



**TURISMO Y DESARROLLO LOCAL EN CHACABUCO :
CREANDO CIMIENTOS PARA UNA CONSTRUCCION CONJUNTA**

**ALUMNA: MARIA FORNERIS - N° DE LEGAJO : 71330/2 -
DIRECTOR: LIC. EDUARDO A. DIAZ - FECHA DE ENTREGA: 19/04/2012 -
TESIS DE GRADO: LICENCIATURA EN TURISMO**

*A mi **familia**, por su incondicionalidad, por su amor, por acompañarme siempre.*

*A mi **director**, por su apoyo, responsabilidad, ayuda y dedicación, por ser mi guía a lo largo de este trabajo.*

*A mis **amigos de la vida y de carrera**, porque con ellos recorrí este camino, me acompañaron, me apoyaron. Por su sustento de siempre.*

*A **todos los profesores**, por su compromiso en nuestro proceso de aprendizaje, por sus enseñanzas tanto profesionales como humanas.*

A todos aquellos que han estado presente a lo largo de todos estos años y en este último trayecto.

Gracias.

RESUMEN

El espacio analizado en el presente trabajo corresponde a la ciudad de Chacabuco, localizada en el noroeste de la Provincia de Buenos Aires.

La investigación busca estudiar, analizar y entender la potencialidad turística de dicho territorio, a fin de emprender un desarrollo turístico local.

Para ello se presenta la evaluación realizada, la cual comprende atractivos del lugar, oferta, demanda, infraestructura, competencia y tendencias del mercado. Y como punto de relevancia los intereses y las percepciones de la comunidad local.

Como objetivo principal se plantea contribuir al diseño de una estrategia de desarrollo específicamente dirigida al aprovechamiento del recurso turístico local, que oriente la formulación e implementación de las políticas públicas concurrentes a la plena realización de su potencial en la materia.

En base a la Matriz FODA se realiza el diagnóstico de la situación del desarrollo turístico y la definición de posibles lineamientos de actuación para la gestión de la actividad turística.

Finalmente, se establecen conclusiones generales que permiten avanzar en el conocimiento del estado de la actividad turística en la ciudad de Chacabuco y una serie de recomendaciones tanto para la gestión pública como privada del destino.

ÍNDICE

CAPÍTULO I: ÍNDICE GENERAL	1
INTRODUCCIÓN	2
FUNDAMENTACIÓN	2
OBJETIVOS	3
METODOLOGÍA.....	4
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	7
MARCO CONCEPTUAL.....	8
TURISMO.....	8
DESARROLLO LOCAL	11
TURISMO Y DESARROLLO LOCAL	12
CAPÍTULO III: DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DE CHACABUCO	14
CARACTERIZACIÓN GENERAL DEL CASO DE ESTUDIO	15
EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE CHACABUCO. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA.....	17
ATRATIVOS TURISTICOS LOCALES	17
OFERTA LOCAL	24
Oferta de Alojamiento	25
Oferta de Restauración.....	28
DEMANDA LOCAL.....	31
INFRAESTRUCTURA.....	32
COMPETENCIA.....	35
TENDENCIAS DEL MERCADO TURÍSTICO.....	38
COMUNIDAD LOCAL. PERCEPCION LOCAL FRENTE AL TURISMO.....	39
Perfil de los encuestados	39
Percepciones de los encuestados respecto al turismo y al desarrollo turístico en Chacabuco.....	40
CAPÍTULO IV: DIAGNÓSTICO EVALUATIVO. POSIBLES LINEAMIENTOS DE ACTUACIÓN	50
ANÁLISIS INTERNO: FORTALEZAS Y DEBILIDADES.....	51
ANÁLISIS EXTERNO: OPORTUNIDADES Y AMENAZAS.....	53
POSIBLES LINEAMIENTOS DE ACTUACIÓN	57
CAPÍTULO V: CONSIDERACIONES FINALES	60
CONCLUSIONES.....	61
BIBLIOGRAFÍA	64
BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES CONSULTADAS	65

ANEXOS	68
ENCUESTAS	69
Encuesta N°1: Población Local. Residentes de Chacabuco.....	69
Encuesta N°2: Oferta Local. Gastronomía.	72
Encuesta N°3: Oferta Local. Hotelería.	75
DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA.	78
ENTREVISTAS	79
Entrevista N°1: Sub-Director de Turismo.	79
Entrevista N°2: Presidente Cámara de Comercio e Industria de Chacabuco	84
LOCALIZACIÓN DE CHACABUCO	88
IMÁGENES DE CHACABUCO.....	89

CAPÍTULO I

Índice General

INTRODUCCIÓN

Desde las últimas décadas los principios y metas vinculados con el desarrollo local y el desarrollo sustentable abordan la relación con el turismo, y específicamente la idea del turismo como actividad que puede contribuir a este último (Troncoso; 2008).

El desarrollo local debe ser comprendido desde una perspectiva económica, social, cultural y política, ya que se trata de un proceso dinámico de ampliación de capacidades locales que permite trabajar en mejorar la calidad de vida de todos los integrantes de la población (Flores Gonzales; 2008). Estas formas de pensar el desarrollo adjudican una importancia central a la participación de la población local buscando involucrarla en las instancias de decisión y gestión, y también señalándola como destinataria de los beneficios que se generarían por el turismo (Troncoso; op. cit., p.110).

Es por ello que la presente tesis busca estudiar, analizar y entender la potencialidad turística de la localidad de Chacabuco, provincia de Buenos Aires, a fin de emprender un desarrollo turístico local participativo.

En este marco se asume que el turismo puede ser un importante contribuyente para el desarrollo local. Este sector en auge permite dinamizar las actividades económicas tradicionales y valorizar las particularidades culturales locales, ofreciendo al mismo tiempo oportunidades de empleo (Marvin Blanco; 2008).

Una manera de confirmar que un territorio tiene verdadero potencial de desarrollo turístico es por medio de una evaluación que comprenda atractivos del lugar, oferta, demanda, competencia y tendencias del mercado. Y sobre todo el interés de la comunidad local por formar parte de dicho desarrollo (Marvin Blanco; op. cit.).

Ello es lo que se busca con este trabajo, comenzar a establecer los primeros cimientos que pueden ser el inicio de una construcción conjunta.

FUNDAMENTACIÓN

A través del presente trabajo de investigación se pretende realizar un aporte, no sólo en materia de turismo a la población de Chacabuco, sino también mostrar que toda actividad turística planificada que cuenta con la participación de la comunidad puede llevar al inicio y desarrollo de una nueva actividad económica (cuyos beneficios son para la población local). Además se pretende dar cuenta de los recursos naturales y culturales, tangibles e intangibles para su apropiación e identificación local.

Asimismo se busca poner a disposición de quién requiera la información primaria obtenida en lo que respecta a los atractivos, percepciones de la población local, oferta, demanda, infraestructura, competencia y tendencias del mercado.

El siguiente trabajo se presenta como una manera de estudiar, analizar y entender la situación de Chacabuco como destino turístico; teniendo presente la evaluación realizada y los resultados obtenidos, buscando aprovechar su potencial para emprender un camino conjunto hacia el desarrollo turístico local.

En lo que respecta a sus consecuencias aplicables, la presente tesis brinda información de utilidad para la toma de decisiones en lo concerniente a la planificación, organización y desarrollo de la actividad turística en la ciudad y en lo que refiere a las políticas turísticas. Asimismo da cuenta de la importancia que cumple el desarrollo turístico local participativo, al considerar a los distintos actores de la comunidad.

Desde el punto de vista metodológico es una investigación que trabaja con la recopilación y análisis de fuentes pertinentes para obtener la información necesaria. Dentro de estas fuentes están las primarias y las secundarias. Toyos y Massafra (2009: 48) en su libro “Cómo escribir una tesis en turismo” definen a las primarias como aquellas que proporcionan datos o proveen información de manera directa, o sea las obtenidas por el investigador. Y a las secundarias como todas las que son elaboradas por otros (datos de segunda o tercera mano).

Se trata de una investigación que combina las perspectivas cuali y cuantitativas para una mejor comprensión del problema de investigación. Por investigación cualitativa se entiende a aquella que se ocupa de describir científicamente a las personas, acontecimientos, etcétera, sin usar datos numéricos (Best & Kahn, 1989 citado en Blaxter, Hughes & Tight; 2007: 91). Como sostiene Ruiz Olabuénaga (2003) los métodos cualitativos son los que permiten conocer la realidad intentando captar el significado particular que a cada hecho atribuye su propio protagonista, contemplando estas piezas como un conjunto sistemático.

La investigación cuantitativa abarca todos aquellos estudios que pueden analizarse en términos de números (Blaxter, Hughes y Tight; op. cit., p. 92).

Reconociendo, entonces, la riqueza de cada uno de estos tipos de investigaciones es que se pretende realizar un trabajo combinando ambas modalidades. Además es destacable la utilización de distintos y variados instrumentos para obtener la información pertinente para el trabajo.

Por último, el mismo es un trabajo final de tesis que busca tener un carácter activo y participativo, donde los actores turísticos de la localidad sean parte de la investigación.

OBJETIVOS

* Finalidad:

Contribuir al proceso de desarrollo integral, sostenido y sustentable de la ciudad de Chacabuco y microrregión circundante, a partir del uso optimizado de los recursos territorialmente disponibles.

* Objetivo general:

Contribuir al diseño de una estrategia de desarrollo específicamente dirigida al aprovechamiento del recurso turístico, que oriente la formulación e implementación de las políticas públicas concurrentes a la plena realización de su potencial en la materia.

* Objetivos específicos:

- i. Producir información cuanti-cualitativa expresiva del potencial turístico de la ciudad y microrregión circundante.
- ii. Formular un pre-diagnóstico de la situación actual y futura del sector en sintonía con los preceptos de la planificación estratégica participativa para el desarrollo territorial.
- iii. Identificar el patrimonio natural y cultural, tangible e intangible, como recurso turístico aplicado a los procesos de desarrollo territorial.
- iv. Formular recomendaciones para el diseño e implementación de políticas públicas *ad hoc*.

METODOLOGÍA

De acuerdo con los objetivos que se plantean, algunas de las actividades necesarias para alcanzarlos son:

- i. Realizar una lista, a modo indicativo, de los recursos turísticos de la ciudad.
- ii. Enunciar y describir la oferta local: alojamiento, restauración.
- iii. Describir la demanda real y brindar una aproximación de la potencial.
- iv. Analizar las percepciones de la comunidad local respecto del desarrollo de la actividad turística en Chacabuco.
- v. Enunciar y describir la infraestructura de la localidad: servicios básicos, transporte, caminos, otros.
- vi. Describir la competencia: principales destinos competidores.
- vii. Describir las nuevas tendencias del mercado turístico.

A continuación, se define el diseño de investigación. El término “diseño” se refiere al plan o estrategia concebida para responder a las preguntas de investigación (Sampieri, 2002, citado en García de Ceretto, J., Giacobbe, M., 2009: 46).

Los datos fueron recolectados utilizando distintos instrumentos. Dentro de este trabajo de tesis se incluyen los siguientes:

1. Análisis documental, es la tradicional técnica de recopilación documental, presente en todo trabajo de investigación (Toyos y Massafra; op. cit.). Una primera instancia implica la recopilación bibliográfica, su lectura y análisis para la familiarización con el objeto de estudio.

Este instrumento es clave, también, para listar los atractivos turísticos como para la descripción de la oferta y demanda local, la infraestructura y la competencia. Como fuentes principales de información se utilizó aquella

brindada por la Dirección de Cultura, Turismo y Ceremonial de la ciudad de Chacabuco, y se consultaron publicaciones de la competencia (informes turísticos, folletos diversos, páginas webs).

Esta técnica también fue de utilidad para la descripción de las tendencias del mercado.

2. Encuestas, su función es recabar información verídica y pertinente sobre un fenómeno social, por lo general, sobre un grupo o colectivo de personas (universo o población estadística) mediante la aplicación y evaluación de un cuestionario (Dieterich; 1999: 164).

Para el análisis de las percepciones de la comunidad local se implementó una encuesta, enfocada a los residentes permanentes, mayores de 18 años. Aquí se trabajó con una muestra representativa de la población de manera que los resultados obtenidos fueran posibles de generalizar a todo el universo.

Asimismo se realizaron encuestas a personas representantes de la oferta turística local.

Los cuestionarios que conformen las encuestas estuvieron centrados en las variables de interés (percepción, interés por el desarrollo del turismo, entre otras), incluyendo tanto preguntas abiertas como preguntas cerradas (para ver modelos de encuestas aplicadas y tamaño de la muestra ver Anexos).

3. Entrevistas, se utiliza como la estrategia fundamental para detectar las características de la situación que se estudia, con la finalidad de configurar el mapa de los diferentes puntos de vista de quienes en ella participan (Sancho, et. al; 1998: 70).

La entrevista en profundidad es una estrategia para obtener información mediante una conversación profesional con una o varias personas para un estudio de investigación o para contribuir en los diagramas sociales (Apunte de clase: Maestría en Ciencias Sociales).

En el presente trabajo se hicieron entrevistas con informantes claves de la comunidad, entre ellos el Sub - Director de Turismo de la Municipalidad y el Presidente de la Cámara de Comercio e Industria.

La entrevista se refiere a una forma especial de encuentro: una conversación a la que se recurre con el fin de recolectar determinado tipo de información en el marco de una investigación (Madarri, Archenti y Piovani; 2007: 215).

Como tipología de entrevista se seleccionó la entrevista personal semiestructurada; es decir aquella que posibilita un contacto directo con el entrevistado mediante un listado de preguntas previamente preparadas, lo cual no excluye que surjan datos importantes no previstos en el momento de la realización de la entrevista (para ver entrevistas ver Anexos)

En conclusión, se trata de un trabajo de campo, a lo largo del cual se buscó recolectar los datos necesarios para obtener resultados confiables y válidos a efectos de la investigación.

Posteriormente a la recopilación, se inició el trabajo de gabinete donde se procesó la información obtenida para realizar un análisis de situación de la localidad de Chacabuco, con la presentación de posibles lineamientos de actuación.

La metodología a usar a lo largo de la investigación fue de carácter activo y participativo, donde los actores turísticos de la localidad fueron protagonistas de la misma.

Finalmente, de forma meramente aclaratoria, la elección de Chacabuco como caso de estudio se debe al hecho de que al ser oriunda de ese lugar, no sólo es deseo hacer un aporte en materia turística a dicha localidad, sino también por la factibilidad operacional al tener posibilidad de acceso a las fuentes de información y al público objetivo.

CAPÍTULO II

Marco Teórico

MARCO CONCEPTUAL

Como se ha indicado en páginas anteriores, en el presente trabajo se realizará un análisis de la potencialidad turística del partido de Chacabuco, a fin de contribuir al diseño de una estrategia de desarrollo específicamente dirigida al aprovechamiento del recurso turístico, que oriente la formulación e implementación de las políticas públicas concurrentes a la plena realización de su potencial en la materia.

Para ello se debe hacer previamente una conceptualización de los principales términos a utilizar, relevando diferentes perspectivas de diversos autores.

TURISMO

Teniendo en cuenta el campo y el tema de la investigación es válido definir en primera instancia el término **turismo**. Al igual que Adrian Bull, en su libro *La Economía del sector turístico* (1994), se está de acuerdo que no existe ni se ha acordado una única definición conceptual de lo que es el turismo.

El autor define al turismo como una actividad humana que abarca el comportamiento humano, el uso de recursos y la interacción con otras personas, economías y entornos. También implica el movimiento físico de los turistas a lugares distintos de donde viven habitualmente (op. cit., p. 11).

La Organización Mundial del Turismo (OMT) (1997: 46) lo define como el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros.

A su vez, Elies Furió-Blasco en su artículo “Análisis económico y turismo. El turismo como un bien Mengeriano de primer orden” (2001: 231), cita la definición –entre tantas- del español Óscar De la Torre quien propone el siguiente concepto: “el turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural”.

El turismo, es un desplazamiento territorial motivado por la existencia de atractivos turísticos (históricos, naturales o culturales) identificados como recursos (Almiron, A; Bertoncello, R; Troncoso, C., 2006, citado en Schweitzer; 2008).

Por su parte, Schweitzer (op. cit., p. 9) sostiene que el turismo puede pensarse como una importación de consumidores temporales, caracterizados por un interés en el disfrute del tiempo libre, las experiencias culturales, el consumo de bienes, servicios y paisajes.

En resumen, la actividad turística en conjunto comprende:

- i. Una **demanda**, el conjunto de necesidades y motivaciones que llevan a las personas a visitar un determinado lugar;
- ii. Una **oferta**, el conjunto de bienes y servicios puestos en el mercado para satisfacer la demanda¹. Para los fines del presente trabajo se incluye dentro de la oferta a los hoteles y restaurantes de la ciudad de Chacabuco.
- iii. **Recursos turísticos**, todos aquellos recursos (históricos, culturales, naturales, monumentos y folclore) que atraen a las personas a conocer un lugar; constituidos por recursos naturales y/o culturales, tangibles e intangibles, eventos, festivales, etc. Los recursos turísticos son la materia prima del atractivo, y son la motivación principal de la visita.
- iv. Una **infraestructura**, la dotación de bienes y servicios con que cuenta un lugar para sostener su estructura social y productiva. Forman parte de ella la educación, los servicios de salud, los transportes, las comunicaciones, la energía, la vivienda.

Para finalizar con esta breve caracterización de la actividad turística, es importante hacer referencia a los beneficios y amenazas que trae aparejado esta actividad y que produce en los campos económico, social y ambiental. Los mismos se pueden ver reflejados en forma sintética en el siguiente cuadro.

Impactos del Turismo

Impactos	En la economía	En la sociedad	En el ambiente
Positivos	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento de recursos económicos y de divisas; - Generación de empleo (a tiempo completo, estacional, a tiempo parcial, baja cualificación); - Dinamización del conjunto del sistema económico debido a su intersectorialidad y a los efectos multiplicadores que origina. - Uso de la infraestructura existente; - Uso de productos locales; 	<ul style="list-style-type: none"> - Detención de las corrientes migratorias internas; - Mejoras en el nivel de vida de la población (mejores ingresos, servicios e infraestructura); - Apertura de nuevos caminos de capacitación; - Creación de una nueva conciencia turística (permite conocer las consecuencias benéficas del turismo para la comunidad, lo que lleva a una mayor participación de la 	<ul style="list-style-type: none"> - Favorecimiento para la identificación del patrimonio local; - Valoración, conservación y preservación del patrimonio; - Refuerza el mantenimiento de la cultura y el patrimonio.

¹ A modo aclaratorio, la oferta turística está integrada por bienes y servicios. Respecto a los bienes, los mismos no son estrictamente turísticos. Es decir, lo que hace el turista es alquilar o arrendar determinados bienes o servicios, por medio del cual el propietario le concede el derecho de uso.

	<ul style="list-style-type: none"> - Facilita el desarrollo económico; - Complementa otras actividades económicas. 	<ul style="list-style-type: none"> - comunidad local); - Promueve el entendimiento internacional y la paz; - Promueve el cosmopolitismo y la participación en la comunidad global. - puede reducir barreras lingüísticas, socioculturales, raciales, políticas y religiosas. 	
Negativos	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento en los valores del mercado. Por ejemplo especulación inmobiliaria; - Causa inflación; - Crea estacionalidad y contribuye al desempleo; - Susceptible a cambios, rumores, epidemias, fluctuaciones económicas; - Desarrollo desequilibrado; - Destruye recursos y crea polución visual. 	<ul style="list-style-type: none"> - Potencial proceso de aculturación; - Los actores locales se ponen en función de las expectativas del turismo; - Contribuye a crear barreras de comunicación; - Polución social; - Puede incrementar la delincuencia; - Puede generar conflictos en las comunidades de acogida. 	<ul style="list-style-type: none"> - Alteración y pérdida de autenticidad a causa del exceso de la capacidad de carga en los sitios que forman parte del atractivo turístico; - Alteración o destrucción del patrimonio; - Alteración en valores y significados del patrimonio.

Fuente: El turismo como disciplina científica. Jafar Jafari.

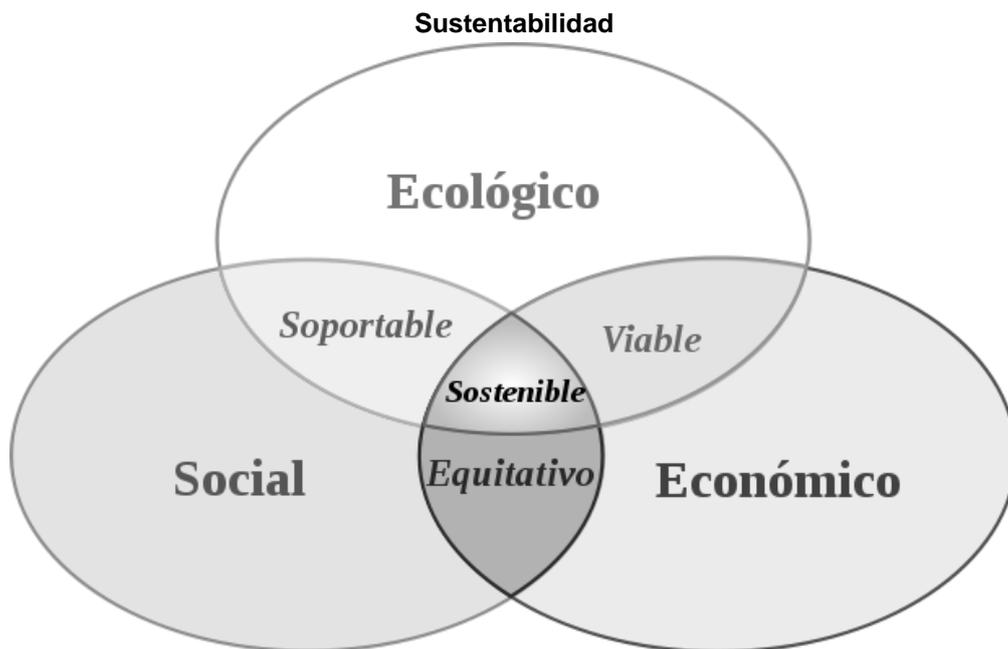
Para favorecer el desarrollo benéfico del turismo, y disminuir o evitar las sombras del mismo, es necesario contar con una correcta planificación. Pensando en una planificación estratégica que permita el desarrollo sustentable del turismo.

En cuanto al **desarrollo sustentable o sostenible**, la definición básica es la del Informe de Brundtland (citado en Kliksberg, B., Sen, A.; 2009: 43) que sostiene que es el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades.

Otro enfoque al respecto sostiene que la sustentabilidad en el desarrollo es la exigencia de dejar a la próxima generación lo que es necesario para lograr un nivel de vida por lo menos tan bueno como el actual y que le permite proveer en forma similar a la generación siguiente (Solow, R., citado en Kliksberg et. al; 2009: 46).

Por su parte, Sergio Molina (1998) se refiere al desarrollo sustentable como aquel que trata de “buscar un equilibrio armonioso entre producción de la riqueza y preservación del ambiente, en la medida en que este último es considerado como fundamento de la vida”.

Comprender esto, o mejor dicho, buscar la comprensión de esto, resulta vital para enfocarse en un desarrollo sustentable; entendiendo a la sustentabilidad no solamente por sus dimensiones económicas sino también por las sociales, culturales, ambientales y políticas (Guimarães; 1994).



Fuente: Comunicación para el desarrollo sustentable.

Por ello es fundamental pensar en un **turismo sustentable**, un turismo que guarde equilibrio desde lo económico, lo social y lo ambiental; debe llevarse a cabo un diagnóstico donde se muestre la situación, para luego realizar una planificación estratégica, con políticas claras y de trazabilidad en el tiempo, sin ir perdiendo la bitácora de navegación y perjudicar el equilibrio socioeconómico local.

DESARROLLO LOCAL

Cada vez es más habitual escuchar hablar sobre la importancia que tiene para distintas ciudades contar con un proyecto de desarrollo generado a nivel local.

Alejandro Casalis (2009: 1) afirma que en Argentina el desarrollo local surge como respuesta desde el nivel local a cambios producidos a partir del proceso de reforma del Estado en la década del '90. Los factores que llevaron a ese desarrollo fueron el traspaso de algunas funciones del Estado Nacional hacia las provincias y municipios, el aumento del desempleo y la pobreza, la emergencia de nuevas demandas de la

sociedad civil hacia los gobiernos locales. En ese proceso es que se inscribe el desarrollo local.

Por su parte, el autor define al desarrollo local como un proceso complejo, producto de una construcción colectiva a nivel local cuyo objetivo es movilizar los recursos de un territorio en torno a un proyecto común, incluyendo a la población. Supone una perspectiva integral del desarrollo; es decir incluye la dimensión social, política, ambiental, cultural, el perfil productivo, etc.

El desarrollo local implica partir de las condiciones propias de un territorio y de cómo sus propios actores, las organizaciones que actúan en él y el gobierno local, entienden sus propios problemas y disponen acciones para resolverlos. Es un desarrollo que ellos mismos van definiendo con su participación activa. (Bitar; 2001: 5).

Según Villar (citado en Schweitzer; op. cit., p. 13) el desarrollo local es la capacidad de llevar un proyecto de desarrollo sustentable en el que se aprovechen las capacidades territoriales (sociales, naturales, técnicas, económicas, institucionales, etc.); donde los empresarios locales organicen los factores productivos con rendimiento suficiente para ser competitivos en el mercado; y que los valores e instituciones locales sirvan como base de apoyo al proceso de desarrollo y las políticas administrativas territoriales permiten crear un entorno económico favorable.

Respecto a esto último, entender el desarrollo en términos de libertades o de capacidades en lugar de necesidades, permite tener una visión más holística de lo que constituye el ser humano (Kliksberg y Sen, 2009).

En este sentido resulta importante señalar que una de las premisas centrales del desarrollo local refiere al rol de la sociedad local, considerada no sólo como destinataria de los beneficios de dicho desarrollo, sino también como actor fundamental para su desenvolvimiento, teniendo en cuenta sus potencialidades y su capacidad de actuar: atributos que la planificación debería reconocer e incentivar (Troncoso; op. cit., p. 112).

En conclusión, el desarrollo local es un proceso de construcción conjunta, que supone una visión estratégica, el trabajo en red y la democratización del poder. El desarrollo local puede ser visto como una estrategia que contribuye a ampliar la autonomía, a potenciar los recursos locales y a hacer posible un desarrollo sustentable, integrado e inclusivo.

TURISMO Y DESARROLLO LOCAL

Desde las últimas décadas los principios y metas vinculados con el desarrollo local y el desarrollo sustentable abordan la relación con el turismo, y específicamente la idea del turismo como actividad que puede contribuir a este último (Troncoso; op. cit.).

Relacionando el fenómeno turístico con el proceso de desarrollo local, se puede pensar, entonces, en un desarrollo turístico a nivel local. El cual debe estar dirigido a diseñar y llevar a cabo un proyecto conjunto con tareas de planificación, desarrollo y control de la actividad turística.

El turismo debe verse como un instrumento alternativo para las economías locales; pensando siempre en la noción de sustentabilidad.

Por ende, para pensar en un desarrollo turístico sustentable y local es necesario, en primera instancia, realizar un diagnóstico evaluativo que permita identificar la situación actual del objeto bajo estudio, establecer estrategias y políticas claras que aseguren su durabilidad en el tiempo.

En este marco se asume que el turismo puede ser un importante contribuyente para el desarrollo local. Este sector en auge permite dinamizar las actividades económicas tradicionales y valorizar las particularidades culturales locales, ofreciendo al mismo tiempo oportunidades de empleo (Marvin Blanco; 2008).

La OMT (citado en Castro Álvarez; 2007: 8) recomienda que debe pugnarse por llevar a cabo proyectos turísticos que consideren la integración de los esquemas sociales y productivos previamente existentes y manejados desde los planeamientos que exigen los valores y particularidades culturales de la comunidad local.

En esta relación entre el turismo y desarrollo local es necesario entender al turismo como un mero contribuyente al desarrollo local; y no como el epicentro del crecimiento económico, sino simplemente como un instrumento alternativo que una comunidad puede emplear con el fin de generar crecimiento y desarrollo (Castro Munar; 2011).

Entonces, un territorio que pretende incentivar el desarrollo del turismo a nivel local debe invertir en capacitación destinada a los actores locales, definir una política pública que resulte efectiva y participativa para la localidad y su comunidad. Ello optimiza la actividad turística, trayendo beneficios para la economía local, los turistas y la población (Giudice y Sousa; 2010).

CAPÍTULO III

Diagnóstico Turístico de Chacabuco.

CARACTERIZACIÓN GENERAL DEL CASO DE ESTUDIO

El partido de Chacabuco ocupa una posición aproximadamente central en la región septentrional de la provincia de Buenos Aires (Melli; 1975: 9), ocupando una superficie de 2.290 kilómetros², y cuenta con una población total de 48.703 habitantes según datos del Censo Poblacional 2010².

Forma parte de la llamada Pampa Húmeda Argentina. La mayoría de su superficie se halla en la sub-región de la pampa deprimida, es decir, en el límite oriental de ese territorio.

Por el Norte lo rodean los partidos de Rojas, Salto y Carmen de Areco; por el Este, Carmen de Areco y Suipacha; por el Sur, Chivilcoy y Alberti y por el Oeste Bragado y Junín.

El distrito fue creado en el año 1865, por iniciativa del General Bartolomé Mitre. El 5 de Agosto del mismo también se fundó Chacabuco, la localidad cabecera, protegida por el fuerte de Salto. En ese tiempo llevaba el nombre de Guardia Nacional, teniendo como fin recompensar a los soldados de la Guardia Nacional que habían participado de la Guerra del Paraguay; tiempo en que la familia Lynch donaba unas 15.000 hectáreas para el asentamiento de esa nueva urbe.

El partido se encuentra dividido en pequeñas localidades, cuya causa originaria ha sido el trazado de vías férreas: nacieron en torno o muy próximas a estaciones ferroviarias; vivieron su etapa de crecimiento en coincidencia con la época del apogeo del riel; su estancamiento está muy ligado al desplazamiento de dicho transporte en favor de la ruta y del automotor (Melli; op. cit.).

Las comunidades que forman el partido de Chacabuco son: Chacabuco, Rawson, O'Higgins, Castilla y Los Ángeles. A las cuales se les agrega algunos parajes: Coliqueo, Membrillar, Cucha Cucha, Gregorio Villafañe, Ingeniero Silveyra, San Patricio, Paraje San Vicente y Paraje Los Sauces.

El nombre de Chacabuco es en la lengua araucana *Chacay-ufco*. Eliseo A. Telmo en su libro “Toponimia indígena bonaerense” explica que Chaca viene de chacay, un árbol de tronco espinoso, que alcanza poco desarrollo, y sus ramas son muy apreciadas por su dureza y corteza, usadas por los indios como febrífugo cuyo nombre científico es *Colletia doniana*. Y Buco surge de la mala escritura de ufco o uvco, que es vertiente. Por ello, en español el nombre del partido se interpreta como vertiente de los chacay (Melli; op. cit.).

Si se habla de distancias, se encuentra a sólo 207 kilómetros de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y 272 kilómetros de la ciudad capital de la provincia de Buenos Aires.

² Datos obtenidos del Censo Nacional de Población y Vivienda 2010 (resultados definitivos). Disponible en: http://www.censo2010.indec.gov.ar/CuadrosDefinitivos/P2-D_6_210.pdf

Se puede acceder por ruta nacional N°7 y las rutas provinciales N° 30 y 51, disponiendo de algunas empresas de micros de pasajeros, ferrocarril y un excelente aeroclub de carácter provincial.

Chacabuco, con casi 147 años de historia, se presenta como una de las tantas localidades atractivas de la provincia de Buenos Aires. Los grandes campos cultivados con maíz distinguen al partido. La tradición maicera es muy fuerte, por ello cada año Chacabuco celebra la Fiesta Nacional del Maíz.

Tranquila, agradable, hospitalaria, ideal para descansar y desconectarse de la rutina diaria. Caracterizada por la calidez humana, por la gente afectuosa y cordial que vive en ella. Un lugar donde las personas cobijan a sus visitantes. Así lo definen los propios residentes: Chacabuco, tiene su propio encanto³.

Además cuenta con todos los servicios indispensables: agua corriente, cloacas, luz eléctrica, gas natural domiciliario, Bomberos Voluntarios, servicios administrativos y de seguridad.

La actividad económica de dicha localidad se basa fundamentalmente en la producción agrícola- ganadera; aunque también tienen peso significativo las industrias harineras, semilleros, químicos derivados de productos agrícolas como el maíz, fábricas de alimentos balanceados, fundiciones, industrias textiles, frigoríficos aviares, industrias lácteas, metalúrgicas, y de la construcción.

En materia de educación se verifica la presencia de establecimientos pre-escolares, primarios, secundarios, técnicos y agro-técnicos. Además, carreras de grado a cargo de la Universidad Tecnológica Nacional (UTN), Instituto Superior de Formación Docente (ISFD) N°131, el Instituto de Formación Técnica N°132 y el instituto privado Paulo Freyre.

Posee también una variedad de comercios e industrias, instituciones y entidades bancarias, bibliotecas, museos, lugares de interés histórico y turístico, hoteles, cine, teatros y un conjunto de clubes que cumplen con las actividades deportivas y de recreación.

En el último tiempo, desde el municipio se está intentando dar inicio a una nueva actividad: la turística. En el año 2009 se creó la Dirección de Turismo con el fin de iniciar el turismo en la ciudad. Hoy, transformada por el nuevo gobierno electo en el año 2011, en Secretaría de Cultura, Turismo y Ceremonial, dentro de la cual se encuentra la Sub- Dirección de Turismo a cargo del Licenciado Sebastián D'Alfonso.

Del mismo modo, se están haciendo esfuerzos por parte de distintas instituciones para dicho desenvolvimiento.

³ Definición sacada del análisis de las encuestas aplicadas en la investigación.

Es a partir de lo anteriormente mencionado que se ha decidido trabajar sobre este partido, para brindar un nuevo aporte en materia turística.

EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE CHACABUCO. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA.

A lo largo del siguiente apartado se realizará un análisis de la situación del turismo en Chacabuco. El mismo busca ser un reflejo de la realidad turística del caso de estudio, para luego convertirse en un elemento clave para la posterior realización del diagnóstico evaluativo.

Asimismo, permitirá el conocimiento de la situación actual y potencial de todos los aspectos que hacen al desarrollo turístico del lugar. Incluye identificación de los atractivos, análisis de la oferta y la demanda local, infraestructura y servicios, análisis de la competencia y de las principales tendencias del mercado.

ATRATIVOS TURISTICOS LOCALES

Los atractivos son todos aquellos recursos aprovechados en la actividad, capaces de satisfacer las necesidades del visitante y que cuentan con las condiciones necesarias para poder ser visitados y disfrutados por el turista; constituidos por recursos naturales y/o culturales, tangibles e intangibles, eventos, festivos, etc. Son uno de los principales motivadores y orientadores del flujo turístico.

Para realizar el análisis de los mismos, en una primera instancia se hará una breve descripción de cada uno de ellos. Luego, con las encuestas y entrevistas realizadas a la comunidad residente y a los prestadores de servicios de alojamiento y gastronomía, y al Subdirector de Turismo y al Gerente de la Cámara de Comercio e Industria, respectivamente; se evaluará su posicionamiento para determinar el grado de importancia que tiene para los mismos.

Chacabuco cuenta con un conjunto de recursos naturales y culturales que trabajados conjuntamente pueden llegar a tener importancia para la visita de turistas a la localidad.

A continuación se presenta el listado de los atractivos turísticos locales:

1. **Laguna de Rocha:** Se encuentra ubicada a unos 30 kilómetros de la ciudad de Chacabuco. Laguna de forma alargada con un fuerte estrangulamiento en su centro; cuenta con una superficie de su cubeta estimada en 300 hectáreas. Forma parte del cauce del río Salado.
Si bien se enumera a la Laguna dentro de la lista de atractivos turísticos, es importante aclarar que por la definición dada para los mismos, la misma no constituye un atractivo en sí.

Este recurso hoy en día presenta importantes problemas en cuanto a su aspecto, estado de abandono por la falta de inversión, y su reactivación que parece estar tan lejana.

Actualmente la laguna registra un muy bajo nivel de agua, y es casi nula la cantidad de peces por el grado de contaminación existente, así lo afirma Luis Aguirre⁴. Sin embargo sostiene que no impide que, en algunos fines de semana, haya pescadores que intenten probar suerte en ciertos sectores del espejo de agua.

Hace ya más de 20 años que se rompió la compuerta de la laguna y con ello dejó de tener instalaciones, comodidades y servicios para el visitante. Si bien esto parece ser una gran debilidad por parte de Chacabuco, afirman que en los próximos meses se iniciarán las obras de reactivación. Dicha información se constata en la entrevista llevada a cabo con el Subdirector de Turismo quien relata que el proyecto de reactivación de la laguna ya está armado, como así también está disponible el presupuesto necesario, lo único que falta es definir a quien se dará la concesión de la obra. Todo llevará a que la Laguna de Rocha pueda volver a ser un lugar de disfrute para los amantes de la pesca deportiva o bien un lugar para que visitantes puedan disfrutar de su amplio espacio verde.

Además, resulta importante destacar que el Subdirector de Turismo definió al lugar como uno de los atractivos de gran importancia que tiene la ciudad, destacando lo significativo que resulta contar con este tipo de recursos para destinos como Chacabuco, que son principalmente de fin de semana.

2. **Palacio Municipal:** Su construcción data de fines del año 1903. Se encuentra ubicado en el centro de la localidad, frente a la plaza principal General San Martín, entre dos pasajes peatonales. Se trata de una construcción tradicional sólida, de dos plantas, con carpintería de madera y cubierta de pizarra en un sector, y losa en otro.

Las oficinas que en ella se encuentran están rodeando un patio interno central. De gran belleza, forma parte del circuito turístico denominado “Área fundacional”, consta de un recorrido por los distintos edificios que forman parte del eje fundacional de la ciudad, incluyendo al Palacio Municipal donde se conoce su historia.

3. **Parroquia San Isidro Labrador:** Comenzó a construirse en 1880, el ingeniero Adolfo Bulter realizó las bases de la obra. Originariamente, el templo contaba con una única nave con su torre correspondiente, para luego agregarle las dos naves naturales que tiene hoy en día. La parroquia sufrió varias modificaciones hasta su actual construcción. En 1920 se eleva a la categoría de parroquia, llevando el nombre en honor al patrono del pueblo local San Isidro Labrador.

⁴ Secretario del Club de Pesca, Caza y Balneario, entidad de bien público encargada de la administración del lugar. Información correspondiente a la nota del diario local “De Hoy”, con fecha 10/01/2012.

Si hoy se entra a la iglesia o se visitan sus dependencias se advierte una gran belleza y modernidad del templo, las oficinas, las salas donde atienden y viven el cura párroco, el capellán y demás miembros.

A modo de observación el atractivo forma parte de dos de los circuitos turísticos locales. Ellos son el “Área fundacional” e “Iglesias de la ciudad”. El primero ofrece un recorrido por la misma, conociendo su historia. Por su parte, en el segundo, también se recorren todas las iglesias de Chacabuco y se profundiza no sólo en su historia, sino también en su arquitectura, actualidad.

4. **Plaza General San Martín:** Es la plaza principal de la ciudad, alrededor de la cual se ubican los principales edificios y oficinas locales, formando conjuntamente el área fundacional.
Recientemente restaurada, en ella tienen lugar las principales fiestas, festivales y actividades de distinta envergadura que se realizan en la ciudad.
En su centro se ubica el destacado monumento al General José de San Martín, inaugurado en el año 1954; es considerado uno de los grupos escultóricos sanmartinianos más importantes y hermosos a nivel nacional.
5. **Casa de la Cultura Haroldo Conti:** Ubicada a pocas cuadras del centro de la ciudad, en ella funciona el Museo y el Archivo Históricos Municipal.
Las secciones que conforman el Museo poseen valioso material de antaño: documentos, fotografías, cartas, testimonios con lo que se han realizado documentales, bibliografía, planos, cuadros, videos.
Como su nombre lo indica en la Casa de la Cultura tienen lugar distintos eventos de esa índole, se realizan exposiciones de arte, ensaya la Banda Municipal de Música José Bimbo Marsiletti y se encuentra la Biblioteca Municipal Leopoldo Marechal.
6. **Galería de Arte:** Inaugurada recientemente, se encuentra en el Teatro Italiano de la ciudad. Es una sala de exposición, con excelentes condiciones para realizar exposiciones de distintos tipo durante todo el año.
7. **Plaza 5 de Agosto:** La plaza constituye un espacio verde de la ciudad, se destaca porque en ella se encuentra el antiguo molino de viento denominando “La Tahona”, elemento de trabajo que se halla ligado a la historia de Chacabuco, como molino de cereales accionado por el viento. El que funcionó en el establecimiento agrícola de la familia Aragón, desde 1897 hasta 1939, fue donada por la familia al museo de Luján, donde se puede hallar el original en uno de sus patios.
8. **Parque Recreativo Municipal:** Es un predio de 8 hectáreas, el cual cumple la completa función de espacio verde y recreativo. Cuenta con excelentes instalaciones para realizar distintos tipos de deportes.
A modo de observación, el sitio es poco valorado como tal por la población local. Es utilizado, principalmente, por colegios primarios y secundarios para celebrar días especiales como el Día del Estudiante y de la Primavera.

9. **Mariópolis Andrea:** Se trata de un lugar muy visitado por turistas no sólo del país, sino de todo el mundo. Ubicado en la localidad de O´higgins, es un lugar de fin de semana o para pasar el día. Anualmente lo visitan familias, jóvenes y grupos organizados de distinta proveniencias.
Las personas que allí residen elaboran y comercializan diferentes productos artesanales. Los que llegan para pasar el fin de semana, en general, realizan convivencias, retiros espirituales o simplemente días de descanso.
Mariópolis Andrea cuenta con la estructura adecuada para recibir en su casa huéspedes, la capacidad aproximada es de 500 personas. Además, posee comedores de distintas dimensiones, un bar, un teatro, tres salones para diferentes tipos de encuentro (con capacidad de 60, 220 y 600 lugares), un gimnasio para actividades en caso de lluvia, equipamiento deportivos y un gran espacio verde para disfrutar libremente.
10. **Chacabuco Golf Club:** Se encuentra emplazado en un predio de 70 hectáreas aproximadamente. Además de ser un campo de golf, cuenta con un *Club House*, canchas de tenis, pileta de natación, quincho, parillas, juegos infantiles. También posee un salón preparado para distintos eventos (convenciones, aniversarios, casamientos, etc.)
La cancha de golf es de 18 hoyos, con un diseño único en la zona, ya que parte del mismo una añosa arboleda y dificultades variadas del deporte.
11. **Club Social Chacabuco:** La entidad se formó en el año 1873, interviniendo activamente en el desarrollo de actividades sociales, culturales y deportivas. Cuenta con una sede en el centro de la ciudad y un anexo deportivo.
En la Sede del Club Social se encuentra su tradicional y espaciosa confitería, y el elegante salón de eventos. Además de ser un símbolo de la ciudad, es llamativa por su distinguido estilo arquitectónico.
El anexo deportivo es un lugar ideal para pasar una tarde al aire libre o practicar deportes. Sus instalaciones son diversas: parque de actividades recreativas, canchas de tenis, rugby, fútbol, hockey, paddle y pelota- paleta, piletas de natación, vestuarios y confitería.
12. **Aeroclub Chacabuco:** Concebido como un club de amigos, fue creado en el año 1956. En él se realizan periódicamente actividades tendientes a fomentar las tradiciones del vuelo, realizándose también torneos de aerodelismo profesional.
13. **Fiestas y festivales:** El partido posee un amplio calendario programado para la celebración de un número importante de eventos anuales. En el siguiente cuadro se describe brevemente cada uno de ellos:

Fiestas y Festivales en Chacabuco

Fiesta / Festival	Descripción
<i>Fiesta Nacional del Maíz</i>	Festival agroindustrial y artístico que tiene lugar desde 1970; convoca anualmente a un gran número de visitantes. Ofrece exposiciones y muestras de maquinarias, charlas y conferencias, espectáculos, conciertos, la elección de la Reina Nacional del Maíz y los Granitos de Maíz.
<i>Festival Provincial de Tango y Folklore</i>	El evento es organizado por la Asociación de Músicos Unidos de Chacabuco. Nace de la mano de dicha institución para darle a la población y a los artistas locales un lugar para visitar, escuchar, cantar y bailar este estilo tradicional. Cada año convocan a artistas locales y nacionales para disfrutar de un fin de semana completo a puro tango y folklore.
<i>Fiesta Provincial de la Primavera</i>	Se realiza en la localidad de Rawson; para su celebración las calles del pueblo se llenan de carrozas preparadas para la fiesta. Hay desfiles, música, espectáculos y un ambiente colorido que dejan en claro que está por comenzar la primavera.
<i>Fiesta Regional de la Empanada</i>	Es organizada por los Bomberos Voluntarios y TV Cable O’higgins. En ella, distintos especialistas en la elaboración de empanadas se acercan para dar a conocer y comercializar sus productos. Además, de disfrutar de las típicas empanadas argentinas, se ofrecen espectáculos musicales.
<i>Exposición Rural</i>	La muestra es organizada por la Sociedad Rural de Chacabuco. Durante su desarrollo se ofrecen charlas técnicas a cargo de distintas instituciones y empresas de carácter nacional, provincial

	y municipal. También se realizan remates de bovinos, porcinos y lanares.
<i>Rally Federal Chacabuco</i>	Organizado por el Auto Moto Club Chacabuco, es la carrera de rally que una vez por año toma como sede la ciudad de Chacabuco. Además, se ofrecen pruebas especiales a cargo de pilotos profesionales.
<i>Noche de los Coros</i>	Todos los años convoca a los principales coros del país, entre los que participa como anfitrión principal el Coro Polifónico Municipal, de reconocida trayectoria.
<i>Velada Patria</i>	En conmemoración a la fecha patria del 25 de Mayo, todos los años se realiza este tradicional desfile. Tiene lugar en el centro de la ciudad, enfrente al Palacio Municipal; en donde participan todas las instituciones, colectividades y centros tradicionalistas locales. Es uno de los pocos eventos a nivel local que reúne a tanta gente. Después del desfile, se ofrecen espectáculos artísticos.

Fuente: Elaboración propia.

Teniendo en cuenta la información primaria obtenida a través de las encuestas orientadas a los residentes y a los prestadores de servicios locales; los mismos hicieron su propia valoración sobre los atractivos y su grado de importancia.

A continuación se presenta el resumen de las respuestas a la pregunta ¿Cuál cree Usted que son los atractivos más importantes del partido de Chacabuco? Enumere los 5 primeros, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante.

Atractivos Locales y su grado de importancia

Atractivo	Nivel de Importancia				
	1	2	3	4	5
<i>Palacio Municipal</i>	5	6	6	5	7
<i>Parroquia San Isidro Labrador</i>	3	8	10	11	6
<i>Plaza General San Martín</i>	16	8	13	8	14
<i>Casa de la Cultura "Haroldo Conti"</i>	9	13	7	10	5
<i>Galería de Arte</i>	4	10	8	4	7
<i>Plaza 5 de Agosto</i>	2	5	4	4	5
<i>Chacabuco Golf Club</i>	4	8	16	14	1
<i>Parque Recreativo Municipal</i>	2	3	6	5	3
<i>Laguna de Rocha</i>	9	12	9	7	9
<i>Mariápolis Andrea</i>	25	15	10	11	4
<i>Club Social</i>	3	2	6	4	5
<i>Aero Club Chacabuco</i>	2	5	3	7	7
<i>Fiesta Nacional del Maíz</i>	14	19	7	3	18

Fuente: Elaboración propia.

De lo anterior se desprende que para los encuestados el atractivo de mayor importancia, en primer lugar, es Mariápolis Andrea, esto puede llegar a ser así porque es uno de los recursos que mayor condiciones presenta para una estadía placentera; lo que se verifica no sólo por el número de afluentes turísticos que llegan al lugar, sino también por los excursionistas de la zona y los propios ciudadanos chacabuquenses.

En segundo lugar se encuentra posicionada la Fiesta Nacional del Maíz. Es el gran evento que representa al pueblo; por ello también es tan valorado por los ciudadanos. Sin embargo, resulta llamativo, que si bien la Fiesta se ubica dentro de los atractivos más significativos, muchos de los encuestados como comentario agregaron que si bien es una fiesta de carácter nacional y valorada como tal, hace ya varios años que perdió su esencia original. Muchos destacaron que ello se debe a la falta de compromiso de los gobiernos locales y de la propia comunidad.

Luego, se ubica Chacabuco Golf Club, ya que el mismo se muestra como un lugar ideal para pasar una jornada practicando deportes o bien un día al aire libre. A este le siguen la Casa de la Cultura Haroldo Conti y la Plaza General San Martín. Ambos integran el circuito que recorre el área fundacional de la ciudad. Asimismo, son dos lugares muy valorados por la comunidad local por lo que simbolizan para la ciudad.

Asimismo, merece especial consideración el único atractivo natural del distrito: la Laguna de Rocha. Del análisis de las encuestas, en el momento que se les preguntó a las personas acerca de lo que consideraban que necesita la ciudad para alcanzar un desarrollo turístico local, muchos destacaron la necesidad de poner en marcha el

proyecto de reactivación de la laguna, indicando que sería un punto clave para empezar a tener más visitantes en la ciudad.

En cuanto a la pregunta acerca de si la persona recomendaría visitar Chacabuco el 73% (de un total de 89 encuestados) respondieron positivamente. Es destacable que en la justificación de ello se acentúe como motivo principal la calidez de su gente y la tranquilidad para descansar. Un prestador de hotelería comentó: “Muchos de los que llegan a Chacabuco descargan aquí su mal humor de vivir en esas grandes urbes o jaulas, donde el mal trato se manifiesta día a día. Los valores del ser humano, como el concepto de familia se va perdiendo en el recuerdo de padres y abuelos, y eso aquí lo sienten en el trato de su gente”.

Del mismo modo los encuestados tuvieron la oportunidad de agregar atractivos al listado dado. Aquellos que lo hicieron adicionaron que sería importante fomentar la modalidad turística rural, ofrecer al visitante la posibilidad de pasar un día o un fin de semana en estancias de la zona. En cuanto a esto, el Subdirector de Turismo comentó que Haras Cary-Juan ofrece un paseo a lo largo del cual explican el origen del haras, cómo es la crianza de caballos, y entre los meses de julio y octubre es el momento en que nacen los potrillos y es posible también vivenciar eso. El recorrido está basado principalmente en la cría de caballos, por ello las personas que llegan allí son aquellas que tienen ese interés en particular.

Si bien el establecimiento parece estar abriéndose al turismo, la posibilidad del desarrollo del turismo rural en él y en otras estancias de la zona tendría que ser objeto de valoración y análisis, así lo demuestran las nuevas tendencias respecto al interés creciente de las personas de alejarse de las grandes urbes para pasar un día de campo y disfrutar de la naturaleza y la tranquilidad que ello trae aparejado.

A modo de conclusión del análisis realizado sobre los atractivos locales, se puede afirmar que Chacabuco no cuenta con un atractivo único de jerarquía suficiente para atraer turistas por sí solo, pero si posee un conjunto de sitios de interés cultural, histórico y natural capaz de hacerlo.

OFERTA LOCAL

Por oferta local se define el conjunto de bienes y servicios puestos en el mercado para satisfacer la demanda. Para los fines del presente trabajo se incluye dentro de la oferta a los establecimientos hoteleros y gastronómicos de la ciudad de Chacabuco.

El análisis que se presenta a continuación se basa en las encuestas hechas a los prestadores de servicios de hotelería y restauración. Como público objetivo de las mismas se intentó tomar a la totalidad de establecimientos existentes. Sin embargo, ello no se logró por cuestiones de voluntad por parte de sus propietarios y/o encargados. Por parte de la oferta de alojamiento de un total de cinco hoteles, se logró encuestar a cuatro. Mientras que por el lado gastronómico se obtuvo la respuesta de

cinco establecimientos, de un total de diecinueve; lo cual no logra constituirse en una muestra representativa.

Ello, demuestra lo indiferente que resultan ser, a veces, algunos sectores para abrirse a nuevas oportunidades. Tal vez ello sea por la falta de sensibilización o, simplemente, por cuestiones de interés.

Oferta de Alojamiento

Dentro de los distintos tipos de establecimientos que prestan este servicio en Chacabuco, hoy en día, se cuenta únicamente con cinco hoteles, cuatro de ellos de larga trayectoria y uno inaugurado recientemente; el Hotel Postal que abrió sus puertas en diciembre de 2011.

La siguiente matriz resume las características generales de este servicio local. La información expuesta en la misma, tiene como fuente de información las encuestas aplicadas para los prestadores del servicio de hotelería.

Oferta Hotelera de Chacabuco

Establecimiento		Plazas	Precio Promedio	Estadía Promedio	Cantidad de Huéspedes (mensual)	Ocupación media	Antigüedad	Servicios
Tipo	Nombre							
Hotel	Hotel Unión	20	-	1 noche	210	30%	Más de 5 años	Estacionamiento Bar Tv en Habitaciones
Hotel	Hotel Nuevos Aires	36	\$ 250	Entre 1 y 3 noches	150	100%	Más de 5 años	Desayuno/Restaurante Entretenimiento Gimnasio Sala de reuniones Internet Wifi Lavandería Bar Estacionamiento Información Turística Room service Tv en Habitaciones
Hotel	Hotel Postal	48	\$ 400	Entre 1 y 3 noches	Ver nota al pie ⁵	Ver nota al pie	Menos de 1 año	Desayuno/Restaurante Spa/Gimnasio Sala de Reuniones Internet Wifi Bar Estacionamiento

⁵ Al estar en funcionamiento desde Diciembre de 2011 y hacerse las encuestas en los primeros días de Enero de 2012, no cuentan con esa información.

								Room Service Tv en Habitaciones
Hotel	Hotel Italia	50	\$ 150	Entre 1 y 3 noches	420	70%	Más de 5 años	Desayuno Internet Wifi Estacionamiento Bar Tv en Habitaciones

Fuente: Elaboración propia.

De lo anterior se concluye que Chacabuco cuenta con una capacidad hotelera de 154 plazas. De la capacidad total de acogida, el Hotel Italia es el más importante ya que cuenta con 50 plazas.

En conjunto el grado de ocupación media para la oferta hotelera es de aproximadamente el 70%, con un precio promedio de \$250 la noche. No se determina una época del año con mayor grado de ocupación, sino que todos resaltan que los días de semana llegan viajeros por cuestiones laborales y de negocios; mientras que los fines de semana, mayormente los largos, llegan a hospedarse personas cuyo motivo es visitar a familiares y/o amigos.

La informalidad forma parte de este servicio, la mayoría de los hoteles cuenta con un mínimo de empleados y en algunos casos son atendidos por los propios dueños.

En cuanto a su categoría, los mismos no siguen ningún parámetro específico; prestan un conjunto de servicios que hacen al mismo; pero no lo definen. En cuanto a esto, el Subdirector de Turismo afirmó que a lo largo de este 2012 se va a trabajar en conjunto con la Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires, para hacer una categorización de todos los establecimientos hoteleros de la ciudad.

Por último, es destacable que dentro de los servicios que los hoteles pueden ofrecer a sus huéspedes está el de brindar información turística, incluyendo atractivos para visitar o actividades que se pueden realizar. Sólo el hotel Nuevos Aires incluyó dentro de los servicios que presta este ítem. Esto resulta interesante, ya que podría llegar a ser una buena oportunidad para definir una estrategia conjunta entre el sector público y el sector privado. Ello parece estar iniciándose con el nuevo hotel, en la entrevista Sebastián D'Alfonso cuenta que hay intenciones de trabajar en conjunto, y brindarles a los huéspedes excursiones o *city tours*. Pero no sólo con el hotel Postal eso resultaría positivo, sino también trabajar con el resto de los establecimientos porque todos reciben turistas y todos pueden aportar algo al desarrollo turístico local.

Con este panorama, se ve necesario llevar a cabo una sensibilización a los oferentes de la importancia que tiene brindar un buen servicio al cliente, además de lo que significa ofrecer y dar a conocer lo que la ciudad tiene, y que el turista no sólo llegue a Chacabuco para visitar a familiares y/o amigos, sino que recorra los atractivos, los descubra, los sienta.

Oferta de Restauración

Chacabuco cuenta con una amplia oferta gastronómica, que incluye restaurantes, parrillas, pizzerías y sandwicherías.

Como se ha indicado anteriormente, no se ha logrado obtener una muestra representativa de este subsector, por ello a continuación se presenta la matriz donde se resumen las características generales de este servicio local. La información entregada por la misma, tiene como fuente de información las encuestas aplicadas para los prestadores del servicio de gastronomía.

Oferta Gastronómica de Chacabuco

Establecimiento		Capacidad (en cubiertos)	Precio Promedio Menú (por persona)	Cantidad de Comensales(me nsual)	Ocupación media	Antigüedad
Tipo	Nombre					
Restaurante	Puesta del Sol	42	\$ 80	120	60%	Entre 2 y 5 años
Parrilla y Restaurante	El Gato Verde	60	\$ 100	300	60%	Más de 5 años
Parrilla y Restaurante	Las Brasas	60	\$ 95	600	50%	Más de 5 años
Restaurante	Sublime	65	\$ 85	400	50%	Menos de 1 año
Restaurante	María María	50	\$ 80	600	80%	Más de 5 años

Fuente: Elaboración propia.

El siguiente es un listado del total de establecimientos que ofrecen servicio de restauración en Chacabuco:

Listado de Establecimientos

Nombre	Tipo
<i>Avenida</i>	Restaurante
<i>Centro los Marinos</i>	Restaurante y sandwichería
<i>Christopher</i>	Sandwichería
<i>Don Manuel</i>	Pizzería
<i>El Gato Verde</i>	Parrilla y Restaurante
<i>Esquina de campo</i>	Restaurante
<i>La Nueva Babilonia</i>	Pizzería
<i>La Parrilla de Orly</i>	Parrilla
<i>La Parrilla de Carlitos</i>	Parrilla
<i>Las tejas</i>	Parrilla y tenedor libre
<i>María María</i>	Restaurante
<i>Marvella Bistró</i>	Pizzería
<i>Parrilla La Espada Rota</i>	Parrilla
<i>Parrilla las 2 M</i>	Parrilla
<i>Parrilla las Brasas</i>	Parrilla y Restaurante
<i>Postal</i>	Restaurante
<i>Puesta del Sol</i>	Restaurante
<i>Sublime</i>	Restaurante
<i>Viejo Lobo</i>	Restaurante

Fuente: Elaboración propia.

La mayoría de los establecimientos se encuentran cercanos al centro de la ciudad y sobre la ruta nacional N°7. Entre los restaurantes, sólo “Las Tejas” ofrece servicio de tenedor libre, el resto son con menú a la carta.

Asimismo, es importante destacar que la mayoría son emprendimientos familiares, por ello se caracterizan por su atención directa y personalizada con los comensales.

Una mención especial la merece el restaurante “Esquina al campo”, ya que como su nombre lo indica el mismo evoca al campo y a la región pampeana; así también lo demuestra la ambientación: con música tradicional de fondo, cuadros del famoso pintor Florencio Molina Campo y elementos típicos del trabajo agrícola - ganadero. Podría decirse que es el único restaurante de la ciudad ambientado temáticamente.

Siguiendo con la caracterización, la parrilla “La espada rota”, ubicada sobre la ruta nacional N°7 a la altura del kilómetro 202, tiene un sector dedicado a los ex y actuales deportistas locales; lo cual puede corroborarse en las paredes donde hay cuadros

desde el año 1975 hasta la actualidad, pasando por distintos deportes: automovilismo, rugby, pelota- paleta, carreras de caballos.

Por último, los restaurantes “Avenida” y “Postal” son los dos establecimientos que pertenecen a los hoteles con el mismo nombre. Pero no son exclusivos para los huéspedes.

DEMANDA LOCAL

Por demanda turística se entiende a las personas que llegan a un lugar para satisfacer sus necesidades y motivaciones de ocio.

Boullón (1985) analiza los diversos tipos de demanda, con el fin de conocer en mayor profundidad a los posibles consumidores. Distingue entre la demanda real y la potencial. La primera hace referencia a la suma de bienes y servicios solicitados efectivamente por los turistas en un momento dado, es la que visita efectivamente un destino. La segunda está representada por los viajeros posibles que aún no están captados por el destino.

Para llevar a cabo el análisis de la demanda turística real se tendrá en cuenta la información primaria obtenida a partir de las encuestas dirigidas a los prestadores de servicios locales y las entrevistas con actores claves.

A lo largo del mismo, sólo se intentará hacer una aproximación de las características generales de la demanda. Por su parte, es válido aclarar que no se optó por hacer una encuesta a turistas que llegan a Chacabuco porque se considera que la ciudad aún no tiene un desarrollo turístico local, y por ende tampoco un movimiento significativo de turistas; de allí la idea de contribuir con la presente investigación.

En cuanto a este análisis es importante destacar que no existen registros al respecto. El Subdirector de Turismo en la entrevista afirmó que sí contaban con ellos, pero al momento de la solicitud de los mismos no se brindaron dichos datos. Lo mismo sucedió con los hoteles, ello ocurre porque los mismos no llevan un registro formal de dicha información.

En términos cualitativos, las personas que llegan a Chacabuco lo hacen principalmente motivados por visitar a familiares y/o amigos, por motivos de negocios ó por algún evento en particular.

Son turistas de fines de semana, la mayoría provenientes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, aunque también han llegado algunos extranjeros, invitados por instituciones locales como es el caso de la comunidad vasca y belga.

Haciendo un análisis y poniendo foco en la demanda turística potencial, Chacabuco debe fomentar la actividad turística en la ciudad y aumentar con ello el número de

visitas que llegan. No solo en referencia a los de turistas, sino también pensando en excursionistas de zonas aledañas.

Resulta ser un análisis un poco sintético de la demanda, a causa de la falta de registros y de información brindada por los actores locales. Ello impide la realización de un análisis más exhaustivo de la misma; quedando pendiente para un futuro próximo realizar el estudio de la demanda turística local de Chacabuco.

INFRAESTRUCTURA

La infraestructura se corresponde con todos los bienes y servicios que posee un territorio para mantener sus estructuras sociales y productivas.

A continuación se presenta un cuadro ilustrativo de los componentes más importantes que conforman la infraestructura de la localidad bajo estudio.

Infraestructura de Chacabuco

Categoría	Tipo	Subtipo	Características
Servicios Básicos	Red de Agua		Secretaría de Servicios Cloacales y Agua Corriente (Ex Obras Sanitarias)
	Red de Electricidad		Cooperativa Eléctrica de Chacabuco Limitada
	Recolección de Residuos		Secretaría de Servicios Públicos
	Red de Gas		Camuzzi Gas Pampeana y Gas Cooperativa
Transporte	Terrestre	Red de Carreteras	Ruta Nacional N°7 y Rutas Provinciales N° 30 y 51. Todas ellas asfaltadas en su totalidad. Actualmente, la Ruta Nacional está siendo ensanchada.
		Servicios de transporte	A la ciudad llegan las empresas de ómnibus Cóndor Estrella y Pullman General Belgrano desde y hacia Capital Federal. La empresa TALP desde y hacia La Plata y Basa Costera Criolla desde y hacia Rosario. Además, otras que conectan ciudades cercanas. Además hay servicios de combis desde y hacia Capital Federal, ellas son Cani y La

			Estación.
		Terminal de ómnibus	Se encuentra ubicada en el casco urbano de la ciudad, a unas doce cuadras del centro comercial.
		Terminal ferroviaria	A ella llega el tren de pasajeros del Ferrocarril San Martín, la cual sale desde Retiro (Capital Federal). Además de recepcionar trenes de carga.
Comunicaciones	Correo		Existe en la ciudad una sucursal del Correo Argentino y otra de Oca, ambos ubicados en el centro de la ciudad.
	Radio		AM LT 36 Radio Chacabuco 1580
			FM Compacto 88.1 Melody 90.3 Vida 97.5 Express 98.9 Ciudad 103.5
	Televisión		Canal 3 es la señal local del Cable. Como empresas de este servicio están Cablevisión y Direc TV.
	Internet		Servicios de Speedy o Fibertel.
	Telefónica		Servicio único de Telefónica Argentina.
Salud	Hospitales		Hospital Municipal del Carmen. Es el único que cuenta con ambulancias.
			Sanatorio. Clínica privada
Otros Servicios	Bomberos		Bomberos Voluntarios de Chacabuco.
	Policía		Posee comisaría local

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a la información relevada sobre la infraestructura local, se puede afirmar que los servicios básicos están cubiertos de manera satisfactoria.

Respecto al abastecimiento de agua corriente, la misma se encuentra a cargo de la Municipalidad, más precisamente de la Secretaría de Servicios Cloacales y Agua Corriente (Ex Obras Sanitarias). En este último verano, fue una temática de bastante discusión en la población por la falta de presión en la red, lo que llevo a que muchos

hogares no tuviesen dicho servicio. A causa de eso, se empezaron a hacer nuevos pozos de agua, obra que finalizará en los próximos meses.

La recolección de basuras es eficiente, hay un recorrido diario, a cargo de la Secretaría de Servicios Públicos. A pesar de ello, aún el municipio no logró desarrollar una política de tratamiento para los mismos.

En cuanto a la red de electricidad, su abastecimiento depende totalmente de la Cooperativa Eléctrica de Chacabuco Limitada. Y el gas es provisto por la empresa Camuzzi Gas Pampeana.

En materia de transporte las tres rutas de acceso a la localidad se encuentran pavimentadas. Incluso algunos trayectos de la ruta nacional N°7 ya se han ensanchado y otros están en proceso. Las tres entradas posibles de acceso a la ciudad se encuentran sobre esta misma carretera, la entrada principal corresponde al acceso Hipólito Yrigoyen, luego el acceso Elguea Román y por último el Juan XXIII, este último es el más reciente y sólo permite el ingreso de autos y camionetas, no así de tránsito pesado.

Los servicios de transporte que existen en la ciudad son varios, desde Capital Federal se puede llegar en los *charters* Cani y La Estación, todas empresas locales que ofrecen servicio de combis; otras opciones son en ómnibus desde Retiro hasta la Terminal de Chacabuco mediante las empresas Cóndor Estrella ó Pullman General Belgrano. Desde La Plata hasta Chacabuco se puede llegar únicamente con la empresa de ómnibus Transporte Automotores La Plata (TALP). Y por último desde Rosario con el servicio de Basa Costera Criolla.

El gran número de opciones que hay hacia estas ciudades se debe en gran medida a que la gran mayoría de los jóvenes, al terminar la educación secundaria, emigran hacia estas ciudades para continuar sus estudios universitarios.

A los servicios anteriormente enumerados hay que agregarles las frecuencias que van a ciudades cercanas, entre ellas Junín, Chivilcoy, Carmen de Areco, Rojas, San Andrés de Giles, Pergamino, Lincoln, Alberti, entre otras. Y en período estival las mismas ofrecen servicios a distintos puntos turísticos del país, como son la Costa Atlántica.

La Terminal de ómnibus está ubicada a pocas cuadras del centro de la localidad, y a sólo doce cuadras de la plaza principal. Mientras que la terminal ferroviaria un poco más alejada de él. Llegan trenes de carga y pasajeros, el servicio de trenes de pasajeros es prestado por el Ferrocarril San Martín, con una frecuencia diaria saliendo desde Retiro, pasando por la ciudad de Chacabuco, con destino final Junín y viceversa.

Las comunicaciones en la localidad son buenas, los correos que existen en la ciudad son dos, uno de ellos depende del Correo Argentino que tiene su propia oficina, y otro a la empresa Oca. En cuanto a las radios existe una única frecuencia AM y cinco FM,

y respecto a la televisión existe un canal local, llamado Canal 3 que depende de Cablevisión, encargado de brindar el servicio de televisión por cable en la ciudad, la otra alternativa es Direct TV.

En Telefonía existe una única opción brindada por Telefónica Argentina. La cual a su vez también brinda el acceso a Internet a través de su servicio Speedy, o bien está la opción de Fibertel ofrecida por Cablevisión.

Las instituciones sanitarias en la localidad están en buen estado, la ciudad cuenta con un Hospital Municipal de larga trayectoria y gran tamaño que posee tecnología para realizar distintas operaciones. Además, está el instituto privado Sanatorio, sucursal del Sanatorio Junín. Ambos cuentan con consultorios, salas de internación y servicios de guardia. En materia de traslado sólo se cuenta con las ambulancias del hospital local. En caso de situaciones de alta complejidad los pacientes son trasladados a instituciones de mayor complejidad pertenecientes a las ciudades de Junín, Capital Federal o La Plata.

En cuanto a los servicios generales que son utilizados tanto por el turista y el residente, se puede observar que son óptimos, ya que la ciudad cuenta con instituciones sanitarias, bancarias, de seguridad y eléctricas, suficientes para que el turista se sienta seguro al visitar la ciudad.

Tal vez una debilidad que se presenta en materia de infraestructura es la poca señalética existente en la ciudad. Por ejemplo, una señalética que resulta importante en materia turística es la que corresponde a los atractivos locales, la misma se encuentra ubicada en la entrada de Chacabuco, correspondiente al acceso Hipólito Yrigoyen. Esa información no se complementa con otra existente en el casco de la ciudad, porque la misma es inexistente como también lo es alguna Oficina de Información Turística que brinde dicha información. Este problema ocasiona que los visitantes no puedan conocer y aprovechar los servicios y atractivos turísticos que se encuentran, lo que provoca una disminución de la utilidad de los mismos ya que sólo los residentes que saben de su existencia los aprovechan.

COMPETENCIA

El análisis de la competencia consiste en agrupar y analizar la mayor información posible sobre los destinos competidores de Chacabuco; identificando a dos tipos de destinos, aquellos que actualmente se encuentran desarrollados turísticamente (destinos competidores actuales), y aquellos que se encuentran en una fase de iniciación y poseen potencial de desarrollo (destinos competidores potenciales).

La descripción que se presenta a continuación se basó en el análisis documental. Como fuentes principales de información se utilizaron los folletos de los destinos competidores, obtenidos en las ferias de turismo: Feria de Buenos Aires Turismo (FEBATUR) y la Feria Internacional de Turismo (FIT), realizadas en octubre y

noviembre de 2011 respectivamente, ambas en el predio de La Rural en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires; y sus respectivas páginas webs.

Al resultar difícil definir la competencia para Chacabuco, y dada la diversidad de lugares existentes en la provincia de Buenos Aires para pasar los fines de semana; a los fines de este trabajo el análisis de la competencia abarcará aquellas localidades que ofrecen productos turísticos parecidos a los del territorio implicado, y se encuentren en zonas cercanas al mismo.

Los lugares considerados como competencia de Chacabuco son:

1. **Junín:** Destino turístico presente en FEBATUR y FIT. Además desde la página web del gobierno local, se puede acceder al sector específico del turismo (www.junin.gob.ar) Cuenta con una Dirección de Turismo, la cual también está presente en la red social *Facebook*, lo cual hoy en día resulta una herramienta de gran importancia para llegar a un público mucho más amplio y a un costo mínimo. En el sitio web se puede obtener información detallada de lo que Junín ofrece al visitante. Los productos turísticos son sus tres lagunas: Parque Natural Laguna de Gómez, Laguna de Mar Chiquita y El Carpincho. Además promocionan el turismo rural en dos estancias La Oriental y La Brava. Y ofrecen distintos circuitos para recorrer en la ciudad: Centro Cívico – Fundación del Fuerte; Ferroviario; Evita- Su paso por Junín; Pueblos rurales: Agustín Roca y Fortín Tiburcio; y por último Esculturas públicas destacadas. Asimismo a través de la página web se puede acceder, también, a la agenda mensual y conocer la oferta de eventos. Por su parte el *link* Cultura detalla todos los aspectos que hacen a las actividades culturales de la localidad; ofreciendo también un listado y breve descripción de los museos locales. Un punto para destacar y analizar es que dentro del turismo rural se ofrece la visita a Mariápolis Andrea, si bien es una atractivo que se encuentra a mitad de camino entre Chacabuco y Junín, el mismo está emplazado en la localidad de O'Higgins (partido de Chacabuco). Tal vez este sea un punto interesante para tener en cuenta y pensar en un trabajo conjunto con la localidad vecina de desarrollo y promoción.
2. **Carmen de Areco:** El sector turístico de la ciudad se encuentra a cargo de la Dirección de Cultura y Turismo. Al igual que Chacabuco no posee una página web para darse a conocer turísticamente. En cuanto a su presencia en las redes sociales, el mismo se encuentra en *Facebook*. La información encontrada en la web sobre el turismo en Carmen de Areco corresponde a portales turísticos, como por ejemplo el sitio www.liveargentina.com, o bien se puede acceder a información sobre qué hacer en la localidad a través de la página web de la Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires (www.turismo.gba.gov.ar / www.buenosaires.tur.ar). En cuanto a la información en folletería, la misma también resulta poco informativa y con escaso contenido en cuanto a lo que el destino ofrece.

El folleto obtenido en las ferias presenta a la ciudad con el lema: Carmen de Areco, cordial por naturaleza. Ofrece el listado de lugares para visitar son el Balneario Camping Ciudad de Carmen de Areco, Museo Histórico Familiar Carmen de Areco, Monasterio San Pablo de Cruz, las poblaciones de Gouin y Tres Sargentos; asimismo se presenta el listado de fiestas tradicionales que tiene como sede la ciudad.

3. **San Andrés de Giles:** El turismo en dicha localidad depende de la Secretaría de Producción y Turismo del municipio. En cuanto a su página web (www.sadegiles.mun.gba.gov.ar) corresponde al sitio oficial de la Municipalidad, el portal en su página de inicio muestra imágenes de algunos de los atractivos locales. Luego, al acceder al subsector Producción y Turismo lleva al usuario automáticamente a la información turística correspondiente.

El producto turístico que ofrece se basa principalmente en el turismo rural, en conocer la ciudad, los pueblos y los parajes que forman el partido de San Andrés de Giles. Como lo afirma en su folleto “el turismo rural es para nosotros una de las herramientas para alcanzar el desarrollo local y sustentable”.

Toda esta información también se constata en su folletería turística, que invita a las personas a conocer la ciudad, probar sus productos regionales y disfrutar de la tranquilidad del campo.

Además de ello, presenta un amplio calendario de fiestas pueblerinas.

La gran ventaja competitiva de este territorio es su cercanía a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, a sólo 103 kilómetros de la misma; y al estar conectado con autopista se llega a ella en aproximadamente 50 minutos, ideal para pasar el día o todo el fin de semana.

4. **Chivilcoy:** Para esta ciudad la única información que se obtuvo fue de portales turísticos, como por ejemplo el sitio www.liveargentina.com. La Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires no la coloca en el listado de lugares por conocer, tampoco se encuentra presente en las redes sociales ni en las ferias específicas de turismo.

Según los portales consultados los lugares de interés que posee Chivilcoy son: el Parque Lacunario Alejandro Martija; el Museo Almacén El Recreo, el Centro Tradicionalista El Fogón y la Pulpería La colorada. Además los portales hacen referencia al turismo rural, pero no dan información al respecto.

A partir del análisis realizado, se puede afirmar que todos los destinos competidores evaluados tienen diversos recursos naturales y culturales, ideales para ofrecer actividades turísticas. Junín parece ser el más avanzado en materia de desarrollo turístico, y esto puede deberse también a la importancia que tiene dentro de las ciudades del interior de la provincia de Buenos Aires, no sólo en el área turística, sino que también actúa como centro administrativo, industrial, educativo, de salud y comercial para toda la región.

En cuanto a Carmen de Areco y San Andrés de Giles, ambos presentan una oferta bastante similar a la de Chacabuco, y utilizan prácticamente las mismas herramientas

para darse a conocer. Entre estos tres sitios, la gran ventaja la posee San Andrés de Giles, por su localización cercana a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Por último, se incluyó a la localidad vecina de Chivilcoy pero no se puede hacer una afirmación concreta respecto a su grado de desarrollo turístico, puesto que la única información que se encontró es ajena a ella, y la posibilidad de entrar en contacto en las Ferias, a través de su web o en las redes sociales fue nula.

En suma, todos los destinos competidores son similares en cuanto a la oferta de recursos turísticos que posee. Si bien Junín presenta un mayor desarrollo, en general todos se encuentran en una etapa donde la actividad turística está comenzando a desarrollarse.

TENDENCIAS DEL MERCADO TURÍSTICO

En este apartado se ha incorporado información referida a las tendencias del mercado turístico. Las mismas constituyen un punto de partida que pueden incidir en la situación futura del turismo en Chacabuco, por ello se considera importante hacer mención de las mismas.

El desarrollo del turismo se ha consolidado como actividad benéfica y provechosa para muchas localidades de la provincia de Buenos Aires. Durante el primer trimestre del año 2011, el interior de la provincia de Buenos Aires fue la región del país que más turistas recibió, con el 40%⁶. Lo que demuestra, el fuerte desarrollo que está teniendo la provincia.

La provincia alberga diversos lugares con paseos alternativos, que van más allá del tradicional producto de sol y playa. Esa nueva oferta se destaca por estar conformada por un conjunto de lugares con entornos de absoluta tranquilidad. Sitios alejados de los ruidos ciudadanos de las grandes ciudades, en los cuales los viajeros buscan incursionar.

La tendencia es crear proyectos creativos e innovadores de desarrollo turístico, buscando formar una oferta de destinos alternativos para vacacionar o disfrutar durante los fines de semana.

El distintivo es la hospitalidad de los pobladores. Asimismo, otro aspecto a destacar es que para recorrerlas, al ser ciudades pequeñas se puede realizar caminando, descubriendo distintos lugares: desde museos y centros culturales, hasta estancias que permitan pasar jornadas completas de entretenimientos, descanso y diversión.

⁶ Datos obtenidos de La Subsecretaría de Desarrollo Turístico - Ministerio de Turismo de la Nación. Anuario 2010. Disponible en: <http://desarrolloturistico.gob.ar/estadistica/anuarios-estadisticos>

Lo hasta aquí descripto, es hacia donde está apuntando la Secretaria de Turismo de la Provincia de Buenos Aires; así lo expresa en su página web “a sólo unos pocos kilómetros del ritmo vertiginoso y de esplendor de la gran ciudad cosmopolita de Buenos Aires comienza la llanura infinita de las pampas: la provincia de Buenos Aires. En la paz de sus grandes extensiones se conjugan armoniosamente su variada naturaleza, la riqueza de sus campos y poblaciones tradicionales donde la hospitalidad y el estilo de vida amable y sereno permite descubrir la real y auténtica identidad de estas tierra”.

Por lo anteriormente señalado, las tendencias del mercado turístico, el crecimiento de la actividad turística en la provincia y el apoyo de la Secretaría de Turismo, son elementos que se conjugan y brindan un marco turístico ideal para el desarrollo de nuevos destinos turísticos; localidades del interior que pueden abrirse a una nueva actividad, una actividad alternativa a las actividades tradicionales actuales.

COMUNIDAD LOCAL. PERCEPCION LOCAL FRENTE AL TURISMO.

Conocer las percepciones de la comunidad de Chacabuco resulta de fundamental importancia para iniciar una planificación participativa del desarrollo turístico local; recopilando para ello sus percepciones, intereses y opiniones sobre la actividad turística comunal.

En esta instancia, se analizan los resultados de las encuestas aplicadas a la comunidad local como así también se incluyen las encuestas destinadas a los oferentes locales, y dentro de ellas las preguntas específicas que hacen a las percepciones del turismo. El objetivo de las mismas es conocer su parecer respecto a la proyección del desarrollo de la actividad turística en Chacabuco.

La comunidad local encuestada corresponde a la población residente. A los fines de la presente tesis, se considera población residente a aquellas personas que residen en la ciudad de Chacabuco de manera permanente y cuya edad es superior a los 18 años.

Asimismo, para acceder a la muestra representativa, se optó por utilizar dos medios. El primero, a partir de la colocación del cuestionario en Internet, enviado y recepcionado vía correo electrónico; y la segunda se trató de encuestas personales.

Por último, para la determinación del tamaño de la muestra, se concluyó que para garantizar su representatividad, como mínimo, se debían obtener 73 encuestas (Ver Anexo: Determinación del tamaño de la Muestra). Las encuestas fueron realizadas entre los meses de Octubre y Diciembre de 2011.

Perfil de los encuestados

Los resultados de las encuestas demostraron que la comunidad local que participó de las mismas está conformada por aproximadamente el 60% de personas de sexo femenino; mientras que el 40% restante corresponde al sexo masculino.

Teniendo en cuenta la edad, los más jóvenes son los más numerosos a la hora de participar en el cuestionario. Los rangos destacados corresponden, primero, a las personas entre 18 y 24 años, representando el 27% de la muestra; luego las personas entre 25 y 29 años, con un porcentaje del 19%; seguidos de las personas entre 30 y 40 años, las cuales representan el 18%.

En lo que respecta a su máximo nivel educativo, aproximadamente el 31% de la muestra posee secundario completo; luego se ubican los que poseen terciario completo con el 27%. Seguido de los que tienen una carrera universitaria incompleta, los cuales constituyen el 19%; ello se puede deber a que las encuestas fueron respondidas por un alto número de estudiantes. También hay alto porcentaje de nivel universitario completo (17%).

En cuanto a su ocupación actual, las respuestas obtenidas se agrupan en estudiantes (40%), empleados privados (35%), otras (22%), empleados públicos (13%), comerciantes (9%) y empresarios (1%). Dentro de la opción otras, se especificaron la ocupación de jubilados y oficios particulares, como el caso de pintor de obra y electricista. Logrando con ello, distintos puntos de vista sobre el desarrollo de la actividad turística en la ciudad.

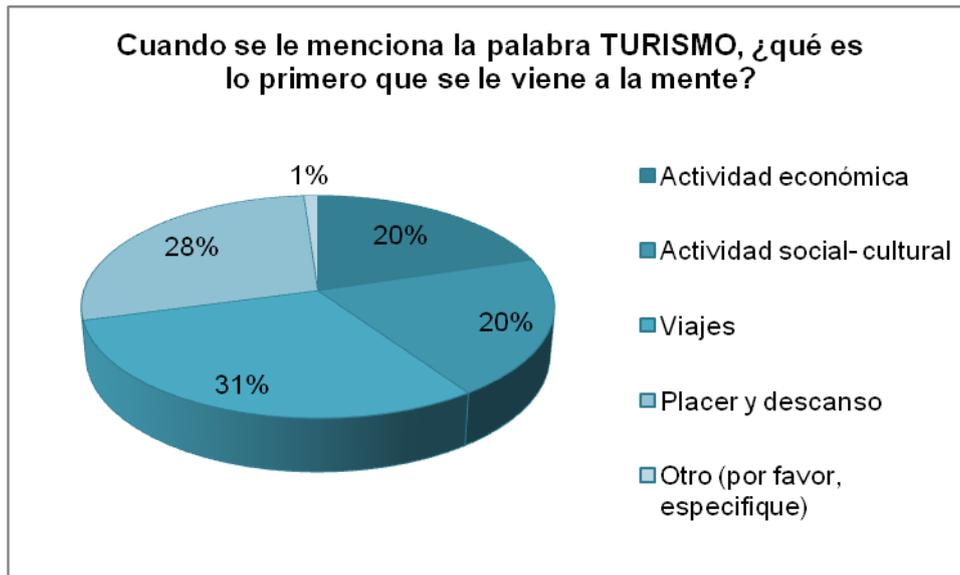
Para finalizar, con la caracterización de las encuestas, y respecto al nivel de ingresos, el 20% de las personas alcanzan el rango entre \$3000 y \$4000 mensuales. Aunque es importante mencionar que todos los rangos incluidos en el cuestionarios, presentan porcentajes más o menos similares. No hay un nivel de ingresos que se destaca más sobre otros.

Percepciones de los encuestados respecto al turismo y al desarrollo turístico en Chacabuco.

En este análisis se incluye la información obtenida de las encuestas destinadas tanto a la comunidad local como a la oferta gastronómica y de alojamiento; a la vez que se tendrá en cuenta las entrevistas realizadas con actores claves de la comunidad.

Para iniciar este análisis, en primer lugar, se incluyó la pregunta sobre el posicionamiento del turismo en la mente de las personas. De un total de 89 respuesta, cuando a la persona se le preguntó qué es lo primero que se le viene a la mente cuando se le menciona la palabra turismo, el 30,3% eligió la opción viajes, seguida de placer y descanso con un 28.1%. Luego, y con la misma cantidad de respuestas, se ubica al turismo posicionado como actividad económica y actividad socio- cultural, en ambos casos con el 20.2%.

La pregunta brindaba la posibilidad de agregar alguna otra cuestión sobre lo que se piensa que es el turismo, y una única persona agregó la opción de entretenimiento y diversión.

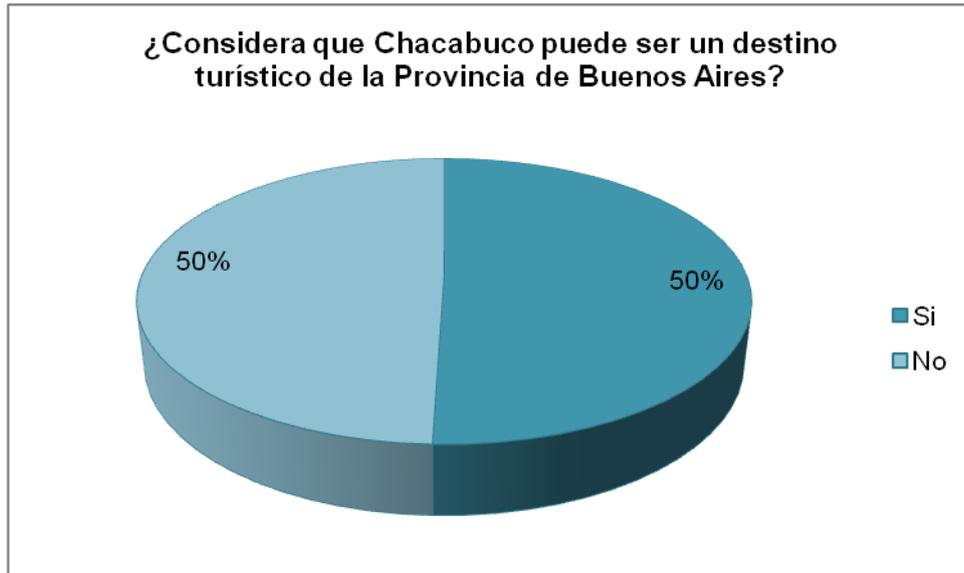


Respecto a esto, importa también mencionar la forma que lo considera la Dirección de Cultura, Turismo y Ceremonial. En la entrevista, Sebastián D'Alfonso indicó que desde la gestión municipal buscan desarrollar al turismo desde el punto de vista cultural, buscando difundir los eventos y actividades que se realizan en la ciudad. Pero también, dejó entrevisto la importancia que tiene desde el punto de vista económico, al afirmar que todos se benefician con el turismo. Su respuesta a la pregunta N°10 lo deja claro: “Para los chacabuquenses, el turismo es muy importante porque como sabemos es una actividad que genera muchos ingresos. Hoy en día, los municipios lo usan como una herramienta fundamental, y se basan en esta actividad.

Con el turismo, todos trabajan, ya sea tiendas, restaurantes, estaciones de servicios, etc. Es por ello que todos nos piden que venga gente, porque notan la diferencia.”

Por su parte, el Presidente de la Cámara de Comercio e Industria, afirmó que el turismo es una mezcla: una actividad económica y a la vez socio-cultural; que permite la recreación y donde todos aportan al desarrollo de la ciudad.

La encuesta continua con la pregunta referida a la consideración de Chacabuco como destino turístico de la Provincia de Buenos Aires. En cuanto a las respuestas, estuvieron divididas de manera pareja, alcanzando la respuesta positiva un 50,5% y la negativa un 49.5%.



Dentro de la justificación, muchas respuestas se comparten. Algunas de las más destacadas desde el punto de vista positivo son:

Chacabuco puede ser un destino turístico de la Provincia de Buenos Aires porque:

Es una ciudad agradable, tranquila, ideal para descansar. Posee lugares que explotados correctamente pueden atraer a turistas.

Chacabuco tiene campos lujosos como para proponer algo. Mucha gente ama la paz del campo, y un buen hotel rural y bien promocionado en las grandes ciudades e incluso en el exterior podría llegar a funcionar.

En el caso de que se organizara adecuadamente un circuito cultural interesante.

Tiene muchas cosas para ofrecer al turista por ejemplo la Laguna de Rocha, pudiendo desarrollar pesca y náutica; una cancha de golf con 18 hoyos, paseos por el campo, buena hotelería y restauración.

Porque se podría apuntar a invertir en la zona rural como un atractivo que ofrezca, descanso y actividades interesantes, a personas que viven en ciudades grandes, por ejemplo. Además se encuentra muy cerca de Capital Federal.

Hay muchas ciudades revalorizadas que atraen a turistas de fin de semana y Chacabuco cumple con los requisitos para ser una de ellas.

Chacabuco cuenta con los recursos necesarios para convertirse en un destino turístico: extensos territorios verdes como campos, estancias, quintas; en la ciudad se encuentran los servicios básicos necesarios, además contamos con atractivos culturales los cuales son propicios para ser visitados.

Porque es un lugar lindo de la provincia de Buenos Aires para conocer, y para conocer a su gente.

Porque es una linda ciudad, hay que poner en valor lo que tiene y darlo a conocer para que llame la atención de los turistas/ visitantes.

Así como otros municipios han desarrollado exitosamente turismo en sus localidades, Chacabuco puede formar parte de ese circuito por ser sede de la Fiesta Nacional del Maíz que mueve a muchísima gente de la zona.

Teniendo en cuenta las respuestas negativas, encontramos las siguientes fundamentaciones:

Chacabuco no puede ser un destino turístico de la Provincia de Buenos Aires porque:

No creo que nadie venga a visitar o a conocer Chacabuco ya que el turismo no se fomenta.

Porque no hay políticas destinadas a tal fin.

Porque no tiene lugares para atraer a los turistas.

No creo que pueda cubrir la demanda ni la necesidad de la gente en lo que se considera un viaje de placer o descanso.

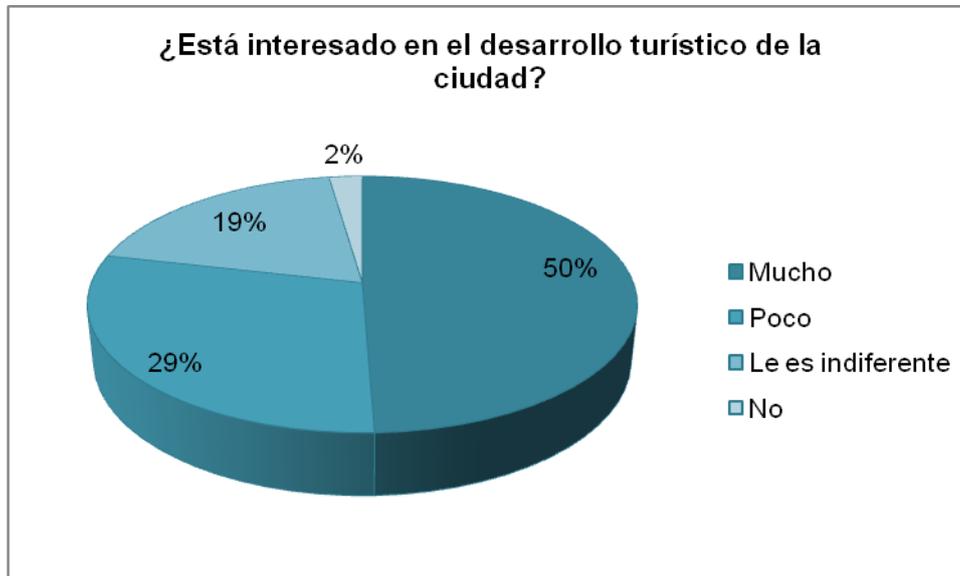
Porque falta planificación, sin un buen plan hecho no se puede hacer demasiado. Es necesario que se sepa a dónde se desea llegar, tener un plan que oriente y que permita evaluar para luego tomar acciones correctivas en el caso que sea necesario, o bien seguir por el mismo camino.

Porque no se aprovechan los recursos disponibles, los mismos se encuentran en un estado de abandono absoluto. Esto se debe a que las políticas aplicadas no se interesan en el turismo de la ciudad.

Carece de lo elemental: mar, montañas, vistas panorámicas. Es un pueblo netamente agrícola, prueba de ello son sus molinos harineros y semilleros conocidos.

Si se tiene en cuenta el interés de la comunidad por el desarrollo turístico de la ciudad, puede observarse que, aproximadamente, el 50% de la muestra está muy interesado en el desarrollo turístico de Chacabuco. A la vez que llama la atención el porcentaje que obtuvo la opción de poco interés y la indiferencia ante dicho desarrollo. Esto puede deberse, a que la casi la mitad de la muestra considera que Chacabuco puede

ser un destino turístico y la otra mitad no. Por ello, en esta pregunta las respuestas son variadas.



A pesar de ello, es importante destacar algunas respuestas al por qué de ese interés.

¿Por qué hay interés en el desarrollo turístico de Chacabuco?

Considero que el turismo permite que la ciudad crezca, y que su población se vea beneficiada con dicho crecimiento.

Considero que es importante para el desarrollo de la ciudad y las actividades que en ella se desarrollan. Asimismo porque proporcionará una oferta cultural más rica que podrán aprovechar todos los chacabuquenses, así como posibilidades de crecimiento económico.

Porque le daría más vida a la ciudad, la gente por lo general cuando está de vacaciones tiene mejor ánimo y además creo que para la economía local sería bueno también.

Porque produciría fuentes de trabajo, y nosotros como ciudadanos estaríamos orgullosos que la gente nos elija.

Para generar trabajo, para que la ciudad ofrezca opciones interesantes (también para sus habitantes), para que este más cuidada porque generaría progreso económico y socio cultural.

Porque creo que no sería una actividad que fomentaría el desarrollo social y económico de la ciudad.

Porque creo que es una herramienta fundamental en cualquier sistema económico.

Porque considero que una buena opción para el desarrollo local.

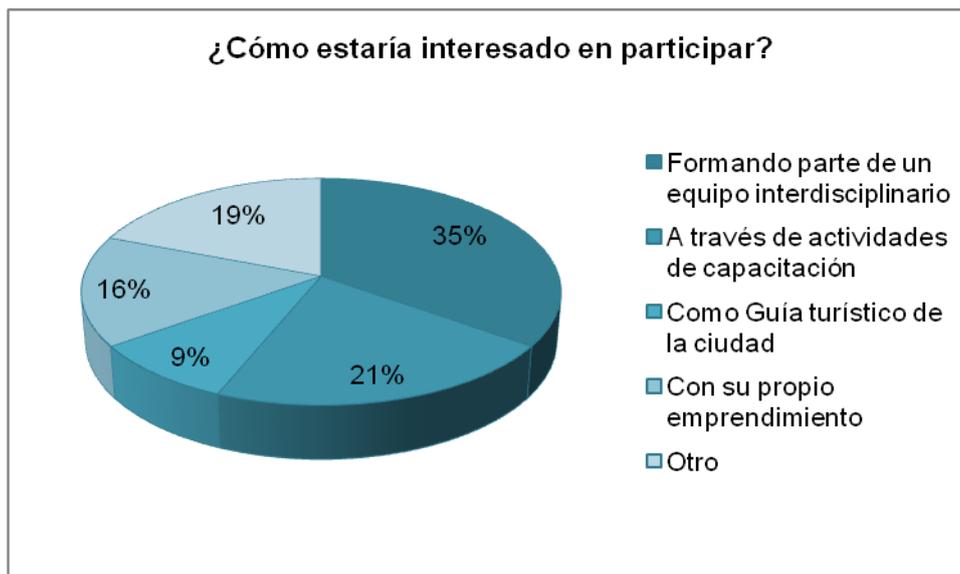
Sí, en el sentido de considerar al turismo como una actividad socio-económica-cultural, capaz de dar empleo, generar que la comunidad se una en busca del desarrollo de su propia localidad en donde los ciudadanos son los propios protagonistas.

A modo de conclusión, las respuestas vinculadas al interés de participar en el desarrollo turístico se relacionan con la idea de que el turismo puede llegar a ser beneficioso para la ciudad y su población; generando un nueva forma de desarrollo local, que acompaña al desarrollo económico, social y cultural existentes.

Siguiendo con la línea del interés, la siguiente pregunta bajo análisis hace referencia a la manera que el encuestado estaría interesado en participar en el turismo; el 34.8% han optado por formar parte de un equipo interdisciplinario, entendiendo que el mismo esté a cargo de la etapa de planificación, desarrollo y evaluación del turismo en Chacabuco. También es interesante el porcentaje que obtuvo la opción de participar en actividades de capacitación, muchos de los encuestados afirman que si bien están interesados en participar en la actividad turística local, no tiene suficiente información de qué es el turismo, qué abarca, cuáles son sus beneficios, de qué manera se puede participar, etc. Este parece ser un punto a considerar, al pensar en brindar una capacitación interactiva dónde los distintos actores locales involucrados puedan expresar sus necesidades concretas de capacitación y en base a ellas armar distintas charlas para satisfacerlas.

También se destaca el porcentaje de residentes que desean participar a través de su propio emprendimiento (15.7%); por último es mínimo el interés de las personas por ofrecer su servicio como guía turístico.

En cuanto a la opción otras, al momento de analizar su especificación la mayoría de las respuestas se relacionan con la falta de interés en participar. Pero sí se destaca la posibilidad de brindarle a los turistas que sean partícipes de actividades culturales locales, mencionando los ensayos de la murga local “Le Cafillo”, o la escuela de circo “La Firulata”.



Al momento de responder si recomendaban visitar Chacabuco, el 74.2% respondió positivamente. En cuanto a la justificación, la mayoría de las respuestas coinciden y están íntimamente relacionadas con la pregunta referida a la consideración de la ciudad como destino turístico. Se repite que es una ciudad tranquila, ideal para descansar, con lugares interesantes para dar a conocer, con una Laguna, campos y estancias capaces de atraer muchas visitas.



Luego, se tuvo en cuenta la opinión de las personas sobre todas aquellas cosas que consideran que necesita Chacabuco para alcanzar un desarrollo turístico local. El siguiente listado resume las repuestas recabas:

¿Qué considera que necesita la ciudad para alcanzar un desarrollo turístico local?

Darle mayor importancia a ciertos recintos, contando con el apoyo del municipio y

sobre todo un grupo preparado.

Políticas de corto y mediano plazo que lo incentiven.

Que la ciudad esté limpia, ordenada y proyecten la Laguna de Rocha como parte del desarrollo turístico (pesca, recreación, camping, balneario).

Planificación, ejecución y promoción.

El armado de un circuito cultural atrayente, con un equipo interdisciplinario ya que no sería las bellezas del paisaje lo más fuerte.

Una política municipal bien definida para el turismo, además de mayor promoción y compromiso por parte de todos.

Una planificación pensada en el corto, mediano y largo plazo. Además de ello, que la misma se encuentre acompañada de una política turística municipal que oriente el desarrollo turístico en la localidad.

Que haya alguna Oficina de Turismo con difusión masiva de actividades. Mejora de la Laguna de Rocha.

Fomentar las inversiones necesarias para la infraestructura y generar conciencia en la población y a nivel político, para lograr concretizar algún proyecto turístico, aprovechando los lugares de interés que tiene la ciudad y buscar fomentar el turismo rural y de estancias.

Creo que necesita del apoyo y la promoción del municipio, así como también de las grandes empresas instaladas en nuestra ciudad. Además del compromiso de la comunidad para con la llegada de los turistas a la localidad.

Por último quiero destacar que para alcanzar este desarrollo turístico creo que deberían dictarse ciertas políticas de desarrollo de lo que es nuestra Laguna local y también en lo que respecta a la organización de la Fiesta del Maíz.

Creo que sería importante contar con un Plan de Desarrollo que la comunidad conozca. Asimismo sería importante tener material para ofrecer a los posibles turistas como: Folletos, Página Web actualizada y con información clara sobre lugares para visitar, horarios, hospedaje, restaurant, etc. Asimismo sería importante contar con un Centro de Atención para el viajante/turista.

Una política al respecto, actividades de sensibilización y concientización orientadas a la comunidad, Y un plan de reactivación para la Laguna de Rocha, ya que es un gran lugar que tenemos y que puede atraer a visitantes.

Planificación, apoyo municipal, motivación, planteamiento holístico de todo, entre otras.

1. Proyecto político de desarrollo.
2. Inversión pública y privada.
3. Promoción.

No se necesita nada, sólo seguir un camino. Nuestros visitantes se quedan muy contentos por el afecto y amabilidad en sus servicios.

Un cambio importante en el concepto de sus habitantes hacia el propio turista. Sensibilización a la comunidad.

Como conclusión del cuadro anterior se ve la necesidad de una política municipal que oriente el desarrollo turístico de la ciudad. Este punto fue mencionado considerables veces; lo mismo que la necesidad de tener una planificación pensada tanto en el corto como mediano y largo plazo.

Otro punto que se destaca es la necesidad de concientizar y sensibilizar al conjunto de la comunidad respecto de la actividad turística, de los beneficios que puede traer para la ciudad, y también de los costes si es que no es planificada correctamente.

Además de acciones de inversión, promoción, oficinas de información turística, reactivación de la Laguna de Rocha.

Para finalizar con el análisis de las percepciones y opiniones que tiene la comunidad sobre la actividad turística en Chacabuco, se indagó sobre el rol que juega la población en todo este proceso. Lo cual se resume de la siguiente manera:

¿Cuál es el rol que juega la comunidad local en el desarrollo del turismo?

Es muy importante que la comunidad esté preparada para que una ciudad sea un destino turístico, la hospitalidad, la gentileza, la humildad, el buen trato son valores a promover.

Tiene el papel principal. Ellos son los que deciden si su ciudad puede desarrollar turismo, si cuenta con recursos que pueden ser aprovechados, gente que desee llevar la actividad a cabo, etc.

Un papel importante, debido a que la gente cuando va a un lugar se fija mucho en cómo es tratado. También en el sentido que es necesario tener emprendimientos privados que apunten al turismo.

Fundamental en cuanto a la predisposición y creatividad para los emprendimientos.

Creo que toda la comunidad debe involucrarse en este tipo de actividades, que pueden beneficiar a gran parte de la población, a través de distintas actividades.

Creo que fundamental, porque tenemos que apoyar este tipo de actividades, aunque el granito que aportemos sea el mínimo. El turismo una fuente de trabajo para todos, aunque aún nos falta concientización al respecto y valorar lo que tenemos.

La comunidad local es esencial para el desarrollo del turismo, si la comunidad local no es activa, no se puede o se vuelve muy difícil el desarrollo del turismo.

Creo que es muy importante convocar a la comunidad para construir la oferta turística de la ciudad a fin de coordinar información y aspectos que se consideren relevantes al respecto. Hay muchos actores de la comunidad que podrían realizar varios aportes como la Cámara de Comercio, ONGs, Industrias/Empresas e incluso la comunidad en general que esté interesada en esta temática.

Indispensable, si la comunidad no se avoca a colaborar con algún proyecto de desarrollo turístico, creo que éste no tendría viabilidad.

Fundamenta, si se crea en ella la conciencia necesaria acerca de la importancia que el turismo puede tener para una ciudad, y que el mismo puede colaborar a su crecimiento económico y al progreso.

Es fundamental, porque es a partir de la comunidad local donde todo se inicia. Me parece que es necesario concientizarla al respecto y que la misma empiece a valorar lo poco o mucho que tenemos, debemos poner en valor las cosas que forman parte de nuestra localidad, y abrimos a esta actividad tan linda como es el turismo para compartirlas con los demás.

Creo que la comunidad juega un papel central, ya que es quien decide abrir las puertas a los turistas. Para ello creería necesario capacitar, concientizar a la comunidad de Chacabuco entorno a lo importante que puede llegar a resultar, tanto en términos económicos como sociales, la llegada de turistas a nuestra localidad.

En todo desarrollo están involucrados distintos actores, creo que la comunidad no está ajena a ello. Solo falta que tome conciencia de lo que tenemos, de lo bello que nos rodea y que ayuden en el turismo

En resumen, se puede deducir de las encuestas realizadas que la mayoría de los residentes de Chacabuco, tienen una percepción positiva de la actividad turística. Ven al turismo como algo que puede contribuir al desarrollo de la ciudad, aunque también destacan la falta de una política municipal que oriente dicho desarrollo. Se puede decir que el turismo es considerado como algo benéfico que puede contribuir al desarrollo de una nueva actividad económica y socio- cultural; aumentando el empleo, valorizando los lugares/ atractivos locales y abriéndose a la recepción de personas y a compartir la vida cotidiana con ellos.

Asimismo, hay que tener presente que un número importante de encuestados considera que aún Chacabuco no se encuentra preparado para ser un destino turístico, son concientes que falta una planificación adecuada pensada en el corto, mediano y largo plazo; como también señalan la falta de sensibilización y concientización respecto a dicho desarrollo.

Aún queda una larga construcción por realizar en materia turística, pero destacan que este tipo de trabajo es uno de los tantos cimientos que se necesitan para iniciar un camino conjunto. Si bien queda mucho trabajo por hacer, visitar Chacabuco es recomendable por la propia comunidad local por ser una ciudad agradable, tranquila, donde se destaca la calidez y la amabilidad de su gente.

CAPÍTULO IV

DIAGNÓSTICO EVALUATIVO. Posibles lineamientos de actuación.

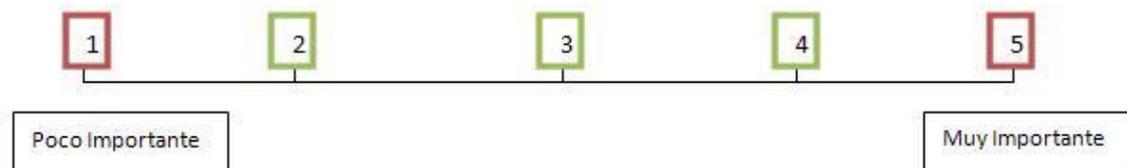
Este capítulo comprende la realización de un diagnóstico evaluativo y la formulación de posibles lineamientos de actuación para el caso de estudio. Para ello, se escogió como herramienta a emplear la Matriz FODA, a través de la cual se busca detallar el contexto actual del sistema turístico, constituyendo el punto de partida para formular recomendaciones orientadas a colaborar en el desarrollo turístico de Chacabuco. Se trata de un análisis que permite sintetizar las informaciones relativas a las fortalezas y debilidades internas en el caso de estudio, confrontándolas con las oportunidades y amenazas que ofrece el entorno (Becerra Lois y Toledo Diez; 2010: 34).

Es conveniente señalar, a la vez, que previo a la formulación del escenario, se realizará una justificación metodológica que sirva como aclaración y facilite la comprensión al lector.

Justificación Metodológica

La escala de las estimaciones probabilísticas va de 0% a 100% de acuerdo al grado de presencia, si se trata de fortalezas y debilidades, y al grado de ocurrencia, si se trata de oportunidades y amenazas.

Asimismo se procederá a clasificar a cada variable de acuerdo a su grado de importancia. Para esto se creyó conveniente elaborar una escala *Likert* de 5 niveles:



Es importante aclarar que la metodología utilizada está lejos de alcanzar un acercamiento objetivo de Chacabuco como potencial destino turístico, ya que las ponderaciones serán juzgadas en base a criterios subjetivos por parte de la autora de la presente tesis. A pesar de ello, el trabajo buscó profundizar en ciertos aspectos y extraer información de mayor relevancia, que se puede derivar en un más oportuno desarrollo y formulación de objetivos y estrategias futuras.

ANÁLISIS INTERNO: Fortalezas y Debilidades.

Al hablar de fortalezas y debilidades se debe pensar en el conjunto de características positivas y negativas que presenta Chacabuco como destino turístico.

Los puntos fuertes son todas aquellas características, factores o cualidades que cuenta el municipio para el desarrollo del turismo local. Puede abarcar ventajas, capacidades y recursos del sistema turístico local, en las cuales puede apoyarse para llegar a concretar el desarrollo.

Los puntos débiles corresponden a las carencias que presenta Chacabuco para desarrollar la actividad turística. Es decir, características, factores o cualidades negativas que impiden o dificultan el desarrollo del turismo.

Conocer las fortalezas y debilidades de Chacabuco permite apreciar de manera correcta el estado de la situación turística local, por ello es que se debe potenciar las fortalezas, y trabajar sobre las debilidades para corregirlas.

Fortalezas

	Factor	Ponderación	Importancia	Valor
F1	Interesante oferta de atractivos y un numeroso calendario de eventos.	0.7	5	3.5
F2	Cercanía a grandes centros emisores, principalmente de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Gran Buenos Aires y La Plata, lo que permite pensar en el desarrollo del un turismo de fin de semana.	0.5	4	2
F3	Visión y percepción del turismo como actividad económica y socio- cultural desde los distintos actores locales. Buena predisposición de la comunidad local para el desarrollo de dicha actividad.	0.7	5	3.5
F4	Existencia de una Sub- Dirección de Turismo.	0.7	4	2.8
F5	Ciudad tranquila. Amabilidad y hospitalidad de la gente.	0.7	3	2.1
F6	Suficientes servicios hoteleros y gastronómicos.	0.7	4	2.8
F7	Buen estado de la infraestructura.	0.7	4	2.8
F8	Participación de la Dirección de Cultura, Turismo y Ceremonial en diversas ferias y exposiciones de carácter nacional y provincial.	0.6	4	2.4
	TOTAL			21.9
	PROMEDIO			2.7

Debilidades

	Factor	Ponderación	Importancia	Valor
D1	Ausencia de una política turística integral. Inexistencia de una planificación para el desarrollo turístico local.	0.9	5	4.5
D2	Existencia de vacíos legislativos. Falta de normas locales que controlen y regulen el accionar turístico.	0.7	4	2.8
D3	Escasa y nula conciencia sobre el	0.7	4	2.8

	desarrollo turístico local. Poca valoración de lo que se tiene a nivel local.			
D4	Pendiente la reactivación de obras del único atractivo turístico natural: Laguna de Rocha.	0.8	5	4
D5	Exigua señalización turística que indique los atractivos y servicios turísticos locales.	0.5	4	2
D6	Carencia de información para los potenciales visitantes de los atractivos, servicios y actividades turísticas. Inexistencia de una Oficina de Información turística en la localidad.	0.2	4	0.8
D7	Falta de profesionales capacitados en turismo, que puedan ayudar en la planificación, la coordinación de actividades conjuntas entre el sector público y privado.	0.6	3	1.8
D8	Deficiencia por parte de la Sub-Dirección de Turismo en la elaboración de estudios estadísticos sobre la llegada de turistas y/o excursionistas, así como también por parte de los hoteles.	0.6	4	2.4
D9	Inicio de una trabajo conjunto entre el sector público y diversas instituciones locales, que hoy se encuentra parado.	0.6	3	1.8
	TOTAL			22.9
	PROMEDIO			2.5

ANÁLISIS EXTERNO: Oportunidades y Amenazas.

Las oportunidades y amenazas dependen del entorno turístico que rodea a la localidad bajo estudio. No se trata de sus propios atributos, sino de las circunstancias positivas y negativas que afectan al entorno.

Las oportunidades son los elementos, acontecimientos, fenómenos, eventos que dependen de actores externos a Chacabuco y constituyen una alternativa para el desarrollo del turismo local.

Las amenazas son todas aquellas circunstancias y aspectos desfavorables del entorno, y como tales pueden perturbar el desarrollo turístico.

Identificar las oportunidades y las amenazas del entorno permite ser conscientes en que contexto se está, ya que unas u otras permiten medir las posibilidades de éxito o fracaso. Las oportunidades sirven para crecer y mejorar como destino turístico, mientras que las debilidades permiten conocer las limitaciones del entorno e invita a vencerlas.

Oportunidades

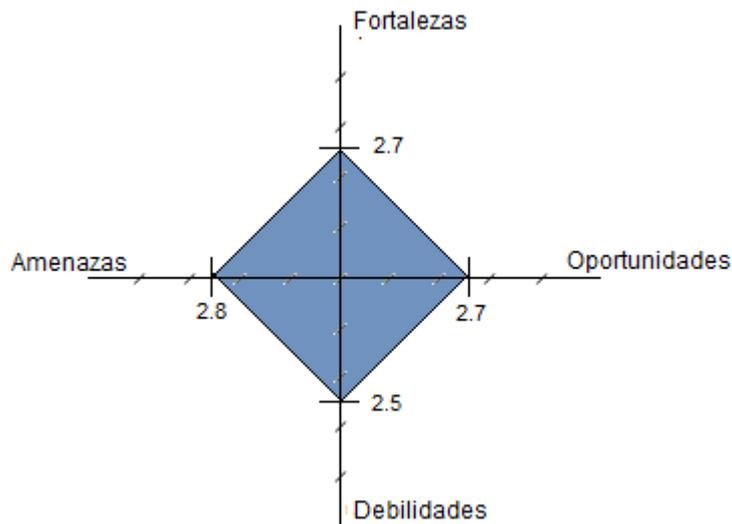
	Factor	Probabilidad	Importancia	Valor
O1	Importante tendencia de crecimiento de la demanda hacia este tipo de turismo	0.7	4	2.8
O2	Crecimiento de la actividad turística en la provincia de Buenos Aires.	1	5	5
O3	Tendencia turística: más vacaciones a lo largo del año por períodos más breves. Turismo de fin de semana.	0.7	4	2.8
O4	Nuevos Decretos Nacionales 1584/2010 y 1585/2010 que aumentan la cantidad de feriados durante el año, declarando algunos de ellos con fines turísticos.	1	4	4
O5	Fuerte apoyo a la actividad turística por la provincia.	1	4	4
O7	Evidencia de saturación en destinos turísticos tradicionales.	0.5	3	1.5
O8	El proceso de urbanización, el régimen de vida y trabajo de la ciudad, la generalización del automóvil, el incremento de la renta de importantes sectores sociales, determinan la necesidad y el deseo de amplios sectores de población de disfrutar de periodos de descansos fuera de su ambiente habitual en contacto con la naturaleza.	0.7	3	2.1
O9	Mayor disponibilidad de tiempo de ocio	0.7	3	2.1
	TOTAL			24.3
	PROMEDIO			2.7

Amenazas

	Factor	Probabilidad	Importancia	Valor
A1	Proximidad a destinos con mayor experiencia turística y una oferta turística similar en la provincia.	0.9	4	3.6
A2	El intenso tráfico de camiones y automóviles que existe en la ruta nacional N°7.	0.7	3	2.1
	TOTAL			5.7
	PROMEDIO			2.8

A continuación se presenta la valoración obtenida para el análisis FODA realizado, a través del cuadro “Mapa de Diagnóstico”:

Mapa de Diagnóstico



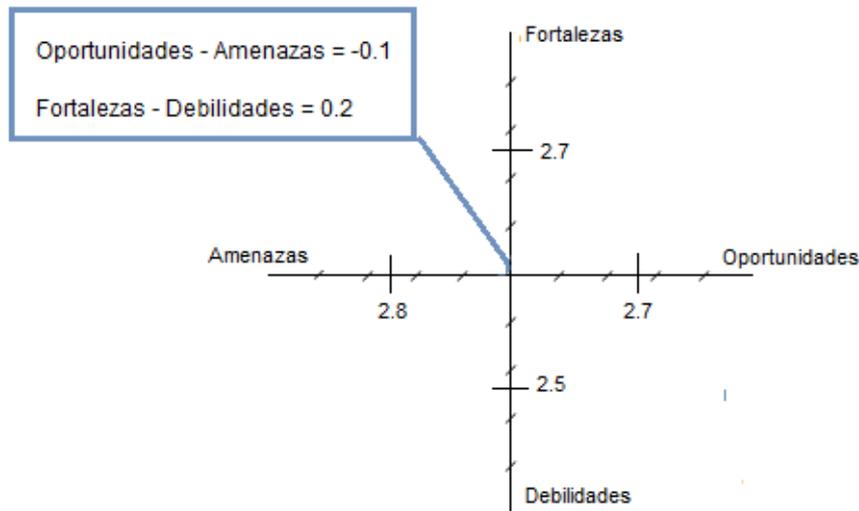
Fuente: Elaboración propia.

Analizando el cuadro anterior, es posible afirmar que Chacabuco presenta importantes oportunidades, pero a la vez numerosas debilidades. Desde esta perspectiva, es que se deben analizar sus oportunidades para compensar sus puntos débiles. También, se debe buscar definir propuestas que le permita aprovechar esos factores positivos del ambiente interno, del cual tiene control.

Teniendo en cuenta el análisis externo, vemos que el entorno en el cual se encuentra inserto Chacabuco, presenta oportunidades para el desarrollo de la actividad turística.

El cuadro que se presenta a continuación corresponde al “Mapa de Posicionamiento Estratégico” que permite identificar en qué posición se encuentra la localidad de acuerdo al análisis realizado, y en base a dicha ubicación determinar los lineamientos de actuación convenientes.

Mapa de Posicionamiento Estratégico



Fuente: Elaboración propia.

A partir de lo analizado anteriormente, se puede concluir que Chacabuco como destino turístico se encuentra posicionado en un escenario de riesgo potencial. Internamente, se trata de una situación donde las debilidades superan a las fortalezas. Aunque resulta interesante destacar que las fortalezas que presenta son muchas y de gran importancia; se debe trabajar en ellas para potenciarlas, y en sus puntos negativos para corregirlos. Con respecto al ambiente externo, las oportunidades superan ampliamente a las amenazas; pero no por ello se debe dejar de tenerlas presente al momento de definir lineamientos de actuación.

Chacabuco posee potencial turístico, pero aún no cuenta con un desarrollo importante de la actividad, donde se destaca la ausencia de una planificación respecto de la misma. Por esta razón es que se debe trabajar para potenciar y maximizar las variables positivas; pero a la vez actuar sobre las debilidades y amenazas, buscando superarlas.

En base a estos resultados es que se proponen los siguientes lineamientos de actuación, en forma de recomendaciones; los cuales en conjunto pueden contribuir al diseño de una estrategia de desarrollo turístico local dirigida al aprovechamiento del recurso turístico, que oriente la formulación e implementación de las políticas públicas concurrentes a la plena realización de su potencial en la materia.

POSIBLES LINEAMIENTOS DE ACTUACIÓN

El desarrollo del turismo en una localidad, como así también en cualquier otro ámbito, se logra definiendo proyectos y acciones a realizar. El presente apartado tiene como objetivo principal entregar propuestas de actuación, las cuales están diseñadas para colaborar en el desarrollo turístico local; lo que no se asegura es que las mismas debieran funcionar así en el futuro, ya que estas propuestas requieren de acogidas por los distintos actores involucrados en la actividad turística.

Recomendación A: Planificación turística.

Realizar una planificación turística, pensando en el desarrollo de un turismo sustentable. Desde lo teórico, la planificación es un instrumento que permite organizar, de manera conciente, el uso de recursos; además de buscar dar respuestas a necesidades individuales y sociales. Por ello, es que se ve necesario el desarrollo de una planificación participativa, donde se piense el turismo en el corto, mediano y largo plazo; y que busque dar soluciones a determinados problemas (previamente identificados). Esta primera recomendación, incluiría las siguientes.

Recomendación B: Participación, concientización y sensibilización dirigida a consolidar la actividad internamente.

Diseñar y poner en práctica distintas herramientas de participación, concientización y sensibilización, de tal manera que el desarrollo del turismo como una nueva actividad local se constituya en una propuesta consensuada por el máximo número de ciudadanos, y que lo mismo resulte sostenible económica, social, política y ambientalmente. Estas herramientas pueden tomar distintas formas, entre ellas:

Foros participativos, donde los distintos actores locales lleguen con sus inquietudes y necesidades en materia turística, y en base a ellas se trabaje para resolverlas y para buscar un desarrollo conjunto y participativo.

Elaboración y distribución de material informativo, destinado a concientizar sobre lo que es la actividad turística, lo que se tiene como potencial destino turístico de la provincia de Buenos Aires en general y de la ciudad de Chacabuco en particular, lo que se puede hacer, como se puede participar en el turismo, y otras cuestiones que pueden ser de interés para los distintos actores.

Conferencias para tal fin.

Recomendación C: Capacitación.

El turismo en la ciudad de Chacabuco aparece como una actividad prácticamente nueva y, en general, desconocida para los distintos actores locales. La capacitación debe ser ofrecida como uno de los pilares fundamentales para el desarrollo del turismo, buscando ser una participación interactiva y participativa; creando un espacio constructivo y abierto al diálogo, donde se haga un diagnóstico e identificación de las

reales necesidades de capacitación y en base a ellas brindar distintas herramientas para satisfacerlas.

Recomendación D: Promoción.

Abrirse al turismo requiere de inversión en promoción. Desde la Secretaría de Cultura, Turismo y Ceremonial se debe ir más allá de la participación en ferias específicas de turismo. Algunas herramientas que pueden ser tenidas en cuenta y que llegan a un mayor público son las páginas webs y las redes sociales. Además, contar con buena folletería, capaz de brindar la información necesaria que el turista necesita para su visita a Chacabuco. De nada sirve acondicionar la ciudad, si la demanda no conoce el producto.

En este sentido, también, se debe trabajar en la definición del perfil turístico de Chacabuco, buscando definir algún/nos producto/s turístico/s y apuntando a la sustentabilidad del destino.

Recomendación E: Cooperación entre el sector público y el sector privado.

La cooperación entre los sectores público y privado se considera vital para lograr una futura competitividad del destino; a la vez que permite pensar en el desarrollo de proyectos de turismo sustentable. No existe una única forma de cooperación; una de ellas es la que se debe reactivar y es el trabajo conjunto iniciado en el año 2010 entre la Sub- Dirección de Turismo y diversas asociaciones locales. El mismo se trataba de reuniones para comenzar a darle forma al desarrollo turístico local, con intención de emprender un camino conjunto. Hoy en día, y luego de varios meses sin actuación, dicho proyecto articulado a través de la Cámara de Comercio e Industria de Chacabuco, se encuentra parado por motivos, principalmente de tiempo; esta es una propuesta interesante para volver a iniciar y comenzar a trabajar cooperando los distintos sectores entre sí.

La cooperación, además, puede ir a otros campos, como son:

Intervenir en la mejora de los atractivos: destacando como primordial la debilidad referida a la necesidad de llevar a cabo las obras de reactivación de la Laguna de Rocha.

Además de conformar una Oficina de Información turística y la señalética necesaria para dar a conocer los atractivos, actividad y servicios turísticos locales.

Intervenir en la promoción del destino.

Este posible lineamiento de actuación marca responsabilidades tanto para el sector público como para el privado, con esta asociación lo interesante es buscar desarrollar y gestionar el turismo de una forma sostenible desde el punto de vista económico, social, cultural y ambiental.

Recomendación F: El desarrollo turístico local desde la política municipal.

Desde las funciones y responsabilidades que tiene el municipio en materia turística es fundamental contar con una política turística a nivel local, la cual oriente no sólo la planificación de la actividad, sino también que tenga un proyecto de futuro para el turismo.

Dentro de las debilidades se identifica la ausencia de una política turística integral. Con el término integral se hace referencia al conjunto de funciones y responsabilidades que el sector público tiene. Entre ellas:

- Ofrecer un entorno favorable para el desarrollo del turismo.
- Garantizar el desarrollo y el mantenimiento de la infraestructura adecuada.
- Ofrecer un marco normativo, destinado a regular el accionar turístico de los distintos actores intervinientes.
- Empezar investigaciones (con colaboración del sector privado) para conocer el estado del turismo e identificar las actividades necesarias para lograr el desarrollo turístico deseado.
- Realizar relevamientos estadísticos (en forma sostenida) que involucren a los distintos componentes del sistema turístico local, para conocer la situación en un momento dado y en base a ello emprender nuevos proyectos turísticos cuando sea necesario.

En suma, todas estas recomendaciones pueden ser el inicio de las tareas necesarias para poder desarrollar la actividad turística a nivel local. No se trata de hacer de Chacabuco un centro turístico masivo, sino de procurar que con los recursos con que cuenta pueda buscar el desarrollo de una actividad alternativa a las tradicionales, y que la misma resulte favorable no sólo a la economía, sino al conjunto de la comunidad local, y comience a formar parte del desarrollo local.

CAPÍTULO V

Consideraciones Finales

CONCLUSIONES

El análisis integral realizado para el territorio muestra que Chacabuco y su área circundante presenta una serie de características ambientales, sociales y culturales que le conceden potencialidad turística.

Del análisis de los **recursos turísticos locales** surge que Chacabuco presenta una interesante oferta de recursos, principalmente de índole cultural. A ello, se le debe sumar el amplio calendario de eventos. Asimismo, como debilidad no puede dejar de mencionarse el único recurso natural: la Laguna de Rocha, la cual se encuentra en un estado de abandono. Su reactivación y el inicio de las obras pertinentes resultarían de gran importancia tanto para la comunidad local como para el potencial desarrollo turístico.

En cuanto a la **oferta local** (servicios de alojamiento y restauración) resulta ser suficiente. En hotelería, la capacidad comunal es de 154 plazas. En cuanto a la categoría, no se sigue ningún parámetro específico; prestan un conjunto de servicios que hacen al mismo; pero no lo definen.

En cuanto a la oferta gastronómica de Chacabuco es bastante variada, abarcando restaurantes, parrillas, pizzerías y sandwicherías.

Ambos servicios se caracterizan por ser, en su mayoría, empresas familiares, donde la informalidad forma parte del servicio.

A su vez, se ha detectado la necesidad de llevar a cabo una sensibilización destinada a los oferentes sobre la importancia que tiene brindar un buen servicio al cliente, pero también de lo benéfico que puede resultar para ellos el turismo en la ciudad.

Para el análisis de la **demanda local** no se obtuvieron datos concretos. La única información se consiguió a través de las encuestas destinadas a los oferentes de los servicios de alojamiento y de restauración, junto con las entrevistas realizadas a informantes claves de la localidad. En términos cualitativos, las personas que llegan a Chacabuco lo hacen principalmente motivados por visitar a familiares y/o amigos, por motivos de negocios ó por algún evento en particular.

Son turistas de fines de semana, la mayoría provenientes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, aunque también han llegado algunos extranjeros, invitados por instituciones locales como es el caso de la comunidad vasca y belga.

En cuanto a la demanda potencial, la ciudad debe poner foco en fomentar la actividad turística en la ciudad y aumentar con ello el número de visitas que lleguen.

En lo que respecta a **infraestructura**, la misma se encuentra en buen estado y alcanza a cubrir los servicios de manera satisfactoria. Tal vez una debilidad que se presenta es la poca señalética e información turística existente en la ciudad. Un punto a tener en cuenta para mejorar.

Se puede afirmar que todos los **destinos competidores** tienen diversos recursos naturales y culturales, ideales para ofrecer actividades turísticas. En conjunto, todos son similares en cuanto a la oferta de recursos que presentan. Aunque la ciudad de Junín presenta un desarrollo más avanzado. Todos, en general, se encuentran en una etapa donde la actividad turística está dando sus primeros pasos.

Las **tendencias** del mercado turístico muestran que el turismo y su desarrollo se han consolidado como actividad benéfica y provechosa para muchas localidades de la provincia de Buenos Aires. La provincia alberga diversos lugares alternativos, que van más allá del tradicional producto de sol y playa. La tendencia es crear proyectos creativos e innovadores de desarrollo turístico, buscando formar una oferta de destinos alternativos para vacacionar o disfrutar durante los fines de semana. Y hacia eso es donde debe apuntar Chacabuco como destino turístico, a formar un proyecto de desarrollo turístico generado a nivel local y que resulte alternativo a la oferta turística tradicional.

Tener en cuenta las **percepciones de la comunidad local** frente al turismo y llevar a cabo un análisis de las mismas resulta de fundamental importancia para iniciar una planificación participativa del desarrollo turístico local; recopilando para ello sus percepciones, intereses y opiniones sobre la actividad turística comunal.

En resumen, se puede deducir de las encuestas realizadas que la mayoría de los residentes de Chacabuco, tienen una percepción positiva de la actividad turística. Ven al turismo como algo que puede contribuir al desarrollo de la ciudad. Se puede decir que el turismo es considerado como algo benéfico que puede aportar al desarrollo de una nueva actividad económica y socio- cultural; aumentando el empleo, valorizando los lugares/ atractivos locales y abriéndose a la recepción de personas y a compartir la vida cotidiana con ellos.

Asimismo, hay que tener presente que un número importante de encuestados considera que aún Chacabuco no se encuentra preparado para ser un destino turístico, son conscientes que falta una planificación adecuada pensada en el corto, mediano y largo plazo; como también señalan la falta de sensibilización y concientización respecto a dicho desarrollo.

Una vez estudiados todos los aspectos anteriores, se procedió a realizar un **diagnóstico evaluativo**, identificando las fortalezas, debilidad, oportunidad y amenazas del territorio, con el fin de conocer la situación de Chacabuco como destino turístico; y en base a dicho posicionamiento generar un conjunto de **posibles lineamientos de actuación** orientados a colaborar en el desarrollo turístico local.

Luego de haber llevado a cabo la recopilación y análisis de la información sobre Chacabuco, y de realizar el diagnóstico para evaluar su potencial turístico, se puede concluir que el territorio estudiado a lo largo de la presente investigación posee potencial en materia de turismo, y existen tendencias que favorecen la actividad.

Chacabuco se encuentra en una etapa de iniciación, y como tal la planificación es inexistente.

Así, es que se proponen un total de seis recomendaciones, para comenzar a establecer los primeros cimientos que pueden ser el inicio de una construcción conjunta del desarrollo del turismo en Chacabuco.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES CONSULTADAS

- BECERRAS LOIS, F.A. y TOLEDO DIEZ, M. (2010). “El ordenamiento territorial del turismo; Procedimiento metodológico”. *Revista TuryDes - Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo local-*. Vol. 3, Num. 8. Red Académica Iberoamericana Local - Global. Documento electrónico: <http://www.eumed.net/rev/turydes/08/bltd2.htm>
- BITAR, M. A. (2001). “Los componentes del desarrollo local”. *Revista Munigestión. Facultad Nacional del Litoral -UNL-*. Universidad Nacional de Entre Ríos –UNER-. Documento electrónico: http://www.fts.uner.edu.ar/catedras03/politica_social/documentos/desarrollo_local_y_regional/Los_componentes_del_desarrollo_local_Bitar.pdf
- BLAXTER, L.; HUGHES, C. & TIGHT, M. (2007). *Cómo se hace una investigación*. Barcelona: Gedisa.
- BOULLÓN, Roberto (1985). *Planificación del espacio turístico*. México: Trillas.
- BULL, A. (1994). *La economía del sector turístico*. Madrid: Alianza.
- CASALIS, A. (2009). *¿Qué es el desarrollo local y para qué sirve?*. Buenos Aires: Centro de Estudios para el Desarrollo Local -CEDEL-. Documento electrónico: <http://www.cedelargentina.org/files/Que%20es%20el%20desarrollo%20local%20casalis.pdf>
- CASTRO ÁLVAREZ, U. (2007). “El turismo como política central de desarrollo y sus repercusiones en el ámbito local: algunas consideraciones referentes al desarrollo de enclaves turísticos en México”. *Revista TuryDes - Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo local-*. Vol. 1, Num. 1. Red Académica Iberoamericana Local - Global. Documento electrónico: <http://www.eumed.net/rev/turydes/01/uca.htm>
- CASTRO MUNAR, D. A. (2011). “Turismo instrumento o panacea de desarrollo municipal en Colombia”. *Revista TuryDes - Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo local-*. Vol. 4, Num. 9. Red Académica Iberoamericana Local - Global. Documento electrónico: <http://www.eumed.net/rev/turydes/09/dacm.htm>
- DIETERICH, Heinz (1999). *Nueva guía para la investigación científica*. Buenos Aires: Editorial 21.
- FLORES GONZALES, Consuelo (2008). *Desarrollo local y turismo*. Instituto de Investigación y servicios de consultoría. Bolivia: Universidad Mayor de San Andrés, Carrera de Turismo. Documento electrónico: <http://www.turismoruralbolivia.com/img/DesarrolloLocal.pdf>

- FOLLETERÍA (2011) de los destinos de la Provincia de Buenos Aires, disponible en FEBAT y FIT.
- FURIÓ BLASCO, E. (2001). “Análisis económico y turismo. El turismo como un bien mengueriano de primer orden”. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, Vol. 10, números 3 y 4.
- GARCÍA DE CERETTO, J.; GIACOBBE, M. (2009). *Nuevos desafíos en investigación: teoría, métodos e instrumentos*. Rosario: Homosapiens.
- GIUDICE, D.A. y SOUZA, R (2010). “A importância da atividade turística no desenvolvimento local: O caso da Chapada Diamantina – Bahia”. *Revista TuryDes - Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo local*. Vol. 3, Num. 7. Red Académica Iberoamericana Local - Global. Documento electrónico: <http://www.eumed.net/rev/turydes/07/sgms.htm>
- GUIMARÃES, R. (1994). “Desarrollo sustentable: ¿Propuesta alternativa o retórica neoliberal?”. *Revista EURE*, Vol. 20, Num. 61. Documento electrónico: www.utm.mx/temas/temas-docs/e0831.pdf
- JAFARI, F. (2005). “El Turismo como disciplina científica”. *Revista Política y Sociedad*. Vol. 42, Num. 1.
- KLIKSBERG, B. y SEN, A. (2009). *Primero la Gente* (9ª ed.) Buenos Aires: Temas.
- MADARRI, A.; ARCHENTI, N. & PIOVANI, J. (2007). *Metodología de las Ciencias Sociales*. Buenos Aires: Emece.
- MARVIN BLANCO, M. (2008). *Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio*. (Convenio de colaboración entre el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) Costa Rica y Programa de Desarrollo Agroindustrial Rural (PRODAR)). Costa Rica: Grupo técnico PRODAR-IICA. Documento electrónico: <http://www.territorioscentroamericanos.org/turismorural/Documentos%20compartidos/Gu%C3%ADa%20para%20elaborar%20el%20plan%20de%20desarrollo%20tur%C3%ADstico%20de%20un%20territorio.pdf>
- MELLI, O. R. (1975). *Geografía del Partido de Chacabuco*. Buenos Aires: Cogtal.
- METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL (2011). Maestría en Ciencias Sociales. La Plata: Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales/ Universidad Nacional de La Plata.; Apunte de Clase N°12: Entrevista grupal e individual.
- MOLINA, S. (1998). *Turismo y Ecología* (6ª ed.). México: Trillas.

-
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO – OMT- (1997). *Introducción al Turismo*.
 - RUIZ OLABUÉNAGA, J. I. (2003), *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto, Tercera edición.
 - SANCHO, M. J.; HERNÁNDEZ, F.; CARBONELL, J.; TORT, A.; SANCHEZ CORTÉS, E. & SIMÓ, N. (1998). *Aprendiendo de las innovaciones en los centros*. Barcelona: Octaedro.
 - SCHWEITZER, P. (2008). *Turismo y desarrollo local*. Tesina Diploma Superior en Desarrollo Local y Economía Social, FLACSO, Buenos Aires. Documento electrónico:
<http://politicaspUBLICAS.flacso.org.ar/files/monografias/turismoydesarrollo.pdf>
 - TOYOS, M. & MASSAFRA, M. (2009). *Cómo escribir una tesis en turismo*. Buenos Aires: Ediciones turísticas.
 - TRONCOSO, Claudia Alejandra (2008). “Turismo, desarrollo y participación local. La experiencia de la Quebrada de Humahuaca, Jujuy, Argentina”. *Revista Aportes y transferencias*. Vol. 12, Num. 2, pp 110- 130. Centro de Investigaciones Turísticas. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Universidad Nacional de Mar del Plata. Documento electrónico:
<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/276/27615331007.pdf>

ANEXOS

ENCUESTAS

Encuesta N°1: Población Local. Residentes de Chacabuco.

La presente encuesta forma parte de un Trabajo de Investigación de la carrera de Licenciatura en Turismo de la Facultad de Ciencias Económicas (UNLP). La misma tiene como objetivo analizar cual/es es/es son las percepciones de la comunidad de Chacabuco respecto del desarrollo turístico en la ciudad. Además busca identificar distintos aspectos que puedan contribuir a dicho desarrollo. Desde ya muchas gracias por su colaboración.

1. Cuando se menciona la palabra **TURISMO**, ¿qué es lo primero que le viene a la mente?

- Actividad económica
- Actividad social- cultural
- Viajes Placer y descanso
- Otro (por favor, especifique)

2. En la Provincia de Buenos Aires existen municipios que están desarrollando el turismo en sus localidades. ¿Considera que Chacabuco puede ser un destino turístico de la provincia?

Si No

¿Por qué?

3. ¿Está interesado en el desarrollo turístico de la ciudad?

Mucho Poco Le es indiferente No

¿Por qué?

4. ¿Cómo estaría interesado en participar?

- Formando parte de un equipo interdisciplinario para la planificación del turismo en la Ciudad
- A través de actividades de capacitación
- Como Guía turístico de la Ciudad
- Con su propio emprendimiento
- Otro (por favor, especifique)

5. ¿Cuál cree Usted que son los atractivos más importantes del partido de Chacabuco? Enumere los 5 primeros, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante. Gráficos

	1	2	3	4	5
Palacio Municipal	<input type="radio"/>				
Parroquia San Isidro Labrador	<input type="radio"/>				
Plaza General San Martín	<input type="radio"/>				
Casa de la Cultura "Haroldo Conti"	<input type="radio"/>				
Galería de Arte	<input type="radio"/>				
Plaza 5 de Agosto	<input type="radio"/>				
Chacabuc	<input type="radio"/>				

o Golf Club

Parque Recreativo Municipal

Laguna de Rocha

Mariapolis Andrea

Club Social

Aero Club Chacabuco

Fiesta Nacional del Maíz

6. Si Usted considera algún otro atractivo que NO se encuentre en el listado anterior, por favor especifíquelo a continuación. Enumérela según su grado de importancia, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante.

7. ¿Recomendaría visitar Chacabuco?

Si No

¿Por qué?

8. ¿Qué considera que necesita la ciudad para alcanzar un desarrollo turístico local?

9. ¿Cuál cree Ud. que es el papel que juega la comunidad local en el desarrollo del turismo?

10. Sexo

Masculino Femenino

11. Edad

18-24 25-29

30-34 35-39

40-44 45-49

50-54 55-59

60-64 65-69

70-74 75-79

80 y más

12. ¿Cuál es su máximo nivel educativo?

	Completo	Incompleto
Primario	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Secundario	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Terciario	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Universitario	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Maestría /	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Doctorado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. ¿Cuál es su actividad actual?

Estudiante

Empleado público

Empleado privado

Empresario

Comerciante

Otro (por favor, especifique)

14. Aproximadamente, ¿cuál es su nivel de ingresos mensuales?

Menos de \$1000

Entre \$1000 y \$2000

Entre \$2000 y \$3000

Entre \$3000 y \$4000

Entre \$4000 y \$5000

Más de \$5000

18. Comentarios.

Fecha:

Encuesta N°2: Oferta Local. Gastronomía.

La presente encuesta forma parte de un Trabajo de Investigación de la carrera de Licenciatura en Turismo de la Facultad de Ciencias Económicas (UNLP). La misma tiene como objetivo analizar la oferta gastronómica del partido de Chacabuco y cual/es es/son las percepciones de los prestadores respecto del desarrollo turístico en la ciudad. Además busca identificar distintos aspectos que puedan contribuir a dicho desarrollo. Desde ya muchas gracias por su colaboración.

1. Nombre y Tipo de Establecimiento

2. ¿Cuánto tiempo lleva funcionando el Establecimiento?

Menos de 1 año Entre 1 y 2 años
Entre 2 y 5 años Más de 5 años

3. ¿Cuál es la capacidad que tiene el Establecimiento?

4. ¿Cuáles son las épocas del año con mayor demanda?

Fines de semana largo Semana Santa

Vacaciones de Invierno

Vacaciones de Verano

Eventos / Fiesta (por favor, especifique)

Otro (por favor, especifique)

5. Cantidad promedio de comensales (clientes) que recibe al mes

6. ¿A cuánto asciende el precio promedio del menú por persona?

7. Aproximadamente, ¿cuál es el grado de ocupación media de su Establecimiento?

8. Cantidad de empleados con que cuenta el Establecimiento.

9. ¿Cuál cree Ud. que es el motivo por el cual las personas visitan Chacabuco?

10. Cuando se menciona la palabra TURISMO, ¿qué es lo primero que le viene a la mente?

Actividad económica

Actividad social- cultural

Viajes Placer y descanso

Otro (por favor, especifique)

11. En la Provincia de Buenos Aires existen municipios que están desarrollando el turismo en sus localidades. ¿Considera que Chacabuco puede ser un destino turístico de la provincia?

Si No

¿Por qué?

12. ¿Está interesado en el desarrollo turístico de la ciudad?

Mucho
 Poco
 Le es indiferente
 No

¿Por qué?

13. Como prestador de servicios gastronómicos, ¿Cómo estaría interesado en participar?

Formando parte de un equipo interdisciplinario para la planificación del turismo en la Ciudad
 A través de actividades de capacitación
 Con su propio emprendimiento

Otro (por favor, especifique)

14. ¿Cuál cree Usted que son los atractivos más importantes del partido de Chacabuco? Enumere los 5 primeros, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante. Gráficos

	1	2	3	4	5
Palacio Municipal	<input type="radio"/>				
Parroquia San Isidro Labrador	<input type="radio"/>				
Plaza General San Martín	<input type="radio"/>				
Casa de la Cultura "Haroldo Conti"	<input type="radio"/>				
Galería de Arte	<input type="radio"/>				
Plaza 5 de Agosto	<input type="radio"/>				
Chacabuco Golf Club	<input type="radio"/>				
Parque Recreativo Municipal	<input type="radio"/>				
Laguna de Rocha	<input type="radio"/>				
Mariapolis Andrea	<input type="radio"/>				
Club Social	<input type="radio"/>				
Aero Club Chacabuco	<input type="radio"/>				
Fiesta Nacional del Maíz	<input type="radio"/>				

15. Si Usted considera algún otro atractivo que NO se encuentre en el listado anterior, por favor especifíquelo a continuación. Enumérelo según su grado de importancia, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante.

16. ¿Recomendaría visitar Chacabuco?

Si No

¿Por qué?

17. ¿Qué considera que necesita la ciudad para alcanzar un desarrollo turístico local?

18. Comentarios.

Fecha:

Encuesta N°3: Oferta Local. Hotelería.

La presente encuesta forma parte de un Trabajo de Investigación de la carrera de Licenciatura en Turismo de la Facultad de Ciencias Económicas (UNLP). La misma tiene como objetivo analizar la oferta de alojamiento del partido de Chacabuco y cual/es es/son las percepciones de los prestadores respecto del desarrollo turístico en la ciudad. Además busca identificar distintos aspectos que puedan contribuir a dicho desarrollo. Desde ya muchas gracias por su colaboración.

1. Nombre y Tipo de Establecimiento

2. ¿Cuánto tiempo lleva funcionando el Establecimiento?

Menos de 1 año Entre 1 y 2 años
Entre 2 y 5 años Más de 5 años

3. ¿Cuánto plazas tiene el Establecimiento?

4. ¿Cuáles son las épocas del año con mayor estadia?

Fines de semana largo
Semana Santa
Vacaciones de Invierno
Vacaciones de Verano
Eventos / Fiesta (por favor, especifique)
Otro (por favor, especifique)

5. ¿Cuánto dura la estadia promedio de las personas que se hospedan en el Establecimiento?

1 noche
Entre 1 y 3 noches
Más de 3 noches

6. Cantidad promedio de huéspedes (clientes) que recibe al mes

7. ¿A cuánto asciende el precio estadia promedio por noche?

8. Aproximadamente, ¿cuál es el grado de ocupación media de su Establecimiento?

9. Cantidad de empleados con que cuenta el Establecimiento.

10. Selecciones los servicios con los que cuenta su Establecimiento

	SI	NO
Desayuno	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Restaurante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entretenimiento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Spa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gimnasio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sala de reuniones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Internet Wi-fi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavandería	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tintorería	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Piscina	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estacionamiento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Información turística	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Room service	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Televisión en las habitaciones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Si Usted presta algún otro servicio que NO se encuentre en el listado anterior, por favor especifíquelo a continuación.

12. ¿Cuál cree Ud. que es el motivo por el cual las personas visitan Chacabuco?

13. Cuando se menciona la palabra **TURISMO**, ¿qué es lo primero que le viene a la mente?

Actividad económica

Actividad social- cultural

Viajes

Placer y descanso

Otro (por favor, especifique)

14. En la Provincia de Buenos Aires existen municipios que están desarrollando el turismo en sus localidades. ¿Considera que Chacabuco puede ser un destino turístico de la provincia?

Si No

¿Por qué?

15. ¿Está interesado en el desarrollo turístico de la ciudad?

Mucho

Poco

Le es indiferente

No

¿Por qué?

16. Como prestador de servicios de alojamiento, ¿Cómo estaría interesado en participar?

Formando parte de un equipo interdisciplinario para la planificación del turismo en la Ciudad

A través de actividades de capacitación

Con su propio emprendimiento

Otro (por favor, especifique)

17. ¿Cuál cree Usted que son los atractivos más importantes del partido de Chacabuco? Enumere los 5 primeros, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante.

	1	2	3	4	5
Palacio Municipal	<input type="radio"/>				
Parroquia San Isidro	<input type="radio"/>				

Labrador					
Plaza General San Martín	<input type="radio"/>				
Casa de la Cultura "Haroldo Conti"	<input type="radio"/>				
Galería de Arte	<input type="radio"/>				
Plaza 5 de Agosto	<input type="radio"/>				
Chacabuco Golf Club	<input type="radio"/>				
Parque Recreativo Municipal	<input type="radio"/>				
Laguna de Rocha	<input type="radio"/>				
Mariapolis Andrea	<input type="radio"/>				
Club Social	<input type="radio"/>				
Aero Club Chacabuco	<input type="radio"/>				
Fiesta Nacional del Maíz	<input type="radio"/>				

18. Si Usted considera algún otro atractivo que NO se encuentre en el listado anterior, por favor especifíquelo a continuación. Enumérela según su grado de importancia, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante.

19. ¿Recomendaría visitar Chacabuco?

Sí No

¿Por qué?

20. ¿Qué considera que necesita la ciudad para alcanzar un desarrollo turístico local?

21. Comentarios.

DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA.

Para calcular el tamaño de la muestra para las encuestas destinadas a la población residente del partido de Chacabuco en base a un muestreo aleatorio simple, y al conocer la cantidad total de habitantes mayores de 18 años, se utilizará para su cálculo la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{Ne^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde,

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza = 95% = 1.96 (para una distribución normal para el 95% de confiabilidad y 5% error)

p = probabilidad a favor = 0.95

q = probabilidad en contra = 1 – p = 1 – 0.95 = 0.05

N = Universo = Población total del partido de Chacabuco mayor a 18 años= 35252⁷

e = Error de Estimación = 5% = 0.05

Entonces,

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot 0.95 \cdot (1 - 0.95) \cdot 35252}{35252 \cdot (0.05)^2 + (1.96)^2 \cdot 0.95 \cdot (1 - 0.95)} = 72.83 \cong 73$$

⁷ Datos obtenidos del Censo 2010 (resultados definitivos). Disponible en: http://www.censo2010.indec.gov.ar/CuadrosDefinitivos/P2-D_6_210.pdf

ENTREVISTAS

Entrevista N°1: Sub-Director de Turismo.

Entrevista N°1	
Nombre del entrevistado	Sebastián D'alfonso
Entidad a la que representa	Secretaría de Cultura, Turismo y Ceremonial
Lugar y fecha de la entrevista	Casa de Actividades Culturales – Chacabuco – 25 de Enero de 2012.

1. ¿Cómo fue tu llegada al turismo en la ciudad de Chacabuco?

Yo al ver que en la provincia de Buenos Aires había mucho apoyo con los municipios, la idea de la Secretaría de Turismo de la provincia era que todos los municipios tengan Direcciones de Turismo, comenzaron con muy pocas y yo al tener contactos conocidos me dijeron que sería importante tenerla también en Chacabuco, ya que no es necesario tener un lugar de playa o montañas sino que se pueden hacer muchas cosas desde el aspecto cultural, desde los eventos, desarrollar lugares de fin de semana, y la Secretaría apoya en ese sentido. Entonces prepare un proyecto al intendente de ese momento Darío Golía, que le interesó. Supuestamente antes otra gente había tenido la idea pero no le hacía el proyecto concreto. Entonces cuando le consulto me dice que prepare el proyecto por escrito, se lo realicé y enseguida (al mes) empecé a trabajar en esto.

2. En la localidad, ¿cuál es la actual situación de la actividad? (Existe algún desarrollo concreto, se está planificando, se planificó, formó parte del proyecto que mencionaste).

El proyecto que yo le presento a Golía abarcaba muchas cosas: desarrollar distintos lugares, facilitar el conocimiento de la ciudad en otros lugares, desarrollar lugares de acceso, lugares de recreación. Una de las cosas que me pidió y una de las principales a las que el apuntó es que se conociera Chacabuco a nivel provincial. Quería que nuestra ciudad no esté chata, ya que no se lo nombraba tanto; quería que se renombre en la provincia. Buscamos poner la marca, participamos en las ferias de turismo y otros eventos y fiestas de la provincia.

A todo ello, yo le sume el armado de algunos circuitos para la gente de Chacabuco y la gente que viene a visitarnos; si bien es poca la gente que viene pero la que llega quiere conocer la ciudad y hacer los circuitos. Es como cuando uno va a otro lugar, quiere conocer el lugar, su historia. Nosotros acá, a veces, eso no lo valoramos. Por ejemplo hace una semana llegaron 20 brasileros que justo pararon acá y estuvieron interesados en conocer el lugar. También viene mucha gente de la delegación vasca y belga, que tienen familiares acá, por lo general se quedan una semana en Chacabuco y quieren hacer actividades acá. Todos ellos son los que generan turismo, y por ende generan ingresos.

3. Desde el Municipio, ¿cómo se considera al turismo? ¿Cuál es el objetivo que tiene la Dirección?

En este momento estamos buscando apuntarlo desde la actividad cultural, buscamos desarrollar la parte artística y los eventos que se llevan a cabo acá. Si bien hay lugares que se están preparando para ser de fin de semana, como cabañas o casas de campo, pero al no estar aún finalizados por el momento buscamos desarrollar un turismo de tipo cultural.

El objetivo que tenemos es difundir aquello que ofrece Chacabuco a sus propios ciudadanos, como así también a quienes por distintas circunstancias visitan la ciudad.

4. ¿Existe alguna norma/ordenanza específica que regula la actividad?

No, todavía no. Ahora, al haber más actividad e instalarse un nuevo hotel, y sumado a que el hotel Nuevos Aires que se está re-categorizando, lo que se va a hacer este año con gente de la Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires es categorizar a todos los hoteles, que hasta el momento no se había hecho en la ciudad de Chacabuco.

5. ¿Qué atractivos o productos turísticos ofrece Chacabuco?

Desde donde lo apuntamos y teniendo en cuenta lo que a la gente le gusta conocer ofrecemos una visita a la localidad de O'Higgins, un pequeño poblado histórico; desde donde se accede a Mariápolis Andrea.

Otro lugar muy visitado por los visitantes nacionales e internacionales es el Haras Cary-Juan, lugar muy hermoso. La gente de afuera viene interesado por ver caballos, lugar ideal para ello. Allí se ofrece un paseo que dura aproximadamente 2hs, a lo largo del cual explican todo: el origen del haras, cómo es la crianza de caballos, desde julio a octubre es el momento en que nacen los potrillos y es posible ver eso.

6. ¿Qué considera que Chacabuco puede brindar al turista que llega a la ciudad?

Lo ideal sería poder ofrecer vivir la experiencia del turismo rural, abrir casas de campo. Existen estancias con cascos históricos muy importantes y bien conservados. Pero aún falta la intención de los propietarios de abrirse a la gente.

También y por lo que llega mucha gente a Chacabuco es por Turismo de Golf (hoy en día muy promocionado por la Secretaría de Turismo de Provincia), acá se hacen muchos campeonatos y nuestra localidad tiene uno de campos de golf más importantes y ello atrae a mucha gente. La idea es trabajar en brindarles algo más a las personas que vienen a jugar un torneo de golf. Pensá que en un campeonato se inscriben alrededor de 200 personas, muchas de las cuales vienen con sus familias. Ahí hay que trabajar, en ofrecerle algún evento cultural que le permita conocer lo nuestro.

7. ¿Cuáles son los atractivos más importantes del destino? ¿Lo más visitados? ¿En cuáles de ellos pone foco el municipio?

Como atractivo importante creo que tenemos la Laguna de Rocha, y en lugares como el nuestro de fin de semana principalmente es un lugar ideal. Así lo era hace aproximadamente 20 años, cuando venía mucha gente. Además contamos con el apoyo de la Secretaría de Turismo de la Provincia en el Proyecto de la Ruta del Pejerrey, donde nosotros formamos parte del recorrido, pero hasta que no se desarrolle. Por su parte el proyecto de reactivación de la laguna ya está, como así también está el dinero para llevarlo a cabo, lo que falta es que se decida quien lo a realizar; lo que calculamos que puede demorar un año.

8. ¿Hoy en día existe un movimiento de turistas y/o excursionistas? ¿Cuál es su procedencia? ¿Cuál es el motivo de la visita? ¿Existen registros al respecto?

Si existe un movimiento, principalmente de fines de semana. Como ya dije anteriormente hace una semana recibimos a un grupo de brasileros. Muchos vienen de Capital. También tuvimos gente de la comunidad vasca y belga que vienen a visitar a familiares y amigos. Recibimos gente de Chaco.

Recibimos sobre todo cuando en nuestra localidad se realiza algún evento, vienen por el evento en sí pero a la tarde quieren realizar alguna excursión.

Los motivos principalmente son por eventos o visitas a familiares y amigos.

En cuanto a los registros es muy precario, podemos llegar a tener la cantidad de personas que vienen por mes; pero nada más.

9. ¿En qué proyectos están hoy pensando?

Estamos trabajando con el nuevo hotel, el cual recibe mucha gente, entonces la idea es trabajar en conjunto y colaborar organizando distintas excursiones, *city tours*. En estos días estamos teniendo reunión para darle un poco más de forma.

10. ¿Cuál considera que es el papel que juega la comunidad local en el desarrollo del turismo?

Para los chacabuquenses, el turismo es muy importante porque como sabemos es una actividad que genera muchos ingresos. Hoy en día, los municipios lo usan como una herramienta fundamental, y se basan en esta actividad.

Con el turismo, todos trabajan, ya sea tiendas, restaurantes, estaciones de servicios, etc. Es por ello que todos nos piden que venga gente, porque notan la diferencia.

11. ¿Buscan un desarrollo turístico local participativo? ¿De qué manera lo intentan impulsar? ¿Se realizan acciones de concientización turística orientadas hacia la comunidad o hacia los prestadores de servicios?

Hay mucha gente que quiere colaborar, y también están las personas que quieren pero no se animan. A veces cuesta un poco. Lo ideal es que exista una cooperación

entre la parte privada y la municipal, que intervengan conjuntamente, pero lo que sucede es que en Chacabuco todo es muy nuevo, todo reciente y falta para eso.

12. ¿De qué manera dan a conocer la ciudad? ¿De qué manera la promocionan?

La promocionamos en las ferias que organiza la Secretaría de Turismo de Provincia, hay feria cada dos meses. Ella son el Salón de Turismo que se realiza en La Rural, FEBATUR, la FIT y en la Exposición Ganadera. En todas ellas promocionamos la ciudad con todos los eventos que tenemos.

13. ¿Cuál/es considera que son los principales destinos competidores de la ciudad?

Creo que la competencia está dado por otros municipios cercanos a Capital Federal, ya que es mucha la gente de allá que quiere tomarse un fin de semana en lugares cercanos, por lo general buscan destinos que estén entre 100 km y 150 Km., nosotros estamos a 200kms. Tal vez hay lugares que tienen un desarrollo turístico bastante promovido, como es el caso de Luján y Mercedes. Lo que buscamos es que también esas personas lleguen a Chacabuco.

14. ¿Cuáles son, a su criterio, los principales obstáculos que tiene el desarrollo de la actividad turística en el Partido?

Creo que el principal obstáculo está dado que la gente que no conoce lo que es el turismo en sí no logra ver la importancia de esta actividad. Cuesta mucho explicarle a la gente esto, y que un lugar turístico no tiene porque ser la playa o la montaña. Sobre todo porque nosotros, los chacabuquenses, no valoramos lo poco o mucho que tenemos. Hay que concientizar y sensibilizar a la población de lo que es el turismo y a lo que puede ayudar esta actividad a la ciudad y a la propia comunidad.

15. ¿Cuáles son las principales fortalezas con la que cuenta el Partido?

La fortaleza que nosotros tenemos es que Chacabuco es una ciudad que tiene mucho patrimonio histórico, tiene mucha historia, muchos espacios verdes. Su centro es muy moderno, muy lindo para pasear. Es una ciudad segura, tranquila y la gente muy cálida. Hay mucha predisposición por parte de la hotelería y los negocios en general en recibir bien a la gente.

16. ¿Desea agregar algo más?

Respecto de los circuitos, todos los que hacemos son para la gente que visita Chacabuco, para la población local y para las escuelas.

También con las escuelas hacemos un intercambio con otras municipalidades, los chicos van a tal municipio y ellos vienen al nuestro, y así nos conocemos mutuamente, por ejemplo con Mercedes, Junín, Colón ya lo realizamos durante el 2011.

Circuitos:

- a. Área Fundacional: se recorre la municipalidad, la plaza, la iglesia, la galería de arte, la casa de la cultura. Lo hacemos con el profesos Antonio Vita que es quién hace de guía, explica todo desde la historia de estos lugares.
- b. Iglesias de la ciudad: recorremos todas las iglesias y conocemos su historia
- c. Plazas de Chacabuco: partiendo de la Plaza principal y recorremos las otras cuatro plazas que rodean a la ciudad.
- d. La Criolla: consiste en conocer el primer juzgado de paz, lugar que mantiene su historia.

Entrevista N°2: Presidente Cámara de Comercio e Industria de Chacabuco

Entrevista N°2	
Nombre del entrevistado	Eduardo Triberti
Entidad a la que representa	Cámara de Comercio e Industria de Chacabuco
Lugar y fecha de la entrevista	Cámara de Comercio e Industria de Chacabuco – Chacabuco – 31 de Enero de 2012.

1. ¿Cómo es que desde la Cámara de Comercio se empiezan a interesar en la actividad turística en Chacabuco?

El interés de la Cámara por el desarrollo del turismo en Chacabuco viene desde hace varios años. Se inicio en el año 2000 la Cámara junto con otras instituciones nos comprometimos a realizar actividades que trajeran personas a Chacabuco. El fenómeno que se ve en nuestra localidad es que es una ciudad que no recibe gente sino que expulsa, como es el caso de los chicos que estudian y se van a otras ciudades, personas que los fines de semana se van al shopping, otros fines de semana se van a destinos que tienen lugares más atractivos como una laguna que está mucho mejor armada que la nuestra o que tienen un paseo comercial mucho más amplio. La ciudad fue siempre la que expulsa a la gente y no que la atrae; entonces la preocupación de la Cámara es sectorial por un lado, porque preocupa el comercio; pero por otro lado la preocupación es por la comunidad en general ya que se nota que muchos fines de semana Chacabuco queda desierto.

En el inicio se organizaron algunas actividades para atraer gente, como fue el Festival en el Aeródromo Provincial, que termino con una tragedia al chocarse dos avionetas; eso fue lo que llevó al desarrollo posterior. Sin embargo, ya se habían trabajado con distintas actividades culturales en conjunto con el municipio para atraer gente y sobre todo para atraer a la gente que es de Chacabuco para que no se vaya, no solo ellos sino que sean ellos quien traigan a personas a conocer la ciudad, como es el caso de los estudiantes que pueden venir con compañeros a pasar un fin de semana.

Si bien el interés de la Cámara es sectorial, también es comunitario por lo anteriormente explicado.

2. En la localidad, ¿cuál es la actual situación de la actividad? (Existe algún desarrollo concreto, se está planificando, desean planificarlo desde la Cámara o formar parte de dicho proceso)

Siempre en la Cámara estuvimos de acuerdo en que tiene que haber algo ordenado. Lo que se hace desde la planificación no es sólo el desarrollo de las actividades que abarca un determinado festival o una fiesta nacional y demás; sino lo que da es una hoja de ruta para el futuro. El primer paso de la planificación es definir qué es lo que se quiere para Chacabuco. Con respecto a esto, lo hablamos con el Subdirector de Turismo, hay cosas que se van haciendo para el momento, pero todavía nos sentamos todos los actores involucrados a revisar el desarrollo futuro de la ciudad. Pensar en la

ciudad como un centro turístico, no desde lo natural porque no tenemos recursos naturales como algún centro de la costa o de la montaña, pero sí en lo cultural o en lo deportivo, la ciudad en eso es fuerte y puede llegar a tener una buena propuesta.

3. Desde la Cámara de Comercio, ¿cómo consideran al turismo? ¿Desde qué perspectiva buscan desarrollarlo?

Para nosotros es una mezcla, no sólo es un recurso económico muy importante (una vez un experto en la materia nos decía que por ejemplo San Antonio de Areco generaba por turismo lo mismo que el presupuesto municipal, que eran hace ya 6 o 7 años unos 28 millones de pesos), también el turismo es una actividad socio-cultural, ya que una obra de teatro, un espectáculo deportivo u otro de esta índole permite generar un espacio donde la gente se recrea, aprende y además deja su granito para el desarrollo de la ciudad.

4. ¿Qué atractivos o productos turísticos ofrece Chacabuco?

En este momento el atractivo principal que tiene son algunas actividades deportivas con las cuales llega mucha gente, como son las carreras de autos o cuatriciclos, torneos de golf y tenis. Y también actividades cultural, ahora con la remodelación del Cine – Teatro Español van a llegar muchos espectáculos teatrales de Capital Federal.

5. ¿Qué actividades pueden realizarse en la ciudad?

Creo que el desarrollo básicamente, hablo del desarrollo de corto y mediano plazo, tiene que estar enfocado en este tipo de actividades culturales y deportivas que son nuestra fortaleza. Después, en el futuro, se podrá ver hacia donde guiar la ciudad en materia turística. Por ahí armar algún corredor turístico con otras ciudades ubicadas sobre la Ruta N°7, por ejemplo.

6. ¿Qué tipo de turista consideran que puede llegar a visitar la ciudad?

El público puede ser muy variado, siempre se piensa en la persona que está en Capital Federal y que sale porque necesita un estilo de vida, un poco más apagado, un estilo de vida más tranquilo, que lo libere de la vorágine de la ciudad. Por ejemplo, el caso de una actividad deportiva que viene gente de la zona con su familia, y en vez de venir por el día, puede quedarse el fin de semana, y así puede disfrutar de una buena cena, un buen espectáculo. La idea es que a ese evento deportivo, se le sume la posibilidad de disfrutar la oferta cultural (obra de teatro, recital, etc). Es decir, que la persona sienta que se tiene que quedar en la ciudad.

7. Están buscando realizar un trabajo conjunto, ¿qué áreas se han involucrado hasta el momento? ¿Cuáles son sus principales intereses? ¿Cuál/es es/son los resultados hasta el momento?

Para que tenga resultado una propuesta de esa magnitud tiene que estar involucrada la mayoría de la ciudadanía; no solamente las instituciones y representantes que están involucradas directamente con el turismo; porque tiene que ser una política de la comunidad en general, donde todos tenemos que estar pensando qué es lo que queremos para nuestra ciudad en materia turística.

Con el tiempo, los involucrados en el proyecto, lo fuimos dejando de lado por otras cuestiones. Sin embargo, sigue siendo una asignatura pendiente, que siempre está latente en la Cámara.

8. Con respecto a lo anterior, ¿existe un área de vinculación con el resto de la comunidad local?

Si, las instituciones que participaban en su momento en las reuniones eran muy abiertas en cuanto a recepcionar las inquietudes de cualquier persona que estuviera interesada. Siempre es bueno que se sume gente, para sumar ideas, esfuerzos. Más que nada, desde las instituciones, entendemos que es difícil que la gente se acerque, que se comprometa; pero siempre es bienvenido que venga alguien con ideas nuevas.

9. ¿En qué proyectos están hoy pensando? ¿Piensan continuar el que hoy está parado?

En realidad todavía eso no se ha hablado. Estamos interesados en continuar con ese que hoy en día por una u otra cuestión está parado.

10. En todo este proceso, ¿cuál cree que es el rol que cumple la comunidad local?

En realidad el chacabuquense en lo que tiene que comprometerse es en ayudar en el proceso mismo d detectar necesidades. Por ejemplo, el padre que tiene a su hijo estudiando en otra ciudad que lo concientice que tiene que volver a su ciudad, que tiene que comentar entre sus amistades cuales son las virtudes de nuestra ciudad.

La ciudad es un lugar muy lindo, todos los que vivimos acá la queremos. La verdad que es una ciudad que haciendo un buen desarrollo puede ser interesante para el turismo.

11. ¿Cuál/es considera que son los principales destinos competidores de la ciudad?

Creo que el competidor más directo es Junín, tiene el Parque Natural Laguna de Gómez, que está muy bien armado. Es un lugar donde la gente de la zona se reúne. Además, es una ciudad que tiene muy buenos espectáculos y tienen espacios ideales para hacerlos, como es el Autódromo o la cancha de Sarmiento. También el Autódromo en sí mismo es un atractivo turístico, cuando hay carreras de TC 2000 ó Turismo Carretera, no solamente rebalsa la capacidad hotelera de Junín, sino que eso tiene efecto dominó sobre nuestra localidad. Si bien es un competidor, en otras ocasiones nos beneficia porque genera demanda de servicios a nuestra ciudad.

12. ¿Cuáles son, a su criterio, los principales obstáculos que tiene el desarrollo de la actividad turística en el Partido?

Creo que es una cuestión de que nos tenemos que sentar, ponernos a pensar y hacerlo. Hay que sentarse a trabajar, me parece que más de ello no hay nada que no podamos hacer para el desarrollo turístico de Chacabuco.

13. ¿Cuáles son las principales fortalezas con la que cuenta el Partido?

Creo que lo principal y en lo que nos podemos destacar es en lo cultural y en lo deportivo. Respecto a ello, ya hay instituciones que trabajan y lo hacen muy bien. Tal vez lo que nos faltaría armar una propuesta para ir a venderlo afuera. No hay mucho más que desarrollar puertas adentro. En realidad, nuestra principal fortaleza es el tener un poco más o menos armado el tema interno, falta darlo a conocer afuera.

14. ¿Desea agregar algo más?

No, muchas gracias.

LOCALIZACIÓN DE CHACABUCO



Partido de Chacabuco – Provincia de Buenos Aires.

Partido de Chacabuco - Localidad – Límites.



IMÁGENES DE CHACABUCO⁸

Palacio Municipal



Plaza San Martín

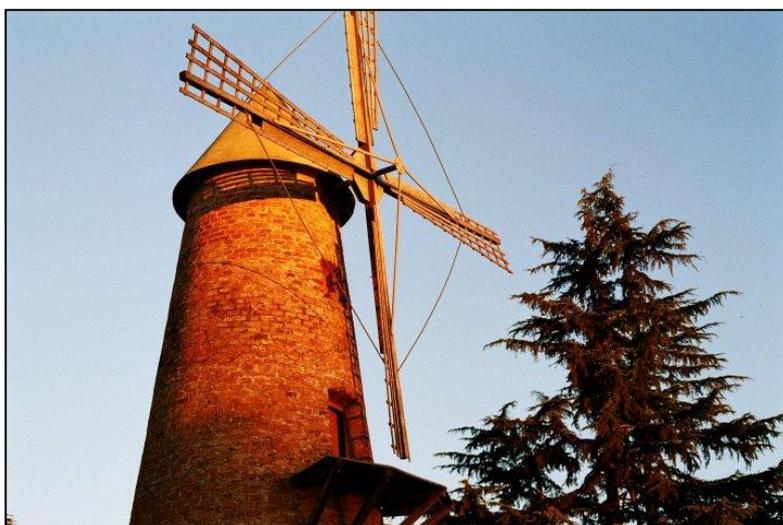


⁸ Fotos tomadas de distintos portales webs.

Parroquia San Isidro Labrador



Molino “La Tahona” – Plaza 5 de Agosto



Mariapólis Andrea – O´higgins



Aero Club Chacabuco



Sede Club Social

