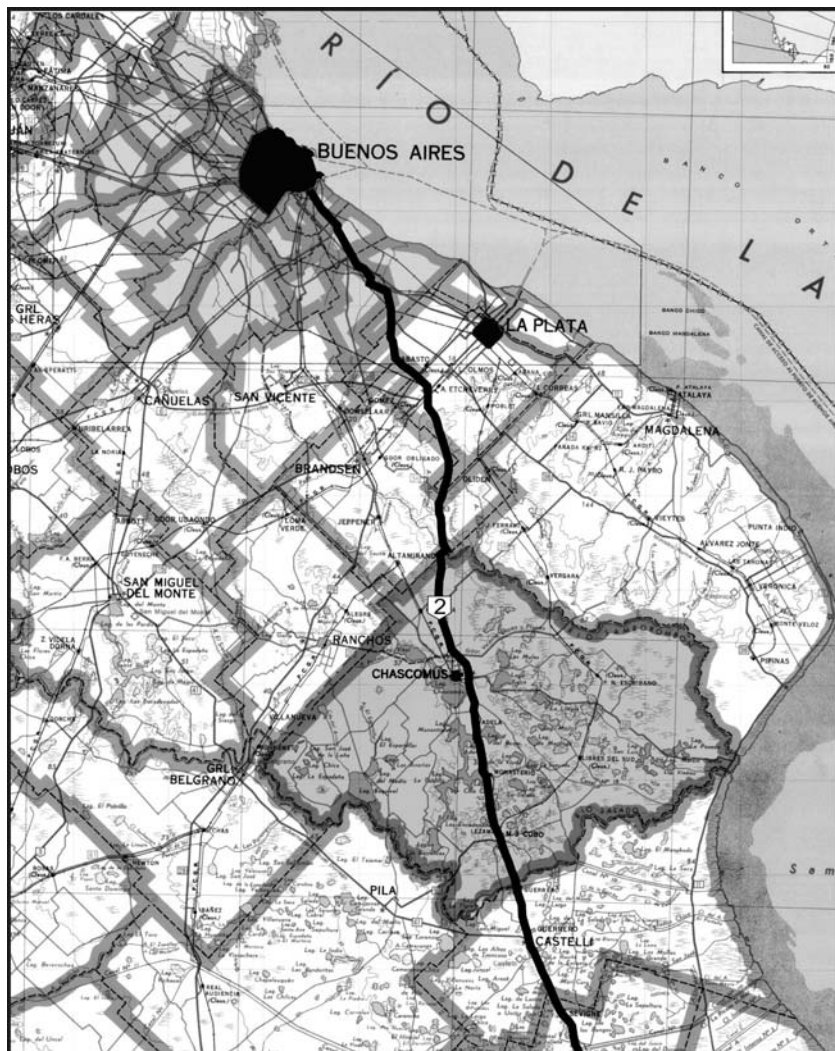
ORMACHEA Choque (2006), *Diálogo y Concertación*. Centro Canadiense de Estudios y Cooperación internacional. Perú.

PECH. Plan Estratégico Chascomús. (2005/2007) Diagnóstico y lineamientos estratégicos. Secretaría de Planificación. Municipalidad de Chascomús.

ZAPATA Campos M. (2003) *Los agentes turísticos: una aproximación desde la Sociología y la Ciencia Política en Rubio Gil*, A. comp. Sociología del Turismo. Ed. Ariel. Barcelona

¹ PECH. Plan Estratégico Chascomús. Diagnósticos y lineamientos estratégicos. 2005 – 2007. Secretaría de Planificación. Municipalidad de Chascomús..

² Un agente se define como aquello que tiene poder para producir un efecto, por lo tanto un agente turístico se define como la persona, grupo o institución con poder para generar un efecto sobre la actividad turística, es decir con capacidad de intervenir, modificar o influir el curso del sector. (Zapata Campos, 2003)



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA / AÑO 2009 /base MOSP Dirección de Geodesia 1987

VIII. DESARROLLO TURISTICO DE CHASCOMUS: DESAFIOS Y ESTRATEGIAS

Juan Carlos Mantero

1. INTRODUCCION

La diagnóstico de los sustentos de la actividad turística al identificar los atributos y las condiciones del escenario plantea cuestiones cuya gradual superación define la posibilidad de conferir destino y superar la fase actual en su tránsito de destino recreativo localizado a turístico nodal de Chascomús. El desarrollo turístico de Chascomús, supone la identificación de las estrategias apropiadas para afrontar y superar las cuestiones consignadas en relación a los sustentos de la actividad.

A fin de afrontar las cuestiones identificadas, los objetivos del desarrollo conducen a la definición de las estrategias de desarrollo turístico del Municipio que se plantean y la proposición de las acciones que competen al sector público y al sector privado. Su formulación responde una visión sintética de las cuestiones y desafíos consecuentes.

El territorio

Las condiciones y los atributos de *la actualidad* turística y recreativa en su confluencia en la laguna y su entorno urbano y natural inmediato adyacente implican un repliegue que reduce el escenario de un desarrollo turístico respecto de la *potencialidad* turística territorial, cuya accesibilidad le permite asumir y *nodalizar* un territorio más extenso de condiciones y atributos naturales y rurales que amplíen su paisaje y escenario de actividades recreativas y turísticas.

La condición de integrar la llanura bonaerense, la Cuenca del Salado, el archipiélago de las lagunas Encadenadas y el entorno de la localidad excede incluso los límites del Municipio, desborda los ríos que le limitan y transversaliza las rutas que le atraviesan.

La condición respecto de la relación municipio - región no agota la problemática territorial del Municipio en tanto media una situación de relativa desconexión vial que incide en la necesaria integración territorial del municipio, en su plausible y posible inclusión turística, a escala de recursos, del litoral y del interior y en la deseable articulación del producto mar y pampas.

El habitante y el visitante

En apreciación reciente a propósito de la calidad de vida del habitante de Chascomús los encuestados coinciden y su coincidencia permite inferir una conformidad del habitante respecto de su hábitat como espacio y oportunidad de convivencia, sin perjuicio de consignar carencias.

En tal apreciación no sería ajena la relación visitante – habitante durante la periódica y breve presencia de fin de semana y el visible aunque acotado impacto de la visita recreativa o turística, que no perturba sensiblemente la cotidianeidad del residente, en tanto acusa una disposición diseminada primordialmente en torno a la laguna y los espacios verdes adyacentes, escenario de la expansión recreativa del habitante.

En Chascomús no se produce el impacto turístico de percibir ajeno lo propio, como suele plantearse en centros turísticos por la disposición de la afluencia en densidad, espacio y tiempo, y en tanto las acciones y obras destinadas a la actividad recreativa no implican exclusión del habitante respecto de la actividad y puede encauzarse su participación necesarios en la dinámica de desarrollo que es menester imprimir.

El desafío

La referencia a la comunidad y al territorio plantea el necesario y creativo desafío de estimular el sentido de pertenencia de la comunidad y de propiciar la interconexión del territorio municipal, ya indicado en PECH, y que no obstante trascender la actividad turística tiene relevante incidencia en su devenir futuro.

Fortalecer la identidad del Municipio, implica asumir el sentido de pertenencia y de influencia a través de la apropiación simbólica del territorio que trasciende el dominio invocado y los límites administrativos, recuperando la unidad, la escala y la calidad no solo del escenario urbe – laguna sino el paisaje natural y cultural accesible a partir de Chascomús.

La aspiración de realizar la potencialidad turística excede la realidad recreativa actual y supone superar el crecimiento de *más de lo mismo* y atendiendo a la identificación del residente con su territorio, concebir y realizar acciones y obras que, aún destinadas al turista, consulten sus necesidades y sus aspiraciones y resulten compatibles y factibles de integrar.

Al promover la proyección territorial de la actividad por relación a los municipios inmediatos que le integran y a la micro región susceptible de

integrar, significa incrementar la fluencia de los turistas, generar una alternativa de puesta en valor del paisaje y de la cultura del interior e integrar al municipio en la opción turística mas amplia y diversa.

La participación del habitante debiera ser más intensa y participar y compartir la puesta en valor y en desarrollo de su lugar de vida, ámbito de realización personal y social. La puesta en valor de la actividad turística debiera rescatar para el habitante el valor ambiental de los espacios naturales, el valor patrimonial de los ámbitos arquitectónicos, el valor testimonial de la producción creativa, el valor social de las condiciones urbanas y de las relaciones de convivencia.

Programas y proyectos concebidos en función de desarrollo turístico, primordialmente de los atributos de la calidad, al permitir el consideren al residente en su participación en referencia a las acciones, su accesibilidad en referencia a las obras privadas y su apropiación en referencia a los emprendimientos urbanos.

El acceso a un atractivo, la apertura de un equipamiento, la realización de un espectáculo, la convocatoria a un evento, etc. tanto tienden a satisfacer necesidades y expectativas del visitante cuanto del habitante contemplando convocatorias inclusivas, que permiten al turista conocer y apreciar el destino y al habitante conocer y dándose a conocer construir el destino.

Al margen de la primordial competencia que le cabe a los habitantes y a las instituciones sociales y culturales del Municipio en la tarea de asumir y desarrollar la identidad cultural de la comunidad radicada en su territorio, generando densidad y motricidad social necesaria a cualquier alternativa de desarrollo local y singularmente al turístico, la Municipalidad tiene la responsabilidad de convocar y liderar dicho proceso a sustentar en acciones apropiadas

La integración territorial en función turística y recreativa no es de competencia exclusiva de un actor social sino de responsabilidad inclusiva de la comunidad, en tanto beneficiaria de la proyección regional, y de inexcusable presencia del municipio en tanto su realización se sustenta acciones convocantes de persuasión y gestión a diferentes niveles y diversos sectores de actuación.

2. PROPOSICIONES RESPONSABLE

Atento la modalidad adoptada para el diagnóstico, las proposiciones de puesta en valor de la actividad turística y recreativa para afrontar el desafío de contribuir más y mejor al desarrollo local y regional de

Chascomús se encauzan en relación a cada uno de los sustentos objeto del diagnóstico, consignando la idea fuerza que les inspira e identificando los proyectos de acciones apropiadas.

No obstante postularse en relación a los sustentos, las diferentes estrategias no excluyen la congruencia integral de su concepción y contemplan la transversalidad que les impone su relación y su realización. Aunque de la entidad de cada programa puede inferirse el área y/o sector de competencia pública y privada, se estima que tal asignación le compete a los actores involucrados cuyo consenso es inherente a la eficiencia sin perjuicio de apelar al PECH brújula y referencia indispensable en la gestión integrada del desarrollo.

La formulación sucesiva de las estrategias, los programas y los proyectos no supone necesariamente asignar prioridades. La secuencia y oportunidad de las acciones a realizar será consecuencia del proceso que, una vez conocido el diagnóstico y la propuesta en torno a la actividad, a partir de la constitución del foro de participación, deliberación y proposición, en convocatoria compartida de los actores institucionales involucrados, contemple la agenda de proyectos en el contexto de necesidades y posibilidades, intereses y oportunidades.

SUSTENTO AMBIENTAL

Idea Fuerza: *Chascomús: un medio ambiente singular y diferente.*

Estrategia: Sensibilizar respecto de la cuestión ambiental.

Programa: Educación Ambiental.

Objetivo: Promover la conciencia ambiental en la comunidad local

Proyecto 1: Plantear la problemática ambiental en cada nivel de educación

Proyecto 2: Afrontar la responsabilidad ambiental respecto de la laguna y la ciudad.

Idea Fuerza: *Lagunas Encadenadas: un sistema ambiental*

Estrategia: Asumir la unidad ambiental de los recursos naturales.

Programa: Gestión Ambiental

Objetivo: Valorizar el Sistema de las Encadenadas como ambiente recreativo.

Proyecto 1: Chascomús destino turístico de interés ambiental

Proyecto 2: Chascomús producto ecoturístico de biodiversidad

Proyecto 3: Promover áreas naturales protegidas de ambientes singulares

SUSTENTO SOCIO INSTITUCIONAL

Idea Fuerza: *El desarrollo turístico en la agenda municipal*

Estrategia: Asumir las implicancias turísticas de proyectos y acciones locales y de las implicancias diversas de proyectos y acciones turísticas.

Programa: Transversalizar la apreciación turística en la consideración de la problemática objeto de gestión municipal.

Objetivo: Posicionar la actividad turística en la proyección y evaluación de las decisiones municipales y de las oportunidades regionales.

Proyecto 1: Acreditar la gestión turística a nivel de Secretaría, transversalizar su gestión respecto a temas que le involucren y priorizar la co gestión en relación a acciones recreativas en cultura y deportes.

Proyecto 2: Asumir la necesaria contribución de la actividad turística al desarrollo local y regional, convocando actores, concebiendo políticas, formulando proyectos y monitoreando acciones.

Idea Fuerza: *Conciencia socio-institucional en la actividad turística.*

Estrategia: Realizar gestión participativa generando espacios propicios de articulación y cooperación entre unidades y entidades relacionadas e involucradas en el devenir turístico

Programa: Conciencia institucional turística.

Objetivo: Disponer de un ámbito deliberativo y proposicional con participación de las áreas pertinentes del sector público, las entidades y empresas del sector privado e instituciones del tercer sector y de ciencia y técnica relacionados.

Proyecto 1: Crear un foro de participación, deliberación y proposición en torno a temas de interés turístico en función del desarrollo local y regional impulsado y coordinado por el área municipal de competencia.

Proyecto 2: Promover la formación de recursos humanos con responsabilidad en la actividad turística, a través de actividades de formación genéricas y especializadas en relación a problemas, competencias y/o roles

Proyecto 3: Concebir y promover niveles de creciente exigencia en torno a las condiciones de desempeño de la gestión municipal y de la gestión privada de los servicios urbanos y turísticos.

SUSTENTO TURISTICO RECREATIVO

Idea Fuerza: *Chascomús: nodalidad turística*

Estrategia: Concebir Chascomús como un destino turístico territorial.

Programa: Creación de productos turísticos diferentes articulables en producto global.

Objetivo: Ampliar la singularidad y la diversidad de productos turísticos.

Proyecto 1: Opción definida por el desarrollo integral y equilibrado de la actividad turístico recreativa

Proyecto 2: Puesta en valor y en escena accesible, atrayente y eficiente de los recursos naturales y culturales.

Proyecto 3: Puesta en operación y en calidad de los servicios turísticos y afines del centro urbano y su entorno.

Idea Fuerza: *Chascomús: naturaleza y cultura - paisaje y escenario*

Estrategia: Posicionar Chascomús como destino uno y diverso, producto global y plural.

Programa: Alternativas opcionales de interés turístico.

Objetivo: Reconocer y recrear espacios y oportunidades, lugares y acontecimientos atrayentes.

Proyecto 1: Gestión turística en tiempo y espacio de bienes culturales tangibles e intangibles.

Proyecto 2: Gestión cultural en tiempo y espacio de actividades y servicios urbanos y turísticos

Idea Fuerza: *Chascomús: más que un destino... un lugar*

Estrategia: Identificar, reconocer y conferir sentido a sendas, mojones y nodos urbanos

Objetivo: Auspiciar y promover el rol creativo y recreativo de la ciudad.

Programa: Experiencias y vivencias creativas y recreativas en espacios públicos.

Proyecto 1: Relacionar espacios actuales y acontecimientos del ayer en el territorio municipal.

Proyecto 2: Relacionar lugares del ayer y actividades actuales en el territorio regional

Idea Fuerza: *Chascomús: más que una estación... una oportunidad*

Estrategia: Concebir un destino atrayente y perdurable, no estacional ni ocasional

Programa: Agendar el tiempo con actividades y acontecimientos recreativos y culturales.

Objetivo: Constituirse en escenario de convocatorias sociales e institucionales de intereses especiales.

Proyecto 1: Promover Chascomús como ámbito propicio a convocatorias y reuniones de intereses múltiples

Proyecto 2: Reposicionar los acontecimientos locales a nivel regional y de afluencia metropolitana.

Idea Fuerza: *Chascomús: un destino de calidad*

Estrategia: Propiciar la opción de sistemas de gestión de calidad en prestación de servicios.

Programa de comunicación a prestatarios y de formación de líderes en gestión de calidad.

Objetivo: Difundir y acreditar la implementación de sistemas de calidad de gestión en servicios turísticos y no turísticos.

Proyecto 1: Realizar exposiciones, distribuir información y promover a través de los medios los atributos y beneficios de la gestión de calidad.

Proyecto 2: Auspiciar y promover incentivos para implementación y certificación de gestión de calidad.

SUSTENTO SOCIO PRODUCTIVO

Idea Fuerza: *Expansión y diversificación de los eslabonamientos productivos*

Estrategia: ampliar y mejorar la inclusión e integración de las empresas involucradas en la cadena de valor de la actividad turística.

Programa: Integración asociativa de los empresarios de los diferentes servicios turísticos, y afines.

Objetivo: Concebir el producto turístico global a partir de la disposición e integración asociativa y cooperativa de los empresarios y emprendedores.

Proyecto 1: Integrar a los servicios comerciales, partícipes de las actividades y utilidades turísticas, en la resolución de los problemas turísticos.

Proyecto 2: Promover la integración de las empresas en torno a productos genéricos y productos articulables en el producto global Chascomús.

Proyecto 3: Concebir innovadores productos turísticos a partir de la significación y la resignificación de recursos, actividades y servicios.

Idea Fuerza: *Integrar la producción en la actividad*

Estrategia: generar y encauzar el aporte de la producción agropecuaria, artesanal e industrial

Programa: Comprar local y regional

Objetivo: Mejorar la redistribución de los beneficios económicos de la actividad a través de insumos y consumos generados a nivel local y regional.

Proyecto 1: Identificar insumos y consumos de los servicios turísticos y promover su producción local y/o radicable mediante incentivos y asistencia técnica.

Proyecto 2: Identificar la producción local artesanal e industrial de calidad y generar marca de origen productivo asociable a la marca de destino turístico, a través de estímulos e incentivos.

Proyecto 3: Reivindicar la presencia y la producción de artesanos creadores y promover la generación de aprendices de artesanías regionales.

Idea Fuerza: *Fortalecer el entramado empresarial*

Estrategia: Desarrollar las pequeñas y medianas empresas de servicios turísticos.

Programa: Formación de emprendedores y empresarios a nivel gerencial y operacional

Objetivo: crear un entorno favorable para la innovación empresarial y la competitividad del territorio.

Proyecto 1: Identificar necesidades de los empresarios y aspiraciones de los emprendedores de servicios turísticos

Proyecto 2: Promover capacitación en los diversos servicios y las diferentes funciones cuanto la visión integral y asociativa de la actividad

Idea Fuerza: *Convocar el capital a la inversión turística*

Estrategia: *Encauzar la afluencia de inversión productiva en servicios turísticos y recreativos*

Programa: Convocatoria a la inversión privada para realizar emprendimientos turísticos y recreativos

Objetivo: Ampliar diversificando los servicios turísticos y recreativos promoviendo desarrollo

Proyecto 1: Difundir oportunidades de inversión proveyendo información y asistencia necesaria al proyecto y a la gestión de financiamiento.

Proyecto 2: Concebir proyectos y programar acontecimientos a partir de la gestión asociada de empresas de servicios turísticos y recreativos locales

SUSTENTO SOCIO COMUNICACIONAL

de gestión comunicativa promocional

Idea Fuerza: *Municipio y Territorio*

Estrategia: singularizar y acreditar presencia y rol diferencial de Chascomús

Programa de imagen de marca

Objetivo: Concebir imagen de marca que integre y exprese atributos locales y regionales

Proyecto: Desarrollo de una nueva imagen de marca de la región y submarcas por localidades.

Idea Fuerza: *Chascomús Presente*

Estrategia: Promover optimizando los medios de comunicación actualmente empleados.

Programa de promoción y difusión de Chascomús.

Objetivo: Dar a conocer destino y producto global, recursos y servicios, productos y ofertas.

Proyecto 1: Reingeniería del sitio web oficial de promoción turística, atento pautas de la OMT.

Proyecto 2: Difusión en medios de comunicación de alcance nacional y metropolitano especializados en actividades recreativas

Proyecto 3: Difusión a entidades sociales de la metrópoli de Buenos Aires especializadas en actividades recreativas

Proyecto 4: Comunicación e interacción con operadores turísticos metropolitanos

Idea Fuerza: *Chascomús Comunicado.*

Estrategia: Desarrollar capacidades y generar competencias en comunicación y promoción

Programa de formación en información, comunicación y promoción turística

Objetivo: Capacitar a los agentes y operadores turísticos en la gestión promocional y en la aplicación actualizada de tecnologías disponibles

Proyecto 1: Seminario - taller en gestión de marca de destino y de productos turísticos

Proyecto 2: Seminario - taller en gestión y desarrollo de sitios web de promoción turística.

Idea Fuerza: *Chascomús Actualizado*

Estrategia: Propiciar la opción innovaciones en empleo de TICs en servicios turísticos

Programa de incentivos para la incorporación de las TICs

Objetivo: Difundir y acreditar la implementación de las TICs en las instituciones y empresas.

Proyecto 1: Realizar exposiciones, distribuir información y promover a través de los medios.

Proyecto 2: Auspiciar líneas de crédito a tasa preferencial para equipamiento tecnológico.

SUSTENTO SOCIO CULTURAL

Idea Fuerza: valorar y definir el espacio local y el desarrollo turístico en Chascomús

Estrategia: generar consensos respecto de condiciones y valores del espacio local

Programa: Fortalecimiento de capacidades y gobernabilidad mediante generación de consensos y de prevención / resolución de conflicto

Objetivo: Sustentar proyectos que aúnen intereses y generen consenso social en pos del desarrollo turístico.

Proyecto 1: realizar acciones de sensibilización e integración para construir consensos respecto de la definición del espacio local de desarrollo turístico.

Proyecto 2: propiciar acciones, espacios y medios de comunicación y difusión tendientes a una concepción y construcción sustentable de la actividad turística.

Proyecto 3: Seminario - taller de reflexión: Chascomús, destino turístico y desarrollo local

Idea Fuerza: definir y consensuar el producto turístico de Chascomús

Estrategia: Propiciar consensos respecto de los recursos significativos y de los productos turísticos sustentables.

Programa: Generación de consensos y de prevención / resolución de conflictos

Objetivo: Fortalecer y generar espacios de diálogo y concertación, propiciando interacción entre actores involucrados en la actividad turística.

Proyecto 1: Promover la cohesión de los grupos involucrados y desarrollar aptitudes y actitudes para construir acuerdos y administrar conflictos.

Proyecto 2: Significar y resignificar los recursos turísticos y crear consensos para realizar un desarrollo turístico responsable

Las proposiciones presentadas resultan de los diagnósticos realizados a propósitos de los sustentos de la actividad por Graciela Benseny: Socio-ambiental y socio-institucional, Juan Carlos Mantero: Turístico-recreativo, Cristina Varisco: Socio-productivo, Daniela Castelucci: Socio-comunicacional y Bernarda Barbini: Socio-cultural, consecuentes con las premisas planteadas al concebir la propuesta, producto del consenso de

los miembros del equipo responsable, en contribución al necesario debate de la comunidad respecto del futuro de la actividad turística en Chascomús.

El diagnóstico diferencial de cada uno de los sustentos de la actividad turística objeto de consideración cuanto las proposiciones planteadas no excluyen relaciones subyacentes a una problemática que les integra y a una prospección que les proyecta. No obstante es pertinente expresar que las proposiciones planteadas resultan de su apreciación integral y de la articulación realizada a partir de las postulaciones de los responsables de cada uno de los estudios de sustento dimensional de la actividad.

Asimismo, resulta necesario consignar que la decisión respecto de los proyectos que resulten priorizados compete al ente o foro integrado por los agentes y operadores, públicos y privados, responsables de la actividad turística, cuya participación y consenso se torna indispensable al definir la necesidad y oportunidad de su definición y realización, sin perjuicio del rol que, en función de actividades asumidas y recursos afectados, resulte de competencia de áreas o empresas responsables de su programación y desarrollo.

3. REFLEXIONES Y APERTURAS

Donde no hay voluntad, no hay camino, sólo devenir.

Cornelius Castoriades

Actividad turística y desarrollo local

Realizar el diagnóstico y la proposición en torno a la actividad turística de Chascomús adquiere sentido en relación al desarrollo local y regional para que su actual y espontáneo devenir contribuya a generar condiciones más propicias y sustentables, reconociendo su condición de actividad pluri-dimensional y multi-sectorial, apreciando alcances y límites de su contribución y ponderando exigencias crecientes de eficiencia y calidad.

Al plantear la necesaria y oportuna contribución al desarrollo local y advertir respecto de alcances y límites, cabe señalar que la actividad turística no es factor suficiente de desarrollo ni tampoco garantía de *localización*, en tanto su crecimiento no es garantía de desarrollo y su ubicación no es garantía del destino de los beneficios.

En turismo, *crecer* (en turistas, en actividades, en inversiones) *no es desarrollar*, en la medida que se generan efectos de diferente índole (ambientales, culturales, sociales y económicos) y de diferente sentido (positivos y negativos, nunca indiferentes) que es menester contemplar y

resolver en beneficio del desarrollo. En turismo, *ubicar la actividad* (realizar inversiones, concretar obras y prestar servicios) *tampoco es localizar*, en la medida que resulten de acciones y pretensiones exógenas, ajenas e indiferentes a lo local, que es menester procesar, asimilar y *endogeneizar* apropiadamente en beneficio del territorio.

En la actividad turística se advierte con frecuencia la impotencia del sistema socio territorial para afrontar las dificultades para generar acciones y normas que permitan *localizar* actuaciones e inversiones exógenas e impulsar iniciativas y emprendimientos endógenos.

En tal propósito, corresponde estimular la concertación público - privado, a nivel local / regional, a fin de articular la dimensión territorial y de crear consensos y concebir políticas que, en el competitivo contexto de la actividad turística, además de estimular y propiciar las acciones y las obras locales, permitan generar condiciones apropiadas que estimulen y persuadan al inversor exógeno, buscando articular intereses que generen capacidad de negociación.

En un contexto de competencia creciente, la aptitud de articular y negociar intereses se sustenta en la capacidad de gestión de los servicios, el liderazgo responsable de la gestión municipal y el consenso proactivo de la comunidad.

Pluralidad de sustentos necesarios al desarrollo turístico

La consideración de las diferentes dimensiones contempladas con respecto a la actividad turística identifica y postula condiciones para una inserción apropiada de la actividad y la generación de un proceso benéfico para la sociedad local.

La gestión del desarrollo turístico no puede prescindir de la incidencia de las diferentes dimensiones contempladas a través del estudio y planteadas en el diagnóstico y la proposición en tanto sustentos necesarios de la actividad.

Las proposiciones realizadas consultan la necesidad de la puesta en ejercicio de las competencias públicas, privadas y sociales a fin de garantizar el desarrollo de la actividad turística cuyas utilidades contribuyen al desarrollo integral de la comunidad de Chascomús.

De lo socio productivo

La aptitud atribuida al turismo de producir beneficios económicos, a partir de la recurrencia al uso y consumo de servicios y bienes, puede

incrementarse y mejor distribuirse de mediar la conformación de un tejido empresarial apropiado en función de la demanda creciente y cambiante, atento a la presencia de un visitante, usuario y consumidor, con aspiraciones y expectativas diferentes, con frecuencia, más exigentes que aquellas que plantea el usuario habitual de servicios urbanos.

El estímulo a la innovación, la inversión y el desarrollo está insito en las condiciones competitivas de la actividad cuya competencia trasciende los límites de lo local en función de la diversidad de la afluencia, usuarios recurrentes de servicios similares en muy diversos localidades, próximas y lejanas. No menos significativa es la generación de emprendedores e innovadores ligados a una actividad dinámica que exige afrontar espacios de competencia en función de articulación en lo local sin perjuicio de articular cauces de afluencia global.

De lo socio institucional

El devenir de la actividad turística cuando supera la presencia espontánea de ciertos servicios, propiciando el desarrollo deliberado de acciones tendientes a su proyección sustentable, implica el ejercicio de una acción política institucional que suscite la confluencia de intereses entre sus operadores privados, sus agentes públicos y entre unos y otros, sin excluir la creciente presencia de las entidades comunitarias.

La gestión local requiere asumir el turismo como una actividad de exigencia transversal en tanto compromete a la comunidad y a sus miembros, en su condición de habitantes cuanto de usuarios y actores, a la economía y a las empresas, en su condición de productores y prestatarios, a la sociedad y sus instituciones, en su condición de ámbitos de interacción y recreación.

De lo socio cultural

La identidad que, en su sentido más cabal, supone memoria y experiencia compartidas y proyecto consentido, constituye el sustento de una comunidad y consecuentemente el recurso máspreciado, aquel que le confiere sentido a través del tiempo, unidad a través del territorio, en suma singularidad en la diferencia respecto de otras localidades u otras comunidades.

El desafío de *conocerse para darse a conocer* que plantea la actividad turística puede además estimular y contribuir a la generación y desarrollo de recursos naturales, arqueológicos e históricos y ciertas tradiciones culturales

y artesanales, valores sostenibles y potenciables, propiciando una creciente conciencia ambiental y un sentido de identidad cultural.

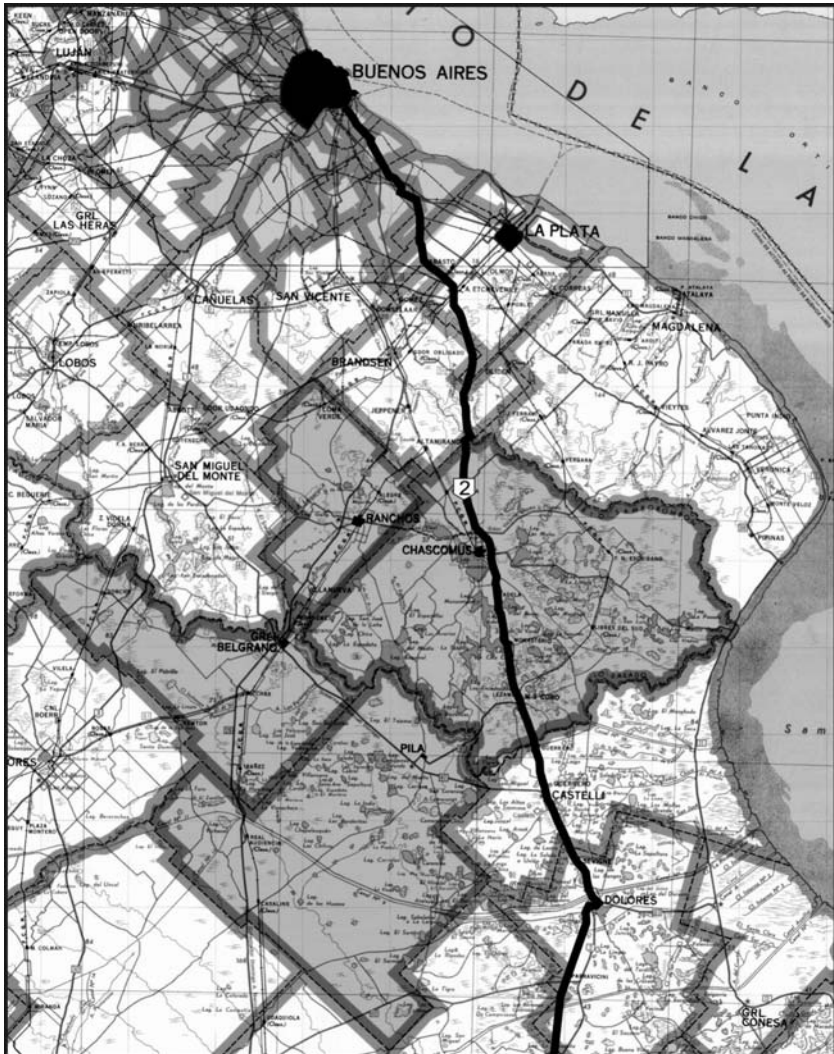
Convivencia y confluencia en el desarrollo

La actividad turística supone la concurrencia de actividades y servicios diversos tendientes a atender al visitante, en su presencia y en su despliegue, condición que exige disposición de contribuir a su satisfacción y cooperación en el logro de utilidades recíprocas, planteándose así una situación propicia para la articulación y generación de relaciones sinérgicas local - global, en la medida que la localidad se constituye en destino y el recurso en producto en función de su apertura a la globalidad.

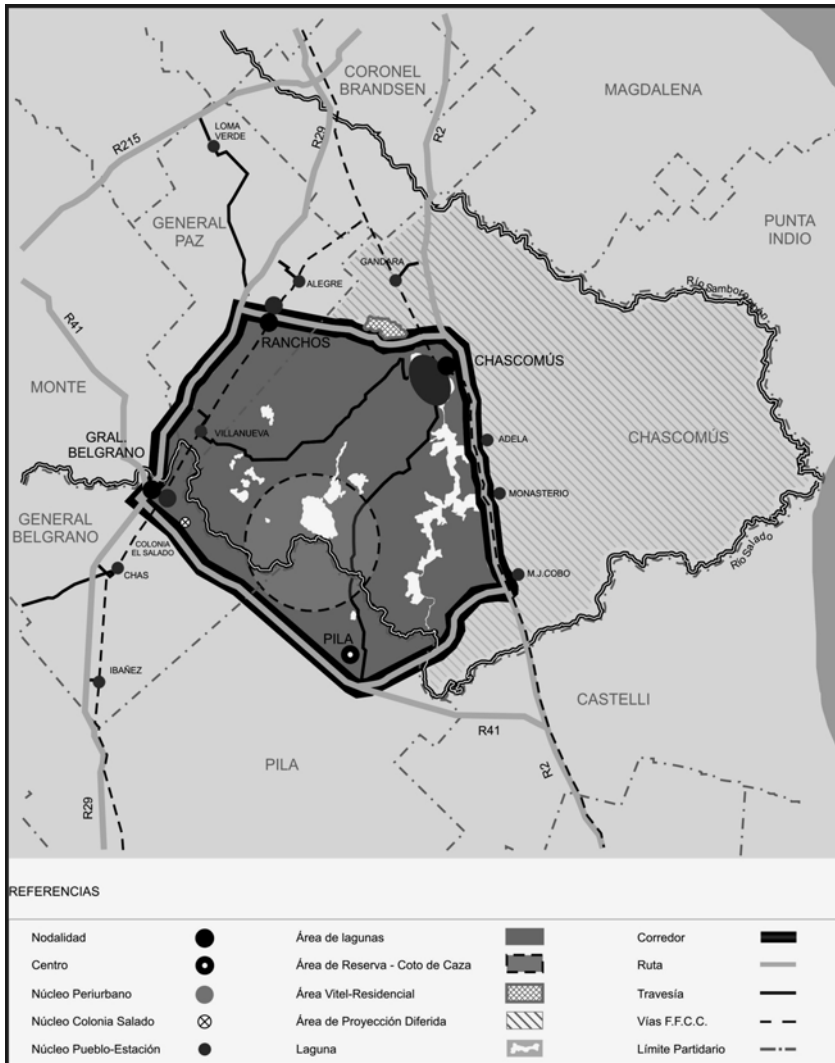
La política es el marco conceptual y competencial de la actividad turística, donde el agente público adquiere un rol motriz relevante en la conformación del sector y en la articulación intra e intersectorial, sin perjuicio de la acción y responsabilidad que le compete en orden al sustento ambiental e institucional, escénico y operativo de la actividad.

La actividad turística resulta inherente al desarrollo local como condición y propósito de su puesta en valor, planteando la convergencia y la cooperación de los responsables de las empresas privadas, de las áreas públicas y de las entidades comunitarias, en tanto supone una articulación que trasciende lo específico de la actividad e involucra a la sociedad y el ambiente.

La concepción del desarrollo integral provee de un contexto apropiado a la programación del desarrollo turístico, sustentable en la noción de *localidad*, reivindicando el territorio como expresión y construcción social, escenario de actividades y oportunidades incluyentes de habitantes y visitantes en el propósito de darse a conocer.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA / AÑO 2009 /base MOSP Dirección de Geodesia 1987



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA / AÑO 2009 s/base MOSP Dirección de Geodesia 1987

IX. PROYECCION REGIONAL DE CHASCOMUS EN EL SALADO SUR

Ricardo Dosso

1. Introducción

La laguna como recurso, el centro urbano como equipamiento y la fluida conexión con la Ciudad de Buenos Aires, el Gran Buenos Aires y la Plata, confrieron a Chacomús de condiciones propicias que delinearon su perfil turístico. No obstante, en la actualidad, aquellas condiciones necesarias, que explican su atracción, resultan insuficientes para sustentar el desarrollo turístico.

Atento a tendencias reconocidas, el escenario futuro más probable de la actividad turística permite prever que la actividad se incremente, que la expectativa del turista sea más exigente y que la competencia entre destinos sea más amplia e intensa. En tal escenario el tipo de turismo a promover se ha de calificar por sus efectos ambientales, sociales y económicos.

Es menester innovar con relación al modelo turístico y, dentro de las diferentes alternativas susceptibles de plantearse, optar por aquella que, sin cuestionar ni agudizar la crisis ni pretender en lo inmediato sustituir el modelo actual, permita abrir posibilidades inéditas, a partir de la puesta en valor de los recursos turísticos regionales.

La cuestión resulta de concebir la entidad de una región turística potencial, actualmente no asumida ni integrada, que le confiere contexto de inclusión a Chacomús, y concebir la entidad de una centralidad turística, receptora y emisora, actualmente no usufructuada, que le confiere sentido de funcionalidad a la región.

La cuestión identifica un área – problema susceptible de conformar una región – plan a partir de la puesta en valor, promoción y desarrollo de los recursos turístico-recreativos de las áreas naturales y rurales, y centros urbanos, poblados y parajes, recursos culturales en ámbitos naturales y rurales.

El área de estudio comprende el territorio delimitado por el partido de Chacomús y los partidos de General Paz, General Belgrano y Pila, de cuyo estudio y evaluación ha de resultar el espacio de la región turístico – recreativa a asumir, evaluar y proyectar.

Se considera que la región se conforma de singularidades paisajístico – ambientales que definen la identidad del medio natural y remiten a

unidades susceptibles de constituirse en soporte de interacciones entre el hombre y el medio, en paisaje y escenario de actividades.

2. Hipótesis y objetivos

Hipótesis

De acuerdo a los fundamentos expresados, el proyecto de investigación – acción parte de ciertas hipótesis:

- el ámbito turístico – recreativo de la comunidad trasciende el territorio de lo urbano, en tanto comprende el territorio de la región que le incluye.
- el tiempo turístico – recreativo implica su continuidad y diversidad.
- la atractividad turística excede la consideración de la laguna.
- la estacionalidad turística excede la consideración de la temporada y la referencia exclusiva al lapso temporal
- la potencialidad turístico – recreativa de la región resulta de considerar a las áreas naturales, rurales y urbanas como un continuo susceptible de desarrollo integrado.
- la puesta en valor y en desarrollo de las áreas naturales y rurales, en tanto paisaje, escena y soporte de las actividades turístico – recreativas constituye alternativa significativa de acción.

Objetivos

- realizar un estudio sistemático del patrimonio turístico y los recursos turísticos – recreativos de la región.
- evaluar el patrimonio turístico y los recursos turísticos – recreativos apelando a criterios analíticos, económicos y de preferencias.
- estudiar la singularidad y diversidad de situaciones de puesta en valor y en desarrollo de los diferentes tipos de recursos en función de las actividades turísticas y recreativas deseables, posibles y probables.
- proponer una estructura turística regional, identificar y singularizar áreas naturales y rurales de interés turístico – recreativas.

- identificar unidades e itinerarios, actividades, equipamientos y servicios turístico-recreativos, plantear programas de orientación y promoción de acciones e inversiones.

La tarea de tipificar y valorar de un modo consistente el conjunto de recursos y paisajes, de condiciones y aptitudes muy diversas, aún dentro de áreas naturales y rurales, se estima necesaria para definir la vocación turística de la región y la disposición de áreas y unidades para el desarrollo de actividades turístico- recreativas y, primordialmente, para identificar alternativas y proponer las opciones de intervención adecuadas.

3. Caracterización de la microregión

La microregión objeto de estudio integra la subregión del Salado Sur en el contexto de la Región de la Cuenca del Salado; está integrada por los partidos de Chascomus, General Paz, General Belgrano y Pila.

Sus características generales se inscriben en las referentes a la subregión que integra en la cual la actividad productiva prevalente es la ganadería, comprende las rutas radiales 2 y 29 y las rutas transversales 41 y 20. Su distancia relativa a los principales centros metropolitanos de la provincia tales como Buenos Aires y La Plata oscilan entre 100 a 150km.

Sus principales recursos naturales comprenden el Río Salado, el Río Samborombón, y las lagunas Encadenadas del Este entre las que se incluyen la lagunas Chascomus, Vitel, Adela, Chis Chis, del Burro, Barranca y Tablillas; los recursos paisajísticos regionales se inscriben en la interfase planicie – río – complejo de lagunas y humedales; los centros urbanos prevalentes lo constituyen las ciudades cabeceras de los partidos que le comprenden tales como Chascomus, Ranchos, General Belgrano y Pila; los recursos culturales mas significativos remiten a los centros urbanos de Chascomus, Ranchos y General Belgrano; en medio rural natural prevalecen los recursos naturales y rurales-productivos en distribución dispersa en torno a los centros de servicios rurales subsidiarios de mayor significación tales como Gándara, Monasterio y Adela, en Chascomus, Villanueva, Alegre y Lomas Verde en General Paz, y Chas, Gorchs, Ibáñez, y Newton subsidiarios de General Belgrano.

Las actividades turístico-recreacionales históricamente prevalentes se desarrollan en torno a los recursos naturales entre los que se destacan la pesca en lagunas y río y los cotos de caza en reservas privadas, sin perjuicio de identificar en la actualidad la potencialidad de una alta diversidad de actividades en escenarios diversos, identificación y consideración objeto del presente estudio.

La funcionalidad turística actual y potencial se centra en la potencialidad de Chascomus (laguna y centro urbano) y en la potencialidad del complejo de lagunas y de estancias accesibles desde el eje Ruta 2, la potencialidad turístico-recreacional de General Belgrano (Río Salado y centro urbano) y en la potencialidad recreacional de Ranchos (laguna de ranchos y centro urbano), y en la potencialidad de parajes, estancias y establecimientos productivos accesibles desde rutas 20, 29 y 41. Entre los centros emisores históricamente prevalentes se destacan los centros metropolitanos de Buenos Aires-Gran Buenos Aires, y La Plata – gran La Plata. Chascomús constituye el centro mas equipado en función turístico-recreacional en el contexto de centralidades de la microregión.

4. Centralidad Territorial. Nodalidad Turística. Nodalidad Recreativa

Ciertos centros urbanos, generan centralidades territoriales y nodalidades turísticas actuales y potenciales de atracción / irradiación para cumplir la triple función de distribución, coordinación e impulsión respecto de su potencial puesta en valor turístico y recreacional en umbrales diferenciales de oportunidad, posibilidad y deseabilidad relacionables.

El territorio interior bonaerense presenta atributos susceptibles de puesta en valor y en desarrollo de la actividad turística y/o recreacional complementario al de las áreas tradicionalmente reconocidas.

No obstante plantearse umbrales necesarios, en ciertos centros y nodos, pueden acreditarse potencial aptitud y apreciable vocación para provocar y convocar actividades recreativas regionales y/o turísticas de tiempos acotados e intereses especiales

A propósito de la centralidad territorial

Ciertos centros urbanos disponen de centralidad territorial conforme al rol dinámico de irradiación/atracción que ejercen respecto a un determinado alcance regional influyendo en el desarrollo socio-económico territorial. Tal dinámica de influencia centrípeta/centrífuga que le confiere rango central se adquiere en virtud de la satisfacción y cumplimiento de requerimientos que hoy se asumen como condiciones de adaptación al nuevo entorno geopolítico, económico, social, tecnológico y gestor que lidera el nuevo orden mundial afectado por el fenómeno de la globalización de los mercados y la competencia entre centralidades.

A propósito de la nodalidad turística

La concepción de la *nodalidad turística* adquiere sentido en su entidad de unidad espacial de puesta en valor y /o en desarrollo de la actividad turística a partir de la conjunción que potencia la relativa centralidad territorial de lo urbano y la disposición en su entorno natural y rural. Sin embargo, la definición de su entidad espacial y sectorial sería insuficiente si no diera cuenta de su relación respecto del territorio como expresión social y económica de una comunidad localizada.

Tal opción planteada trasciende el sentido espacial y asume un más pleno sentido integral en la medida que refiere a la generación de un tejido socio cultural y socio productivo de desarrollo de la actividad recreacional relacionado a los recursos locales y regionales en beneficio necesario de las comunidades y los habitantes localizados en el territorio, no solo por la generación de los beneficios productivos inducidos a través de la oportunidad turística sino por los beneficios culturales y recreativos promovidos a través de programas que les incluya en el acceso a los bienes naturales y culturales de su territorio.

Ciertos centros y entornos integrados en nodalidades reúnen condiciones emergentes o potenciales para convocar actividad turística, por tanto convertirse en “nodalidades turísticas potenciales” aunque sujetas a relativas posibilidades de viabilidad para su puesta en valor y en desarrollo. (tal como se expresa en el desarrollo del capítulo sustento)

Los requisitos para construir nodalidad turística potencial se apoyan básicamente en la presencia de ciertos recursos turísticos, infraestructura y servicios de apoyo que constituyen oferta, sujeta a condiciones que permitan viabilizar su puesta en valor y en desarrollo e integración a los mercados para constituirse definitivamente en un sistema de productos turísticos competitivos.

A propósito de la influencia recíproca entre centralidad territorial y nodalidad turística es posible afirmar que:

- las condiciones de centralidad territorial favorecen la puesta en valor y en desarrollo de una nodalidad turística
- las nodalidades turísticas consolidadas otorgan mayor oportunidad para una mejor *performance*, posicionamiento e imagen de la centralidad territorial.

- la integración de fortalezas entre centralidades territoriales y nodalidades turísticas propician una mayor consolidación y desarrollo sostenido de un centro de atracción/irradiación territorial *extensa* con vocación de nodalidad turística *intensa*

Chascomus: Nodalidad turística actual y potencial

Chascomús presenta una alta centralidad territorial y medio-alta nodalidad turística actual. En el contexto de la microregión considerada su centro urbano y entorno se constituye en la principal nodalidad turística actual y con una alta potencialidad a futuro en el contexto regional y provincial.

Ranchos: Nodalidad recreativa actual

Ranchos presenta una medio-baja centralidad territorial actual y potencial; baja nodalidad turística actual y potencial y baja nodalidad recreacional actual y alta centralidad recreacional potencial, condiciones que si bien limitan sus posibilidades de desarrollo como centro turístico le atribuyen posibilidades para su desarrollo como centro recreacional en articulación con el resto de las localidades de la microregión considerada.

General Belgrano: Nodalidad Turística Potencial

General Belgrano presenta una medio alta centralidad territorial actual y potencial; una baja nodalidad turística actual y una medio-alta nodalidad turístico potencial sujeta a la concreción del Plan de desarrollo turístico sobre el Río Salado en articulación con el proyecto de inversión Complejo Termal Barranca Norte. En la actualidad presenta condiciones medias como centro recreacional y potencialmente altas como centralidad recreacional. Tales circunstancias contribuyen a su identificación como nodalidad turística potencial, condiciones que permiten atribuirle oportunidad para su desarrollo turístico-recreacional.

Pila: Centro de Escala

Pila presenta una muy baja centralidad actual y potencial, una baja actualidad y potencialidad como nodalidad turística y baja actualidad y potencialidad como centro recreacional, condiciones que no contribuyen a su consideración articulable en función turístico-recreacional con el resto de

los municipios de la región, a no ser en sus posibilidades como Centro de Escala.

Centralidad Territorial y Nodalidad turística y recreativa

Centralidad / Nodalidad	Potencialidad	Chascomus	Ranchos	G Belgrano	Pila
Centralidad Territorial	Actual	A	MB	MA (*)	B
	Potencial	A	MB	MA (*)	B
Centralidad recreacional	Actual	A	MB	M	B
	Potencial	A	A	A	B
Nodalidad turística	Actual	MA	B	B	B
	Potencial	A	B	MA (*)	B

(*) Condición sujeta a la concreción del Plan de desarrollo turístico previsto sobre el Río Salado en articulación con el proyecto de inversión Complejo Termal Barranca Norte.

5. Complementariedad funcional y espacial

La noción de complementariedad turística funcional apela a la articulación intermunicipal de las unidades de gestión, de políticas, de acciones de planificación, y de operación integrada respecto del desarrollo de la oferta de recursos y productos turísticos, de las acciones de marketing y promoción, del desarrollo y oportunidades de inversiones, y de acciones de formación de recursos humanos, todo ello en el marco de la articulación de los sectores público y privado y en consideración de la complementariedad de la acción turística específica con la actuación de otros sectores convergentes con la actividad turística que incluyen los campos de actuación de la cultura, el deporte, la recreación, la economía, el medioambiente, las obras y los servicios, entre otros.

La noción de complementariedad turística espacial apela a la necesaria articulación territorial inter-municipal en términos de accesibilidad y conexibilidad entre los centros urbanos, poblados, recursos y servicios que puedan integrar la oferta turístico-recreacional microregional como un todo integrado en la noción de red.

El hecho singular que relaciona a las ciudades es la distribución del rol funcional que se le asigna, por el cual se complementan en la acción regional. Ese esquema de división o distribución de roles en la región genera fenómenos de singular impacto geográfico que permiten distinguir cinco tipos de acciones producidas por el desempeño funcional y la proyección espacial: ¹

- a. Competencia funcional: cuando las ciudades del sistema policéntrico ejercen igual tipo de función que corresponde a un mismo nivel de jerarquía para servicios o producciones similares.
- b. Complementariedad funcional: cuando se reparten distintos tipos de funciones o, dentro de una misma función, se dividen los servicios particulares.
- c. Competencia espacial: los integrantes del sistema llegan a los mismos sectores del área de influencia porque ofrecen las funciones de reparto regional, o porque se reparten servicios distintos de una misma función, o también porque ejercen idéntica función que algunas de las restantes ciudades del “nodo” con lo que se advierten desequilibrios funcionales perjudiciales.
- d. Complementariedad espacial: cuando en el ejercicio de igual función se distribuyen espontáneamente en el área de influencia, o cuando sirven a toda la región según el reparto compensado de las funciones urbanas.
- e. Monopolio funcional y espacial: cuando el ejercicio de una función es privativa de una de las ciudades y en consecuencia se proyecta en el espacio geográfico libremente porque no existen otras.

Los efectos de cada una de esas acciones pueden ser positivos o negativos para el logro de la armonía funcional del nodo. La complementariedad funcional o espacial, como asimismo el monopolio funcional o espacial, influyen favorablemente; en cambio, la competencia funcional malogra el rol del sistema. La competencia espacial se presta a interpretaciones distintas porque implica la presencia conjunta de dos o más ciudades en una misma porción de la región cuyos efectos varían según se trate de funciones complementarias (integradoras) o idénticas (competitivas).

Complementariedad funcional

Chascomus mantiene una complementariedad funcional medio alta con la localidad de Ranchos, medio baja con General Belgrano y baja con Pila.

Ranchos mantiene una complementariedad funcional mediana con General Belgrano y baja con Pila

General Belgrano mantiene una complementariedad funcional mediana con Pila.

Complementariedad espacial

Chascomus presenta una complementariedad espacial alta con Ranchos, media con Gral Belgrano y Pila.

Ranchos presenta una complementariedad espacial medio-alta con General Belgrano y baja con Pila.

General Belgrano presenta una complementariedad espacial alta con Pila.

Estado actual de complementariedad funcional y espacial

Localidad	Complementariedad	Chascomús	Ranchos	Gral Belgrano	Pila
Ranchos	Funcional	MA			
	Espacial	A			
Gral Belgrano	Funcional	MB	M		
	Espacial	M	MA		
Pila	Funcional	B	B	MB	
	Espacial	M	MA	A	

Elaboración propia

Síntesis:

- La articulación funcional de Chascomus, Ranchos y General Belgrano con respecto a Pila se limita a un mínimo umbral de interacción, explicable por la reducida centralidad territorial de esta localidad.
- La complementariedad funcional de Ranchos con General Belgrano es mediana, debilidad que no obstante la proximidad, se explica por las tensiones gravitacionales presentes entre Ranchos y Chascomús y entre Gral. Belgrano y San Miguel del Monte.
- La mayor complementariedad funcional se observa entre Chascomus y Ranchos y decrece progresivamente en relación a Gral. Belgrano y Pila.
- La mayor complementariedad espacial se observa entre Chascomus y Ranchos y se torna mediana con General Belgrano y Pila. En estas relaciones de articulación influyen las distancias y los factores de accesibilidad.

Proyección:

Las posibilidades de mejorar las relaciones de complementariedad funcional turístico-recreacional entre las localidades radican en la identificación de aquellos recursos y servicios cuya articulación y complementación permitan mejorar la competitividad de la microregión, al tiempo que propiciar la articulación funcional entre organismos gubernamentales, agencias empresariales y entidades no gubernamentales del 3er sector.

Propuesta de optimización de la complementariedad funcional y espacial

Localidad	Complementariedad	Chascomús	Ranchos	Gral Belgrano	Pila
Ranchos	Funcional	A			
	Espacial	A			
Gral Belgrano	Funcional	A	A		
	Espacial	A	A		
Pila	Funcional	B	B	MB	
	Espacial	M	MA	A	

Elaboración propia

6. Potencialidades, debilidades y restricciones

Potencialidad de los centros en su proyección regional.

Centralidad y nodalidad

La potencialidad se expresa en las siguientes condiciones: la capacidad emisora de la nodalidad turística de Chascomús con destino a las nodalidades recreacionales potenciales de Ranchos y Gral Belgrano; el potencial atributo de centralidad recreacional de las localidades de Ranchos y General Belgrano y la capacidad de sustento, atracción e irradiación de la centralidad territorial actual de Chascomús, condición que le confiere potencialidad para un mayor desarrollo de su potencial nodalidad turística.

Conexividad e interacción

Las principales fortalezas radican en la presencia de ciertas condiciones tales como la disposición de las rutas nacionales radiales 2 y 3 principales ejes de

conexión con los principales centros emisores Buenos Aires y La Plata y las rutas provinciales 20/29 y 41 como ejes de conexión transversal; el eje constituido por las rutas 20 y 29 como vertebrante del potencial corredor recreacional Chascomús – Ranchos – Gral Belgrano; la buena conexión y accesibilidad entre las nodalidad turística de Chascomús y la nodalidades recreacionales potenciales de Ranchos y Gral Belgrano; la potencial conexión ferroviaria alternativa entre las nodalidades recreativas de Ranchos y Gral Belgrano y la oportunidad de interacción centro-entorno entre las localidades cabeceras de la microregión y sus poblados subsidiarios, como opción de extender la actividad recreacional. A ello debe sumarse la buena conexividad de los centros urbanos cabeceras con sus respectivos poblados subsidiarios.

Complementariedad convergencia - divergencia

La potencial articulación entre los centros que integran la microregión se expresan en la complementariedad, funcional y espacial actual y potencial entre Chascomús, Ranchos y Gral Belgrano; el impulso favorable de Ranchos a articularse como opción turística respecto del proyecto Corredor Ruta 215 que le incluye; la óptima articulación espacial entre las localidades; el aporte a la articulación funcional que significan las reuniones regionales culturales y deportivas propiciadas por la gestión provincial; y la óptima articulación propiciada por ciertos acontecimientos programados que impulsan los centros urbanos y que ofrecen una amplia convocatoria entre los municipios vecinos.

Debilidades y restricciones

Turísticas y recreativas

Centralidad territorial y nodalidades turísticas y recreacionales

Se aprecia una relativamente baja centralidad territorial de las localidades de Ranchos y General Belgrano, circunstancia que le confiere debilidad de soporte para un mejor desarrollo de las actividades recreacionales.

Conexividad e interacción

Se observa una desvitalización de los servicios de transporte ante la opción de vincular potenciales centros emisores del sur de la provincia con destino

potencial Chascomús y su microregión (objeto de estudio). En particular utilizando los beneficios de la calidad de infraestructura vial de la Ruta 2.

Complementariedad regional

Se advierte un impulso al desarrollo turístico de ciertas localidades motivado por la atracción del proyecto Corredor Ruta 215 en el caso de Ranchos y del desarrollo autónomo de Gral Belgrano con relativo desdén a la integración en opciones de articulación con proyectos regionales.

Se observa una significativa desconsideración de los centros de Ranchos y General Paz como opciones turísticas o recreacionales articulables, en ciertos planes y proyectos regionales y/o provinciales. En este sentido Ranchos no se inscribe en el proyecto Camino del Gaucho ni General Belgrano en el Corredor Ruta 215, oportunidades que podrían impulsar el desarrollo turístico de ambas localidades recreacionales.

Subsidiaridad de poblados y centros cabecera

Se advierte una relativa dispersión de poblados subsidiarios en ciertos partidos de la microregión que dificultan la interacción en distancia/tiempo de excursión (en el supuesto Chascomús centro emisor), por caso Loma Verde (Gral Paz) sobre Ruta 215 (en mejor articulación con el Proyecto Corredor Ruta 215) y Villanueva (Gral Paz) próxima al centro cabecera de General Belgrano integrando sus recursos de entorno).

7. Planes y proyectos provinciales de turismo

Fortalezas y potencialidades

Entre los planes y proyectos provinciales de desarrollo turístico que incluyen en diferencial consideración la microregión se destacan el Plan Federal Estratégico de Desarrollo Turístico Sustentable PFETS - Región Buenos Aires, el Camino del Gaucho ² y el proyecto Corredor Ruta 215. ³ El PFETS adopta un enfoque integral que incluye la microregión en tanto que los otros proyectos incluyen parcialidades de la microregión, así, El Camino de Gaucho incluye a Chascomús en el Circuito de los Pueblos Históricos y el Corredor Ruta 215 incluye a General Paz en el circuito Comarca de la

Tradición y las Lagunas. En este contexto se excluye de consideración el partido de General Belgrano.

No obstante la inclusión relativa de los municipios con diferencial consideración se advierte sobre ciertas debilidades atribuibles a dichos planes y proyectos a saber: El PFITS no incorpora la microregión en sus estrategias de actuación, El Camino del Gaucho no incluye la potencialidad de la microregión a excepción de la consideración de Chascomús tan solo en su condición de polo cultural ligado a la historia con exclusión del atractivo de sus lagunas, el Corredor 215 excluye la potencialidad de articulación de General Belgrano.

Sin embargo cabe apreciar el impulso de la gestión local de ciertos municipios por generar sus propios planes de desarrollo; así en el caso de General Belgrano se destaca el Proyecto de Desarrollo Turístico Sustentable de General Belgrano ⁴ (gestión público-privada) y Proyecto Barranca Norte (gestión privada) que no obstante la radicación de los emprendimientos en el territorio municipal podrán contribuir a la atractividad de la microregión especialmente en la medida de su articulación con destinos y productos de los demás municipios que le integran; en el caso de Chascomús, no obstante ser un destino de alta consideración en los planes y proyectos provinciales, dispone también de iniciativas locales como el Plan Estratégico de Chascomús, - que incluye la dimensión turística – y estudios de significación para la actividad turística como las Estrategias para la conservación del patrimonio a través de un desarrollo turístico sustentable realizado por el LITA de la Comisión de Investigaciones Científicas del Gobierno de la Provincia de Buenos Aires.

Debilidades y restricciones

No obstante la inclusión de ciertos destinos y recursos en los diagnósticos y proposiciones de planes y proyectos turísticos provinciales o regionales se constata que en el PFETS Región Buenos Aires no se incorpora la microregión en las estrategias de actuación; El proyecto Camino de Gaucho se limita a la inclusión de destinos y recursos a la vera de la Ruta Nacional 2, omitiendo la inclusión de la potencialidad de la microregión respecto de los recursos naturales, rurales y paisajísticos, así Chascomús se incorpora como polo histórico-cultural y se omiten las lagunas y recursos rurales, como así también se omite la opción por el patrimonio natural, rural y cultural de Ranchos, distante a 30km del eje vertebrante; en el Corredor 215 se incluye solo General Paz en el circuito

de las tradiciones y las lagunas y se omite la potencial atracción del Río Salado en su trayecto paso por General Belgrano en su partido homónimo y por el poblado y entorno de Villanueva en el Partido de General Paz.

De las consideraciones precedentes se infiere que si bien existe un plan provincial de desarrollo turístico de abordaje extensivo la inclusión microregional es acotada y relativamente excluyente; y la existencia de proyectos de desarrollo en función de corredores turísticos direccionados en torno a ejes viales que consideran parcial y tangencialmente la actualidad y potencialidad de la plenitud de sus recursos. Además de esta relativa inclusión/exclusión es preciso advertir sobre la desarticulación entre las proyecciones mencionadas.

8. Proyección de un Modelo Espacial Turístico Regional

La alternativa de interés para la ordenación del Área, soporte de las proposiciones de puesta en valor y en desarrollo turístico recreativo a formular, atento a la finalidad de propender a la mejor integración espacial, social y económica del área implicará:

- valoración de la totalidad del territorio.
- promoción de usos diversificados en función de las aptitudes
- consolidación de los asentamientos humanos en su nivel y función
- estructuración de una red de centros y núcleos urbanos
- reconocimiento de las vías de conexión en su condición y función
- estructuración de una red de vías de intra e interconexión.
- concepción de un sistema que relacione áreas, centros y vías.
- promoción de acciones de comprensión e institucionalización del modelo espacial.
- asumir los espacios constitutivos del área en su conformación actual natural y adaptada.
- reconocer la conformación y la adaptación funcional y espacial entre los componentes del área.
- ponderar la estructura gravitacional en la disposición de los asentamientos.
- reconocer los ejes de articulación territorial: de vinculación y de desarrollo,

- identificar los espacios significativos en relación a las actividades turístico-recreativas.
- concebir los espacios y ejes de acción a los fines turístico recreativos.

La modelización espacial de un sistema turístico regional aspira a presentar el conjunto de los recursos naturales y culturales y de los equipamientos y asentamientos del Área, con sus relaciones e interconexiones, entendidos como una unidad de comprensión y de actuación, para su puesta en consideración y gestión a partir de la identificación de sus posibilidades y potencialidades mediante la formulación de proposiciones que impliquen su puesta en valor y en desarrollo.

En función de la estructuración posible del Área, a los efectos turístico recreacionales, se proponen y adoptan unidades de análisis y evaluación susceptibles de constituirse en unidades de proposición y eventual programación, a saber:

- los espacios superficiales de valor turístico recreativos: áreas
- los espacios lineales de valor turístico recreativo: sendas
- los espacios puntuales de valor turístico recreativo: nodos naturales y centros culturales.

La presentación de la modelización esquemática realizada a partir de evidenciar la estructura subyacente a las relaciones del Área en función de una visión prospectiva de puesta en consideración turística y recreacional, permite identificar las sendas, las áreas y los nodos de disposición y condensación actual de recursos y potencial de equipamientos.

Tal como puede observarse el proceso de modelización reivindica el sentido recreativo de las rutas, de las escenas y paisajes y de los lugares.

El sistema turístico-recreativo propuesto se desarrolla a partir de la complementariedad territorial espacial y funcional entre los partidos de Chascomus, General Paz, General Belgrano y Pila. El sistema se estructura a través de un eje poligonal que vertebra entre sí la nodalidad turística de Chascomus, la nodalidad recreativa de Ranchos, la nodalidad turística de General Belgrano y el centro de Pila, concebido como centro de escala. Dicho eje vertebrante se desarrolla en tramos Chascomús-Ranchos (ruta 20), Ranchos – General Belgrano (ruta 29) – General Belgrano – Pila (ruta 41) y Pila – Chascomús (ruta 2).

Un componente común a todas las localidades es la presencia en su entorno inmediato o en adyacencia a su centro urbano del recurso laguna o río relativamente equipados y servicios constituyendo núcleos con recursos turístico-recreativos diversificados; en este sentido se conciben los binomios: Chascomús - Laguna Chascomús, Ranchos - Laguna de los Ranchos, y General Belgrano - Río Salado. Los entornos relativamente mediatos se caracterizan por la presencia de escenarios naturales y rurales con singular diversidad de recursos.

Las lagunas encadenadas del Este constituyen los principales recursos naturales que singularizan el entorno de Chascomús en consideración de los recursos hídricos. Un escenario compartido por varios de los partidos que integran esta microregión lo constituye la Reserva Privada La Corona, una extensión natural caracterizada por la presencia de ciervos y antílopes, destinada a las actividades de caza. En este entorno y en los de las demás localidades se destacan, aunque en diferencial atributos recursos aprovechables con finalidad turístico-recreativa que se caracterizan por la actividad productiva en medio rural: poblados, estancias, cabañas, y haras, entre otros.

9. OPCIONES TURÍSTICO-RECREATIVAS DEL SISTEMA

Diversidad de Opciones Turísticas

De acuerdo a componentes del Sistema Turístico Recreativo.

Turismo en espacios naturales: ecoturismo, turismo aventura, turismo de acampada, turismo educativo y turismo científico en núcleos periurbanos Laguna y Entorno (Chascomús) *Complejo Río Salado* (Gral Belgrano) y *Laguna de Ranchos y Entorno* (Ranchos) y en escenarios naturales del entorno: *parque lagunar Las Encadenadas del Este* y *Laguna Vitel/complejo residencial, reservas privadas El Retiro/La Corona* (Chascomús), *Colonia El Salado-Bosque Encantado* (Gral Belgrano)

Turismo en espacios rurales: Turismo rural, turismo productivo, turismo de estancias, Agroturismo, Agro-negocios, turismo de poblados, turismo rural/cultural, turismo educativo y turismo científico. En general *Pueblos estación* (turismo de poblados, cultural, educativo y científico)- *Estancias* (turismo rural/cultural, educativo, estancias) – *Haras (Chascomus y Gral Belgrano)* (turismo productivo, educativo y científico) *Reservas La Corona y El Retiro* (educativo-científico). *Cabañas y agroindustrial-frutas finas- (Gral Belgrano)* (productivo, educativo, científico); *Colonia El Salado-Bosque Encantado* (turismos cultural, productivo, científico, educativo), La opción por la producción artesanal en ámbito rural se destaca en **General Paz** (productivo, rural/cultural, educativo)

Turismo en espacios urbanos: turismo cultural, religioso, deportivo, actividades programadas, negocios, educativo y científico;

Chascomus: Núcleo *Casco Histórico / Centro Cívico* (cultural, religioso, actividades programadas, educativo y científico) – Núcleo *Parque Libres del Sur y entorno* (Cultural, Actividades Programadas, educativo y científico) – Núcleo *Capilla de Negros/Centro Artesanal* (turismos cultural, religioso) – Núcleo: *Monte Corti y Fuerte San Juan Bautista* (turismos cultural, científico y educativo) – Hitos *Polideportivo y Club Atlético Chascomús* (turismo deportivo y actividades programadas) – Hito *Estación Experimental Chascomus* (turismos educativo y científico). **Gral Belgrano:** Núcleo *Complejo Cultural* (turismos cultural, actividades programadas y educativo) – Núcleos *Iglesia / Paseo del Tango e Iglesia Catedral* (turismo cultural y religioso); **Ranchos:** *Centro Cívico / Cultural* (turismos cultural, religioso, educativo y científico) – Hito *Museo Ferroviario* (turismos cultural y educativo).

Turismo en espacios de interfase periurbano-lagunar: turismo cultural, deportivo, actividades programadas, educativo, científico y de acampada; Laguna y Entorno (Chascomus) – Laguna de Ranchos, Fortín y Entorno (Ranchos) – Complejo Río Salado (Gral Belgrano)

Turismo termal: *Complejo de Aguas Termales Barranca Norte* (Gral Belgrano)

Transversalidad Territorial (medios naturales – rurales – naturales)

La mayor parte de las áreas, núcleos e hitos en medio natural, rural y natural ofrecen oportunidad para el desarrollo de los tipos de turismo educativo y científico.

La modalidad turismo de eventos o de acontecimientos, si bien tiene una mayor centralidad potencialidad en los centros urbanos como sedes principales, ciertos acontecimientos programados como las reuniones científicas, culturales, educativas, productivas, empresariales, disponen de oportunidades en medio natural o rural, según los casos, para el desarrollo de actividades complementarias centradas en actividades de estudio de campo, visitas guiadas especializadas, o actividades de negocios, entre otras, plausibles de acontecer en los componentes que integran áreas, núcleos e hitos en medio natural (medio acuático y forestal), en medio rural (cabañas bobinas, haras, agro-industrias) o actividades relacionadas con la cultura rural (estancias, poblados, estaciones), similares oportunidades en relación a eventos de la producción o de negocios se suscitan en el medio rural a propósito de los negocios agropecuarios.

Relevancia turística de los componentes del Sistema

En consideración de atributos de cantidad, calidad y estado de los recursos que integran los componentes del sistema turístico, así como de sus atributos de atractividad, aptitud y accesibilidad, de actualidad y potencialidad, de diversidad, singularidad y popularidad, se han establecido tres niveles de importancia turística de centros y nodalidades, así como de sus respectivas áreas, núcleos e hitos.

**SISTEMA TURISTICO-RECREATIVO PROPUESTO
NIVELES DE RELEVANCIA POR NODALIDAD
Y COMPONENTES DE CENTRO URBANO Y ENTORNO**

NIVEL I

	CHASCOMUS	RANCHOS	GRAL BELGRANO
NIVEL I	<p>Núcleos Núcleo en Periurbano</p> <ul style="list-style-type: none"> • Laguna Chascomus y entorno periférico <p>Núcleos en Ámbito Urbano</p> <ul style="list-style-type: none"> • Casco histórico / Centro Cívico / Centro Cultural y entorno • Parque Libres del Sur y Entorno • Parque V Centenario – Parque Libre el Sur – Estación Hidrobiológica – Museo Pampeano – Feria de la Rivera <p>Hitos: Fuerte San Juan Bautista</p> <p>Ejes de conexión perilagunar: Av. Costanera Alem / España: Eje Camino de Cincunvalación de la Laguna</p>	<p>Centro Urbano</p> <p>Núcleos Periurbano</p> <ul style="list-style-type: none"> • Laguna Guardia de Los Ranchos-Fuerte de Ranchos 	<p>Núcleos Periurbanos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Complejo Río Salado • Complejo Termas Barranca Norte.
			<p>Ejes de conexión: . Río Salado y borde de ribera. . Av. 25 de Mayo –</p>

	<p>Ejes de conexión intraurbanos. Av. Lastra Av. Costanera Alem-España</p>		<p>Av. Sarmiento . Av. Italia / Fuerza Aérea</p>
Entorno			
<p>Núcleos</p>		<p>Núcleos</p>	<p>Núcleos Colonia El Salado. Bosque Encantado</p>
<p>Hitos agropecuarios De las estancias chascomunenses: Campo La Euskara, Don Antonio, La Juanita, La Alameda, La Josefina, Pedro Chico, Santa Gertrudis, La Fc, La Adriana, Casa de Campo Lag. Vitel, Estancia La Florida, La Mamia, La Plegaria, La Querencia, La Igualdad, Cabaña Costa del Sol.</p>		<p>Hitos agropecuarios De las estancias rancheras: La Igualdad, La Magnolia Entorno Poblado: Loma Verde Los Merinos, Los Sanjones, La Elvira Entorno Poblado: Villanueva Antigua estancia “Negrete” Cielo Claro, El Retiro, La Corona, La Mamaia.</p>	<p>Hitos agropecuarios De estancias, cabañas y haras belgranenses: La Palermo Hitos Cabaña: de <i>Angus</i>, <i>Hereford</i> y <i>Limousin</i> San Edmundo (<i>Angus</i>) (Chascomús); Las Barrancas (<i>Angus</i>) (Gral. Belgrano); San Edmundo (<i>Hereford</i>) (Chascomús); El Rebenque (<i>Limousin</i>) (Gral. Belgrano). Hitos de los Haras: Caballos de las pampas:</p>

	De los Haras: Caballos de las pampas del Polo y las Carreras. Haras Llaveneras	Hitos artesanales D. Martín Gómez D. Miguel A. Ugalde	del Polo y las Carreras. Cumeneyen - Río Salado Polo
--	--	--	--

NIVEL II

	CHASCOMUS	RANCHOS	GRAL BELGRANO
NIVEL II	<p>Núcleos</p> <ul style="list-style-type: none"> . Capilla de Negros – Centro Artesanal . Camping Monte Corti – Fuerte San Juan Bautista - 	<p>Centro Urbano</p> <p>Núcleos</p> <ul style="list-style-type: none"> Núcleos en Ámbito Urbano: . Centro de Educación Física . Centro Cívico – Cultural - Microcentral 	<p>Núcleos</p> <ul style="list-style-type: none"> Núcleos en Ámbito Urbano: . Complejo Cultural . Iglesia Catedral – Plaza Belgrano
	<p>Hitos</p> <ul style="list-style-type: none"> . Polideportivo . Club Atlético Chascomús. . Estación Experimental Chascomus 	<p>Hitos</p> <ul style="list-style-type: none"> . Museo Expo-Ferrovionario 	
	<p>Ejes de conexión intraurbanos.</p> <ul style="list-style-type: none"> Av. P.N. Escribano vincula acceso con costanera Alem.) Av Hipólito Yrigoyen - Av. Perón 	<p>Ejes de conexión:</p> <ul style="list-style-type: none"> . Eje Vivot – H. Yrigoyen 	

Entorno		
<p>Áreas Parque Lacunar Las Encadenadas Áreas Reservas Privadas Cotos de Caza El Retiro - La Corona</p>	<p>Áreas Áreas Reservas Privadas Cotos de Caza El Retiro - La Corona</p>	<p>Áreas Áreas Reservas Privadas Cotos de Caza El Retiro - La Corona</p>
<p>Núcleos Pueblo-Estación: De los Pueblos históricos ferroviarios Adela, Monasterio, Lezama, Gándara</p>	<p>Núcleos Pueblo-Estación: De los Pueblos históricos ferroviarios Villanueva, Alegre, Loma Verde:</p>	<p>Núcleos Pueblos-estación: De los Pueblos históricos ferroviarios Chas, Gorchs, Ibañez, Newton:</p>
<p>Travesías . Travesía 1: entre lagunas . Travesía 2: entre lagunas . Travesía 3: translacunar . Travesía 4: llanura pampeana</p>		<p>Hitos agropecuarios Hitos agro-frutícolas. . de las frutas finas . de las Endivias - de los Arándanos - de los Kiwi</p>

NIVEL III

CHASCOMUS		RANCHOS	GRAL BELGRANO
Centro Urbano			
NIVEL III	Núcleos . Microcentral comercial . Terminal de Trenes – Plaza Sarmiento		Núcleos Microcentral Iglesia – Paseo del Tango Carlos Gardel
			Ejes de conexión . Eje microcentral calle Juan Llanos
	Entorno		
	Areas Laguna Vitel – Complejo residencial		
Hito industrial Lácteos chascomunenses Parmalat			

10. SÍNTESIS

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

Se aspira que los resultados de la presente proyección constituyan un aporte:

- al conocimiento de las condiciones, posibilidades y restricciones de las áreas naturales y rurales de la región en relación a usos turístico-recreativos.
- a la puesta en valor de los recursos naturales y culturales y de los paisajes y escenarios regionales.
- a la realización de programas y proyectos turístico-recreativos que permitan la interacción productiva entre Chascomús y su región y la cooperación entre municipios.
- a la orientación de acciones y promoción de inversiones de los diferentes sectores socio económicos, en beneficio de la integración y desarrollo regional.

La transferencia de los resultados a los diferentes ámbitos de actuación pública y privada, en particular referidos a turismo, deportes y recreación, cultura y educación, medio ambiente y ordenación territorial, se considera instancia preliminar de un proceso que además de difundir el alcance de los estudios permita inducir el debate respecto de la necesaria puesta en valor y en desarrollo de los recursos regionales.

Los resultados del trabajo constituyen una contribución práctica para la región, para los municipios que le integran y para la gestión provincial a través de la propuesta de un sistema de estrategias y proyectos de acción y actuación apelando a la noción de complementariedad

intermunicipal para alcanzar una fortaleza posicional de la microregión en la cuenca del Salado Sur.

DOCUMENTOS BIBLIOGRAFICOS

GOMEZ OREA, Domingo. (1994). "Ordenación del Territorio, Una aproximación desde el medio físico". Ed. Agrícola Española. Madrid.

LENO CERRO, Francisco. (1993). "Técnicas de evaluación del potencial turístico. MICYT. Madrid.

MANTERO, J.C. y Otros. 2005- "Centros Urbanos Bonaerenses. Puesta en Valor y en Desarrollo de Red Turístico-Recreacional". Revista Aportes y Transferencias. Año 9. Vol.2. 2005. CIT. FCEYS. UNMDP. Mar del Plata.

MANTERO, Juan Carlos. (1998). Recursos Turísticos Regionales. Revista Aportes y Transferencias. Año 2 - Vol. 1 - 1998. CIT-FCEyS-UNMDP. Mar del Plata.

MUNICIPALIDAD DE CHASCOMÚS. Comisión de Investigaciones Científicas. Gobierno de la Provincia de Buenos Aires. Estrategias para la conservación del patrimonio a través de un desarrollo turístico sustentable. MUNICIPALIDAD DE CHASCOMÚS. Desarrollo Local de Chascomus. Lineamientos Estratégicos. Abril 2005.

OMT. 1999. Turismo Sostenible y Gestión Municipal. Madrid. España

REVISTA APORTES Y TRANSFERENCIAS. 1998. Recursos Turísticos Regionales. Año 2. Vol1. 1998. FCEyS.UNMDP. Mar del Plata

REVISTA APORTES Y TRANSFERENCIAS. 2002. Turismo Ecológico-Turismo Cultural – Cuenca del Salado. Año 6-Volumen 1-2002-Centro de Investigaciones Turísticas. FCEyS. UNMDP. Mar del Plata.

SECRETARIA DE TURISMO Y DEPORTES DE LA NACIÓN. Plan Federal Estratégico de Desarrollo Turístico Sustentable. Región Buenos Aires.

Sitios electrónicos

http://www.caminodelgaucho.com.ar/mapas/map_gral.htm
www.mipymesturisticas.blogspot.com
<http://www.chascomusturismo.com.ar/>
<http://www.acechascomus.com.ar/>
<http://www.chascomus.net>
http://www.comarcas.com.ar/ESTANCIAS/Estancias_de_BUENOS_AIRES/EL_Venado_Pila_180Km.htm
<http://www.solorecursos.com/pueblos/argentina/pueblo.php?id=7540>
<http://www.sitiosargentina.com.ar/turismo/BUENOS-AIRES.htm>
http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=447187
<http://www.cuencarural.com/cuencarural-tv/endivias/>
<http://www.belgranotur.gov.ar/home1.html>
http://gralbelgranet.com.ar//index.php?option=com_content&task=view&id=16&Itemid=34
<http://www.riosaladopolo.com.ar/>
<http://www.turismopractico.com.ar/Paseos/BsAs/general-belgrano.htm>
http://www.caminodelgaucho.com.ar/mapas/map_gral.htm
http://www.hellingerargentina.com.ar/actividades_bert_hellinger/popup_plano.html
<http://www.chascomus.org/>
<http://www.monte.gov.ar/turismo/ruta215.html>
<http://www.buenosairesiturismo.com.ar/chascomus/turismo-rural.htm>
<http://www.viarural.com.ar/>
<http://www.todoagro.com.ar/todoagro2/nota.asp?id=10342>
<http://crea.org.ar/aacrea/site/PortalInstitucional->
http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=958637
http://www.maa.gba.gov.ar/agricultura_ganaderia/chascomus.html
<http://www.fullaventura.com/turismo/nota108108.asp>
<http://www.gralpaz.com.ar/lugares04.htm>
<http://www.otrasemana.com.ar/foro/viewtopic.php?t=7090&sid=e0dad75bf069a91d94755f61eac239c4>
<http://www.pueblerina.com.ar/ranchos/ranchos.htm>
<http://www.pueblerina.com.ar/ranchos/ranchos.htm>

ENTREVISTAS

Chascomús

Secretaría de Turismo y Producción
Secretaría de Obras, Servicios Públicos y Medio Ambiente
Dirección de Medio Ambiente
Dirección de Cultura
Dirección de Deportes
La Botica
Guías de Turismo

Ranchos (General Paz)

Intendente
Secretario de Promoción del Desarrollo y Turismo
Coordinación en Turismo
Secretario de Obras y Servicios Públicos
Director de Cultura a/c.
Coordinadora de Promoción Cultural
Director de Deportes

General Belgrano

Secretario de Planeamiento, Obras y Servicios Públicos a/c Dirección de Turismo
Coordinación en Turismo
Director de Gestión Ambiental
Directora de Cultura

NOTAS

¹ Sassone, Susana M. Azul, Olavarría, Tandil. Un Sistema Urbano. Revista Estudios Geográficos Pampeanos. OIKOS. Bs.As. 1981

² El proyecto Camino del Gaucho confiere a la Ruta 2 entidad vertebral, identificando en ella dos circuitos entre Mar del Plata y Buenos Aires tales como El Circuito del Mar y las Sierras (tramo Mar del Plata – Coronel Vidal) y el Circuito de los Pueblos Históricos (tramo entre las localidades de Maipú y Chascomús). En éste último la Red de Ecomuseos se desarrolla entre los partidos de Chascomús, Castelli, Dolores y Maipú, con centralidad referencial en las localidades cabeceras de los partidos homónimos y sus respectivos entornos. Chascomús y Cobos concentran en la Red de Ecomuseos las estancias La Florida y La Euskara y el Museo Pampeano en el entorno y centro urbano de Chascomús, respectivamente y la Estancia La Gertrudis en Cobo

³ La Universidad Nacional de Quilmes, esta contribuyendo a integrar la oferta de un producto turístico cercano a la Capital Federal respondiendo a la movilización de los Municipios de Cañuelas, Monte, Brandsen, General Paz y otros, de un espacio homogéneo que responde a la indiscutida identificación comarcal. Dicho Corredor es un proyecto de colaboración mutua entre los cuatro municipios, el cual tiene como fin fomentar el turismo en todas sus formas, destacando el valor potencial que tiene la zona denominada Corredor Se encuadra en el marco del Proyecto de Extensión de la Universidad Nacional de Quilmes "Universidad, Gobierno y empresa para el desarrollo socioeconómico sustentable. "La Mejora en la Actividad Turística como Elemento Dinamizador de la Comunidad de San Miguel del Monte". (el proyecto esta en la etapa de relevamiento e inventario de atractivos).

⁴ El Proyecto de Desarrollo Turístico Sustentable, es un emprendimiento de iniciativa publica con articulación con el sector privado que prevé la consideración de un Código de Ordenamiento Urbano y Territorial, la creación de la Comisión de Turismo, la ordenanza de adhesión (ley N° 13810) generando un marco regulatorio para la asociación de inversiones público-privada, y un Plan de Obras e Infraestructura que contempla el Plan de Desarrollo y el Plan de Obras Públicas (saneamiento de recursos naturales, infraestructura y servicios básicos, equipamiento turístico y esparcimiento). Prevé como iniciativa la conformación de un Ente Municipal de Turismo

ANEXOS:

I. ENCUESTA A TURISTAS EN CHASCOMUS DURANTE FIN DE SEMANA DE OCTUBRE

TEMAS Y CUESTIONES

el encuestado

sexo

edad

origen - procedencia

tiempo de estadía / pernoctes

el grupo visitante

numero de integrantes

edad. sexo.

práctica de miniturismo

en fines de semana largos

apreciación respecto de la localidad

causa de elección

definición de la localidad

calificación genérica de:

servicios turísticos

alojamiento

recreación

gastronomía

atención al turista

información turística

señalización turística

transporte de aproximación

laguna

otros

servicios urbanos

limpieza

seguridad

iluminación

estacionamiento

transporte urbano

tránsito

señalización vial

otros

infraestructura

estado de las calles

terminales de transporte

rutas de aproximación

servicio de trenes

- servicio de ómnibus
- servicio de peaje
- otros
- temas locales
 - laguna
 - espacios verdes
 - costanera
 - centro
 - gente
- actividades preferentes durante su estadía
 - estar con amigos
 - estar en familia
 - conocer gente afin / similar
 - conocer gente diferente
 - compartir con gente de similar edad
 - compartir con gente de diferente edad
 - estar con turistas
 - estar con residentes
- direccionalidad de establecimientos y servicios
 - según niveles de ingresos
 - según estratos etéreos
- apreciación respecto de estado de la laguna:
 - calidad orilla de laguna
 - calidad del agua
 - calidad del paisaje
 - calidad de los servicios
 - densidad de gente
 - acceso a la laguna
 - extensión de la orilla
 - densidad de gente
 - equipamiento orillas
 - condiciones de seguridad
 - servicios en la laguna
- advierte problemas en la localidad
- identifica carencias de la localidad a superar para ser mas atrayente
- medios de comunicación que el informan y calificación de la información
 - radio
 - tv
 - diarios
 - revistas
 - sitio web oficial

sitio web comercial
e-mail
otros

servicios y actividades - gastos
del 50 % del total de los encuestados:

medio de transporte utilizado
automóvil
ómnibus
ferrocarril
avión
otros

tipo de alojamiento elegido
hotel 1 – 5 estrellas
hospedaje
apart hotel
hotel gremial
camping
vivienda propia
vivenda alquilada
hostería 1-3 estrellas
cabaña
otros

dónde realiza sus comidas
desayuno
almuerzo
cena

actividades realiza durante su estadía

gasto del grupo en traslado ida – vuelta
en alojamiento
en lugar de origen
en comidas por día
total en actividades recreativas programadas

modo de contratación de servicios turísticos
independiente
agencia de viajes

a fin de perfilar el nivel socio-económico del encuestado
personas que conviven en su hogar
personas que perciben ingresos
nivel de estudio de PSH
trabaja en la actualidad

trabajo actual
ingresos provienen de...
si empleado: jerarquía de ocupación
si trabajador / cuenta propista: calificación
si cuenta propista, 35 hs. o más por semana
si empleador / directivo / jefe: empleados
posee cobertura médica

II. ENCUESTA A HABITANTES DE CHASCOMUS

TEMAS Y CUESTIONES

el encuestado

sexo
edad
origen – procedencia
tiempo de radicación
información s/medios

respecto de la localidad

causa de elección

opiniones

educación
calidad
cobertura

salud

calidad
cobertura

seguridad

calidad
cobertura

cómo define la localidad

cómo define al residente

opiniones

la gestión municipal
principales problemas
problemas a mediano plazo

respecto de la laguna

Calidad orilla de laguna
Calidad del agua
Calidad del paisaje
Calidad de los servicios
Densidad de gente

Acceso a la laguna
Extensión de la orilla
Densidad de gente
Equipamiento orillas
Condiciones de seguridad
Servicios en la laguna

Servicios Turísticos

calificación alojamiento
calificación recreación
calificación gastronomía
calificación atención turistas
calificación información turística
calificación transporte de aproximación
calificación señalización turística

Servicios Urbanos

calificación limpieza de calles
calificación seguridad
calificación iluminación
calificación estacionamiento
calificación transporte urbano
calificación tránsito
calificación señalización vial
calificación estado de las calles
calificación terminales de transporte
calificación servicio ferroviario
calificación servicio de ómnibus
calificación servicio peajes

apreciación costanera
apreciación circunvalación
apreciación espacios verdes

fortalezas de la localidad
debilidades de la localidad

sector de mas incidencia en la satisfacción turística
sector de mas beneficio en las utilidades turísticas

efectos positivos de la actividad turística
efectos negativos de la actividad turística

apreciación gestión municipal

actividades recreativas preferentes
en temporada alta
fuera de temporada

factibilidad de desarrollo de actividades económicas
qué actividades

participación en alguna institución local
qué actividad
qué institución
cómo se comunica
qué utilidad de la información
actividad desarrollada con otras instituciones
actividad desarrollada con el sector público

conoce el plan estratégico
qué opina

proyecto público o privado más importante

III. ENCUESTA A PRESTATARIOS DE SERVICIOS

TEMAS Y CUESTIONES

De cada empresa:

Antigüedad de la empresa
Si dispone de casa matriz o sucursales en otras localidades
su ubicación
Período de apertura anual

De la persona encuestada:

Función

Residencia del propietario
Si reside en la localidad: años de residencia
Si no reside en la localidad: dónde reside
Causal de su residencia

De la localidad de Chascomús:

Fortalezas de la localidad
Debilidades de la localidad
Perspectivas del turismo en la localidad
por qué tales perspectivas
Principales problemas de la localidad
riesgos que podría afrontar la localidad en el mediano plazo

Competencia para la resolución de problemas que afectan al sector turístico

Apreciación de la gestión del municipio en el área del turismo

Definición de la localidad

Definición del residente

De la laguna de Chascomús:

Calidad orilla de laguna

Calidad del agua

Calidad del paisaje

Calidad de los servicios

Acceso a la laguna

Extensión de la orilla

Densidad de gente

Equipamiento orillas

Condiciones de seguridad

Servicios en la laguna

De la demanda turística de Chascomús

dirección de la oferta de establecimiento y servicios de la localidad

según nivel socio económico

según estratos etéreos

aspectos que más pueden influir en la satisfacción de los turistas de la localidad

De cada rubro específico y sectores de incidencia:

problemas críticos de su actividad

dónde realiza la compra de insumos cotidianos, periódicos, ocasionales necesarios

qué sector que incide más en la satisfacción del turista

qué sector que obtiene más beneficio de la actividad turística

Del personal empleado:

residencia

relación interpersonal

cantidad en temporada

fuera de temporada

De la asociatividad:

actividad desarrollada en conjunto con otras empresas en los dos últimos años

según rubro

según actividad

actividad desarrollada con el sector público

según actividad

Institución que lo representa en sus intereses empresariales
Influencia que le atribuye en las decisiones

participación en alguna institución local
canales que emplea para comunicarse con la institución
respuesta de la institución

De inversiones, acciones y proyecciones:

inversión realizada en la empresa en los dos últimos años
destino de la inversión
realización de algún curso de capacitación en los dos últimos años
tipo de curso

necesidad de realizar algún ajuste en la calidad de los servicios que ofrece
realización de algún tipo de seguimiento sobre la satisfacción de los clientes
tipo de seguimiento
conformidad con la rentabilidad de la empresa

participación en alguna actividad del Plan Estratégico
opinión sobre el Plan Estratégico

proyecto -público o privado- mas importante para la localidad
opinión sobre la rivera de Chascomús

Comentarios
Observaciones

Este libro se terminó de imprimir en el mes de agosto de 2009
En Gráfica Tucuman, ciudad de Mar del Plata, Argentina