

INDICE

Resumen Ejecutivo	Pág. 2
Introducción.....	Pág. 3
Capítulo I: Metodología.....	Pág. 5
Capítulo II: Marco Teórico.....	Pág. 6
Capítulo III: Gestión Sustentable del sector alojamiento.....	Pág. 13
Experiencias mundiales.....	Pág. 15
Situación en Argentina.....	Pág. 19
Beneficios derivados de la aplicación de criterios de sustentabilidad en empresas de alojamiento.....	Pág. 21
Capítulo IV: Tandil: Turismo y crecimiento.....	Pág. 24
Evolución de la actividad turística y caracterización del Turismo actual.....	Pág.24
Análisis FODA.....	Pág. 27
Desarrollo urbano: ordenamiento del territorio.....	Pág. 29
Oferta y Demanda.....	Pág. 30
Evolución del sector alojamiento.....	Pág. 32
Capítulo V: Trabajo de campo.....	Pág. 35
Alojamientos Turísticos Sustentables.....	Pág. 42
Opinión de la comunidad local: los Tandilenses.....	Pág. 44
Capítulo VI: Tendencia actual: turistas responsables.....	Pág. 47
Trabajo de campo.....	Pág. 47
Capítulo VII: Conclusiones y Recomendaciones.....	Pág. 50
Conclusiones.....	Pág. 50
Recomendaciones.....	Pág. 53
Bibliografía.....	Pág. 55
Agradecimientos.....	Pág. 59
Anexos.....	Pág. 60

RESUMEN EJECUTIVO

A través del siguiente trabajo de investigación se demuestran los beneficios de la aplicación de criterios sustentables en la gestión de empresas de alojamiento turístico y se analiza la actuación de los establecimientos de la ciudad de Tandil en los ejes ambiental, económico y sociocultural.

Mediante el estudio realizado queda demostrada también la existencia de un segmento de “turistas responsables” que visitan la ciudad.

El estudio identifica la necesidad de capacitación y concientización de los empresarios del sector alojamiento para poder desarrollar en sus empresas una sólida política de sustentabilidad que maximice sus beneficios económicos, su cuidado por el medio ambiente y su contribución a la comunidad local, la cual mostró buena predisposición al desarrollo del Turismo en la ciudad.

Los planes y normativas vigentes en la ciudad ofrecen un escenario favorable para avanzar hacia la sustentabilidad del destino.

INTRODUCCION

La siguiente investigación está enfocada en el sector alojamiento, en la necesidad e importancia de que los empresarios de la ciudad de Tandil, Provincia de Buenos Aires, planifiquen y gestionen sus negocios desde una visión sustentable para asegurar su supervivencia y la del destino a largo plazo, para adaptar sus productos a las exigencias de la demanda y para que las futuras generaciones puedan también satisfacer sus necesidades y disfrutar del patrimonio paisajístico.

La hipótesis planteada al elaborar el Plan de Tesis que guiaría la investigación fue: “Desarrollando sus actividades de manera sustentable, las empresas del sector alojamiento podrán reducir significativamente los impactos negativos que generan sobre el ambiente y la comunidad local asegurando a su vez el aumento de sus ingresos y de la competitividad de la empresa”.

También se estableció una serie de objetivos generales y específicos, los cuales se detallan a continuación.

OBJETIVOS GENERALES

- Evaluar la gestión actual de las empresas del sector alojamiento de la ciudad de Tandil teniendo en cuenta criterios de sustentabilidad y el rol del gobierno local a favor de este desarrollo.
- Demostrar los beneficios de adoptar criterios sustentables en las empresas de alojamiento para reducir al máximo posible los impactos negativos que generan.
- Investigar la posible existencia de un segmento de turistas interesados en consumir “alojamientos sustentables”.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Analizar la importancia creciente a nivel mundial del desarrollo turístico sustentable.
- Analizar el crecimiento del sector Turismo y del sector alojamiento en los últimos diez años en la ciudad de Tandil.
- Recopilar información de distintos tipos de alojamientos turísticos de la ciudad para conocer su gestión en relación a los aspectos económico, sociocultural y ambiental del desarrollo turístico sustentable.
- Indagar acerca de la opinión de los empresarios respecto al desarrollo sustentable y acerca de las medidas que llevan a cabo para minimizar sus impactos.
- Analizar la experiencia de las empresas locales adheridas voluntariamente al programa del OPDS (Organismo Provincial para el Desarrollo Sustentable) “Alojamientos Turísticos Sustentables” y sus beneficios.
- Indagar acerca de las acciones llevadas a cabo por el gobierno local para promover un turismo sustentable y acerca de las ordenanzas, leyes o requisitos que exige a las empresas de sector alojamiento para el desarrollo de sus actividades.
- Analizar la opinión de la comunidad local (sobre el desarrollo turístico de la ciudad, críticas al sector, su conducta ambiental, etc.)
- Indagar acerca del comportamiento del turista (cuidado de los recursos, conciencia ambiental, motivación) para detectar un posible segmento motivado en consumir “alojamientos sustentables”.
- Que la investigación sea un aporte a la necesidad de reflexionar sobre la importancia de que exista equilibrio entre el desarrollo turístico, el ambiente y la comunidad local, siendo necesaria una administración conciente de los recursos.

Se pretende que este trabajo sea de utilidad para la comunidad tandilense en general y para los empresarios del sector estudiado en particular, ya que si bien varios

de ellos están aplicando buenas prácticas en sus acciones habituales, todos demostraron interés en recibir información del tema.

El trabajo está organizado en capítulos.

En el CAPITULO 1 se explica la metodología empleada para alcanzar los objetivos planteados.

El CAPITULO 2 establece la base teórica sobre la cual se apoya la investigación y define conceptos que serán utilizados a lo largo del trabajo.

El CAPITULO 3 trata específicamente de la gestión sustentable del sector alojamiento. Tendencias mundiales y beneficios.

En el CAPITULO 4 se presenta el área de estudio (la ciudad de Tandil), y se caracteriza la actividad turística de la ciudad, su evolución y estructura. Además se realiza un análisis del sector alojamiento y de su crecimiento en los últimos diez años.

El CAPITULO 5 expone los resultados del trabajo de campo consecuencia de las entrevistas, encuestas e información obtenida.

En el CAPITULO 6, "Turistas responsables", se analizan los resultados de la encuesta realizada a los turistas para detectar la existencia o no de un segmento interesado en consumir "alojamientos sustentables".

El CAPITULO 7 detalla las conclusiones a las que se arribaron junto con una serie de recomendaciones que se consideraron señalar.

Por último se detalla la bibliografía a la cual se ha recurrido durante la investigación y una sección final de anexos.

CAPITULO I: METODOLOGÍA

Se llevará a cabo un estudio ordenado y por etapas para alcanzar los objetivos propuestos.

La investigación será de tipo descriptiva, con enfoque cualitativo y cuantitativo.

En primer lugar, en la fase exploratoria, se llevará a cabo un relevamiento de la información preexistente relacionada con el tema de estudio. Esta será preseleccionada para tener en cuenta aquella que aporte datos de relevancia para la tesis.

Se procederá a la búsqueda en bibliotecas locales, en la Dirección de Turismo de Tandil, en Internet, en periódicos locales y en el material usado en distintas materias durante la cursada. Esto permitirá una primera visión de la realidad y brindará la base teórica sobre la que se apoyará el trabajo.

Posteriormente, la metodología de trabajo consistirá en el uso de distintas herramientas metodológicas:

- Encuestas a los encargados y/o propietarios de empresas de alojamiento de la ciudad de Tandil, con preguntas dicotómicas y abiertas. Las preguntas dicotómicas, representarán aspectos positivos de sustentabilidad y las abiertas serán preguntas de opinión y otras permitirán conocer más sobre algunos aspectos en particular, completando preguntas dicotómicas.

Se seleccionará una muestra representativa de los alojamientos habilitados de distinto tipo (cabañas, hoteles, hosterías, etc.).

Al cuestionario común a todos se sumará otro que se realizará solo a las empresas adheridas voluntariamente al programa "Alojamientos Sustentables" del OPDS (Organismo Provincial para el Desarrollo Sustentable), para conocer su experiencia.

- Encuesta a la comunidad local (los tandilenses). Mediante un cuestionario previamente estructurado y establecido se encuestará a una muestra representativa de la población. Las mismas se realizarán personalmente o vía correo electrónico. En este caso, la encuesta electrónica permitirá que la complete mayor cantidad de gente y ahorrará tiempo.

Tendrá preguntas dicotómicas (SI / NO), de elección múltiple (aquí a las posibles respuestas se agregará la opción "otros", lo que permitirá conocer más acerca de la opinión del encuestado) y abiertas para conocer su opinión personal de determinado asunto.

- Encuesta a turistas. En este caso se tratará de un cuestionario establecido con anterioridad, de poca extensión y compuesto de preguntas cerradas para que sea fácilmente comprensible y no demore al turista.

Se los encuestará en los principales paseos de la ciudad y el objetivo de la misma será detectar la existencia o no de un segmento de mercado interesado en consumir "alojamientos sustentables".

- Entrevista al Director de Turismo de Tandil, sobre un cuestionario establecido de preguntas abiertas.

Los resultados obtenidos en las encuestas y entrevistas, serán expuestos en forma escrita y en algunos casos se acompañarán gráficos para hacer más simple su lectura.

Una vez concluidas cada una de las etapas y su análisis correspondiente, se planteará a modo de conclusión el diagnóstico observado.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

Siguiendo las consideraciones de la OMT (Organización Mundial de Turismo), se entiende por Turismo al “conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros motivos.”¹

Actualmente, las actividades relacionadas con el Turismo y los viajes dan empleo a 250 millones de trabajadores en todo el mundo (una de cada 9 personas) y genera cerca del 11% del PBI mundial, con un crecimiento anual de la actividad del 9%.

Los ingresos obtenidos por el Turismo sobrepasaron a aquellos del comercio internacional de los años 80 y constituyen en la actualidad un valor mayor, en proporción, que los demás sectores económicos, con excepción del petróleo y la rama automotriz.²

Las llegadas internacionales de turistas han pasado de 25 millones en 1950 a casi 700 millones en el año 2000 y la OMT en su informe “Turismo: Visión 2020” estima que en el 2020 se alcanzarán las 1600 millones de llegadas.

Todo esto permite afirmar que el Turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes del mundo, en la cual coexisten desde la gran empresa multinacional a miles de pequeñas empresas familiares.

En nuestro país, la Ley Nacional de Turismo 25.997, promulgada en el año 2005 declara al Turismo de interés nacional, reconociéndolo como una “actividad socioeconómica, estratégica y esencial para el desarrollo del país. La actividad turística resulta prioritaria dentro de las políticas del Estado.”³

Ahora bien, el Turismo como actividad productiva puede ser ampliamente beneficioso pero también considerablemente destructivo si no es manejado correctamente ya que puede perjudicar los patrimonios naturales y culturales de cualquier lugar.

La Guía Conceptual y Metodológica para el Desarrollo y la Planificación del Sector Turismo ⁴ señala que este sector tiene **efectos positivos**, pero también **negativos**.

Entre los positivos está la creación de empleo, el incremento de los ingresos económicos, el permitir mayores inversiones en la conservación de espacios naturales, el evitar la emigración de la población local, la mejora del nivel económico y sociocultural de la población local, la comercialización de productos locales, el intercambio de ideas, costumbres y estilos de vida. Los posibles ingresos futuros por turismo son una poderosa razón para conservar importantes ecosistemas y algunas especies emblemáticas.

Entre los efectos negativos, tan importantes como los positivos, está el incremento del consumo de suelo, agua y energía, la destrucción de paisajes al crear nuevas infraestructuras y edificios, el aumento de la producción de residuos y aguas residuales, la alteración de los ecosistemas, la introducción de especies exóticas de animales y plantas, el inducir flujos de población hacia las zonas de concentración turística, la pérdida de valores tradicionales y de la diversidad cultural, el aumento de la prostitución (turismo sexual), el tráfico de drogas y las mafias, más incendios forestales y el aumento de los precios que afecta a la población local.

“En cualquier sector económico, siempre es una tentación obtener beneficios sin preocuparse por el posible deterioro del medio ambiente y de los bienes comunes, ya sea por falta de escrúpulos o por simple desconocimiento de los asuntos ambientales. Las enormes posibilidades de desarrollo y crecimiento económico que ofrece el turismo han propiciado que muchas zonas se lanzasen en una carrera turística sin

¹ OMT. (1999), Conferencia de Ottawa.

² ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS. (2003), Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y la planificación del sector Turismo

³ Ley Nacional de Turismo 25997. (2005)

⁴ ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS. (2003), Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y la planificación del sector Turismo

control, aún a costa de degradar sus recursos. El deterioro del medio ambiente ha parecido ser el precio que regiones enteras han tenido que pagar por desarrollarse económicamente gracias al turismo.

Desde hace años, los expertos y algunos organismos internacionales venían haciendo sonar la alarma acerca de las preocupantes consecuencias que este tipo de modelos insostenibles de desarrollo iba a tener sobre el futuro del planeta y de la humanidad.

Sin embargo, hubo que esperar todavía a que se empezasen a observar las primeras señales de colapso (el comienzo de la desaparición de la capa de ozono, el calentamiento global y el cambio climático, el agotamiento de los recursos pesqueros, la desaparición de los bosques, la fuerte degradación de los ríos y las costas, la extrema pobreza de gran parte de la humanidad...) para que definitivamente se comprendiese la necesidad de adoptar un nuevo modelo de desarrollo (...)

Ahora se sabe que el desarrollo económico no asegura siempre la calidad de la vida de las personas y de los pueblos. Para ello el crecimiento económico debe respetar unos límites: los marcados por las necesidades de las futuras generaciones de la Humanidad, los límites que aseguran la no destrucción de la naturaleza.

Es por este motivo que, desde hace unas décadas, muchas instituciones internacionales públicas y privadas -ONU, UNESCO, FAO, UICN, WWF, Banco Mundial, etc., han establecido un nuevo concepto: el **Desarrollo Sostenible**.⁵

La aparición inicial de este concepto se encuentra en el informe publicado conjuntamente por la Unión Internacional de Conservación de la Naturaleza (UICN), el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y la World Wildlife Foundation (WWF), en 1980; pero la verdadera difusión de esta nueva idea se produce con la publicación, en 1987, del informe "Nuestro Futuro Común" de la Comisión Mundial sobre el Ambiente y el Desarrollo, mejor conocido como "Informe Brundtland".

De acuerdo a este informe, "El desarrollo sostenible es el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades."

Para la Unión Mundial para la Naturaleza (UICN) el desarrollo sostenible "consiste en el mejoramiento de la calidad de la vida humana sin rebasar la capacidad de carga de los ecosistemas que la sustentan."⁶

De acuerdo a la Guía de Buenas Prácticas para Turismo Sostenible, de Rainforest Alliance⁷, un desarrollo sostenible, o la sostenibilidad se alcanza cuando se atiende, en forma balanceada, 3 principios o ejes básicos:

1. Económico: La actividad se desarrolla con base en prácticas empresariales adecuadas, las cuales aseguran el crecimiento y mantenimiento en el tiempo de la empresa, con lo cual se beneficia a los propietarios, empleados y vecinos de la comunidad donde se desarrolla el negocio.

2. Ambiental: La actividad se desenvuelve considerando, a su vez, la forma en que se utiliza los recursos naturales e idealmente, aportando a su conservación y cuidado.

3. Socio-cultural: La actividad se realiza sin perjudicar o afectar el tejido social existente en la comunidad donde se desarrolla, por lo cual, se prevén todas las acciones posibles para respetar la cultura local, preservarla y revitalizarla.

En este marco, el **Turismo Sostenible** surge como una pieza dentro de la estrategia global de desarrollo sostenible.

La complejidad del fenómeno turístico ha propiciado que en los últimos tiempos se hayan producido iniciativas a favor de la sostenibilidad desde diferentes frentes, desde iniciativas gubernamentales o de organismos internacionales, hasta propuestas de importantes referentes de la actividad o de asociaciones de los propios consumidores.

⁵ RED DE AUTORIDADES AMBIENTALES, Módulo de sensibilización ambiental para el sector turístico, Ministerio de Medio Ambiente, Gobierno de España

⁶ CEBALLOS-LASCURÁIN, Héctor. (1998), Ecoturismo. Naturaleza y Desarrollo Sostenible, p. 38.

⁷ Alianza para Bosques (Rainforest Alliance) es una organización conservacionista internacional que trabaja con los sectores agrícola, forestal y turístico para implementar prácticas de manejo sostenible.

El término Turismo Sustentable surgió en los años `90 como respuesta al impacto ambiental⁸ que se hizo evidente ante el creciente tránsito de viajeros.

La primera definición de Turismo Sustentable fue brindada en 1991, en el marco del 41º Congreso de la Asociación Internacional de Expertos Científicos en Turismo y surgió como aplicación del principio de desarrollo sustentable: “el Turismo Sostenible es aquel que mantiene el equilibrio entre los intereses sociales, económicos y ecológicos.”⁹

La preocupación por el desarrollo equilibrado y sustentable de la actividad turística fue instalándose en los principales encuentros y documentos internacionales, como la Cumbre de la Tierra de las Naciones Unidas en Río de Janeiro en 1992, la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible (1995) en Lanzarote, Islas Canarias, la Agenda 21 para el sector de los Viajes y el Turismo, el Código Ético Mundial para el Turismo (1999), entre otros.

Justamente la Carta Mundial de Lanzarote, redactada por los asistentes a la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, señala “que siendo el turismo un potente instrumento de desarrollo, puede y debe participar activamente en la estrategia del desarrollo sostenible de una nación.”

La OMT, a partir del Informe Brundtland, define al **Desarrollo Turístico Sostenible** como aquel que “atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida.”¹⁰

Otra definición que se tomará en consideración es la propuesta por Fernando Vera Rebollo. Según el autor, “no existe una definición generalmente aceptada del concepto de desarrollo turístico sostenible”¹¹, e identifica al desarrollo turístico sostenible “con un proceso de cambio cualitativo producto de la voluntad política que, con la participación imprescindible de la población local, adapta el marco institucional y legal así como los instrumentos de planificación y gestión, a un desarrollo turístico basado en un equilibrio entre la preservación del patrimonio natural y cultural, la viabilidad económica del turismo y la equidad social del desarrollo.”¹²

Se observa que ambas definiciones ponen énfasis en la necesidad de preservación y de desarrollo de la actividad teniendo en cuenta ciertos límites. Vera Rebollo destaca el hecho de que este desarrollo precisa de una dirigencia política que adapte las estructuras y normativas en favor de la sostenibilidad.

Eugenio Yunis, jefe del Departamento de Desarrollo Sostenible de la OMT, señala que “tradicionalmente, la evaluación del éxito del turismo se ha centrado en su dimensión económica. Sin embargo, las infraestructuras e instalaciones turísticas, así como las actividades realizadas por los turistas, tienen efectos positivos y negativos mucho más variados en los destinos y sociedades receptoras, incluidos efectos ambientales y socioculturales. Unas características ambientales y culturales debidamente preservadas forman parte de una experiencia turística de calidad, y son fundamentales hoy en día para el éxito del sector turístico.”¹³

El Turismo Sustentable no es un segmento de mercado ni una tipología de Turismo, sino un objetivo fundamental al que deben tender todos los tipos de Turismo: cultural,

⁸ La Guía de Recomendaciones Ambientales de la SECTUR define al concepto de Impacto Ambiental: “Cuando una acción o actividad produce una alteración relevante, favorable o desfavorable, en el medio o en alguno de los componentes del medio. El término impacto no implica negatividad, ya que éstos pueden ser positivos o negativos”.

⁹ VERA, N., ¿Qué sabe usted sobre turismo sustentable?, Diario Clarín.

¹⁰ VERA REBOLLO, J.F. Y OTROS. (2001), Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: propuestas para la creación de un sistema de indicadores. Documentos de Trabajo, Universidad de Alicante.

¹¹ VERA REBOLLO, J.F. Y OTROS. (2001), Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: propuestas para la creación de un sistema de indicadores. Documentos de Trabajo, Universidad de Alicante.

¹² VERA REBOLLO, J.F. Y OTROS. (2001), Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: propuestas para la creación de un sistema de indicadores. Documentos de Trabajo, Universidad de Alicante.

¹³ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO, Desarrollo Sostenible del Turismo.

deportivo, de sol y playa, náutico, de congresos, rural, ecoturismo, etc.; así como todos los sectores implicados en su realización.

El Turismo de gran volumen bien gestionado puede, y debería ser, tan sustentable como el turismo de interés particular, disperso y de menor volumen.

Según la OMT, "Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible son aplicables a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos ambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Por lo tanto, el turismo sostenible debe:

1. Dar un uso óptimo a los recursos ambientales que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
2. Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales arquitectónicos y vivo y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y a la tolerancia intercultural.
3. Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

El desarrollo sostenible del turismo exige la participación informada de todos los agentes relevantes, así como un liderazgo político firme para lograr una colaboración amplia y establecer un consenso. El logro de un turismo sostenible es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de los impactos, para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias.

El turismo sostenible debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles."¹⁴

La aplicación del concepto será más sencilla en nuevos desarrollos y es más urgente en espacios turísticos consolidados con mayores niveles de presión ambiental y una estructura económica dependiente de la evolución de la actividad turística.

Hacer realidad el turismo sostenible y sustentable¹⁵ conlleva la adopción de "**Buenas Prácticas**" (**BP**) que son "aquellas medidas de corrección o mejoramiento que se implementan en todas y cada una de las áreas de gestión y operación de las empresas turísticas. Estas tienen como meta garantizar que se está produciendo el menor impacto posible, que se mejora la calidad del producto turístico así como su imagen frente al cliente y que se hace más eficiente el desarrollo empresarial y, por ende, su desempeño sociocultural."¹⁶

Las Buenas Prácticas son útiles, tanto por su simplicidad y bajo coste, como por los rápidos y sorprendentes resultados que se obtienen. Requieren sobre todo cambios en la actitud de las personas y en la organización de las operaciones. Al necesitar una baja inversión, su rentabilidad es alta, y al no afectar a los procesos, son bien aceptadas.

Como resultado de la implantación de las Buenas Prácticas, las empresas conseguirán:

- Reducir el consumo de los recursos energéticos de toda índole

¹⁴ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO, Desarrollo Sostenible del Turismo, p.3.

¹⁵ Lo sostenible está en función del tiempo, o sea estrategias en el uso de los recursos a largo plazo, y lo sustentable tiene que ver con el modo de uso de los recursos, estrategias que apunten a las 3 dimensiones de la sustentabilidad.

¹⁶ RAINFOREST ALLIANCE. (2005), Buenas Prácticas para Turismo Sostenible: una guía para el pequeño y mediano empresario.

- Reducir el consumo de agua
- Disminuir la generación de residuos y facilitar su reutilización
- Minimizar el efecto ambiental de las emisiones atmosféricas, de los ruidos y de los vertidos de agua
- Mejorar la competitividad de la empresa a través de:
 - La racionalización del consumo de materias primas y el ahorro de recursos naturales (energía y agua), lo que redundará en menores costos.
 - La mejora en el control de los procesos y el aumento de la eficiencia.
 - Planificar la estrategia y la actividad de la empresa, al introducir como factor de mejora continua la protección del medio ambiente.
 - Mejorar la imagen de la empresa ante los clientes, usuarios y trabajadores.
 - Informar y formar a los empleados y clientes, lo que redundará en una buena integración de las medidas adoptadas para la mejora del medio ambiente.
 - Promover el consumo local (compra de insumos a proveedores locales).
 - Incluir mano de obra local (formación y capacitación continua)

Numerosos organismos internacionales están elaborando “Manuales de Buenas Prácticas”, los cuales sirven de apoyo a las empresas interesadas en mejorar sus acciones del día a día a favor del desarrollo sostenible, y, en el 2008 fueron lanzados en el Congreso Mundial de la Naturaleza, los **Criterios Globales de Turismo Sostenible**.

Estos son un conjunto de 37 normas voluntarias que representan el mínimo que cualquier negocio turístico debería aspirar a llegar a fin de proteger y conservar los recursos naturales y culturales del mundo, garantizando que, al mismo tiempo, el Turismo cumple su potencial como herramienta para la mitigación de la pobreza.

Se desarrollaron como parte de una iniciativa liderada por Rainforest Alliance, el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUMA) y la OMT y fueron gestionados por la Asociación para los Criterios Globales de Turismo Sostenible, una coalición de más de 40 organismos. Son inicialmente destinados para ser utilizados por el sector alojamiento y los sectores de excursiones. (Ver anexos página 10)

Un concepto ligado a la sostenibilidad del Turismo es el de **capacidad de carga**, ya que sin límites a la capacidad de los destinos no existen garantías de un Turismo Sostenible.

La OMT la define como el “número máximo de personas que pueden visitar al tiempo un lugar turístico sin dañar el medio físico, económico o sociocultural y sin reducir de manera inaceptable la calidad de la experiencia de los visitantes.”¹⁷

La utilidad del concepto está en la posibilidad de establecer límites aceptables en la explotación de los recursos.

Otro método, además del anteriormente nombrado, para gestionar ambientalmente al Turismo es la **Evaluación de Impacto Ambiental (EIA)**, definida por la OMT como un “estudio que tiene por objeto la identificación, prevención y corrección de las consecuencias o impactos que determinadas actuaciones pueden causar al bienestar de la población y a su entorno.”¹⁸

Como técnica, se enmarca en la política de protección del medio ambiente; por lo tanto no solo se aplica a planes y proyectos turísticos, pero su interés es decisivo para garantizar la sostenibilidad de las actuaciones turísticas (infraestructuras, equipamiento, alojamiento) en su relación con el medio del lugar donde se pretenden implantar.

Los países con mayor desarrollo turístico o mejor planificación de la actividad que han padecido y padecen el deterioro ambiental como Canadá, Costa Rica, están

¹⁷ MARCHENA GOMEZ, M.; VERA REBOLLO, F.; FERNANDEZ TABALES, A. Y SANTOS PAVON, E. (1999), Agenda para planificadores locales: Turismo Sostenible y gestión municipal, p. 76

¹⁸ MARCHENA GOMEZ, M.; VERA REBOLLO, F.; FERNANDEZ TABALES, A. Y SANTOS PAVON, E. (1999), Agenda para planificadores locales: Turismo Sostenible y gestión municipal, p.74

avanzado rápidamente en este asunto por considerar el desarrollo sustentable como factor de diferenciación y competitividad frente a otros destinos.

Argentina, no ajena a esta tendencia mundial elaboró un Plan Estratégico de Turismo Sustentable con miras al 2016 en el cual el Gobierno Nacional concibe al Turismo como uno de los caminos centrales en la construcción del país, atendiendo en este recorrido a los principios de sustentabilidad y competitividad. El objetivo de dicho plan es “construir una Argentina equilibrada, integrada y socialmente justa.”¹⁹

Cada vez se observan más casos en Argentina de empresas turísticas que han readaptado sus instalaciones y su forma de prestar sus servicios teniendo en cuenta Manuales de Buenas Prácticas o adhiriéndose a Programas de Certificación Sostenible. También han surgido “hoteles verdes o ecológicos”, los cuales tienen en cuenta el impacto de sus actividades desde el momento de su construcción como “Hostería Del Nómada” en Puerto Pirámides o “Yacutinga Lodges” en la Selva Misionera.

La tarea de “hacer Turismo” debe ser compartida entre el Sector Público y el Privado. El Público está a cargo de crear un marco regulador, facilitador, promotor e inversor. El Privado, además de generar los productos turísticos y la competitividad de la oferta tiene una responsabilidad social: hacerse cargo del impacto de su actividad sobre la sociedad y el medio ambiente.

Es necesario comprender al Turismo como un sistema en el que se integra la oferta y la demanda.

La OMT define la **oferta turística** como el “conjunto de servicios que se pueden comprar por un precio determinado para su disfrute en un lugar y tiempo determinados y que constituyen una experiencia de viaje completa.”²⁰

Entre los servicios asociados a la oferta se encuentra el sector alojamiento, que contribuye en la imagen del destino.

La Ley de Alojamiento Turístico sancionada por el Gobierno de la Provincia de Buenos Aires y actualizada en el año 2007 con el Decreto N° 659/07, define el **Alojamiento Turístico** como “aquel ofrecido por personas físicas o jurídicas, que presten servicio de hospedaje mediante contrato al público, por períodos no menores al de una pernoctación, con o sin prestación de servicios complementarios.”²¹

Dicho decreto clasifica las distintas modalidades de alojamiento en:

- **Alojamiento Turístico Hotelero:** aquel brindado en establecimientos con explotación y administración común o centralizada, en forma habitual, en habitaciones independientes. Comprende las modalidades tales como Hotel, Apart Hotel, Cabañas o Bungalows, Hostería u Hostal y Residencial u Hospedaje.
- **Alojamiento Turístico Extrahotelero:** Incluye las tipologías de Albergue de la Juventud (Hostel), Cama y Desayuno (Bed & Breakfast), Alojamiento Turístico Rural, Casas o Departamentos, Casa de Familia, entre otros.

En el presente trabajo, para la elaboración del diagnóstico acerca de la gestión de las empresas de la ciudad de Tandil teniendo en cuenta criterios de sustentabilidad, se considerarán las modalidades que se definen a continuación, las cuales han sido definidas en la Ley de Alojamiento citada anteriormente:

- **Hotel:** Se clasificará como Hotel, a aquel alojamiento hotelero que presta al turista, mediante contrato de hospedaje, los servicios de gastronomía, recepción, portería y personal de servicio, sin perjuicio de los demás que para cada categoría expresamente se indiquen.

¹⁹ SECRETARIA DE TURISMO DE LA NACION (2005), Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016.

²⁰ MARCHENA GOMEZ, M.; VERA REBOLLO, F.; FERNANDEZ TABALES, A. Y SANTOS PAVON, E. (1999), Agenda para planificadores locales: Turismo Sostenible y gestión municipal p. 117

²¹ Decreto 659/07. Artículo N°2

- **Apart Hotel:** Son aquellos establecimientos que prestan al turista o usuario, el servicio de alojamiento en edificios de departamentos que integran una unidad con administración común, ofreciendo además los servicios propios del Hotel.
- **Hostería u Hostal:** Son aquellos establecimientos hoteleros que reúnen características de diseño arquitectónico acorde al medio natural y/o urbano en el que se encuentran situados. Tendrán una capacidad mínima de ocho (8) plazas en cuatro (4) habitaciones y una máxima de cincuenta y dos (52) plazas.
- **Residencial:** También llamado **Hospedaje**, son aquellos establecimientos que prestan al turista servicios semejantes al hotel y que por sus características no llegan a reunir todas las condiciones ambientales, instalaciones y servicios para ser considerados en la categoría mínima hotelera.
- **Cabaña o Bungalow:** Son aquellos establecimientos compuestos por unidades independientes, que aisladamente o formando conjunto con otras se integran a una unidad de administración común. Se encuentran situadas generalmente fuera del radio céntrico-urbano, emplazadas en lugares de reconocida atracción turística, en las que se presta al usuario el servicio de alojamiento, sin perjuicio de los demás servicios complementarios que para cada categoría se exige.
- **Albergue de la Juventud u Hostel:** Son aquellos con habitaciones y baños de uso común, separados por sexo y con habitaciones y baños privados. En algunos casos puede haber una cocina de uso común para los huéspedes.

Como toda empresa, estos establecimientos, de cualquier tamaño, intentan obtener el máximo beneficio económico generando externalidades al ambiente y la sociedad. Al implicar cierta infraestructura fija, se encuentran comprometidos con el lugar, cuyo deterioro significa una pérdida de competitividad no solo para el destino sino también para cada empresa.

“Al igual que el resto de las empresas turísticas, las empresas de alojamientos turísticos, sólo tienen razón de ser en la medida en que el turista se interese por la naturaleza, los atractivos culturales, etc., es decir de elementos que generen la intención de llegar y permanecer en un lugar. Por lo tanto, sería irrisorio e incluso podríamos decir una actitud suicida de parte de los empresarios del ámbito turístico en general y del sector de alojamiento en particular, no contribuir con la preservación y el equilibrio del ambiente y la sociedad local.”²²

²² FERNANDEZ, G.; VAN MORLEGAN, C. Y GUZMAN RAMOS, A. (2008), Alojamientos turísticos y problemáticas ambientales. El caso de los complejos de cabañas en Tandil.

CAPITULO III: GESTION SUSTENTABLE DEL SECTOR ALOJAMIENTO

A nivel mundial, se ha generalizado la recomendación de que las empresas turísticas desarrollen su actividad de manera sustentable.

A partir de la década de 1990, desde la Cumbre de Río de Janeiro, el medio ambiente y su conservación fueron cobrando importancia, a nivel político como social.

Los países de la Unión Europea fueron los pioneros en implementar políticas tendientes a la gestión sustentable de sus empresas y la tendencia fue creciendo también de a poco en América Latina.

Cada vez son más los programas de certificación de Turismo Sustentable, los cuales cumplen una función cada vez más importante en la reglamentación de los servicios turísticos, aportando importantes beneficios al medio ambiente y a la comunidad del destino donde se desarrollan.

La utilización de sistemas tradicionales de climatización (basados en recursos del entorno), la recogida selectiva de desechos, las políticas de concientización sobre el ahorro en el consumo de recursos (agua, energía) o la utilización de energías renovables (solar, eólica, marina) son algunos ejemplos de las nuevas iniciativas observadas en el sector.

Paralelo a esto, "empieza a crecer una demanda de Turismo respetuoso con el medio y con las personas que apuesta por reducir al máximo las emisiones contaminantes que genera el viaje, por valorar más los pequeños hoteles locales a las grandes cadenas hoteleras, por contribuir con ecotasas a la protección de la zona en vez de buscar los precios más bajos a costa de la explotación de los trabajadores y la degradación del medio."²³

Este segmento de turistas se estima que representa aproximadamente un 20% de la demanda internacional y no cesa de crecer.

De esta manera, cada vez serán más los consumidores que exijan destinos más limpios, más seguros, más benévolos para con el medio ambiente y más respetuosos con la cultura y la vida de la comunidad local.

"Las empresas de servicios turísticos ya no pueden limitarse a operar para sus clientes internos y externos, sino que deben resignificar y redefinir su rol en la sociedad, involucrarse en el desarrollo de sus comunidad, en la conservación de los recursos que directa o indirectamente utilizan. Así, las empresas se transforman necesariamente en agentes de cambio. En la actividad turística, una empresa involucrada con su comunidad es una empresa que minimiza los impactos, que se articula armónicamente con el paisaje, que genera consumidores responsables, éticos, solidarios y capacitados, consumidores que valoren el ambiente. Los consumidores responsables y conocedores buscarán cada vez más a aquellas empresas que demuestren respeto por el entorno y que lleven a cabo procesos de bajo impacto."²⁴

Si bien gran parte del sector turístico de un destino es gestionado por individuos y empresas privadas, el sector público tiene la responsabilidad de garantizar la sostenibilidad a largo plazo, es decir, debe determinar las reglas de juego para que la explotación privada, que busca rentabilidad a corto plazo no perjudique los recursos turísticos del lugar. Además debe seleccionar conscientemente las inversiones turísticas y garantizar que éstas reviertan lo más posible a la comunidad a través de la creación de empleo, mayor gasto de los no residentes en la localidad y mejora de las condiciones de bienestar de los ciudadanos.

Toda actividad humana realizada en un ambiente natural genera impactos, a veces positivos, a veces negativos. El desafío de una empresa de turismo sustentable debe

²³VILCHES, A., GIL PÉREZ, D., TOSCANO, J.C. y MACÍAS, O. (2008), Turismo sostenible

²⁴ ANDRES, J., TORRE, M. (2010), Las buenas prácticas ambientales en Turismo. Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue, Neuquén.

ser identificar los impactos que genera, tratar de minimizarlos al máximo, planificar su tratamiento y evitarlos.

Es necesario establecer un equilibrio entre desarrollo y medio ambiente, sin pretender obstruir ni frenar el primero pero logrando una mejora continua: disminuyendo los costos, eliminando la sobre explotación de los recursos naturales y los impactos del desarrollo desordenado y teniendo en cuenta las técnicas modernas de manejo ambiental.

Un ejemplo de estas nuevas tendencias de las empresas son las denominadas Buenas Prácticas (BP), las cuales permiten sensibilizar al conjunto de integrantes de una empresa, implementando de manera consciente acciones cotidianas para reducir los impactos al entorno natural y social.

Pero para la adopción de las BP es necesario también que las empresas modernicen las estructuras organizativas y establezcan políticas, planes y programas que demuestren la seriedad y compromiso de la empresa. “Es indispensable desarrollar esquemas de gestión que permitan alcanzar los objetivos de sostenibilidad que se definan, ya que únicamente las organizaciones que implementan prácticas adecuadas de administración, aseguran el éxito de sus objetivos.”²⁵

Para conseguir sus objetivos y trabajar de manera sostenible, las empresas deberán definir una política de sostenibilidad que contenga lineamientos que pongan en práctica el uso de elementos económicos, sociales y ambientales que minimicen los impactos negativos y maximicen los positivos de su gestión.

La importancia de su implementación radica en que, por un lado está comprobado que las empresas que logran ver sus acciones desde diferentes perspectivas y unifican distintos puntos de vista, tienen mayores posibilidades de sobrevivir, crecer y triunfar en mercados competitivos y difíciles. Por otro lado, permite planificar y administrar eficientemente los recursos de la empresa, mejorando negociaciones con proveedores y los beneficios económicos son reales (ganancia, ahorro e inversión).

Rainforest Alliance, en su “Guía de Buenas Prácticas para Turismo Sostenible” recomienda, para llevar a la empresa hacia la sostenibilidad, la implementación de las siguientes políticas empresariales²⁶:

Política de Servicio: Establece el compromiso de la empresa en satisfacer las necesidades, requerimientos y deseos de los clientes.

Política Ambiental: Determina las acciones, comportamientos y compromiso de la empresa y sus trabajadores, por medio de la protección del medio ambiente.

Política Social: Son reglas y normas de comportamiento de la empresa y sus trabajadores, con la sociedad y con la comunidad en donde se encuentra.

Política de Gestión Humana: Determina cómo se administrará a los trabajadores, el desarrollo que tendrán en la empresa y los objetivos que la empresa espera de ellos.

Política de Seguridad: En la empresa propone acciones concretas de seguridad y salubridad, cuidado del personal, equipo, herramientas, recursos, seguridad en la gestión de servicios, entre otros.

Otro instrumento fundamental de la dirección empresarial sostenible es la planificación, que trata temas como: los propósitos, líneas de actuación, acciones y objetivos a conseguir en un determinado tiempo.

²⁵ RAINFOREST ALLIANCE, Buenas Prácticas para Turismo Sostenible.

²⁶ Las políticas empresariales, se refieren a herramientas que ordenan y estructuran la empresa, permitiendo definir criterios y marcos de actuación para la gestión en todos los niveles de la empresa. Son pautas de comportamiento, no negociables y de cumplimiento obligatorio, cuyo propósito es canalizar los esfuerzos hacia la realización de los objetivos económicos, sociales y ambientales de la organización.

Es el proceso que determina los grandes objetivos de la empresa, las políticas y estrategias que normarán el uso de recursos empresariales.

La empresa deberá, asimismo, gestionar la calidad. “La gestión de calidad permite integrar la rentabilidad y la sostenibilidad en la empresa con la adecuada administración empresarial, es decir, permite organizar la empresa y su personal hacia la obtención de servicios y productos de calidad.”²⁷

Se trata de aspirar a un entorno de calidad de los recursos y de la oferta de la empresa y de gestionar esa calidad como el medio para mantener las ventajas competitivas en el mercado.

La calidad tiene dos impactos positivos en las finanzas de la empresa: aumento de ingresos al satisfacer a los clientes y la reducción de costos al tener un sistema más ordenado.

La calidad se da cuando se logra la satisfacción del cliente, cuando sus expectativas se cumplen, cuando el producto turístico ofrecido es auténtico y corresponde al precio y a los intereses de quienes lo solicitan.

Otro aspecto a considerar, de gran importancia, es la gestión de los recursos humanos. Los recursos humanos son el recurso más importante de cualquier empresa, en especial las de servicios, como las turísticas. Es necesario capacitarlos, profesionalizarlos, darles a conocer los objetivos y políticas de la empresa y sobre todo ofrecerles buenas condiciones laborales.

“Si logramos una satisfacción en el cliente interno, el rendimiento de éste será mayor de manera tal que se conseguirá un aumento de la calidad que redundará en beneficio al cliente externo, aumentando por tanto la rentabilidad del negocio.”²⁸

El respeto a las leyes y regulaciones vigentes, tanto en materia laboral como ambiental, de seguridad, etc., es otro pilar fundamental para toda empresa turística sustentable.

La realidad indica que como toda empresa, las empresas de alojamiento tienen como principal objetivo la “rentabilidad”.

“La eficiencia es una decisión política de las empresas que desean lograr rentabilidad. Esta eficiencia significa un uso adecuado de los recursos-atractivos de los cuales las empresas se valen para desarrollar su prestación.

La mejora de la relación entre las empresas y su entorno (natural y social) resulta entonces una decisión estratégica que puede considerarse indispensable y ser pensada a largo plazo, manteniendo cierta continuidad en el tiempo.”²⁹

El desafío, por lo tanto, consiste en apuntar al largo plazo para lograr la competitividad y diferenciación de la empresa aplicando BP que generen beneficios económicos a la organización, bienestar a la comunidad local y protección a los recursos naturales.

EXPERIENCIAS MUNDIALES

Como se dijo anteriormente, cada vez son más los Programas de Certificación en Turismo Sustentable, los manuales de Buenas Prácticas promovidos por distintos organismos y las declaraciones y documentos internacionales que hacen hincapié en esta forma “responsable” de llevar a cabo la actividad turística.

La adopción de un modelo de desarrollo sostenible de las actividades humanas, el turismo entre ellas, se ha convertido en la prioridad de la política de las Naciones Unidas y de otras organizaciones mundiales, y en uno de los pilares fundamentales del proceso de construcción de la Unión Europea.

²⁷ RAINFOREST ALLIANCE, Buenas Prácticas para Turismo Sostenible

²⁸ RAINFOREST ALLIANCE. (2005), Buenas Prácticas para Turismo Sostenible: una guía para el pequeño y mediano empresario

²⁹ ANDRES, J., TORRE, M. (2010), Las buenas prácticas ambientales en Turismo, Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue, Neuquén.

Uno de los resultados de La Cumbre de la Tierra de Río `92 fue la firma de un acuerdo entre 182 países llamado Agenda 21, que consiste en un conjunto de estrategias integradas con el propósito de detener y revertir las consecuencias negativas de las actividades humanas sobre el medio ambiente y fomentar en todos los países el desarrollo económico sostenible desde el punto de vista ecológico.

Tres organizaciones claves, el World Travel & Tourism Council (WTTC), la Organización Mundial del Turismo (OMT) y el Consejo de la Tierra, unieron luego sus esfuerzos y crearon en 1996 la "Agenda 21 para la Industria de Viajes y Turismo: Hacia un Desarrollo Sostenible Ambientalmente" que tradujo la Agenda 21 en un programa de acción para el turismo.

El PNUMA (Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente) y la OMT (Organización Mundial del Turismo) han incentivado la aplicación de la noción de desarrollo sustentable al turismo, desarrollando conjuntamente distintas publicaciones y organizando diversos encuentros internacionales sobre el tema; entre ellos, la Conferencia de Lanzarote, sobre turismo sustentable en 1995; la de Berlín sobre la Diversidad Biológica y el Turismo Sustentable en 1997; y la de Nueva York sobre los objetivos del Milenio y el Turismo en 2005, que constituyen algunos de los hitos instituyentes sobre el tema.

En cuanto a las certificaciones, la certificación de la calidad (por ejemplo la categorización por medio de estrellas) ha existido por décadas, mientras que la certificación ambiental en turismo es relativamente nueva y solo existe desde 1987. Aproximadamente a partir del año 1996 se han agregado aspectos sociales y culturales en las Américas y después del 2000 en Europa.

En la década entre la "Cumbre de la Tierra" celebrada en 1992 y el Año Internacional del Ecoturismo celebrado en el 2002, se desarrollaron más de 60 programas de certificación de turismo ambiental. La mayoría estaban radicados en Europa, pocos tomaban en cuenta factores socioculturales y todos eran voluntarios.

Solo tres de los programas del estudio certificaban el ecoturismo. La gran mayoría de los programas evaluaban solamente el alojamiento, aunque algunos certificaban todos los sectores y aspectos del turismo. Para el 2007 se estaban desarrollando al menos 80 programas.

Concientes de los peligros de la proliferación descontrolada (confusión de los consumidores, falta de reconocimiento de marcas y estándares sumamente diversos) en el año 2000 se reunieron representantes de la mayoría de los programas de certificación de turismo sostenible y ecoturismo en Nueva York para empezar a desarrollar un lenguaje común y estándares mínimos comunes. En esta conferencia se elaboró el Acuerdo de Mohonk, un consenso informal entre los programas sobre los estándares mínimos para otorgar certificaciones de turismo sostenible y ecoturismo, así como para establecer una distinción clara entre estos tipos de turismo.

Luego de esto, se estableció un esfuerzo formal, un estudio de factibilidad llamado Consejo de Acreditación de Turismo Sostenible (STSC, siglas en inglés), del cual surgió el establecimiento de estándares armonizados en Europa (el estándar VISIT) y en las Américas (el criterio de línea base para la Red de Certificación en Turismo Sostenible de las Américas).

La Asociación VISIT (Iniciativas Voluntarias para la Sostenibilidad en Turismo) consiste en siete etiquetas ecológicas (desarrolladas en Holanda, Italia, Dinamarca, el Reino Unido, Suiza y Luxemburgo), que representan más de 2.000 empresas turísticas participantes.

La Red de Certificación en Turismo Sostenible de las Américas, en su página, describe y ofrece enlaces a los sitios Web de casi todos los programas de certificación en existencia y que se están desarrollando en las Américas (del Norte, Central y América del Sur y el Caribe). La participación en la Red es libre y voluntaria, una decisión que han tomado, hasta la fecha, más que 130 miembros de 23 naciones del continente.

Como consecuencia de estas actividades y estudios, los nuevos programas de certificación turística y los existentes comenzaron a tomar en cuenta todos los aspectos de la sostenibilidad.

En octubre de 2008 fueron lanzados los Criterios Globales de Turismo Sostenible (GSTC), un conjunto de 37 normas voluntarias que representan el mínimo que cualquier negocio turístico debería aspirar a llegar a fin de proteger y conservar los recursos naturales y culturales del mundo, garantizando al mismo tiempo el turismo cumple su potencial como herramienta para la mitigación de la pobreza.

Los GSTC se desarrollaron como parte de una iniciativa liderada por Rainforest Alliance, el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente y la Organización Mundial del Turismo (OMT).

Más de 40 organizaciones trabajaron conjuntamente para fomentar una mayor comprensión de las prácticas de turismo sostenible y la adopción de los principios universales de turismo sostenible.

Aunque los programas de certificación bien diseñados pueden diferir considerablemente, casi todos comparten algunos componentes. Estos son:

- Participación voluntaria por parte de las empresas
- Estándares y criterios bien definidos
- Evaluación y auditoría
- Reconocimiento y otorgamiento del uso de un logotipo
- Auditorías periódicas de seguimiento para renovar la certificación
- Mejoras continuas
- Transparencia
- Mecanismos participativos para definir estándares

Los términos “certificación” y “ecoetiqueta” con frecuencia se utilizan indistintamente, aunque significan cosas diferentes. **La certificación** se otorga a aquellas empresas o actividades que cumplen totalmente con un conjunto de estándares.

Una “**ecoetiqueta**” es un premio que se otorga a una empresa o actividad que tiene significativamente mejor desempeño en comparación con las otras empresas del sector.

Entre los Programas de Certificación y de etiquetas más reconocidos mundialmente pueden mencionarse:

- **CERTIFICACION GREEN DEAL (Guatemala)**

El Programa de Certificación de Turismo Sostenible Green Deal™ es considerado como una herramienta cuyos beneficios pueden apoyar a las empresas a mejorar el uso de los recursos naturales, su penetración del mercado y bajar sus costos de consumo de energía, insumos y agua. Asimismo, Green Deal™ permite a los visitantes de Guatemala escoger lo mejor del mercado antes de su llegada. Es un programa de certificación turística voluntario.

- **BIOSPHERE HOTELS**

El Instituto de Turismo Responsable es una institución colaboradora de la UNESCO, fundada tras la celebración de la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible (1995) con la finalidad de gestionar y promover el turismo sostenible. Es la entidad que otorga las etiquetas a los establecimientos adheridos al Sistema de Turismo Responsable, mediante la evaluación del cumplimiento de los requisitos para la concesión. La distinción que se obtiene es el Biosphere Hotels (Hoteles de la Biosfera).

La Certificación Biosphere es un sistema de certificación privado, voluntario e independiente.

- **ECOTEL (Internacional)**

Está basado en el Programa de Protección Ambiental de los Estados Unidos. Es uno de los programas más complejos, ofreciendo cinco diferentes niveles de

certificación (Globos) hotelera, cada uno de ellos posee diferentes criterios. Cada globo, representa el progreso en la evaluación de cada una de las siguientes áreas: compromiso medioambiental, manejo de residuos sólidos, uso eficiente de la energía, conservación del agua, puestos de trabajo; educación y participación comunitaria.

- **GREEN GLOBE (Certificación Mundial para la Sostenibilidad)**

Green Globe proporciona servicios para la sostenibilidad y la certificación desde 1993. Fundado originalmente en el Reino Unido, la compañía tiene su sede en Los Ángeles, California, con asociaciones en Europa, África, América Latina, el Caribe, la India y Asia.

Las normas de Green Globe son una colección de 337 indicadores de cumplimiento aplicados a 41 criterios de sostenibilidad individual. Los indicadores aplicables varían según el tipo de certificación, el área geográfica, así como por factores locales.

- **CERTIFICADO PARA LA SOSTENIBILIDAD TURISTICA (CST) (Costa Rica)**

El Certificado para la Sostenibilidad Turística es un programa del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), diseñado para categorizar y diferenciar empresas turísticas de acuerdo al grado en que su operación se acerque a un modelo de sostenibilidad en cuanto al manejo de los recursos naturales, culturales y sociales.

Dicho galardón es otorgado por la Comisión Nacional de Acreditación con sede en Costa Rica.

La certificación fue reconocida por la OMT como uno de los programas que está logrando modificar la forma de hacer Turismo.

El cuestionario para establecimientos de hospedaje consiste en 153 preguntas distribuidas en 20 descriptores y 4 ámbitos. Cada una de las preguntas refleja una condición positiva en términos de sostenibilidad.

Costa Rica es un país que viene realizando serios esfuerzos por desarrollar su industria turística desde hace años y tiene un especial interés en el desarrollo ecoturístico y del turismo sostenible. “Costa Rica: No artificial Ingredients”: este es el lema de la página Web del Instituto Costarricense del Turismo (ICT).

Hoy en día también pueden encontrarse páginas Web que promueven el Turismo Sustentable y ofrecen enlaces para acceder a diferentes programas mundiales de certificación, entre las que pueden mencionarse:

- **ECO HOTELS OF THE WORLD:** Es una guía online gratuita creada para mostrar los hoteles “verdes” o ecológicos del mundo. Los hoteles, para pertenecer deben cumplir con ciertos estándares establecidos por los editores. Los hoteles no deben pagar para estar incluidos y el sistema no cobra comisión por reservas.

- **RESPONSIBLE TRAVEL.COM:** Posee enlace con más de 300 operadores turísticos, albergues, bed & breakfast y hoteles pequeños.

- **VIAJE SOSTENIBLE.ORG:** Es una guía para viajeros responsables. Tiene catálogo de hoteles, Tour operadores, etc. La integran países del Caribe, Sudamérica (Ecuador, Perú), México y Centroamérica. No hay países del MERCOSUR.

Todas las empresas incluidas en este sitio cuentan con una certificación de turismo sostenible reconocida o son recomendados por una organización de prestigio. El objetivo de este sitio es ayudar a los turistas y a los tours operadores a escoger sus destinos a la vez que promueven un beneficio para las comunidades locales y los recursos naturales.

- **PORTAL DESTINET:** Tiene enlaces con más de 60 programas de certificación a nivel mundial, incluyendo 50 en Europa.

Una iniciativa muy reconocida a nivel mundial es la iniciativa TOI. La TOI es una red internacional de Tour operadores que se han comprometido a integrar la sostenibilidad en sus prácticas comerciales y a colaborar en promover y difundir prácticas compatibles con este objetivo.

Lanzada en marzo de 2000, la TOI (Tour Operators Initiative) está respaldada por la Organización Mundial del Turismo, el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente y la UNESCO.

Es una red voluntaria que reúne más de 20 operadores de viaje.

SITUACION EN ARGENTINA

En nuestro país se observan cada vez más iniciativas a favor del desarrollo sustentable de la actividad turística, desde el ámbito público como privado.

La Calidad y la Sustentabilidad son dos de los principios rectores de la Ley Nacional de Turismo 25.997 promulgada en el año 2005.

Las autoridades de la Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación decidieron, a partir del año 2004, incluir en la Agenda Ambiental Nacional una línea de trabajo que considerara específicamente la relación entre el turismo y el ambiente, así como las oportunidades que ofrece el aprovechamiento inteligente de los recursos naturales.

En diciembre de 2004 se firmó un Convenio Marco entre la Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable (dependiente del Ministerio de Salud y Ambiente) y la Secretaría de Turismo de la Nación. El objetivo fue fortalecer los lazos de cooperación entre Turismo y Ambiente.

En función de ello, y para un mejor cumplimiento de las propuestas mencionadas, por Resolución 1044/05 la Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación (SAyDS) creó la "Unidad de Turismo Sustentable y Ambiente", dependiente de la Subsecretaría de Promoción del Desarrollo Sustentable.

La misma tiene entre sus funciones promover la realización de programas, proyectos y actividades destinadas a fortalecer las capacidades de la Secretaría, para emprender una gestión proactiva en materia de protección ambiental y de promoción del turismo sustentable.

En el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable con miras al 2016, el Gobierno Nacional concibe al Turismo como uno de los caminos centrales en la construcción del país, atendiendo en este recorrido a los principios de sustentabilidad y competitividad. El objetivo de dicho plan es "construir una Argentina equilibrada, integrada y socialmente justa".³⁰

Continuando con las iniciativas públicas, en el 2007 la Secretaría de Turismo de la Nación (SECTUR) lanzó la "Guía de Recomendaciones Ambientales", la cual pretende estimular a todos los actores del sector para que adopten hábitos, conductas y comportamientos enfocados en preservar el ambiente y orientar sus actividades hacia la cultura de la calidad, la mejora continua, y la excelencia.

La misma además de contener buenas prácticas a tener en cuenta por las empresas, ofrece consejos para su aplicación y cuenta la experiencia de distintas empresas que las han adoptado y los beneficios que han obtenido por ello.

Vinculadas a la sustentabilidad del sector también cabe mencionar las Normas IRAM SECTUR 42200, "Sistema de gestión de la calidad, la seguridad y el ambiente en hotelería" y la IRAM SECTUR 42210 "Sistema de gestión de la calidad, la seguridad y el ambiente en cabañas", las cuales ofrecen la certificación a aquellas empresas que implementen los requisitos necesarios entre los que se destaca la necesidad de que quienes aspiren a dicho certificado lleven a cabo la gestión ambiental e implementen un programa de buenas prácticas.

³⁰ SECRETARIA DE TURISMO DE LA NACION (2005), Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016.

En la ciudad de Tandil un grupo de establecimientos de cabañas vienen realizando los cambios necesarios de sus instalaciones y estructura organizativa para acceder a la IRAM SECTUR 42210. Al momento solo una de las empresas ha obtenido la certificación y las restantes se encuentran en el proceso de implementación de las medidas establecidas como requisitos.

Ambas normas son una herramienta que permite optimizar los recursos y asegurar los resultados, en el marco de la mejora de la atención al huésped y la profesionalización del sector.

Como experiencia a nivel nacional también puede mencionarse el Programa de Buenas Prácticas en Hotelería (PBPH) propuesto por el Proyecto Gestión de la Contaminación (PGC), el cual es una operación de préstamo piloto financiada por el Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF). Dicho proyecto ha establecido un Convenio de Implementación Conjunta con la Secretaría de Turismo de la Municipalidad de San Martín de los Andes y ésta a su vez con la Universidad Nacional del Comahue (Neuquén). Se inició en abril de 2003 como un programa piloto aplicado a la localidad de Termas de Río Hondo, Provincia de Santiago del Estero.

Consistió en el otorgamiento de recomendaciones de Buenas Prácticas ambientales a 6 establecimientos hoteleros, a los que se les brindó capacitación dirigida a los gerentes y empleados en la implementación de las mismas, entre otras actividades.

A partir de septiembre de 2003, el PBPH se extendió a otros destinos turísticos, continuando con su implementación en la localidad de San Martín de los Andes, Provincia de Neuquén, ampliándose tanto en su alcance a 10 establecimientos hoteleros y una agencia de viajes, como en el equipo de consultores, a través de los cuales se introdujeron adecuaciones a las características del nuevo destino.

Con posterioridad, el PBPH se desarrolló también en Puerto Madryn, Provincia de Chubut, con la participación de 6 establecimientos hoteleros.

En la Provincia de Buenos Aires, en enero de 2009 fue publicado el Boletín Oficial que aprobó el Programa de Certificación de Alojamientos Turísticos Sustentables, el cual tiene por objetivo general diseñar una metodología de conservación y promoción de prácticas sustentables vinculadas al sector alojamiento.

El responsable de la ejecución del programa es la Dirección de Producción y Consumo Sustentable dependiente de la Dirección Provincial de Economía Ambiental y Energías Alternativas del Organismo Provincial para el Desarrollo Sostenible (OPDS).

Dicho programa prevé crear el "Registro Provincial de Alojamientos Turísticos Sustentables", en el que se incluirán los establecimientos que lo soliciten, previo cumplimiento de los requisitos.

Para acceder a la certificación, los participantes deben completar un formulario de 32 preguntas que representan elementos de sostenibilidad que la empresa debe cumplir. Para alcanzar las distintas categorías de certificación el programa tiene en cuenta, además, que los servicios que presta la empresa estén en conformidad con la Norma IRAM SECTUR 42200, establecida como referencia.

Los niveles se ubican de cero a cinco (el nivel uno recibe una hoja y así sucesivamente) y su resultado se obtiene producto del total de las respuestas y de una visita del organismo a las instalaciones con lo que se determina el grado de compromiso según los criterios de la encuesta.

El programa prevé también evaluaciones periódicas a las empresas y la realización de talleres anuales de capacitación.

En Tandil son 19 las empresas certificadas, de las cuales una ha obtenido una hoja, 4 obtuvieron dos hojas y 14 han obtenido tres hojas.

BENEFICIOS DERIVADOS DE LA APLICACIÓN DE CRITERIOS DE SUSTENTABILIDAD EN LOS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

(Ver en ANEXOS página 65 listado de Buenas Prácticas)

Como resultado de la implantación de criterios de sustentabilidad económicos, ambientales y socioculturales, las empresas consiguen:

- Reducir significativamente los impactos negativos que generan al ambiente y la comunidad
- Reducir el consumo de los recursos energéticos de toda índole
- Reducir el consumo de agua
- Disminuir la generación de residuos y facilitar su reutilización
- Contribuir a la conservación de la naturaleza, porque permiten mantener la calidad de los alrededores del destino turístico
- Mejorar las relaciones con la comunidad local ya que al adoptar voluntariamente buenas prácticas en sus actividades cotidianas muestran su compromiso ético hacia el destino y su gente
- Mejorar la competitividad de la empresa
- Aumentar los ingresos y el valor de la empresa, particularmente a través de la captación de nuevos clientes, de la reducción de costos, y del mejoramiento de la eficiencia operativa.
- Ahorro económico, a partir de la disminución de los costos operativos de agua, energía y manejo de residuos, de una mayor confianza en los materiales reciclados y de una racionalización del consumo de materias primas, sin reducir la calidad del servicio.
- Mejorar el control de los procesos y el aumento de la eficiencia.
- Mejorar la imagen de la empresa ante los clientes, usuarios y trabajadores.
- Aumentar la calidad de servicio y mejorar la satisfacción del cliente.
- Conocer los impactos ambientales que generan las actividades de la organización para poder establecer objetivos y metas y poder prevenirlos
- Prevenir problemas ambientales (por Ej.: limitaciones en el uso de los recursos).
- Anticiparse a la aplicación de la normativa ambiental.
- Diferenciar el producto, facilitando la introducción a nuevos nichos de mercado
- Incrementar su atractividad para consumidores que poseen conciencia sobre los temas ambientales
- Educar a los turistas sobre cuestiones ambientales y sociales de un área, permitiendo que actúen más respetuosamente o que contribuyan a encontrar soluciones.
- Mejorar la calidad de su servicio

Una de las formas en las que la empresa puede impactar directamente sobre el desarrollo socioeconómico local es fomentando la contratación de personal local y siendo ejemplo de respeto de la legislación laboral y de la aplicación de incentivos.

La compra de productos a los productores locales, genera beneficios directos a la comunidad local.

Ambas acciones tienen además, un impacto indirecto sobre el desarrollo, pues permiten que haya más dinero circulando en la zona, ya que los pobladores gastan parte de su salario en compras locales. Con ello, se está contribuyendo de manera importante a la sostenibilidad de la economía de la región.

La aplicación de estas medidas responsables, constituyen también una beneficiosa herramienta de marketing: con ellas una empresa puede mejorar su reputación e imagen pública entre el creciente mercado de consumidores ambiental y socialmente responsables y sobre la comunidad en general. Además pueden contribuir a que una

empresa atraiga y mantenga personal dedicado, motivado y comprometido, creando conciencia ambiental en el lugar de trabajo y más allá del mismo.

El involucramiento del personal en la política de sustentabilidad de la empresa genera un sentimiento de pertenencia, los empleados se sienten parte del proceso y manifiestan satisfacción por esto.

A partir de esfuerzos individuales y de la adopción de una responsabilidad ambiental empresarial, pueden promoverse acercamientos sectoriales y la creación de complementariedad y sinergia dentro del sector.

Aquí es necesario aclarar la diferencia que existe entre un alojamiento ecológico y uno sustentable. El primero debe ser capaz de minimizar el impacto de su construcción y funcionamiento sobre el medio ambiente, garantizando la sostenibilidad de los recursos que utiliza: agua, energía, materiales de construcción, equipamiento, tratamiento de los residuos, y se distingue por realizar una cantidad de actividades ecológicas con sus huéspedes por su ubicación en medios naturales.

El sustentable cumple con las prácticas de construcción y funcionamiento mencionadas, pero puede estar en medio de la ciudad.

Un mito muy común es el que plantea que el desarrollo de una construcción sustentable posee una inversión superior con respecto a un alojamiento tradicional. Sin embargo, acontece que los mayores costos de inversión redundan en muchos casos en menores costos de operación.

Desde el punto de vista operativo, los hoteles sustentables suelen tener un ahorro de energía de entre un 15 y un 30% con respecto a los hoteles tradicionales.

Experiencias de empresas del país que adoptan buenas prácticas o criterios de sustentabilidad en su gestión pueden servir para explicar mejor los beneficios que pueden obtenerse:

Según la gerente de Cabañas Temporada de San Martín de los Andes, “Desde el comienzo de la implementación del programa de reuso de toallas, fue notable la disminución de la cantidad de toallones que llevábamos diariamente al lavadero (lavamos alrededor del 40% menos). También nos ayudó en la organización de la limpieza, porque en general, los huéspedes se preocupan en colocar en evidencia sólo las toallas que quieren que se les recambie y cuelgan el resto, y eso facilita la tarea de las mucamas.”³¹

Por su parte, el dueño de Cabañas Sol y Nieve de la misma ciudad manifiesta que “Gracias al mantenimiento preventivo hemos reducido considerablemente las intervenciones extemporáneas en equipos de gas (calefactores en épocas invernales. Con ello hemos reducido molestias y costos. El ahorro total se compone de pequeños ahorros, que sumados muestran importantes efectos.”³²

En el año 2007 la cadena internacional NH HOTELES lanzó su Plan Medioambiental, a través del cual redujo un 20% los consumos de energía y agua, un 20% las emisiones de CO₂, y en igual proporción la producción de residuos. También instaló un eco diseño para optimizar las necesidades de climatización, que le han representado un ahorro de más de dos millones de euros en las facturas globales de luz y gas de la cadena hotelera.

Instalará paneles solares en todos sus hoteles. Para agosto de 2009 había incrementado el uso de energías renovables en un 175% y llevaba instaladas 1701 m² de placas solares. Para esa época 18 de sus establecimientos cubrían sus necesidades energéticas con energía limpia.

Según el dueño del Hotel Bristol de Río Hondo, Santiago del Estero, “Usando lámparas de bajo consumo en lugar de las incandescentes, con igual iluminación, el ahorro en pesos es de aproximadamente \$200 mensuales.

A la fecha se continúa con la separación de elementos: Plásticos, vidrios, cartones, maderas, corchos... y orgánicos. Los desechos vegetales, así como la hojarasca y

³¹ SECRETARÍA DE TURISMO DE LA NACIÓN. (2007), Guía de Recomendaciones Ambientales, Argentina.

³² SECRETARÍA DE TURISMO DE LA NACIÓN. (2007), Guía de Recomendaciones Ambientales, Argentina.

servilletas de papel se emplean en compostaje para la alimentación de lombrices californianas y producción de humus. A la fecha se logró "cosechar" unos 2.000 Kg. De buena calidad. De estos unos 600 Kg. fueron comercializados a razón de \$1,50 = el Kg. También se vendieron núcleos de lombrices a razón de \$50 = c/u. El resto del humus se usa para el mejoramiento de la tierra de la huerta orgánica, plantas y flores ornamentales. En cuanto a los residuos sólidos como vidrio, plásticos, corchos,..., se continúa entregándoles a recolectores que habitualmente los venden a acopiadores locales, lo que les permite llevar sustento a sus hogares.

Como fruto de la aplicación del programa de gestión de residuos, nuestro hotel redujo la eliminación de residuos, al cabo de 2 años a solo un 15 % del total que antes recogía el camión recolector. Un aspecto a destacar es que, desde el punto de vista de los huéspedes, hemos notado la curiosidad y el interés que despierta la implementación del programa, los que se explican mediante carpetas informativas y a través de cartelería, además de las conversaciones y charlas que se suscitan al respecto".

Una experiencia para destacar también es el caso de la Hostería Ecológica Del Nómade, en Puerto Pirámides. El emprendimiento posee vidrios dobles para mejorar la aislación térmica y acústica. Los muebles fueron realizados a partir de árboles caídos y posee grandes ventanales y espacios de chapa transparente en el techo para que no se enciendan luces innecesariamente.

La hostería posee colectores solares para ayudar calentar el agua para la loza radiante y el agua caliente sanitaria, ilumina con leds y lámparas bajo consumo y utiliza productos de limpieza biodegradables.

El agua de lluvia es recolectada en techos para su uso. Además reutiliza el agua de las duchas, y lavamanos a través de un proceso de purificación orgánico, que luego de pasar por una planta de tratamiento se reutiliza para el agua de las mochilas de los inodoros y el riego de las plantas del jardín y de algunos árboles del pueblo.

Otro caso es el de Estancia Colomé, en Salta. Se trata de un hotel boutique que es casi autosuficiente ya que producen todo lo que allí se consume y hasta su propia energía. El 80% de la energía eléctrica que necesita se genera con una hidroturbina que capta el agua en el cauce del río Colomé que tras pasar por una turbina es aprovechada para riego y consumo humano después de un tratamiento de potabilización.

Misiones también cuenta con un emprendimiento de estas características. Yacutinga Lodge fue mencionado por la OMT en publicaciones de 2003 y 2004 como uno de los 60 emprendimientos a nivel mundial tomados como caso de estudio, debido a su exclusivo sistema de monitoreo ambiental, el cual determina los niveles de stress turístico que se producen en sus senderos de interpretación. Gracias a su aplicación, disminuyen al máximo la erosión, el pisoteo desmedido y la rotura de gajos o raíces. Cuenta con paneles solares para dar energía a las necesidades de iluminación general.

Posee un completo sistema de reciclado de aguas sucias y realizan el composta necesario para mantener sus plantas. Sus construcciones se integran con el paisaje, incluso han utilizado para su construcción, principios de la denominada "arquitectura orgánica", utilizando materiales de desecho como botellas y vidrios rotos.

En baja temporada, el Lodge brinda cursos de capacitación y concientización a los empleados, los cuales provienen en un 90% de la comunidad vecina ubicada a 14 Km. y realizan también jornadas ambientalistas dirigidas a los niños de las escuelas cercanas, para crear conciencia en los más chicos.

CAPITULO IV

TANDIL: TURISMO Y CRECIMIENTO

Tandil se localiza al sudeste de la Provincia de Buenos Aires. Se encuentra a 350 Km. de la Capital Federal y a 170 Km. de Mar del Plata.

El Partido de Tandil está emplazado en la Pampa Húmeda y más precisamente, en el sistema de Tandilia, que lo atraviesa en sentido NO-SE, cuyas rocas fueron datadas en 2.200 millones de años, entre las más antiguas del mundo.

Tandil, que proviene del mapuche significando “Piedra que late”, fue fundada el 4 de abril de 1823 por el Gral. Martín Rodríguez, como un fuerte de avanzada contra los aborígenes, hacia el sur del Río Salado.

Comienza luego la llegada de criollos y europeos y en la década de 1840, pioneros como Juan Fugl, con la siembra de trigo y producción de harina y Ramón Santamarina, con el transporte en sus carretas, inician una etapa de gran influencia de los inmigrantes.

Con la llegada del ferrocarril (1883) Tandil es proveedor de granito de las grandes obras de infraestructura del país y de productos alimenticios elaborados, fundamentalmente lácteos.

La primera y segunda guerras mundiales acrecientan la población local con inmigrantes con oficios y conocimientos técnicos.

En la década de 1950, Tandil se encuentra entre los “polos de desarrollo” considerados para planificar el país.

Actualmente, se encuentra muy bien posicionada; con una Universidad en pujanza, consecuencia de un visionario como el Dr. Osvaldo Zarini, con variedad de industrias donde el trabajo unido al conocimiento resulta en productos demandados por el mercado nacional e internacional.

La población actual, según el Censo Nacional del año 2010 es de 123.343 habitantes. El Censo 2001 mostraba una población de 108.109 habitantes, con lo cual se observa un incremento del 14% respecto al censo anterior.

La composición de la estructura económica del Partido de Tandil, de acuerdo a los datos de la Secretaria de Desarrollo Local es:

- Sector Primario: 30 %
- Sector Secundario: 17 % (Alimentos 36% - Metalmecánica 33% - Textil 11% - Otros 20%).
- Sector Terciario: 53% (Comercio Mayorista 23% - Comercio Minorista 11% - Servicios 19% - Otros 47%).



EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA Y CARACTERIZACIÓN DEL TURISMO ACTUAL

El Turismo en Tandil tuvo un gran crecimiento en los últimos 10 años generando cambios en el desarrollo de la actividad.

Para el año 2004, Tandil ya había dejado de ser un destino visitado por miles de personas casi exclusivamente en Semana Santa y los visitantes habían comenzado a repartirse durante todo el año.

Tres datos reflejaban para ese entonces el progreso alcanzado: un 394% más de plazas de alojamiento que en 1996, un aumento del 22% de la población respecto al 2001 y la distribuidora local de energía eléctrica colocaba más de 1500 medidores de consumo por año.

Porque además de visitar la ciudad, se comenzó a dar el fenómeno llamado migración por ameneidad, ya que muchos se quedaban para siempre. En ese mismo año, el Municipio estimó que se radicaban en la ciudad entre tres y cuatro familias por día, principalmente provenientes de Capital y Gran Buenos Aires.

Por esta migración, entonces, surgieron numerosos complejos de cabañas para responder a la demanda de alojamiento y a la par lo hicieron los locales de gastronomía y servicios.

Con el boom inmobiliario de esos años, el precio del metro cuadrado de tierra multiplicó su valor entre tres y cuatro veces.

Para el año 2008, según datos oficiales de la Dirección de Turismo de Tandil, las plazas turísticas habían crecido un 170% respecto al año 2000 y la cantidad de establecimientos se había triplicado.

Hoy el Turismo es uno de los bastiones económicos de la ciudad, si bien solo representa el 9% del PBI del Municipio.

Según Espondaburu, Secretario de Desarrollo Local de la ciudad, más de 5000 personas tienen trabajos que se vinculan directa e indirectamente con la actividad turística.

Por su parte, Orsi, Presidente de la Cámara de Turismo de Tandil manifestó en una nota del periódico local que “el Turismo aporta trabajo a la ciudad, un trabajo sin humo. Es una industria que trae divisas directas de otras ciudades. Los turistas inyectan dinero en la ciudad que redundará en beneficios para muchas actividades.”³³

En la entrevista efectuada en el mes de febrero al actual director de Turismo del Municipio, Ernesto Palacios, el mismo manifestó que “hace 7 u 8 años atrás, en Tandil era impensable pensar en que hubiera gente vacacionando en enero y febrero. Hoy Tandil ha logrado romper la estacionalidad. Esto pocos destinos lo han logrado, incluso lugares en los que la actividad turística es la actividad más importante. El Turismo sin ser una actividad principal ha logrado un éxito muy grande. Hoy tenemos ocupación plena o semiplena de enero a diciembre, gente vacacionando 15 días en verano. Tandil ha tenido un crecimiento sustancial, de 3000 o 4000 camas hace 5 años atrás a 10000 o más (contando los habilitados y la oferta ilegal) y sin contar alquileres de departamentos por día, etc.

Hay buena calidad de servicio, por supuesto todavía desperejo porque hay gente más profesional que otra. El destino va a estar completamente consolidado cuando toda la población tenga conciencia turística y también el sector involucrado directamente esté completamente profesionalizado.”³⁴

³³ EL ECO DE TANDIL, *Priorizan la búsqueda del crecimiento del turismo con un desarrollo sostenible.*

³⁴ Entrevista realizada al Director de Turismo, Sr. Ernesto Palacios. (VER ENTREVISTA COMPLETA EN ANEXOS)

El esquema que presenta el sector a nivel de superestructura general para gestionar la actividad turística del destino, es el siguiente:

- **Secretaría de Desarrollo Local**
- **Dirección de Turismo**
- **Instituto Mixto de Turismo (IMT)**

La Dirección de Turismo tiene dependencia directa de la Secretaría de Desarrollo Local del Municipio. Cuenta con una mínima estructura, es decir, posee un plantel pequeño de personal compuesto por 15 personas incluido el Director de Turismo.

Respecto al IMT, este es uno de los logros más importantes en materia de Turismo de los últimos años, un organismo con participación y decisión pública y privada.

Fue creado en el marco de la nueva Ley Nacional de Turismo y tiene el objetivo de consensuar la política turística y el accionar estratégico con los principales actores de la actividad, buscando un ámbito de participación donde nadie quede excluido de las decisiones importantes en materia de Turismo.

Respecto a su creación, Palacios destacó que, “en el 2003 ya existían las distintas entidades que agrupan a los privados: estaba la Cámara de Turismo, la Asociación de Cabañas, la Asociación de Hoteles y la Asociación de Guías. Estos grupos pidieron a los candidatos a intendente la creación del IMT. Lunghi lo incorporó a la Plataforma Política y cuando ganó se produjo la creación. Junto a los privados fue a buscar lo máximo del Turismo en Argentina: Antonio Torrejón. Vino, se instaló con su equipo en la ciudad, trabajaron, fueron creando conciencia y se creó el IMT.”

Los beneficios que fueron identificados durante su proceso de formación fueron:

- La figura encuadra en la nueva Ley Nacional de Turismo.
- Permite definir acciones que tendrán continuidad en el mediano y largo plazo.
- Es independiente de los mandatos del gobierno de turno y de la jerarquía municipal atribuible.
- La efectividad de sus acciones permite una mayor agilidad para dar respuesta a los requerimientos de la demanda.
- Participa toda la comunidad.
- Cuenta con recursos propios.
- No genera gastos adicionales de funcionamiento.

Los **OBJETIVOS** planteados para el IMT son:

- 1) Ser canal de articulación entre los sectores público y privado ejerciendo un rol dinámico, participativo y representativo a fin de sugerir políticas turísticas innovadoras, colaborando en la implementación de las mismas.
- 2) Participar en la planificación turística, de acuerdo a un criterio responsable, asegurando la sustentabilidad económica, sociocultural y ambiental del destino.
- 3) Desarrollar e implementar los programas y estrategias de promoción turística del destino.
- 4) Colaborar en la generación de recursos para la ejecución de las acciones planteadas, controlando que se inviertan en forma eficiente, equitativa entre las partes y asegurando la calidad del destino.

El Instituto Mixto de Turismo es presidido por el Sr. Intendente Municipal, quien actualmente delega la presidencia en su Secretario de Desarrollo Local (Dr. Pedro Espondaburu) y está conformado, en su estructura, por un Comité Ejecutivo y un Consejo Consultivo.

El Comité Ejecutivo está conformado por 3 representantes del sector público y 3 del sector privado.

El Consejo Consultivo lo integran 15 personas: 12 de las distintas entidades privadas y por los 3 representantes del sector público que integran el Comité Ejecutivo. Las entidades privadas que participan en este Consejo son: la Asociación de Cabañas, la Asociación de Hoteles, la Cámara de Turismo y la Asociación de Guías.

Es importante destacar que el IMT se fondea con una **Tasa Turística** aprobada en el año 2010, donde se recaudan aproximadamente 200 mil pesos anuales que son destinados a tareas de gestión y promoción.

El universo alcanzado por la Tasa se divide entre Directos (hoteles, cabañas, restaurantes, entre otros) e Indirectos (por ejemplo, estaciones de servicio). Cada empresa paga por declaración jurada, los valores son pequeños y la mayoría tributa el mínimo.

Si bien los importes recaudados no son significativos, es una conquista muy importante para el sector.

Otro avance importante de la ciudad en materia turística es que cuenta, desde marzo de 2010 con el “Plan Estratégico de Turismo Sustentable: Tandil 2020” elaborado por la consultora Atlántida a pedido del IMT y del propio Municipio de Tandil.

El mismo tiene como objetivo general “Planificar, por consenso e integración de todos los actores, un desarrollo sustentable de la actividad turística en Tandil, contribuyendo a mejorar las condiciones de vida de la población local, y proveyendo una mayor calidad a la experiencia de viaje de los visitantes, logrando un destino turístico competitivo, diferenciado e integrado a la región, que desarrolle un turismo responsable.”

Esto deja en claro la voluntad de desarrollar la actividad bajo los principios de la sustentabilidad lo cual es un primer paso hacia la gestión conciente y responsable del destino. Contar con un instrumento de estas características contribuirá, sin dudas, en la organización del sector y permitirá trabajar planificando el futuro turístico del destino con el mínimo margen de error.

El plan posee 4 Ejes o Lineamientos Estratégicos:

- Desarrollo de la Oferta
- Marketing Turístico
- Calidad del Destino
- Gestión Institucional del Destino.

A partir de cada uno de ellos define diferentes programas y planes de acción que se llevarán a cabo en diferentes momentos ya que también define aquellos que son prioritarios respecto a otros. El horizonte definido por el plan es el año 2020, en el cual deberían estar en funcionamiento los planes y acciones diseñadas.

“Como en la mayoría de los destinos argentinos, con alguna excepción puntual, la falta de planificación estratégica ha llevado a una asimetría de desarrollo y aprovechamiento turístico que se vislumbra en los desajustes que se han podido observar. El desarrollo turístico fue, hasta ahora, regulado por el mercado. Las inversiones en infraestructura básica y en infraestructura turística evidentemente se han realizado en base a necesidades puntuales, a circunstancias específicas de coyuntura o en base a las oportunidades puntuales que ha ido generando el mercado.”³⁵

En el desarrollo del Plan, se presenta un análisis FODA³⁶ (término conformado por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) que permite caracterizar la situación actual del Turismo en la ciudad:

FORTALEZAS

- Ubicación cercana a Buenos Aires y a los centros turísticos de playa
- Buena accesibilidad terrestre (rutas y transporte)

³⁵ MUNICIPIO DE TANDIL, FUNDACION ATLANTIDA. (2010), Plan Estratégico de Turismo Sustentable: Tandil 2020.

³⁶ El análisis FODA es una herramienta que permite detectar algunos elementos sobre los que se va a fijar la atención en el desarrollo posterior de la planificación. Consta de dos partes: una interna y otra externa.

• La parte interna tiene que ver con las fortalezas y las debilidades del destino, aspectos sobre los cuales se tiene algún grado de control y, por lo tanto, sobre los que resulta posible actuar directamente.

• La parte externa mira las oportunidades que ofrece el mercado, y las amenazas que se debe enfrentar en el mercado seleccionado, circunstancias sobre las cuales se tiene poco o ningún control directo, de manera que en general resulta muy difícil sino imposible poder modificarlas.

- Amplia diversidad económica (metalmecánica, agro, turismo, universidad, etc.)
- Ciudad socialmente equilibrada, y con buenas condiciones de vida
- Buen sistema de salud pública y privada.
- Bajo índice de delitos; es una ciudad segura.
- Ambiente paisajístico de sierras muy agradable
- Posee un importante patrimonio cultural tangible e intangible. Facultad de Arte.
- Se practican muchas disciplinas deportivas. Cuenta con tandilenses destacados en varias disciplinas.
- Posee una importante escuela de Tenis. Grupo de tenistas ganadores y famosos de Tandil.
- Es una ciudad linda, limpia y ordenada. Posee buena imagen hacia fuera.
- Variedad y calidad de productos regionales típicos (salamines, quesos, etc.)
- Variedad y calidad de la planta turística.
- Es un destino No masificado.
- Existen recursos humanos capacitados en el sector turismo.
- UNICEN con su sede de Rectorado en Tandil y 8 facultades, dicta la licenciatura en turismo. Además hay enseñanza terciaria.
- Cuenta con una herramienta moderna de gestión turística institucional: el IMT
- En general, hay buena receptividad del residente hacia el turista.
- Se estableció un Área Protegida en el circuito turístico serrano.
- Posee condiciones geográficas y climáticas ideales para equipos de fútbol.
- La oferta de alojamiento y gastronomía es altamente valorada.
- Existe una buena cantidad y calidad de espacios y actividades culturales durante los fines de semana
- Poseen una centena de atractivos culturales y naturales que no han sido puestos en valor y que permitirían continuar diversificando la oferta.

DEBILIDADES

- Escasa señalización sobre Ruta Nac. N° 3
- Escasa señalización vial (en accesos) y de circuitos turísticos.
- Problemas ambientales sin resolver: canteras, uso del suelo, residuos, cloacas, gas, agua.
- Crecimiento durante mucho tiempo sin planificación territorial
- La seguridad siniestral no es buena. Existen riesgos de incendios. No hay prevención.
- La actividad turística es estacional. Se concentra en fines de semana largos y vacaciones.
- Faltan estadísticas de base.
- No existe investigación de mercados, ni caracterización del turista real.
- No existe una estrategia sostenida en el tiempo y consensuada de marketing responsable con objetivos de sustentabilidad y sostenibilidad del sitio.
- Falta de conciencia turística y ambiental en algunos sectores de la población
- Escaso control y fiscalización en emprendimientos turísticos (cabañas).
- Numerosos comercios permanecen cerrados los fines de semana cuando hay turistas. Muchos establecimientos turísticos no trabajan con tarjetas de crédito.
- Casi la mitad de los complejos de cabañas se encuentran sin habilitación lo cual produce un deterioro.
- No se implementan programas de buenas prácticas turísticas.
- Algunos sectores de la población resisten la actividad turística.
- No existe oferta recreativa cuando hay mal tiempo o hace mucho frío.
- Existe una percepción generalizada de que la ciudad es cara.
- Existen fallas en el servicio de información turística y en la página Web oficial.
- Falta de capacitación turística-recreativa en cuanto a la prestación de servicios y escuelas de artes y oficios.

- Poseen una centena de atractivos culturales y naturales que no han sido puestos en valor
- Aumento de accidentes e inconvenientes en el tránsito.
- Hay una tendencia a la concentración de atractivos en algunas zonas lo que reduce el espacio geográfico a recorrer y aumenta la congestión.

OPORTUNIDADES

- Tendencia del mercado hacia el turismo de naturaleza, de salud, bienestar y gastronómico, deportes, aventura, observación de aves, cultura, etc.
- El mercado -nacional e internacional- busca destinos agradables y cercanos a Buenos Aires para realizar eventos tipo congresos y convenciones.
- La demanda de alto poder adquisitivo busca destinos cercanos y seguros.
- Reconocimiento a nivel nacional y mundial de figuras artísticas y deportivas nativas de la ciudad.
- Hay proyectos de integración turística territorial en espacios rurales.
- La ubicación geográfica le permite complementarse con otros destinos cercanos como la costa, Balcarce, azul, Olavarría y otros.
- El Puerto de Mar del Plata como amarre de cruceros podría generar visitas de excursionistas.
- Hay un nicho especial "Turismo Dinks" (doble Sueldo sin niños) que busca este tipo de destinos.

AMENAZAS

- Prolongada crisis económica a nivel nacional. Posibles cortes de ruta.
- Abastecimiento de agua y otros servicios básicos debido al ritmo importante de crecimiento de la ciudad.
- Riesgo de siniestros en complejos de alojamiento No habilitados.
- Incremento de la contaminación visual por construcciones de altura y profusión de cartelería.
- Saturación de atractivos por presión de uso recreativo - turístico.
- Deterioro de las sierras por la acción de las canteras y el avance de la ciudad.
- El comportamiento de la oferta ante la crisis y la pérdida de calidad en relación al precio.

DESARROLLO URBANO: ORDENAMIENTO DEL TERRITORIO

Tandil cuenta desde el año 2005 con un **Plan de Ordenamiento Territorial (PDT)** que tiene el objetivo de ordenar y planificar el futuro crecimiento y expansión del territorio tandilense, ordenar la explotación de canteras, preservar el paisaje serrano, etc. Esto sin dudas es un gran paso que permitirá un crecimiento más ordenado y, fundamentalmente planificado.

Aprobado mediante Ley 9865/05, contribuye a una planificación responsable y ayuda a solucionar los conflictos que se presentan en toda ciudad en crecimiento tal es el caso de Tandil en los últimos diez años.

El PDT constituye la normativa a la que se ajustan todas las políticas y acciones urbanísticas y ambientales y las obras públicas en el Municipio de Tandil. La Autoridad de Aplicación son las Secretarías de Planeamiento y Obras Públicas y Desarrollo Local.

Contribuye a una planificación responsable y ayuda a solucionar los conflictos mediante la zonificación del espacio en zonas de regulación general y zonas especiales, identificando variables como: particularidades de uso, ocupación del suelo, características locacionales, valores ambientales, cantidades permitidas, entre otras.

Dentro de las zonas especiales de interés urbanístico y ambiental, se contempla la elaboración de planes especiales, entre los que se destaca el recientemente presentado Plan de Manejo Ambiental de las sierras.

La explotación de las canteras siempre fue un tema de preocupación por la cuestión ambiental y porque provocan, entre otras cosas, la degradación del paisaje de las sierras, principal atractivo de la ciudad.

En marzo de 2010 luego de años de gestiones y de un trabajo conjunto entre el Municipio y la Provincia, fue declarado por Ley Provincial 14.126 y por su Decreto Reglamentario N°1766/10, Paisaje Protegido el área denominada “La Poligonal” conformada por la intersección de las Rutas Nacional N°226 y Provinciales N°74 y N°30, que abarca una superficie de 14.158 has. del Partido de Tandil.

En este marco legal se procedió a la elaboración del documento denominado “Plan de Manejo Ambiental del Área de la Poligonal” lo cual incluye a la ciudad.

A raíz de esto, las tres canteras que hoy funcionan en predios ubicados dentro de la Poligonal pasarán a formar parte del paisaje protegido provincial.

Las empresas alcanzadas por la ley debían presentar un plan de reconversión en el plazo de un año y en otros 365 días se cerrarían definitivamente.

El Plan de Manejo Ambiental fue presentado a principios de febrero de este año y funcionará como una herramienta administrativa que establece los lineamientos para la preservación del área protegida. Los 8 ejes sobre los que trabajará son: el uso del agua (conservación de cuencas hídricas), conservación y manejo de flora y fauna, la gestión ambiental en agro ecosistemas, es decir, las buenas prácticas agrícolas, ganaderas y forestales, el Turismo Sustentable y las actividades recreativas, la reconversión de las canteras (ítem vertebral), la educación y difusión ambiental, las energías alternativas y la planificación territorial.

Respecto a las actividades y usos, el Plan afirma que serán actividades de muy bajo impacto, sometidas a controles estrictos, conservando las sierras y respetando el PDT. Las actividades y usos posibles en la zona son: deportivas de bajo impacto, senderos interpretativos, museo minero, actividades científicas, observatorio astronómico, servicios de turismo aventura y activo, camping, entre otras.

Continuando con la normativa existente, en cuanto al ordenamiento de actividades y servicios, se encuentran legislados los complejos turísticos de cabaña por la Provincia y el Municipio (Ordenanza N° 8263/01), los servicios de Guía de Turismo, legisladas también por la Provincia y el Municipio (Ordenanza N° 8713/02) y las inmobiliarias de alquiler temporario (por Ley Nacional N° 23091).

El alojamiento turístico se encuentra legislado por la Ley de Alojamiento Turístico sancionada por el gobierno de la Provincia de Buenos Aires y actualizada a través del Decreto 659/07 que se encuentra en vigencia a partir del 16 de Mayo de 2007. De todas maneras hay un proyecto de la Nueva Ley de Alojamiento de la Provincia de Buenos Aires que tendrá en cuenta cuestiones sustentables que serán requisito para acceder a una determinada categorización.

“El marco normativo que regula la actividad de la ciudad de Tandil es bastante adecuado en la actualidad. Se podría decir que en los últimos siete años se ha evolucionado favorablemente en cuanto a la planificación estratégica y responsable de la ciudad, mediante los planes y normativa existente.”³⁷

OFERTA Y DEMANDA

Tradicionalmente Tandil se ha caracterizado por ser un destino de Turismo tradicional. Los turistas venían motivados por el descanso, el paseo y la recreación pasiva, buscando las modalidades de alojamiento y gastronomía tradicionales. En los últimos años, la ciudad ha desarrollado nuevos productos vinculados principalmente a la naturaleza y a la organización de eventos.

³⁷ MUNICIPIO DE TANDIL, FUNDACION ATLANTIDA. (2010), Plan Estratégico de Turismo Sustentable: Tandil 2020.

A los tradicionales productos Religioso, Cultural y Urbano se suman hoy propuestas alternativas con toda una gama de actividades de aventura (cabalgatas, trekking, rappel, escalada, vuelos en planeador, paracaidismo, canotaje, etc.), eventos deportivos y culturales. El Turismo Educativo es otro producto en pleno crecimiento, donde distintos grupos visitan la ciudad junto a su escuela.

Entre sus paseos turísticos en contacto con la naturaleza se encuentran: el Cerro La Movediza (con la réplica de la piedra caída en 1912), El Calvario, el Lago del Fuerte, el Parque Independencia, el Paseo de los Pioneros, El Centinela, la Reserva Natural Sierra del Tigre, el Cerrito del Libertador, el Valle del Picapedrero y la Sierra de Las Animas. Excepto el Valle del Picapedrero los demás son de acceso libre y gratuito.

En cuanto a su oferta de alojamiento, en los últimos años ha crecido considerablemente, ofreciendo variedad para todo tipo de turistas, desde un camping hasta la sofisticación de un hotel spa. Así, hoy en día se constituye de la siguiente manera:

Tipo de Alojamiento	Categoría	Cantidad de Establecimientos
Hoteles	4 estrellas	4
	3 estrellas	3
	2 estrellas	2
	1 estrella	5
	Sin categorizar	5
Apart Hoteles	3 estrellas	1
	Sin categorizar	4
Hospedajes		3
Hosterías	3 estrellas	4
	1 estrella	1
	Sin categorizar	10
Cabañas	4 rocas	3
	3 rocas	20
	2 rocas	14
	Sin categorizar	13
Estancias		1
Hostels		4
Bases de Campamento		7
Camping		9
TOTAL		113

Fuente: Elaboración Propia

En el caso del alquiler temporario (casas o departamentos por día), el mismo se realiza mediante 12 inmobiliarias registradas.

Se estima que además de los alojamientos habilitados existe un 30% adicional que funciona sin habilitación.

Hoy en día este es un tema central en el cual están trabajando las autoridades y a lo que Palacios, durante la entrevista explicó que “en el IMT se planteó como tema central en este año 2011. Ensayamos varias estrategias y encontramos que la más efectiva de todas es la que más duele, la que pega en el bolsillo. Entonces con la colaboración de la Secretaría de Economía, todo lo que nosotros hemos detectado por nuestra cuenta más lo que iban detectando desde la Asociación de Hoteleros, de Cabañas, ya sea por la simple existencia visual y detección como las que iban apareciendo por Internet se ha intimado a todo el mundo y se ha empezado a dar alta fiscal, que esto no significa habilitación pero ya de alguna manera empezamos a

mitigar la inequidad que significa para el destino en materia de seguridad, que es lo que más nos preocupa, sino que también es un prejuicio económico para el que está dentro del mercado formal.

Cada vez que detectamos uno, va Economía con su gente, hace la comprobación visual y manda el acta fiscal. A partir de ahí se inicia un proceso que terminará en la habilitación o en la clausura (...)

Acá un día apareció un complejo de cabañas, a los 2 años eran 3 y de pronto hubo una explosión. Y con gente sin conocimiento en el tema, sin ser del sector pero con dinero para invertir. Se meten sin hacer estudio previo, sin hacer plan de negocios.”

Ocurre que, muchos de ellos inician los trámites de habilitación una vez construido el complejo, lo que complica aún más la situación. “Hace años atrás, el Secretario de Obras Públicas se presentó ante la Justicia, hizo las denuncias para la demolición de dos complejos y hasta el día de hoy no ocurrió absolutamente nada.”³⁸

Otro de los principales elementos del equipamiento es la amplia oferta gastronómica que brinda el destino: Tandil ofrece 110 establecimientos de los cuales 44 son restaurantes de comida en general y 19 están especializados en comida regional, con una amplia oferta de pizzerías, servicio de comida rápida, confiterías y bares.

Además la ciudad ofrece productos como los embutidos regionales y las comidas artesanales que son marca registrada.

Respecto a la recreación, además de las actividades al aire libre y aventura, hay una amplia propuesta cultural de museos y edificios históricos y una intensa actividad cultural (obras de teatro, espectáculos callejeros, recitales, etc.) y deportiva (competencias nacionales, visita de importantes clubes de fútbol, etc.) que completan la oferta del lugar.

Por su parte, la demanda, compuesta por turistas y visitantes procede en un 80% de Capital y Gran Buenos Aires. Le siguen en importancia aquellos provenientes del resto de la provincia y del resto del país.

Respecto al turismo extranjero, cabe destacar que debido al tipo de cambio actual, se ha acrecentado en los últimos tiempos.

Durante los fines de semana, además de turistas (los cuales pernoctan), la ciudad recibe visitantes de ciudades vecinas como Azul, Olavarria, Rauch, entre otras, los cuales pasan un sábado o domingo y regresan por la noche a sus lugares.

La demanda se concentra en verano, pascuas, vacaciones de invierno y en los fines de semana especialmente los largos.

Presentan un alto nivel de satisfacción, la mayoría organiza su viaje en forma particular y el auto constituye el principal medio de movilidad.

Entre los motivos por los cuales conocen la ciudad se encuentran: La Piedra Movediza, los deportistas famosos (como los tenistas) y la publicidad público-privada. En general el turista que llega a la ciudad es un cliente fiel, que reitera hasta cinco veces su visita.

Entre las motivaciones de los visitantes que eligen este destino, se destacan el descanso, el contacto con la naturaleza y la aventura. A esto se suman eventos deportivos, carreras atléticas, de aventura, torneos de golf, rugby, fútbol, tenis, hockey, etc.

Diversos eventos culturales se llevan a cabo en la ciudad. A lo largo del año se realizan Congresos y encuentros de profesionales, ferias y exposiciones, festivales folclóricos, corales, musicales, teatrales y cinematográficos. Muchos de los asistentes a estos encuentros son acompañados por sus familiares, quienes paralelamente realizan actividades recreativas y visitan la ciudad.

Las modalidades de alojamiento que más eligen los turistas son aquellas que les permita estar en contacto con la naturaleza. Se destacan las cabañas y hosterías de diferentes categorías.

³⁸ Entrevista realizada al Director de Turismo, Sr. Ernesto Palacios.

No obstante siempre existe una demanda que sigue prefiriendo los hoteles ubicados en el radio céntrico, ya sea por cuestiones económicas, de movilidad o por la actividad específica por la cual arribaron (congresos, eventos en general).

Como principales competidores del destino están la ciudad de Mar del Plata y los lugares con paisajes similares como Sierra de La Ventana y Córdoba.

EVOLUCION DEL SECTOR ALOJAMIENTO

Como se dijo anteriormente, el Turismo en Tandil tuvo un gran crecimiento en los últimos años lo cual se ve reflejado, entre otras cosas, en el crecimiento que tuvo el sector alojamiento.

En el año 2000, la ciudad contaba con un total de 1400 plazas y pasó a tener 2633 en el 2001, 2792 en el 2002 y 3173 en el 2003, incrementando en solo 3 años un 126% su potencial de alojamiento.

Lo que más se destaca de esos años es el aumento de los complejos de cabañas. Si bien en los 5 años anteriores al año 2000 ya habían aparecido los primeros (había 13 habilitados), la mayoría de las plazas pertenecían a la hotelería tradicional. Así, entre el año 2000 y el 2003 inclusive, fueron habilitados 19 complejos de cabaña que se sumaron a la oferta existente.

El sector en general continuó su crecimiento y, para el año 2008, según datos oficiales de la Dirección de Turismo se habían alcanzado las 5405 plazas (un 70% de incremento respecto al 2003).

En el año 2009, diez fueron las empresas que iniciaron sus actividades en el sector: dos hoteles (de los cuales uno es Hotel Golf y Spa, categoría 4 estrellas), un apart hotel, dos hosterías y cinco complejos de cabañas.

A principios del año 2010, el Plan Estratégico de Turismo contabilizó unas 5660 plazas, un 4% más que en 2008 y un 304% más que en el año 2000. Es decir, en 10 años el sector alojamiento incrementó en 4260 el número de plazas (de 1400 en el 2000 a 5660 en el año 2010).

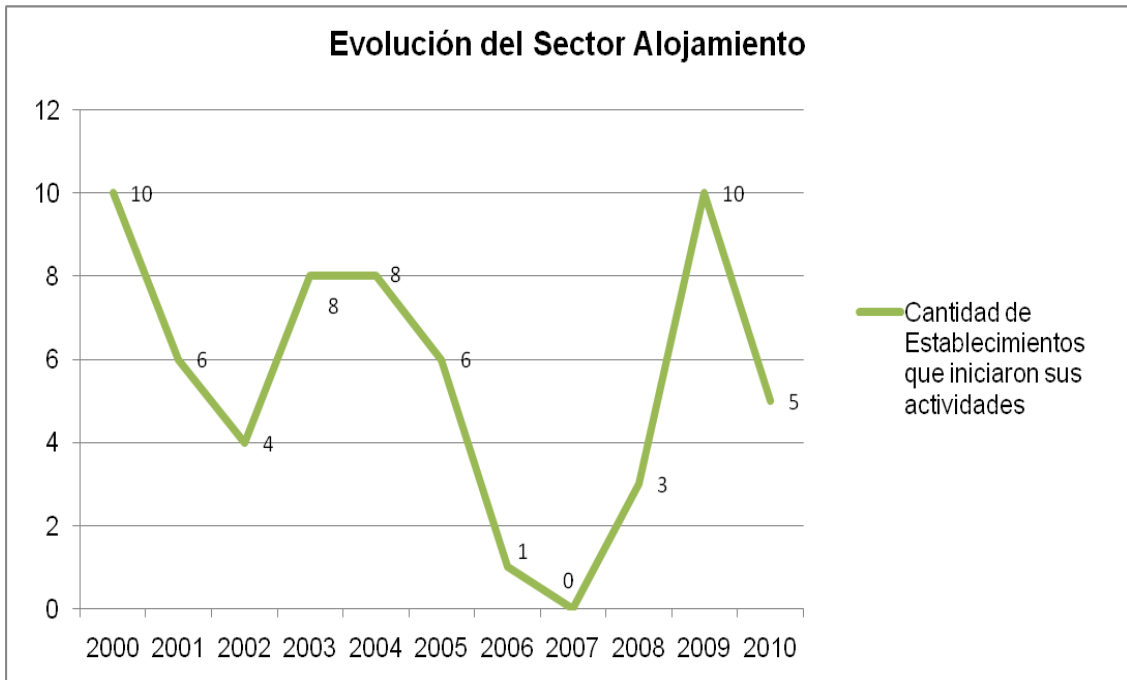
Pero el crecimiento no se detuvo y el año 2010 presentó nuevas habilitaciones: un hotel 3 estrellas de última generación, un hostel y tres nuevos establecimientos de cabañas.

Otro sector que compone también la oferta de alojamientos y que ha crecido en los últimos años es el alquiler de quintas, casas y departamentos por día.

Ante la gran demanda, mucha gente de la ciudad encontró la posibilidad de alquilar su propia casa o algún departamento de su propiedad para lo cual hay 12 inmobiliarias autorizadas a cargo de su administración. El problema que surge es que no todos lo hacen de esta manera sino que la ofrecen por su cuenta mediante folletos o carteles pegados en la vía pública con algún teléfono de contacto, lo que obviamente "molesta" a quien lo hace como debe ser.

Con el "boom" del sector también han surgido numerosos complejos de cabañas que funcionan sin habilitación. Según Palacios, se calcula que hay un 30% más de establecimientos que están funcionando de manera ilegal, tema en el cual se encuentran trabajando desde el IMT con la colaboración de la Secretaria de Economía. Como él manifestó, "esto no solo significa inequidad para el destino en materia de seguridad, que es lo que más nos preocupa sino que también es un prejuicio económico para el que está dentro del mercado formal". Según Palacios, teniendo en cuenta los establecimientos que están funcionando sin la habilitación correspondiente, el número total de plazas del destino rondaría las 10.000. Y esto sin considerar los alquileres temporarios.

El siguiente gráfico muestra la evolución del sector alojamiento de la ciudad desde el año 2000 a la actualidad en cuanto a la cantidad de establecimientos que iniciaron sus actividades en esos años:



CAPITULO V: TRABAJO DE CAMPO

En el presente capítulo se presentará un análisis acerca de la gestión actual de un grupo de empresarios del sector alojamiento de la ciudad de Tandil, teniendo en cuenta criterios de sustentabilidad.

La información se obtuvo gracias a una encuesta realizada a 63 establecimientos de la ciudad, los cuales representan el 64,3% de la oferta de alojamiento que funciona con habilitación. Además de la oferta legal se calcula que hay actualmente un 30% más de establecimientos que funcionan sin habilitación. No se tuvieron en cuenta en este estudio las bases de campamento ni los campings.

La encuesta consistió en 56 preguntas divididas en los ejes ambiental, económico y sociopolítico, de las cuales 46 representaban aspectos positivos de sustentabilidad. Las restantes fueron para conocer aspectos generales como la forma de proveerse de los servicios, la opinión de los empresarios, etc. A las 56 preguntas se sumaron 4 comunes a todos para conocer específicamente la opinión de los encuestados respecto al desarrollo sustentable de la actividad.

Al inicio el cuestionario tenía una breve descripción acerca del trabajo que se estaba llevando a cabo, en la cual se sugerían páginas Web a consultar por los interesados en el tema.

La encuesta finalizaba con 6 preguntas que serían contestadas sólo por aquellos adheridos al Programa de "Alojamientos Turísticos Sustentables" del OPDS.

En algunos casos la encuesta pudo hacerse conversando con los dueños y/o propietarios y obteniendo mejor y más información. En otros casos pedían quedársela unos días por cuestiones de tiempo o porque la persona que podía responder no se encontraba.

EJE AMBIENTAL

AGUA

Las encuestas realizadas revelaron que, respecto al consumo de agua, el 46% obtiene agua de pozos, un 52,4% está conectado a la red de agua corriente y un 1,6% utiliza el suministro por camiones.

Sólo el 23,8 % lleva un registro de datos del consumo de agua general de la empresa y un 7,9 % conoce el gasto por unidad o habitación, pudiendo de esta manera establecer un control mayor.

Del 57,1 % que posee instalaciones o dispositivos para ahorrar agua, el 58,3 % son establecimientos que obtienen el agua de pozo. Actualmente un grupo de cabañas, según lo conversado, están gestionando la instalación de dispositivos en duchas y lavatorios, con lo cual esperan un ahorro del 40%.

Sólo 13 de las empresas encuestadas son las que reutilizan el agua proporcionada a los huéspedes para otro fin (riego), de las cuales 11 poseen pozo. Esta característica es remarcada ya que se observa que quienes más cuidado tienen con el recurso son las empresas que tienen pozo, ya que para ellos su derroche puede producirles desabastecimiento en épocas de mayor demanda, entonces son los primeros en tratar el tema del agua como política de la empresa.

La propuesta del reuso de toallas y ropa de cama sólo es implementada en 13 establecimientos, de los cuales, la mayoría (9) vuelven a ser empresas provistas por pozos. Por su parte, 46 recambian con frecuencia periódica, 2 utilizan ambas metodologías y otras 2 empresas no respondieron a la pregunta.

Acontece que el recurso agua es el servicio más económico por lo que salvo que se tenga conciencia en su uso, la mayoría no da importancia a su ahorro. Esto se afirma aún más al observar que un 50,8% informa a los clientes medidas para reducir su consumo, siendo un 75% de estas las que deben cuidar los pozos.

Se observa que se tiene en cuenta el hecho de revisar las pérdidas: el 93,6% manifestó hacerlo.

AGUAS RESIDUALES:

Respecto a las aguas residuales, en las afueras de la ciudad, donde no llega la red cloacal algunas empresas de cabañas implementan un sistema de bacterias que se siembran en los desagües y permiten que los desechos sean vertidos en el suelo sin grandes problemas, ya que el resultado del proceso es un líquido clarificado.

Del total de consultas, el 53,9% dijo tratarlas eficazmente, el 33,3% no y el 12,7% no respondió.

Algunos incluso las reutilizan cuando es posible (cuando provienen por ejemplo del lavado de ropa).

ENERGIA

En cuanto a la energía se observan mayores medidas de ahorro en todos los tipos de alojamiento.

Si bien muchos se muestran concientes en su uso, otros manifestaron que lo hacen por una cuestión de ahorro económico.

Todos los encuestados utilizan electricidad de red (fundamentalmente para iluminación y sistemas frío/calor) y un 23,8% utiliza biomasa vegetal como parte de la calefacción (en algunas cabañas lo hacen por estética).

En cuanto al suministro de gas, un 55,6% está conectado a la red y los complejos de las afueras utilizan gas envasado.

Sólo 2 de las empresas utilizan fuentes de energía alternativas. Se espera que en un corto plazo el número aumente ya que una empresa está ofreciendo diferentes servicios sin costo alguno para que los métodos se conozcan y se reflexione acerca de que si bien la inversión inicial es mayor, el ahorro se observa con el tiempo.

Una de las empresas visitadas posee un molino eólico que genera la electricidad para la iluminación de exteriores (ver foto en anexos), y la otra empresa posee paneles solares para climatizar el agua de la piscina.

El 79,4% de las empresas lleva un registro del consumo y todos los establecimientos promueven el apagado de luces cuando su uso no es necesario.

Algunos lo hacen mediante indicaciones al personal quienes recorren las instalaciones cuando se retiran los huéspedes, otros mediante carteles en las habitaciones y un pequeño grupo posee tarjetas magnéticas que desactivan los circuitos eléctricos.

Otra medida positiva que lleva a cabo el 92,1% es el uso de sistemas de iluminación eficiente como las lámparas de bajo consumo en lugar de las incandescentes, para cubrir al menos un 80% de las necesidades del lugar.

Además, un 55,6% de los encuestados, es decir 35 empresas utilizan otras tecnologías para el ahorro de energía, tales como sensores de movimiento o interruptores de presencia, lo cual puede evitar luces innecesarias en áreas comunes como pasillos o exteriores. De esos 35 establecimientos, 3 manifestaron que las implementan con el objetivo de ahorro económico, 2 de ellos como comportamiento ambiental responsable y 30 lo hacen con ambos propósitos.

El mantenimiento preventivo de la instalación eléctrica y de gas es otra medida generalizada, llevada a cabo por un 95,2% de los encuestados.

En general se observa que los aspectos que deberían trabajar las empresas son la colocación de información en las habitaciones para que los huéspedes aprendan y puedan ahorrar energía y el establecimiento de un plan que estipule las metas de ahorro que la organización se plantee para comparar la situación y visualizar las mejoras que se vayan logrando. Un 38,1% tiene en cuenta el primer aspecto señalado y solo un 39,7% cuenta con un plan de ahorro.

ENTORNO NATURAL E INFRAESTRUCTURA

Aquí las preguntas se refirieron más a las características de cada establecimiento que a las medidas de ahorro.

Así, de las 57 empresas que poseen área de jardines, 44 la tienen compuesta en su mayoría por especies nativas de la región, las cuales se adaptan mejor a las condiciones climáticas y requieren menor mantenimiento. En general, evitan el uso de abonos químicos, plaguicidas y herbicidas.

Por otro lado, en el 95,2 % de las empresas, las fachadas, colores y/o estructuras de los edificios armonizan con el ambiente, lo que evita la contaminación visual. Algunos complejos están revestidos con piedra o madera, lo cual entona con el paisaje local y resulta atractivo para el huésped.

Un aspecto negativo identificado es que sólo 25 de las empresas encuestadas poseen instalaciones adaptadas para el acceso de personas con necesidades especiales y 3 de ellas las tienen sólo en algunas habitaciones o unidades, y esto a pesar de que el Decreto 659/07 que actualiza la Ley de Alojamiento Turístico de la Provincia de Buenos Aires en su Artículo 49 inciso e) establece como requisito para las empresas “tener rampa de acceso al edificio, a salas u otros espacios de uso público donde hubiere desniveles, para uso de personas con capacidades diferentes. Además, las aberturas de puertas y ascensores contemplarán al ancho standard de las sillas de ruedas”. Por lo tanto aquí otro aspecto que se observa es la falta de control de los establecimientos por parte del gobierno.

Realizando las encuestas a los turistas, uno de encuestados manifestó que llegó solo a la ciudad en silla de ruedas y no pudo disfrutar del destino por la falta de infraestructura preparada en los alojamientos y en la ciudad en general.

DESECHOS SÓLIDOS

En este sentido son muy pocas las medidas adoptadas por las empresas. Sólo un 17,5 % aprovecha los desechos orgánicos producidos en un programa de compostaje, un 3,2% posee un plan específico que estipula metas de reducción en la cantidad de residuos y otro 3,2% lleva un registro de la cantidad generada.

El porcentaje es mayor en cuanto a las empresas que promueven con clientes y empleados la reducción y minimización en la generación de desechos, ya que un 42,9% (27 empresas) lo llevan a cabo.

Si bien no existe a nivel local una recolección selectiva de residuos, algunas empresas lo están implementando en sus instalaciones contando para esto con recipientes diferenciados para cada tipo de desecho generado. Así, el 53,4% manifestó colocar por separado aquellos desechos susceptibles de distintos aprovechamientos. Lo que más se produce es la recolección de botellas plásticas para una campaña solidaria del Hospital de Niños de la ciudad.

Otra medida común al 68,2% de los encuestados es el hecho de utilizar en las operaciones diarias productos o insumos que puedan ser reciclados o reutilizados, evitando, por ejemplo, vajilla o envases de cartón, plástico o aluminio.

POLITICA DE COMPRAS

En este sentido, un 41,3 % expresó tener una política de compras que considere criterios ambientales y sociales.

Un 68,8% utiliza productos de limpieza biodegradables y un 63,5% da preferencia a productos respetuosos con el medioambiente en lo que se refiere a alimentos y artículos de consumo.

EDUCACION AMBIENTAL

Los criterios evaluados en este apartado mostraron que:

- ❖ El 65,1% de las empresas motiva a los huéspedes a contribuir con la conservación y el uso racional de los recursos.
- ❖ El 41,3% posee rotulación en las habitaciones que oriente y eduque tanto a clientes como a empleados en cuanto a las buenas prácticas que pueden implementar en sus acciones diarias.

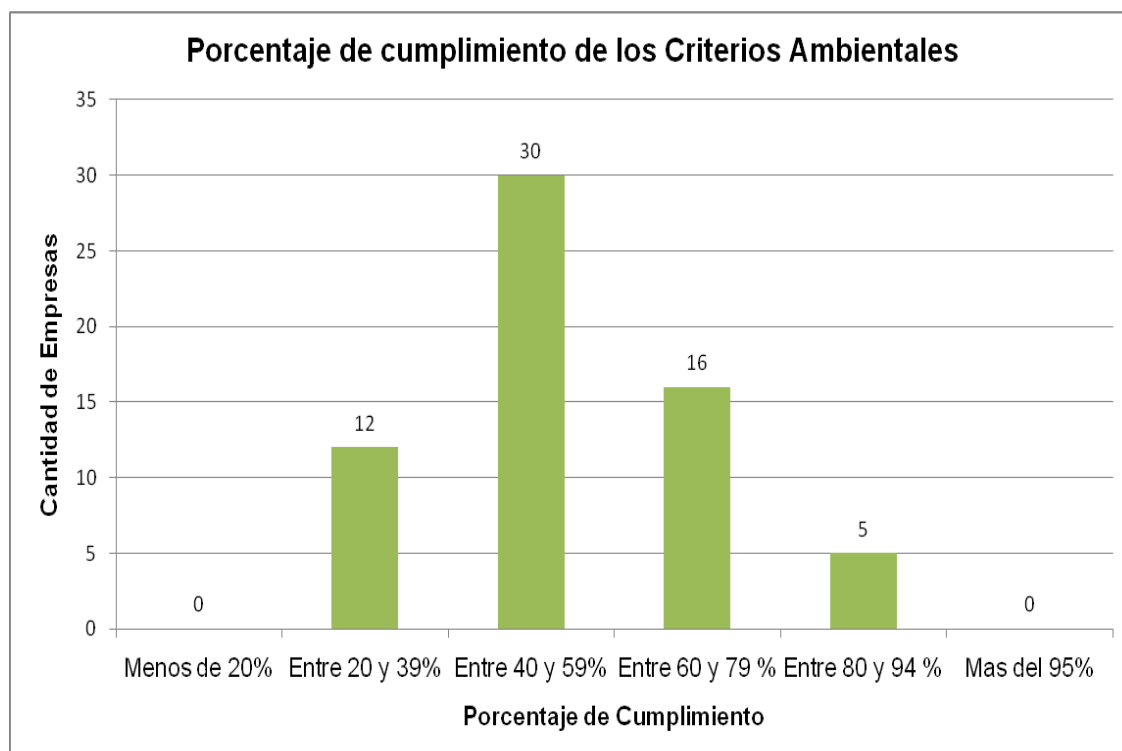
Es importante que durante el ingreso del cliente se lo comprometa a tener una estadía armoniosa con el medio ambiente y con la comunidad local. En este sentido resulta interesante la entrega de material informativo.

También es importante el hecho de contar con algún mecanismo mediante el cual el huésped pueda dejar comentarios o sugerencias para mejorar el servicio de la empresa. Esto es llevado a cabo por 47 de los 63 encuestados.

Para visualizar mejor el porcentaje de cumplimiento de las empresas encuestadas respecto al eje ambiental, siendo que a todas las preguntas se les otorgó la misma ponderación, se presenta el siguiente cuadro:

Nivel	% de Cumplimiento	Cantidad de empresas	Hotel	Hostería	Apart Hotel	Hostel	Cabaña
0	Menos del 20%	0	-	-	-	-	-
1	Entre 20 y 39%	12	4	5	1	-	2
2	Entre 40 y 59%	30	7	3	3	1	16
3	Entre 60 y 79%	16	1	2	-	1	12
4	Entre 80 y 94%	5	1	-	-	-	4
5	Más del 95%	0	-	-	-	-	-

Nota: Se consideraron los niveles y porcentajes de cumplimiento que establece el CST de Costa Rica.



En general, se puede decir, que 51 de las empresas encuestadas tienen en cuenta al menos el 40% de los criterios considerados.

De las 21 empresas que integran los niveles 3 y 4, los 16 complejos de cabañas, 1 hotel y 1 hostería se encuentran en las afueras de la ciudad, cercanos a paseos turísticos en contacto con la naturaleza y si bien muchas demostraron conciencia en su accionar, también parte de los criterios que implementan se debe a que, por lo general, no tienen agua corriente ni conexión a la red cloacal, lo que lleva a un uso conciente del recurso agua y a que traten adecuadamente las aguas residuales de manera que no lleguen a contaminar el o los pozos utilizados para consumo humano.

Se observa la necesidad de que desde el gobierno local se capacite a los prestadores en corto plazo, ya que si bien las empresas adheridas a la Asociación de Cabañas están recibiendo talleres de capacitación por parte de la Universidad (existe un acuerdo firmado entre ambos), muchas de las empresas no llevan a cabo las medidas "ideales" por desconocimiento del tema.

EJE ECONOMICO

Las variables analizadas en el eje económico, consideradas por las certificaciones y manuales de Buenas Prácticas tenidos en cuenta en el trabajo, revelaron una situación diferente a la observada en el eje ambiental.

- El 82,5% de las empresas poseen personal de la localidad para cubrir más del 60% de los puestos, un 12,7% directamente no tiene personal ya que es atendida por los integrantes de la familia y solo el 3% manifestó que posee empleados provenientes de Buenos Aires. Es importante que las empresas de alojamiento, además de obtener beneficios económicos generen fuentes de empleo que beneficien a la comunidad local.
- Siguiendo con las cuestiones laborales, el 82,5% dijo contratar al personal en forma legal y por encima de las condiciones mínimas, el 12,7% no respondió por tratarse de empresas familiares sin contratación de personal y solo el 4,8% expresó tener personal en forma ilegal o por debajo de las condiciones mínimas. Justamente ese 4,8% fue respondido por los empleados con lo cual no se sabe si el 82,5% anterior representa realmente la situación.
- Por otra parte, cuando se preguntó si la comunidad local recibía una porción importante de los beneficios económicos de la empresa:
 - 57 respondieron SI
 - 4 respondieron NO, ya que sus dueños son de Buenos Aires
 - 2 no contestaron la pregunta.

Una tendencia creciente en Tandil es el establecimiento de empresas de alojamiento cuyos dueños son de Buenos Aires, con lo cual los ingresos que obtienen no son distribuidos ni gastados en la ciudad.

- Los proveedores del 95,2% de las empresas pertenecen a la localidad. Esto permite ver el efecto multiplicador de la actividad turística ya que beneficia a muchos sectores vinculados directa o indirectamente a la actividad y permite que más personas de la ciudad reciban ingresos gracias al Turismo.
- Con respecto a la capacitación de los empleados y a ofrecer posibilidades de ascenso, el 60,3% manifestó hacerlo. Este es un aspecto de gran importancia para lograr la sustentabilidad de la empresa, ya que un personal capacitado y motivado puede contribuir aun más en la satisfacción del cliente.
- Por último el 92,1% expresó que estaría dispuesto a cambiar conductas ambientales, económicas o sociales que garanticen el aumento de la rentabilidad de la empresa, el 4,7% manifestó que no y el porcentaje restante no respondió a la pregunta.

Es importante que los empresarios sean concientes de que los criterios sustentables pueden traer múltiples beneficios ya que además de contribuir con el cuidado del medio ambiente pueden otorgar beneficios económicos a la empresa y beneficiar también a la comunidad del destino.

EJE SOCIOPOLITICO

Si bien este eje de la sustentabilidad se denomina sociocultural, aquí se lo llamó sociopolítico ya que se formularon preguntas para conocer también la opinión de los empresarios acerca del Plan de Turismo de la ciudad.

En este caso, las empresas demostraron una actitud positiva para con la comunidad local y los aspectos vinculados a la cultura del lugar.

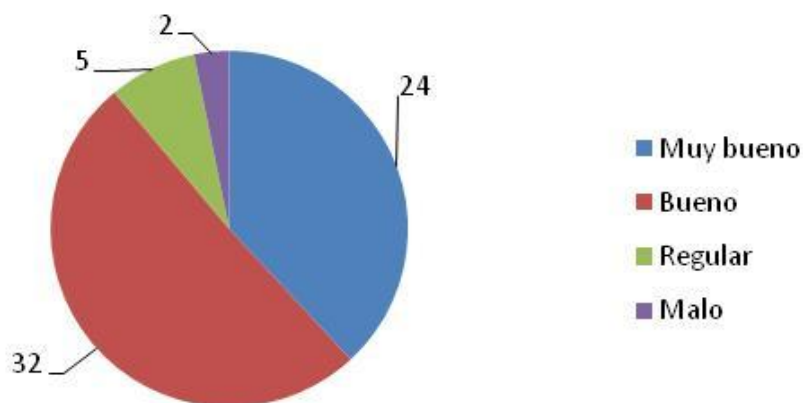
El 100% de las empresas:

- ❖ Informa a los huéspedes sobre las actividades recreativas y culturales llevadas a cabo por organismos o empresas locales.
- ❖ Recomienda a los huéspedes la compra de artesanías y productos locales.
- ❖ Informa a los clientes sobre el Patrimonio natural e histórico-cultural de la ciudad.

Por otro lado, el 87,3% manifestó tener en cuenta a la comunidad local al momento de tomar las decisiones.

Además de considerar a la comunidad, es importante que exista buena relación y coordinación entre los empresarios del sector para emprender acciones conjuntas, proyectos y demás. La existencia de la Asociación de Hoteles, de Guías y de Cabañas son un ejemplo de trabajo en conjunto, pero el ejemplo más representativo e importante es la existencia del Instituto Mixto de Turismo.

El grado de coordinación manifestado por las distintas empresas con los demás empresarios del sector fue:



En el gráfico se observa que la relación entre las empresas del sector, en general, de acuerdo a las respuestas dadas por los empresarios es “buena” y “muy buena” lo cual es un aspecto positivo a remarcar. Si bien no dejan de ser competencia por pertenecer al mismo sector, muchas comentaron, por ejemplo, que en caso de no contar con disponibilidad recomiendan a los turistas otra empresa de alojamiento conocida.

Las observaciones realizadas reflejan la necesidad de mejorar, sobre todo, la relación de las empresas con las cuestiones ambientales.

En general, la gestión sustentable de los establecimientos podría mejorarse con campañas de sensibilización y capacitación del gobierno local en estas cuestiones. El Plan Estratégico de Turismo: Tandil 2020, prevé la implementación de programas que contribuyan en este asunto, como el Programa de Buenas Prácticas. Lo que ocurre es que esto debería establecerse entre los prioritarios para generar más conciencia en los prestadores en el corto plazo.

El hecho de que 19 empresas locales estén certificadas por el Programa del OPDS y de que 6 empresas estén intentando lograr la Norma IRAM SECTUR muestra cierta conciencia del sector. El interés demostrado por los establecimientos visitados es el principal motivo para afirmar que más allá del beneficio económico la mayoría de las empresas desean contribuir en la protección del medio ambiente.

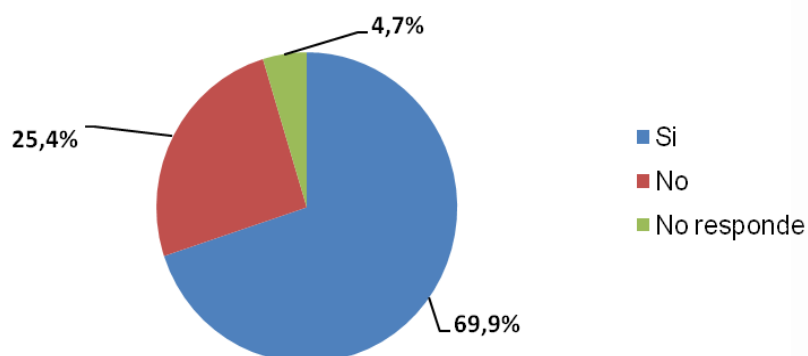
Algunas pidieron información sobre Buenas Prácticas y recibieron con interés la hoja en la que se sugerían páginas Web para consultar referidas a la gestión sustentable del sector.

Al momento de contestar las preguntas, varios fueron también los que reflexionaban acerca de los beneficios que podrían obtener con simples cambios que adoptaran y que ignoraban.

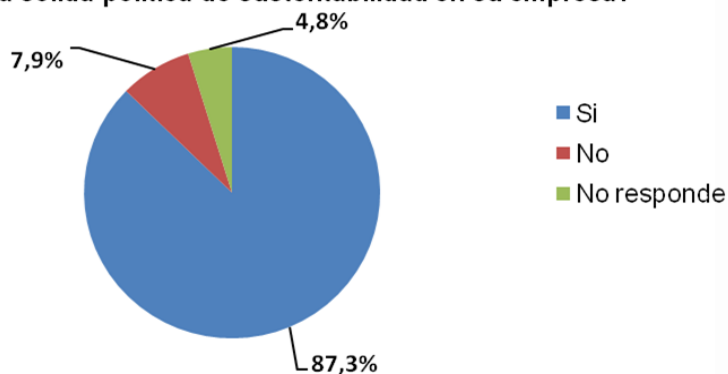
Solo uno de los empresarios con los que se pudo conversar mostró total desinterés en el tema y calificó de "pavadas" algunas cuestiones.

Las últimas 4 preguntas de la encuesta, si bien fueron dicotómicas (SI / NO) permitieron conocer mejor la opinión de los encuestados. Las respuestas se reflejan en los siguientes gráficos.

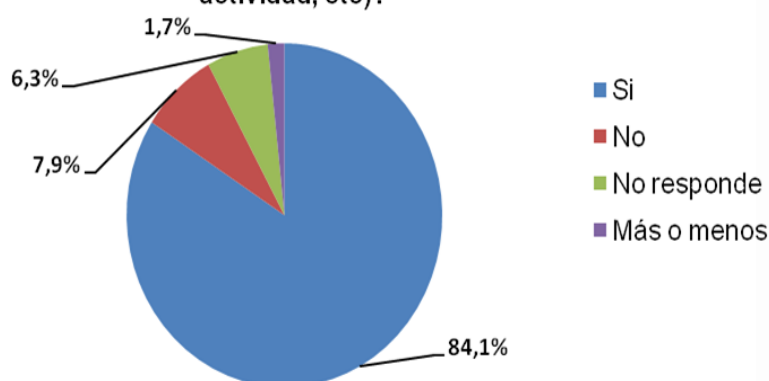
¿Conoce el significado de "Desarrollo Turístico Sustentable"?



¿Estaría interesado en recibir del gobierno local, capacitación o asesoramiento sobre este asunto y sobre cómo llevar adelante una sólida política de sustentabilidad en su empresa?

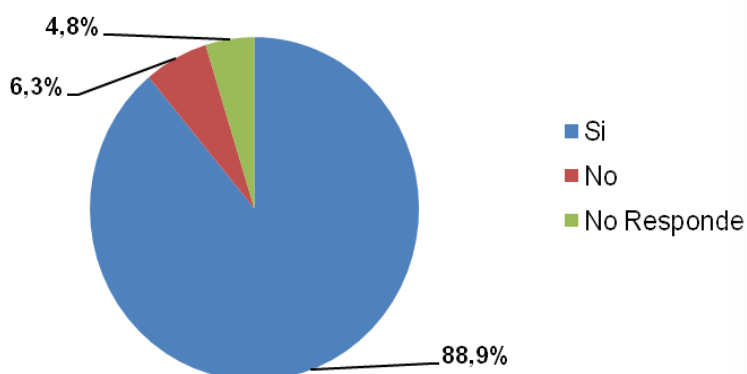


¿Cree que existe un segmento de demanda interesada en "comprar" este tipo de producto (que sea amigable con el medio ambiente, que minimice los impactos negativos de su actividad, etc)?



(Aquí las opciones dadas eran SI y NO pero el 1,7% respondió "MAS O MENOS")

¿Cree que esta "forma de hacer turismo" puede contribuir a aumentar la rentabilidad de la empresa?



Estas cuatro cuestiones evaluadas con los gráficos anteriores mostraron un claro interés de los empresarios en el Turismo Sustentable y en el hecho de hacerlo efectivo en sus empresas.

También se observa claramente que la mayoría piensa que la aplicación de las medidas necesarias contribuiría al aumento de la rentabilidad de la empresa y creen que existe un segmento de demanda interesado en consumir un producto sustentable.

ALOJAMIENTOS TURISTICOS SUSTENTABLES: **Experiencia de empresas locales**

Actualmente 19 son las empresas locales que poseen la certificación de "Alojamiento Turístico Sustentable" proveniente del programa que está implementando el OPDS. Una de ellas obtuvo 1 hoja (el nivel más bajo), 4 poseen 2 hojas y 14 están calificadas con 3 hojas. No hay por lo tanto empresas con 4 ó 5 hojas, las cuales representan los niveles más altos del programa.

Excepto 2 hosterías y 1 hotel, las 16 empresas restantes son cabañas. A efectos del presente trabajo, pudieron encuestarse 13 establecimientos. A continuación se presentan las preguntas realizadas con el correspondiente análisis de las respuestas obtenidas.

1.- ¿Dan a conocer entre los huéspedes su adhesión al Programa?

De las 13 empresas encuestadas, 6 de ellas (el 46,1 %) lo da a conocer entre los huéspedes.

“Al hacer público el compromiso de la empresa ante los clientes se logran varios propósitos: ratificar el compromiso de la organización, servir de elemento diferenciador ante el mercado y provocar un impacto positivo en el cambio de actitud del cliente.”³⁹

Si su respuesta es SI, ¿Cuál es su opinión al respecto? ¿Les resulta atractivo?

Las 13 empresas coinciden en que los huéspedes tienen una opinión positiva. Manifiestan interés en el cuidado de recursos.

Una de las empresas manifestó en esta parte la ausencia de una campaña para concientizar a la población y a los turistas que llegan. En cuanto a lo “atractivo”, excepto una de las empresas que manifestó que es “insignificante”, todos respondieron positivamente.

2.- ¿Puede mencionar los beneficios que obtuvo la empresa a partir de su adhesión?

De las 10 empresas que respondieron la pregunta, 6 manifestaron que aún no han percibido ningún beneficio y una expresó que por el momento no son relevantes.

Dos coincidieron en que en el verano recibieron un mail para incluirlas en un listado de alojamientos sustentables a nivel provincial y la restante expresó que el programa mejoró la imagen de su empresa y generó mayor compromiso en el ahorro de recursos en empleados y huéspedes.

Aquí se observa una falencia del programa ya que algunas empresas contaron que en el 2009 fueron visitadas para adherirlas, ellas respondieron el cuestionario, luego recibieron la notificación del nivel alcanzado y desde ese momento no tuvieron más contacto con el organismo. Incluso algunas nunca leyeron en que consistía.

Si bien la certificación es un gran paso hacia la sustentabilidad del sector, es necesario que exista un seguimiento a las empresas.

Esta falencia vuelve a manifestarse en la respuesta dada por las empresas en la siguiente pregunta.

3.- ¿Reciben por parte del OPDS capacitación, asesoramiento, evaluaciones periódicas, subsidios u otros?

Aquí la respuesta común a todos los encuestados y de cada ítem mencionado fue NO.

Se conoce que el programa, que abarca varios destinos de la provincia de Buenos Aires está siendo implementado por zonas y justamente Tandil fue uno de los primeros destinos alcanzados. Seguramente una vez concluida la etapa de certificación de toda la provincia se comiencen a implementar las tareas de capacitación, evaluación y demás mencionados en el Boletín.

4.- ¿Cómo supieron del programa? ¿Están adheridos a algún otro programa de certificación de sostenibilidad turística?

El 100% de los encuestados contó que fueron contactados por la Provincia y luego recibieron la visita en sus establecimientos.

Respecto a la segunda pregunta, 5 informaron que están implementando la Norma IRAM SECTUR 42210 de “calidad, seguridad y ambiente”, lo cual muestra la preocupación y conciencia de estas empresas de cabañas en la mejora de sus servicios.

³⁹ RAINFOREST ALLIANCE. (2005), Buenas Prácticas para Turismo Sostenible: una guía para el pequeño y mediano empresario. p.91-92.

Como se dijo anteriormente, la gestión de la calidad es una decisión empresarial indispensable para alcanzar la sustentabilidad. Al momento, de las 6 empresas locales que aspiran a lograr la Norma 42210, sólo una logró la certificación. Las demás se encuentran en la implementación de los requisitos necesarios y recibiendo auditorias para verificar los cumplimientos.

5.- El material promocional de la empresa ¿Hace referencia a su adhesión?

Aquí 6 manifestaron que "NO" y 7 que "SI". Estas últimas hacen referencia al programa en sus páginas webs.

6.- ¿Provee información a los huéspedes sobre las Buenas Prácticas adoptadas por la organización?

En esta última pregunta 10 de los 13 encuestados dijeron hacerlo. Algunos mediante carteles informativos y otros verbalmente.

OPINION DE LA COMUNIDAD LOCAL: "Los Tandilenses"

Tanto el gobierno como las empresas del sector turístico deben hacer partícipe a la población local de las decisiones en materia de desarrollo turístico.

La satisfacción de los turistas también será mayor si la comunidad del destino que visitan es hospitalaria y agradable con ellos.

"Los ejemplos donde el desarrollo del turismo se hace integrado a las comunidades acaban por dar los resultados más satisfactorios en empleo y renta, a la vez que favorecen la relación entre residentes y visitantes."⁴⁰

Para esto es necesaria una tarea de sensibilización pública capaz de informar, educar y formar a los ciudadanos y también es imprescindible conocer la opinión de ellos al momento de planificar nuevos proyectos.

"Implantar conciencia turística no significa convencer a la sociedad de que el Turismo es maravilloso y una opción ideal para mejorar la situación económica de la comunidad. Implantar conciencia turística es ante todo informar sobre las oportunidades y riesgos que la actividad turística puede suponer para la comunidad y también preparar y formar a la sociedad para asumir dicha actividad evitando tensiones y maximizando los beneficios de todo tipo (económicos, ambientales, culturales, etc.)."⁴¹

Con motivo del presente trabajo, se consideró interesante conocer la opinión de los locales, de los tandilenses, como otro sector más, y no menos importante, involucrado en la actividad turística.

Para esto se realizaron 235 encuestas a personas con diversas edades y profesiones. Se encuestó por ejemplo, a comerciantes, profesionales (grupo de abogados), estudiantes, docentes, personas mayores a 60 años que vivieron el Tandil con y sin Turismo, entre otros. (Ver cuestionario en Anexos)

Del total, 64 tenían una profesión o empleo relacionada directa o indirectamente con el Turismo.

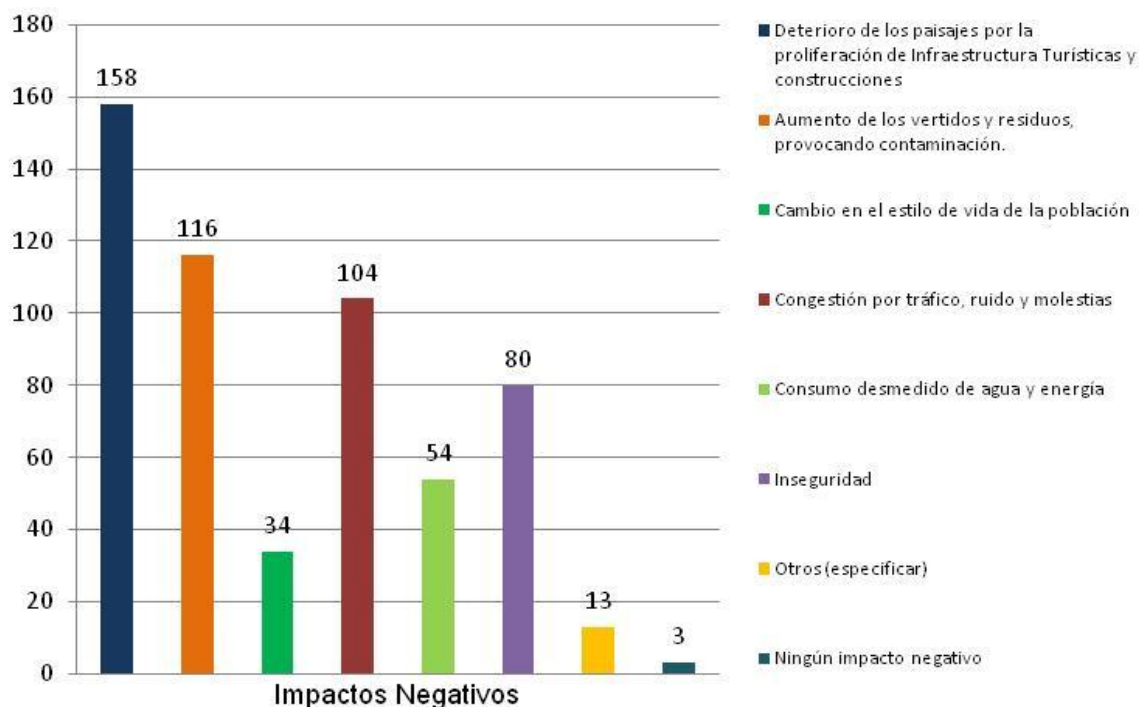
Los resultados fueron los siguientes:

En la primera pregunta, se les pedía marcar, a su criterio, los impactos negativos del Turismo que estaban afectando a la ciudad, pudiendo seleccionar más de una de las opciones.

⁴⁰MARCHENA GOMEZ, M.; VERA REBOLLO, F.; FERNANDEZ TABALES, A. Y SANTOS PAVON, E. (1999), Agenda para planificadores locales: Turismo Sostenible y gestión municipal, p. 82.

⁴¹MARCHENA GOMEZ, M.; VERA REBOLLO, F.; FERNANDEZ TABALES, A. Y SANTOS PAVON, E. (1999), Agenda para planificadores locales: Turismo Sostenible y gestión municipal, p. 28

Las opciones dadas, con sus respectivos resultados, se observan en el siguiente gráfico:



- De los 235 encuestados, 158 consideraron el deterioro de los paisajes por la proliferación de construcciones como uno de los impactos negativos del Turismo a la ciudad.

Este es un tema complejo ya que actualmente, a pesar de que la ciudad cuenta con un PDT (Plan de Desarrollo Territorial) que prohíbe las construcciones en zonas especiales como las sierras, muchos privados realizan la inversión y una vez construido el complejo comienzan los trámites de habilitación, sabiendo que no pueden ser habilitados allí.

Continuando, el 49,4% marcó la segunda opción dada. Esto refleja lo que observan los locales luego de una fecha de importante afluencia turística: la ciudad queda llena de residuos en paseos y calles.

La tercera opción más elegida fue la “congestión por tráfico, ruido y molestias”, seleccionada por 104 personas. En fechas de gran arribo de turistas, cambia notablemente el ritmo de la ciudad.

Si bien no aparecía entre las opciones, 3 dijeron no considerar ningún impacto negativo y 13 marcaron la opción “otros” refiriéndose a: aumento en el costo de vida para la comunidad, precios del sector inmobiliario e insuficientes servicios para los locales cuando arriban muchos turistas.

- Por otra parte, excepto tres personas, los demás encuestados consideran importante que las empresas del sector turístico tengan en cuenta en sus actividades medidas respetuosas con el medio ambiente.

- Un aspecto positivo demostrado es el hecho de que el 86,4% está de acuerdo con el aumento de la actividad turística en la ciudad, lo cual muestra la aceptación por parte de los locales. A este porcentaje debe sumarse un 3,4% que si bien está de acuerdo con el incremento del Turismo considera que para ello sería necesario establecer ciertas restricciones para que la actividad se desarrolle dentro de parámetros aceptables.

- El 56,5% de los tandilenses dijo conocer el significado de Turismo Sustentable. De implementar una campaña de concientización a la comunidad por parte del gobierno, sería interesante la familiarización a conceptos de este tipo.

- La pregunta Nº 6 no daba opciones de respuesta para que los encuestados respondieran libremente.

Aquí el 29,3% cree que el gobierno tiene en cuenta a la comunidad local al momento de tomar decisiones en materia turística.

El 36,8% respondió "NO", el 22,4% opina que "A VECES", un 2,5% dijo que "POCO" y el 9% restante no respondió a la pregunta.

Para un buen desarrollo de la actividad, el gobierno debería tener en cuenta la opinión, las ideas o incluso las quejas de los ciudadanos.

- La última pregunta también se dejó abierta para obtener mayor información y para que los encuestados se expresaran a su manera. Aquí se preguntó sobre qué aspectos debería trabajar el gobierno para mejorar el desarrollo del Turismo.

De los 151 que la respondieron, se obtuvieron 49 aspectos diferentes a mejorar (Ver todos ellos en Anexos página 78).

Los 10 aspectos más mencionados fueron:

- Tarifas de alojamientos, regulación de precios⁴².
- Promoción del Destino
- Seguridad
- Instalación de más puestos de información turística y amplitud horaria de los existentes
- Mejora de calles y accesos
- Señalización de lugares turísticos y cartelería en paseos
- Mantenimiento de los paseos
- Limpieza de la ciudad
- Horario de los comercios
- Regulación y control de complejos turísticos en las sierras.

⁴² Una tendencia generalizada de la población local fue considerar a la ciudad como un destino caro. Por su parte el Director de Turismo de la ciudad durante la entrevista opinó que "desde que estoy en la Dirección no he tenido ninguna queja por tarifa de parte de los turistas. Sin embargo hablas con la comunidad local y dice "es carísimo, le arrancan la cabeza a todo el mundo". Y no es que defienda al sector hotelero porque creo que en algunos casos hay aplicación de política comercial errónea, las tarifas no son acordes al servicio o al servicio que brinda un hotel de la misma categoría en otros destinos. También es un clásico que en muchas ciudades del mundo el residente es el que dice que el destino es caro".

CAPITULO VI: **TENDENCIA ACTUAL: TURISTAS RESPONSABLES**

Uno de los objetivos planteados en este trabajo fue el de investigar la posible existencia de un segmento de turistas interesado en consumir alojamientos sustentables. La comprobación de esto sería una buena razón para motivar a los empresarios a tener en cuenta criterios de sustentabilidad en su gestión y para demostrar aún más que quienes lo hacen van por buen camino.

“El agravamiento de las crisis ecológicas y sociales a nivel mundial han tenido una repercusión sobre la conciencia humana y ha incidido en el crecimiento que ha experimentado en los últimos años el Turismo de enfoque naturalista hasta el punto de propiciar un cambio en los hábitos y expectativas de los turistas.”⁴³

Según Vilches, “empieza a crecer una demanda de turismo respetuoso con el medio y con las personas que apuesta por reducir al máximo las emisiones contaminantes que genera el viaje, para valorar más los pequeños hoteles locales a las grandes cadenas hoteleras, por contribuir con ecotasas a la protección de la zona en vez de buscar los precios más bajos a costa de la explotación de los trabajadores y la degradación del medio.”⁴⁴

Las nuevas motivaciones de la demanda se orientan hacia la valorización de los aspectos ambientales del destino, la autenticidad cultural y la calidad del producto.

Frente a esta tendencia, resulta esencial que los alojamientos que llevan a cabo comportamientos sustentables dirijan las estrategias y acciones promocionales hacia los segmentos de demanda que se correspondan con las características de su producto, desestimando la búsqueda de demanda masiva e indiferenciada.

TRABAJO DE CAMPO: Encuestas a turistas

Durante los meses de Enero y Febrero se realizaron 260 encuestas a turistas en los principales paseos turísticos de la ciudad (La Movediza, El Calvario y el Lago del Fuerte) la cual consistió en 6 preguntas de fácil respuesta para no demorar a la gente. (Ver cuestionario en Anexos)

La información obtenida fue la siguiente:

- La ciudad además de recibir turistas recibe visitantes, es decir, gente de la zona (Benito Juárez, Rauch, Olavarria) que viene a pasar el día y regresa por la noche a su ciudad.

También se dieron casos de gente que estaba vacacionando en la costa y habían venido por el día para aprovechar la cercanía.

- De los encuestados, el 50,8% provenía de Capital Federal y Gran Buenos Aires, principales emisores a la ciudad.

El 41,2% provenía del interior de la Provincia de Buenos Aires, el 5,4% de otras provincias (Mendoza, Entre Ríos y Misiones) y el 2,3% fueron extranjeros (de España y Brasil).

- Si bien solo 83 de los 260 encuestados conocía el significado de Turismo Sustentable, a la hora de elegir entre un alojamiento respetuoso con el medio ambiente y un alojamiento convencional, 170 coincidieron en elegir la primera opción y solo 29 prefirieron el convencional. Los 61 restantes opinaron que les era indistinto, algunos haciendo hincapié en que tendrían en cuenta la variable precio más que otras cuestiones (VER gráfico en Anexos página 80).

⁴³ INSTITUTO COSTARRICENSE DE TURISMO, Certificación para la sostenibilidad turística en Costa Rica.

⁴⁴ VILCHES, A., GIL PÉREZ, D., TOSCANO, J.C. y MACÍAS, O. (2008), Turismo sostenible

- Todos coincidieron en que estarían dispuestos a tener mayor cuidado en su estadía con el uso del agua, la energía, la generación de residuos, entre otros.

- El 85,8% (223 encuestados) pagaría hasta un 5% más por su estadía a cambio de que la empresa garantice buenas condiciones de trabajo a los empleados. Aquí fueron muchos los que opinaron que en la realidad esto debería pagarlo el empleador pero que estarían dispuestos a abonarlo más como propina por el servicio que dentro de la tarifa.

- El 79,2% coincidió en que pagaría hasta un 5 % más a cambio de que la empresa trabaje en la minimización de los impactos negativos que genera el Turismo a la ciudad.

En este punto sería interesante que las empresas propusieran donaciones voluntarias a los huéspedes para generar fondos para llevar adelante, por ejemplo, proyectos de limpieza de la zona, de mantenimiento de paseos, actividades de concientización en escuelas o simplemente para ayudar a ONG locales.

Para que esto tuviera la suficiente seriedad, los logros obtenidos en este sentido o las iniciativas desarrolladas deberían ser luego informados con carteles o folletos en el establecimiento.

- Con la pregunta Nº 5 se quería saber qué imagen se llevaban los turistas de la ciudad. Los resultados fueron:

MUY BUENA	79,6%
BUENA	19,6%
REGULAR	-
MALA	0,8%

Las 2 personas que respondieron “MALA” opinaron que la imaginaban más agreste, menos urbanizada.

- Finalmente, en la última pregunta al 97,3% le interesaría que los folletos turísticos de la ciudad incluyeran consejos para que su estadía sea armoniosa con la comunidad y el medio ambiente.

Tratándose de un destino cuyos atractivos turísticos principales están en contacto con la naturaleza o en zonas serranas, debería considerarse en los folletos de la ciudad la inclusión de ciertas recomendaciones o comportamientos adecuados a tener en cuenta por los turistas.

También podría incluirse un resumen de la normativa vigente vinculada al uso turístico del lugar.

CONCLUSION

Los turistas encuestados, en su mayoría, mostraron compromiso tanto ambiental como económico y social.

El compromiso ambiental está reflejado por el 100% de turistas dispuestos a cuidar los recursos durante su estadía y por el 65,4% de los encuestados que elegirían un alojamiento respetuoso con el medio ambiente frente a uno convencional.

La buena predisposición de los turistas a contribuir con el desarrollo económico del destino se refleja con el 85,8% de los encuestados que estaría dispuesto a pagar más por su estadía a cambio de que la empresa garantice buenas condiciones de trabajo a los empleados.

Otro aspecto que demuestra sensibilidad de los turistas encuestados es el hecho de que el 79,2% pagaría más por su estadía para que la empresa trabaje minimizando los impactos negativos que genera el Turismo en la ciudad.

Esta motivación demostrada por los turistas encuestados permite afirmar que Tandil está siendo visitada por un segmento de turistas responsables. Si bien, durante la encuesta no faltaron los turistas tradicionales o los indiferentes a cuestiones de

sustentabilidad, los que mostraron interés por tener una estadía armoniosa con el ambiente y la comunidad superaron a estos últimos.

CAPITULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Al comienzo del trabajo, la hipótesis planteada fue: “Desarrollando sus actividades de manera sustentable, las empresas del sector alojamiento podrán reducir significativamente los impactos negativos que generan sobre el ambiente y la comunidad local asegurando a su vez el aumento de sus ingresos y de la competitividad de la empresa”.

Tanto la búsqueda bibliográfica como el trabajo de campo realizado, lograron comprobarla.

El capítulo “Gestión sustentable del sector alojamiento” enumeró los beneficios derivados de la gestión del sector teniendo en cuenta criterios ambientales, económicos y socioculturales, los cuales permiten que las empresas, además de obtener rentabilidad económica, generen oportunidades a la comunidad local y protejan al medio ambiente.

Las experiencias de las empresas del país demostraron que estos beneficios son reales y permitieron visualizar mejor los resultados que pueden obtenerse al considerar buenas prácticas en sus acciones diarias.

En Tandil el trabajo de campo realizado, abarcó al sector público, a las empresas de alojamientos de la ciudad, a la comunidad y a los turistas, ya que para lograr un análisis que reflejara la situación, si bien se apuntaba más que nada a caracterizar la gestión de las empresas de alojamiento era necesario conocer la opinión de todos los implicados en el desarrollo de la actividad.

En cuanto al sector público a nivel local, el hecho de contar con un Plan Estratégico de Turismo Sustentable deja en claro la voluntad de desarrollar la actividad bajo los principios de la sustentabilidad y constituye un gran paso hacia la gestión conciente y responsable del destino.

Además, el sector turístico cuenta con otra herramienta moderna de gestión: el IMT (Instituto Mixto de Turismo) que refleja la voluntad de que las decisiones del sector sean por consenso público y privado.

Otro instrumento de gran importancia es el Plan de Desarrollo Territorial, que rige en la ciudad desde el año 2005 y que ayuda a solucionar los conflictos de una ciudad en crecimiento como Tandil.

Por lo tanto, el marco normativo actual es bastante adecuado. En los últimos años se ha evolucionado favorablemente en cuanto a la planificación responsable de la ciudad mediante los planes y normativa existente.

La entrevista con el Director de Turismo, permitió conocer las acciones que se están desarrollando y los obstáculos que impiden avanzar en algunas cuestiones, por ejemplo, la oferta clandestina de alojamientos que funcionan sin habilitación alguna, la cual alcanza el 30%.

Las falencias que se detectaron del gobierno local fueron:

- Que el 23,8%, es decir, 15 de las empresas encuestadas no conocían el Plan de Turismo de la ciudad, lo que demuestra una falta de comunicación desde la Dirección,
- y
- Falta de control en los alojamientos habilitados ya que 34 de los encuestados carecían de las instalaciones necesarias para permitir el acceso a personas con necesidades especiales, siendo que esto es un requisito de la Ley de Alojamientos.

En cuanto al sector alojamiento, las conclusiones obtenidas fueron las siguientes:

En el eje ambiental 51 de las 63 empresas encuestadas tienen en cuenta al menos el 40% de los criterios considerados y las 12 empresas que se ubicaron por debajo de ese porcentaje desarrollan al menos el 20% de las prácticas consultadas.

De las 21 empresas que cumplieron los criterios entre un 60% y un 94%, 18 se encuentran en las afueras de la ciudad, por lo que si bien muchas demostraron conciencia en su accionar, parte de los criterios que implementan se debe a que por lo general no tienen agua corriente ni conexión a la red cloacal, lo que lleva a que necesariamente realicen un uso conciente del recurso agua y a que traten adecuadamente las aguas residuales de manera tal que no lleguen a contaminar el o los pozos utilizados para consumo humano.

En general, quienes más cuidado tienen con el agua son las empresas provistas por pozos. Para ellos el derroche puede generarles desabastecimiento en épocas de mayor demanda, entonces son los primeros en tratar el tema como política de la empresa.

Acontece que el recurso es el servicio más económico por lo que pocos de los que poseen agua corriente dan importancia a su ahorro, seguramente si tuviese un costo similar al de la energía o el gas, el panorama sería diferente.

En cuanto a la energía se observaron mayores medidas de ahorro en todos los tipos de alojamientos.

Algunos se mostraron concientes en su uso y otros manifestaron que lo hacen por una cuestión de ahorro económico, pero la mayoría implementa medidas de cuidado y control con ambos propósitos.

En cuanto al manejo de desechos sólidos seguramente la implementación de medidas tales como la separación por tipo de residuos sería más generalizada si la ciudad tuviera el sistema de apoyo necesario para esto, es decir, la recolección selectiva.

Se observa que las empresas deberían trabajar en la colocación de información en las habitaciones para que los huéspedes aprendan y puedan ahorrar recursos, y en el establecimiento de planes empresariales que estimulen la implementación de Buenas Prácticas.

Se destaca también la necesidad de que desde el gobierno local se capacite a los prestadores de alojamiento en el corto plazo, ya que si bien las empresas adheridas a la Asociación de Cabañas están recibiendo talleres de capacitación por parte de la Universidad (gracias a un acuerdo entre ellos), muchas de las empresas no llevan a cabo las medidas "ideales" por desconocimiento del tema y no por desinterés.

Las respuestas de los empresarios en el eje económico mostraron que en la ciudad las empresas generan numerosas fuentes de empleo y que la comunidad recibe una porción importante de los beneficios económicos de ellas, es decir, el dinero queda en la ciudad.

Además los proveedores del 95,2% de las empresas encuestadas son de la localidad con lo cual se produce el efecto multiplicador que caracteriza al Turismo como generador de ingresos que se distribuyen en sectores vinculados directa o indirectamente a la actividad.

El 60,3% capacita al personal. Este porcentaje debería ser aún mayor ya que para lograr la sustentabilidad del sector se logra también a partir de un personal capacitado y motivado. Además en las empresas de servicio, como las turísticas, los empleados tienen mucho que ver en la satisfacción del cliente.

En cuanto al eje sociopolítico, las empresas demostraron una actitud positiva para con la comunidad local y los aspectos vinculados a la cultura del lugar: informan a los turistas sobre las actividades culturales y recreativas desarrolladas en la ciudad, recomiendan la compra de artesanías y productos locales y tienen en cuenta a la comunidad al momento de tomar decisiones.

Si bien la cooperación público-privada queda demostrada con la existencia del IMT (Instituto Mixto de Turismo), aquí las empresas dijeron tener, en general, una buena relación con los demás empresarios del sector, lo cual se verifica también a partir de iniciativas privadas como la Asociación de Cabañas, de Hoteles y de Guías locales.

Los resultados de la encuesta al sector alojamiento finalmente permiten afirmar la necesidad de mejorar, sobre todo, la relación de las empresas con las cuestiones ambientales para lo cual será fundamental un proceso de capacitación y concientización del sector alojamiento previo a la implementación del Programa de Buenas Prácticas que prevé para las empresas el Plan de Turismo de la ciudad.

El hecho de que 19 empresas locales estén certificadas por el Programa "Alojamientos Turísticos Sustentables" del OPDS y de que 6 empresas estén intentando lograr la Norma IRAM SECTUR 42210 muestra cierta conciencia del sector.

El interés demostrado por los empresarios es el principal motivo para afirmar que más allá del beneficio económico la mayoría de las empresas desean contribuir en la protección del medio ambiente.

Al momento de responder, varios fueron los que reflexionaron acerca de los beneficios que podrían obtener con simples cambios que adoptaran y que ignoraban.

La encuesta realizada a la comunidad local mostró que hay una aceptación casi generalizada de los tandilenses hacia el crecimiento de la actividad turística en la ciudad. Esto puede tomarse como positivo en el sentido de que si los locales están de acuerdo con la llegada de turistas, tendrán una actitud positiva o agradable hacia ellos, contribuyendo en su satisfacción.

Pero la población debería ser conciente de lo que implicaría el crecimiento de la actividad. Indirectamente en la pregunta N° 1, sobre los impactos negativos ellos mismos manifestaron las cosas que "molestan" del Turismo, incluso hay grupos de personas que están totalmente en desacuerdo con la actividad. El mismo director de Turismo, desde su opinión personal manifestó que el sector debería frenar su crecimiento, porque lo que se busca es justamente no ser un destino masivo.

El 98,7% de los tandilenses consideró importante que las empresas del sector turístico tengan en cuenta en sus actividades medidas respetuosas con el medio ambiente, lo cual coincide con una de las ideas más importantes remarcada durante el trabajo.

Otra de las preguntas permitió observar que está muy repartida la opinión respecto a si el gobierno local tiene en cuenta o no a la comunidad al tomar decisiones en materia turística.

Para el adecuado desarrollo del Turismo es necesario que el gobierno considere mediante consulta pública, encuestas o de alguna otra manera la opinión, las sugerencias y hasta las quejas de los tandilenses.

El tercer objetivo general del trabajo pretendía investigar la posible existencia de un segmento de turistas interesados en consumir "alojamientos sustentables".

Los turistas encuestados, en su mayoría, mostraron compromiso tanto ambiental como económico y social.

Esta motivación demostrada permite afirmar que Tandil está siendo visitada por un segmento de turistas responsables. Si bien durante la encuesta no faltaron los turistas tradicionales o los indiferentes a cuestiones de sustentabilidad, los que mostraron interés por tener una estadía armoniosa con el ambiente y la comunidad superaron a estos últimos.

Frente a esta tendencia, resulta esencial que los alojamientos que llevan a cabo comportamientos sustentables dirijan las estrategias y acciones promocionales hacia los segmentos de demanda que se correspondan con las características de su producto, desestimando la búsqueda de demanda masiva e indiferenciada.

RECOMENDACIONES

Para finalizar, en este apartado se presentan algunas recomendaciones tanto para el sector público como para el privado. Son aspectos a tener en cuenta que fueron surgiendo durante el trabajo.

SECTOR PÚBLICO

- Exigir y controlar la realización de Estudios de Impacto Ambiental en las empresas de alojamiento.
- Propiciar programas y acciones de educación ambiental a los ciudadanos, tendientes a elevar la calidad de vida de la población.
- Elaborar módulos de sensibilización con información sobre, por ejemplo, impactos del Turismo, Buenas Prácticas, experiencias a “imitar” de otros lugares, entre otras, para generar conciencia en las empresas turísticas.
- Generar campañas de publicidad dirigidas a la población para aumentar la conciencia sobre la conservación de los recursos naturales y turísticos de la ciudad, sobre el trato adecuado al turista y sobre los beneficios del Turismo a la ciudad.
- Capacitar a los empresarios en la gestión sustentable de sus negocios, con medidas claras y ejemplos prácticos de fácil implementación.
- Crear un conjunto de indicadores que permitan comparar la evolución de la ciudad en ámbitos sociales, económicos, ambientales, con lo que se puedan detectar las posibles correcciones que garanticen el desarrollo sostenible de la ciudad.
- Instalar carteles en los paseos turísticos al aire libre destinados a generar conciencia y reducir el impacto en el lugar, con consejos como caminar respetando los senderos, no encender fuegos, volver a la ciudad con los residuos generados, evitar ruidos que perturben a la fauna del lugar, no llevar “souvenirs”, entre otros.
- Trabajar seriamente con todos los sectores de la población en el Plan de Desarrollo Territorial, donde el Turismo y las empresas de alojamiento están fuertemente involucrados.
- Trabajar en la elaboración de estadísticas acerca del Turismo en la ciudad para planificar la actividad sobre datos concretos e incluso poder captar nuevos nichos de mercado.
- Mantener canales de información con la comunidad sobre los programas y acciones que desarrolla el gobierno local. Promover espacios de participación donde todas las voces sean escuchadas.
- Una vez capacitada y concientizada a la población y a los vinculados al Turismo, desarrollar una estrategia de promoción del destino que logre asociar en la mente del consumidor a Tandil como destino sustentable.

SECTOR PRIVADO

- Realizar programas de sensibilización en cuestiones sustentables destinados a empleados.
- Llevar a cabo en la empresa una política de sustentabilidad que defina la misión y los objetivos que se fije la organización.
- Desarrollar en la empresa un código de buenas prácticas tendiente a cumplir la política establecida designando un responsable a cargo del cumplimiento de la misma.

- Para promover de manera continua una concientización ambiental de los clientes, incluir en los folletos, página Web y todo tipo de documentación entregada a los turistas, referencias explícitas a la política medioambiental de la empresa.
- Realizar una promoción conjunta entre las empresas locales certificadas por el programa “Alojamientos Turísticos Sustentables” del OPDS haciendo hincapié en su certificación.
- Exigir al OPDS el seguimiento, capacitación y control del programa. Que se comprometa en generar compromiso y responsabilidad en los empresarios.
- Entregar a los clientes durante el ingreso material informativo con lo cual se deba comprometer a tener una estadía armoniosa con el medio ambiente y con la comunidad local, es decir, diseñar un “manual de conducta” a respetar durante su estadía. Sería interesante desarrollarlo en todas las empresas de alojamiento de la ciudad para hacer más efectiva y generalizada la medida.
- Contar con un mecanismo para que los clientes puedan dejar comentarios o sugerencias para mejorar el servicio de la empresa.
- Trabajar en forma individual o en conjunto con otras empresas en la captación del segmento de “turistas responsables” que está visitando la ciudad, mediante un marketing responsable.

BIBLIOGRAFIA

- ANDRES, J., TORRE, M. (2010), *Las buenas prácticas ambientales en Turismo*, en Anuario de Estudios en Turismo, Año 10, Volumen VI. Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue, Neuquén.
- ASOCIACION PARA LOS CRITERIOS GLOBALES DE TURISMO SOSTENIBLE. (2008), *Criterios globales de Turismo Sostenibles*. [En línea] <http://www.sustainabletourismcriteria.org/index.php?option=com_content&task=view&id=13&Itemid=47> [Consulta: 5 octubre 2010]
- BIEN, Amos. (2006), *Una guía simple para la certificación del Turismo Sostenible y el Ecoturismo*. [En línea]. <http://www.rainforest-alliance.org/tourismdocumentsusers_guide_spanish.pdf.pdf> [Consulta: 26 mayo 2010].
- BOTELHO, D.; RODRIGUES SOARES, P.; UEDA, V. (2003), *Nuevos escenarios y nuevos actores en el Turismo: pensar y actuar desde una perspectiva sostenible*.
- CAMARA OFICIAL DE COMERCIO E INDUSTRIA DE ZARAGOZA (2005). *Guía de Buenas Prácticas Ambientales: Hostelería y Ocio*, Zaragoza, España.
- CEBALLOS-LASCURÁIN, Héctor. (1998), *Ecoturismo. Naturaleza y Desarrollo Sostenible*, México, Editorial Diana.
- CONSELLERIA DE MEDI AMBIENT, *Las Buenas Prácticas Medioambientales en la Hostelería y ocio*, Valencia. [En línea]. <http://www.fundacionglobalnature.org/proyectos/turismo_y_ma/Manual%20Hosteler%20EDa%20y%20ocio.pdf> [Consulta: 28 septiembre 2010]
- DECRETO N° 659/07, *Reglamento de Reclasificación y Recategorización de los alojamientos turísticos de la Provincia de Buenos Aires*. [En línea] <<http://www.turismo.tandil.gov.ar/paginas/legislacion/decreto659.php>> [Consulta: 27 septiembre 2010]
- FERNANDEZ, G.; VAN MORLEGAN, C. Y GUZMAN RAMOS, A. (2008), *Alojamientos turísticos y problemáticas ambientales. El caso de los complejos de cabañas en Tandil, Argentina*, en Revista "El Periplo Sustentable", Universidad Autónoma de México, No. 15.
- FERNANDEZ, G.; VAN MORLEGAN, C. Y GUZMAN RAMOS, A. (2008), *Problemáticas de la gestión ambiental de los complejos de cabañas de Tandil*, en Estudios Ambientales 1: Tandil, Centro de Investigaciones y Estudios Ambientales, Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, pp. 175-182.
- FERNANDEZ, G. Y GUZMAN RAMOS, A., *Impactos negativos del turismo convencional*, Instituto Superior del Sudeste. [En línea] <<http://www.turismo-sostenible-org/docs/Impactos-negativos-del-turismo-convencional.pdf>> [Consulta: 28 septiembre 2010]
- GEMELLI, ALICIA. (2009), *Estrategia de Turismo Sustentable en Reservas de la Biósfera y Sitios Ramsar de Argentina*, Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación. P. 6-46.

- HEDDEN, Tristán. (2005), *Conceptos y enfoques del marketing de ciudad aplicados al Turismo: El caso de Tandil*. [En línea]. <<http://www.monografias.com/trabajo42/marketing-de-ciudad2.shtml>> [Consulta: 1 julio 2010].
- INSTITUTO COSTARRICENSE DE TURISMO, *Certificación para la sostenibilidad turística en Costa Rica*. [En línea]. <<http://www.turismo-sostenible.co.cr.phtml>> [Consulta: 26 mayo 2010].
- IRAM SECTUR 42200. (2008), *Hotelería. Sistema de gestión de la calidad, la seguridad y el ambiente. Requisitos*. [En línea]. <<http://www.iram.org.ar>> [Consulta: 26 abril 2010].
- IRAM SECTUR 42210, *Cabañas. Sistema de gestión de la calidad, la seguridad y el ambiente. Requisitos*. [En línea]. <<http://www.iram.org.ar>> [Consulta: 26 abril 2010].
- LEY NACIONAL DE TURISMO 25997. Material de clase de Legislación turística, Licenciatura en Turismo, Universidad Nacional de La Plata
- LEY PROVINCIAL 14209. (2010), *Ley Provincial de Turismo*. [En línea] <<http://www.gob.gba.gov.ar/legislacion/legislacion/l-14209.html>> [Consulta: 9 febrero 2011]
- MARCHENA GOMEZ, M.; VERA REBOLLO, F.; FERNANDEZ TABALES, A. Y SANTOS PAVON, E. (1999), *Agenda para planificadores locales: Turismo Sostenible y gestión municipal*, Organización Mundial del Turismo, Madrid, España.
- MUNICIPIO DE TANDIL, FUNDACION ATLANTIDA. (2010), *Plan Estratégico de Turismo Sustentable: Tandil 2020*.
- ORDENANZA 7848/99, *Régimen de Fomento Hotelero*. [En línea] <<http://www.turismo.tandil.gov.ar/paginas/legislacion/ord7848.php>> [Consulta: 27 septiembre 2010]
- ORDENANZA 8263/01, *Reglamento de Complejos turísticos de Cabañas*. [En línea] <http://www.turismo.tandil.gov.ar/paginas/legislacion/cabania_ord.php> [Consulta: 27 septiembre 2010]
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO, *Desarrollo Sostenible del Turismo* <http://www.manizales.unal.edu.co/modules/ununesco/admin/archivos/desarrollo_sostenible_delturismo.pdf> [Consulta: 28 enero 2011]
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT). (1999), *Turismo: visión 2020*. [En línea]. <<http://world-tourism.org>> [Consulta: 23 mayo 2010].
- ORGANISMO PROVINCIAL PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE. (2009), *Disposiciones Programa de Certificación de alojamientos turísticos sustentables* [En línea]. <<http://www.gob.gba.gov.ar/html/gobierno/diebo/boletin/26055/disposiciones.htm>> [Consulta: 24 abril 2010].
- ORGANISMO PROVINCIAL PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE. (2009), *Certificación de alojamientos turísticos sustentable. Alojamientos categorizados*. [En línea]. <http://www.opds.gba.gov.ar/Hoteles_Sustentables/sample.php?id=3> [Consulta: 24 abril 2010].

- ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS. (2003), *Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y la planificación del sector Turismo*, Serie Manuales CEPAL, Santiago de Chile.
- OTERO, A.; LONAC, A.; MARIONI, S. (2007), *Manual de buenas prácticas para destinos turísticos de montaña*, Centro de Estudios para la Planificación y Desarrollo Sustentable del Turismo (CEPLADES), Universidad Nacional del Comahue, Neuquén.
- RAINFOREST ALLIANCE. (2005), *Buenas Prácticas para Turismo Sostenible: una guía para el pequeño y mediano empresario*, Costa Rica, Editorial Epicentro.
- RAINFOREST ALLIANCE, *Buenas Prácticas para Turismo Sostenible*, Programa Turismo Sostenible. [En línea]
<http://www.rainforestalliance.org/tourism/documents/tourism_practices_guide_spanish.pdf> [Consulta: 9 febrero 2011]
- RED DE AUTORIDADES AMBIENTALES, *Módulo de sensibilización ambiental para el sector turístico*, Ministerio de Medio Ambiente, Gobierno de España. [En línea].
<http://www.mma.es/secciones/raa/sensibilizacion_raa/modulos_raa/pdf/moduloturismodic04.pdf> [Consulta: 11 mayo 2010].
- SECRETARIA DE AMBIENTE Y DESARROLLO SUSTENTABLE DE LA NACION, *Programa de Turismo Sustentable y Ambiente*. [En línea].
<<http://www.ambiente.gov.ar/?idseccion=67>> [Consulta: 5 octubre 2010]
- SECRETARIA DE TURISMO DE LA NACION (2005), *Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016*. [En línea].
<<http://www.cofecyt.mincyt.gov.ar/convocatorias/asetur/PFETS/PLAN%20FEDERAL%20DE%20TURISMO%20-%20ARGENTINA%202016.pdf>> [Consulta: 1 julio 2010].
- SECRETARIA DE TURISMO DE LA NACION. (2007), *Guía de Recomendaciones Ambientales*, Serie Educación Ambiental, Argentina.
- VARGAS SANCHEZ, A.; VACA ACOSTA, R Y GARCIA DE SOTO CAMACHO, E. (2003), *Guía de Buenas Prácticas Ambientales. Sector Turismo*, Fundación Biodiversidad, Unión Europea. [En línea]
<http://www.uhu.es/alfonso_vargas/archivos/GUIA%20BUENAS%20PRACTICAS%20AMBIENTALES%20TURISMO%20definitiva-Huelva-2003.pdf> [Consulta: 28 septiembre 2010]
- VERA REBOLLO, J.F. Y OTROS. (2001), *Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: propuestas para la creación de un sistema de indicadores*, en Documentos de Trabajo, Universidad de Alicante, No. 1.

ARTICULOS

- CORIA, L. (2007), *El turismo y el turismo sustentable en Argentina*, Universidad Nacional de Luján, Argentina. [En línea] <<http://www.eumed.net/eve/resum/07-07/lgc.htm>> [Consulta: 15 octubre 2010].
- EL ECO DE TANDIL, *Priorizan la búsqueda del crecimiento del turismo con un desarrollo sostenible*. [En línea]

<http://www.eleco.com.ar/index.php?action=detalle&modul=noticias&id_noticia=37273
> [Consulta: 15 octubre 2010].

- EL ECO DE TANDIL, *Los Ambientalistas afirman que el Plan de Manejo premia a las canteras, que podrían construir hoteles*, Edición 27 Febrero de 2011.
- FUNDACION BIODIVERSIDAD E IBERIA, *10 recomendaciones para un turismo sostenible*, España. [En línea] <<http://www.turismo-sostenible.org/docs.php?did=2>> [Consulta: 25 septiembre 2010]
- LA VOZ DE TANDIL, *Fue presentado oficialmente el Plan de Manejo Ambiental*, Edición 08 de Febrero de 2011.
- LA VOZ DE TANDIL, *Anticipo: los 8 ejes del Plan de Manejo Ambiental, punto por punto*, Edición 09 de Febrero de 2011.
- RIVERO POMARINO, A. *Nueva Tendencia: Inversiones en verde*, Diario La Nación, Edición 3 de Agosto de 2009.
- VERA, N., *¿Qué sabe usted sobre turismo sustentable?*, Diario Clarín, Edición 18 de Mayo de 2008.
- VILCHES, A., GIL PÉREZ, D., TOSCANO, J.C. y MACÍAS, O. (2008), *Turismo sostenible*. [En línea] <<http://www.oei.es/decada/accion09.htm>> [Consulta: 15 diciembre 2010].

PAGINAS WEB CONSULTADAS

- DEL NOMADE, HOSTERIA ECOLOGICA
<http://www.ecohosteria.com.ar>
- GREEN GLOBE
<http://www.greenglobe.com/>
- RED DE CERTIFICACION DE TURISMO SOSTENIBLE DE LAS AMERICAS
<http://www.certificationnetwork.org/index.es.html>
- YACUTINGA LODGE
<http://www.yacutinga.com>
- RESPONSIBLE TRAVEL.COM
<http://www.responsibletravel.com>
- VIAJE SOSTENIBLE.ORG
<http://www.viajesostenible.org>
- INSTITUTO DE TURISMO RESPONSABLE
<http://www.turismoresponsable.org>
- DIRECCION DE TURISMO DE TANDIL
<http://www.turismo.tandil.gov.ar>
- MUNICIPIO DE TANDIL, SITIO OFICIAL
<http://www.tandil.gov.ar>

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo fue posible gracias al apoyo de muchas personas que me acompañaron en esta etapa.

En primer lugar agradezco a Elisabet Rossi, mi directora de Tesis, por su enorme colaboración y orientación.

Agradezco a mi familia y a Joaquín que estuvieron siempre a mi lado, a mis amigos y compañeros que brindaron su ayuda, a Gastón Bazán por su gran apoyo al comienzo del trabajo y a Marcelo Suárez por toda su ayuda.

Gracias a todos.

ANEXOS

• CRITERIOS GLOBALES DE TURISMO SOSTENIBLE

A continuación se detallan los 37 criterios:

A- Demostrar una gestión sostenible eficaz.

- A.1. La empresa ha puesto en práctica un sistema de gestión sostenible que se ajusta a su realidad y tamaño y tiene en cuenta cuestiones ambientales, socioculturales, de calidad, salud y seguridad.
- A.2. La empresa cumple todas las leyes y reglamentos internacionales o locales pertinentes (como, entre otras, las relativas a cuestiones de salud, seguridad, trabajo y medio ambiente).
- A.3. Todo el personal recibe formación periódica sobre su papel en la gestión de actividades ambientales, socioculturales, de salud y de seguridad.
- A.4. Se mide la satisfacción de los clientes y se adoptan medidas correctivas cuando procede.
- A.5. Los materiales promocionales son veraces y completos, y no prometen más de lo que la empresa puede ofrecer.
- A.6. El diseño y la construcción de edificios e infraestructuras:
 - A.6.1. Cumplen las ordenanzas locales de planificación urbana y las normas aplicables a espacios protegidos o del patrimonio;
 - A.6.2. Respetan los entornos del patrimonio natural o cultural en los siguientes aspectos: el emplazamiento, el diseño, la evaluación de las repercusiones, y los derechos y la adquisición de suelos;
 - A.6.3. Utilizan, en adecuación al contexto local, los principios de construcción sostenible;
 - A.6.4. Permiten el acceso a personas con necesidades especiales.
- A.7. Se facilita a los clientes información para el conocimiento y la interpretación de los entornos naturales, la cultura local y el patrimonio cultural y se les explica cuáles son los comportamientos apropiados en las visitas a zonas naturales, culturas vivas y sitios del patrimonio cultural.

B- Maximizar los beneficios sociales y económicos para la comunidad local y minimizar los impactos negativos.

- B.1. La empresa apoya activamente iniciativas para el desarrollo social de la comunidad y la creación de infraestructuras en ámbitos como la educación, la salud y el saneamiento, entre otros.
- B.2. Se da empleo a residentes locales, también en puestos de dirección. Se imparte formación cuando procede.
- B.3. La empresa adquiere bienes y servicios locales o procedentes del comercio justo, cuando los hay.
- B.4. La empresa ofrece a pequeños empresarios locales medios de crear y vender productos sostenibles basados en la naturaleza, la historia y la cultura de la zona (como alimentos y bebidas, artesanía, artes del espectáculo, productos agrícolas, etc.).
- B.5. Se ha elaborado un código de conducta para actividades en comunidades locales e indígenas, con su consentimiento y colaboración.
- B.6. La empresa ha puesto en práctica una política de lucha contra la explotación comercial (comprendida la explotación sexual), en particular de niños y adolescentes.
- B.7. La empresa contrata en condiciones de igualdad a mujeres y miembros de minorías locales (también en puestos de dirección) e impide el trabajo infantil.

- B.8. Se respetan las normas jurídicas internacionales y nacionales de protección de los empleados, que reciben un salario mínimo vital.
- B.9. Las actividades de la empresa no ponen en peligro el suministro de servicios básicos (agua, energía, saneamiento, etc.) de las comunidades aledañas.

C- Maximizar los beneficios para el patrimonio cultural y minimizar los impactos negativos.

- C.1. La empresa sigue las directrices o el código de comportamiento fijados para las visitas a sitios de importancia cultural o histórica a fin de minimizar los efectos negativos del turismo y maximizar los positivos.
- C.2. Las piezas históricas y arqueológicas no son objeto de venta, operaciones comerciales o exposición, salvo cuando la ley lo permite.
- C.3. La empresa contribuye a la protección de importantes bienes y sitios históricos, arqueológicos, culturales y espirituales locales y no impide acceder a ellos a los residentes locales.
- C.4. La empresa utiliza elementos del arte, la arquitectura o el patrimonio cultural locales en sus actividades, diseño, decoración, alimentación o comercios respetando los derechos de propiedad intelectual de las comunidades locales.

D- Maximizar los beneficios para el medio ambiente y minimizar los impactos negativos.

- D.1. Conservar los recursos:
 - D.1.1. En la política de adquisiciones se da preferencia a productos respetuosos con el medio ambiente en lo tocante a los materiales de construcción, los bienes de equipo, los alimentos y los artículos de consumo.
 - D.1.2. La empresa mide la adquisición de artículos desechables y consumibles y busca activamente modos de reducir su uso.
 - D.1.3. El consumo energético debe ser moderado y han de indicarse las fuentes, adoptarse medidas de reducción del consumo global y fomentarse el uso de energías renovables.
 - D.1.4. El consumo de agua debe ser medido, han de indicarse las fuentes y han de adoptarse medidas para reducir el consumo global.
- D.2. Reducir la contaminación
 - D.2.1. La emisión de gases de efecto invernadero de todas las fuentes controladas por la empresa es medida y se aplican procedimientos de reducción y compensación en aras de la neutralidad climática.
 - D.2.2. Las aguas residuales (aguas grises incluidas) se tratan eficazmente y se reutilizan siempre que es posible.
 - D.2.3. Se aplica un plan de gestión de residuos sólidos dotado de objetivos cuantitativos de minimización de los residuos no reutilizados o reciclados.
 - D.2.4. Se minimiza el uso de sustancias nocivas, como las contenidas en pesticidas, pinturas, desinfectantes de piscina y productos de limpieza, que se sustituyen cuando es posible por productos inocuos; el uso de productos químicos se gestiona adecuadamente.
 - D.2.5. La empresa adopta prácticas de reducción de la contaminación debida al ruido, la luz, las escorrentías, la erosión, las sustancias que reducen la capa de ozono y los contaminantes del aire y el suelo.
- D.3. Conservar la biodiversidad, los ecosistemas y los paisajes.
 - D.3.1. Las especies silvestres sólo se sacan de su medio natural para fines de consumo, exposición, venta o comercialización internacional en el marco de una actividad regulada que garantiza un uso sostenible de las mismas.
 - D.3.2. No se mantiene en cautividad a especies silvestres, salvo en actividades adecuadamente reguladas, y sólo las personas autorizadas y en posesión de los

equipos adecuados pueden recoger ejemplares de especies silvestres protegidas y ocuparse de ellos.

- D.3.3. La empresa utiliza especies autóctonas para fines paisajísticos y de restauración, y adopta medidas para impedir la introducción de especies exóticas invasoras.

- D.3.4. La empresa contribuye a la conservación de la biodiversidad, lo que entraña el apoyo a espacios naturales protegidos y zonas de alto valor en cuanto a biodiversidad.

- D.3.5. La interacción con las especies silvestres no debe afectar negativamente la existencia de las poblaciones en sus medios naturales; los ecosistemas naturales se alteran lo mínimo posible y se rehabilitan; se hacen contribuciones compensatorias a la gestión de la conservación.

• **ENTREVISTA AL DIRECTOR DE TURISMO DE TANDIL**

Nota: Si bien para el encuentro había elaborado un cuestionario de preguntas ordenadas para guiar la conversación, el señor Ernesto Palacios a partir de una de las preguntas habló de diferentes temas durante un tiempo prolongado, por lo que en la copia de lo que fue la entrevista van a aparecer muy pocas preguntas formuladas.

-¿Hoy en día, cuántos son aproximadamente los alojamientos sin habilitación?
Hoy estamos hablando de alrededor de un 30%.

-¿Y están trabajando en la regulación?

Absolutamente, este es un tema central, de hecho en el IMT (Instituto Mixto de Turismo) se planteó como tema central en este año 2011, así que hemos tomado una serie de medidas. De hecho desde fines de 2010 ensayamos varias estrategias y encontramos que la más efectiva de todas es la que más duele, la que pega en el bolsillo. Entonces con la colaboración de la Secretaría de Economía, todo lo que nosotros hemos detectado por nuestra cuenta más lo que iban detectando desde la Asociación de Hoteleros, de Cabañas, ya sea por la simple existencia visual y detección como las que iban apareciendo por Internet se ha intimado a todo el mundo y se ha empezado a dar alta fiscal, que esto no significa habilitación pero ya de alguna manera empezamos a mitigar la inequidad que significa para el destino en materia de seguridad, que es lo que más nos preocupa, sino que también es un prejuicio económico para el que está dentro del mercado formal.

Cada vez que detectamos uno, va Economía con su gente, hace la comprobación visual y manda el acta fiscal. A partir de ahí se inicia un proceso que terminará en la habilitación o en la clausura.

En ese sentido, con Economía actuamos muy rápidamente, porque como ya te digo habíamos ensayado muchos métodos y caminos.

Hay distintas realidades, ¿Por qué es un porcentaje tan elevado?, acá hay connotaciones culturales, aparece una actividad económica que a simple vista es exitosa y se empieza a replicar, por ejemplo en los servicios sucede con las remiserías, los "Todo por \$2". Acá un día apareció un complejo de cabañas, a los 2 años eran 3 y de pronto hubo una explosión. Y con gente sin conocimiento en el tema, sin ser del sector pero con dinero para invertir dice "esto debe ser negocio" y se mete, sin hacer estudio previo, sin hacer plan de negocios.

Y de esa manera no solo pone en riesgo al destino, sino que seguramente no le va a ir bien, porque no conoce el mercado en el que se está insertando, no son profesionales en el sector, no tiene formación en la actividad, no tiene una experiencia previa ni gente allegada. Son unos verdaderos aventureros, improvisados, en un nicho de mercado en el que solo por azar les puede ir bien, pero molestan a los demás y

mucho.

En ese sentido el rol del Estado es muy importante, tiene que regular, que controlar. Y bueno, lo estamos haciendo, pero no es fácil porque son como hongos, pasamos por acá, no vemos nada y al otro día hay una construcción.

Además el otro factor que hay, de alta complejidad son los USOS DEL SUELO. Nosotros estamos regidos ahora por un PDT (Plan de Desarrollo Territorial) que es bastante restrictivo, inclusive para el sector productivo es en algunos casos un dolor de cabeza significativo.

Eso genera muchas limitantes y acá también hay una cuestión, cuando decimos que un privado cualquiera hace una inversión hay una complicidad de arquitectos, ingenieros, Maestros Mayores de Obra, que profesionalmente conocen las restricciones que hay en construcción y sin embargo, lo hacen y después que está hecho el complejo comienzan los trámites de habilitación sabiendo que no pueden ser habilitados ahí, o sea que hay una especie de asociación ilícita en la cual participan profesionales, es un tema complejo.

Además aprovechándose de que la Justicia es muy difícil que ordene el derribo.

De hecho acá ocurrió hace años atrás, el Secretario de Obras Públicas se presentó ante la Justicia, hizo las denuncias para la demolición de 2 complejos y hasta el día de hoy no ocurrió absolutamente nada.

Entonces aprovechándose de todas esas falencias, a veces del control del Ejecutivo, tanto municipal como provincial o nacional pero también la Justicia tiene falencias. Es un problema cultural...

Nosotros ahora estamos regidos por un Plan Estratégico de Turismo Sustentable. No fue fácil llegar a él, costó unos cuantos años de integración y funcionamiento del IMT.

Creo que fue lo más ambicioso que se ha logrado, más allá de la Tasa de Turismo que es un logro pero es poco significativa.

Esto nos marca un Norte, es lo suficientemente sólido y explícito para que todos estemos dentro de ese marco y actuemos en función de tal, de hecho no plantea imposibles, es muy realista, muy práctico y tiene 4 ejes que son sustanciales: la Calidad, el Desarrollo de la oferta, el Marketing y las relaciones institucionales, que son los 4 pilares donde debemos asentarnos.

Yo creo que vamos muy bien, con todas las debilidades y amenazas que tenemos en el horizonte. El crecimiento trae problemas que antes eran impensados. Entre las debilidades, por ejemplo, está la oferta clandestina, pero hay también otras debilidades.

No obstante, en el rubro de las fortalezas, un destino que concientemente se dice, desde el sector público y privado, "nosotros no somos una ciudad turística, somos una ciudad CON Turismo". Para llegar a ser una ciudad turística va a tener que pasar mucha agua bajo el puente, se tendría que llegar a una profesionalización absoluta del sector y además una concientización colectiva de toda la comunidad.

Hoy en día todavía hay sectores reacios al Turismo, tanto en los sectores sociales altos como bajos. Hay un núcleo muy conservador, familias tradicionales de la ciudad, que hoy en día están en extinción, pero que son reacios al Turismo porque les altera su forma de vida, no les gusta.

Acá se produce un quiebre con la Universidad que empieza a generar una dinámica nueva, progresista, a partir de un nuevo núcleo joven enorme que genera un mix en la ciudad: un costado conservador y otro progre con jóvenes en la política. Respecto al Turismo, hace 7 u 8 años atrás, en Tandil era impensable pensar en que hubiera gente vacacionando en enero y febrero.

Hoy Tandil ha logrado romper la estacionalidad que pocos destinos han logrado, incluso en lugares en los que la actividad turística es la actividad más importante. Pero Tandil no es solo Turismo; es campo, es metalmecánica, es industria, es comercio, servicios, etc. Tandil es una de las comunidades con más diversidad económica y una de las mejor posicionadas del país, con mejores niveles de ingreso

Per cápita, de productividad, de educación, no tiene villas de emergencia. Todo eso hace que Tandil tenga un desarrollo muy armónico, muy diversificado..

El Turismo sin ser una actividad principal ha logrado un éxito muy grande en comparación con otros destinos en los que es la actividad principal. Hoy tenemos ocupación plena o semiplena de enero a diciembre, gente vacacionando 15 días en verano, el 70 u 80% de los complejos de cabañas están a full, hasta el 20 de febrero, nos cuesta mucho conseguirle lugar a la gente que viene sin reserva.

Tandil ha tenido un crecimiento sustancial de 3.000, 4.000 camas hace 5 años atrás a 10.000 o más (contando legal e ilegal), porque acá no estamos contando camping, departamentos por día..

Hay buena calidad de servicios, por supuesto todavía está desparejo, hay gente más profesional que otra. Pero a los que les va mejor es a los que tienen tarifas más altas pero que también tienen calidad de servicio acorde a esa tarifa.

Desde que estoy en la Dirección no he tenido ninguna queja por tarifa de parte de los turistas. Sin embargo hablas con la comunidad local y dice "es carísimo, le arrancan la cabeza a todo el mundo". Y no es que defienda al sector hotelero porque creo que en algunos casos hay aplicación de política comercial errónea, las tarifas no son acordes al servicio o al servicio que brinda un hotel de la misma categoría en otros destinos. Un 3 estrellas de acá no tiene los mismos servicios que un 3 estrellas de la costa y acá el precio es más caro..

También es un clásico que en muchas ciudades del mundo el residente es el que dice que el destino es caro.

Respecto al desarrollo que ha tenido el Turismo en Tandil, algo muy importante es que en el 2003 ya existían distintas entidades que agrupaban al sector privado: estaba la Cámara de Turismo, la Asociación de Cabañas y la Asociación de Guías.

La Asociación de Guías había logrado un hecho sin precedentes en el país logrando una Ordenanza. No había antecedentes en el país. Después apareció algo en el Sur, y ahora la Nación y la Provincia de Buenos Aires están pidiendo a la ciudad algunas legislaciones. Pero han sido de avanzada acá en Tandil.

Estos grupos le pidieron en el 2003 a los candidatos a intendente la creación del IMT. El único candidato que tomó la propuesta fue Lunghi, que lo incorporó a la Plataforma. Ganó, y una de las primeras cuestiones que se cumplieron de la Plataforma fue la creación del IMT.

Se reunió con los privados y fueron a buscar a lo máximo del Turismo en Argentina; Antonio Torrejón. Antonio es casi un padrino nuestro. Vino, se instaló acá, trabajó, fue creando conciencia, aconsejando, y se creó el IMT.

En el IMT a veces hay intereses muy contrapuestos, no son los mismos intereses los del sector privado que los del sector público. Los privados tienen divisiones, no es lo mismo el sector alojamiento que el sector gastronómico.

El de alojamiento quiere que venga una familia y se quede 10 días. El de gastronomía quiere al visitante porque el que está 10 días gasta el último día.

Nosotros entonces estamos en el medio. Lo que si está claro es que se busca captar un segmento de clase media o media-alta, en esto si hay un acuerdo público-privado ya que se coincide en que no se quiere un Tandil masivo. No se quiere un Turismo que se vuelva en contra, que sea depredador, que termine arruinando la calidad de vida. Quiere un Turismo bastante selectivo, que no se implementen campañas para tener un público masivo.

Ya genera bastante "resquemor" lo que sucede en Semana Santa, donde la ciudad se ve desbordada de gente, no puedes caminar, transitar por la calle, el tránsito es caótico. Y además trae aparejadas cosas que creo que ningún destino quiere, todo ese contingente circense que se mueve en torno a las fiestas populares: los vendedores hippies, los tipos con la llamita, el burrito, que no tienen nada que ver con la idiosincrasia del lugar, que toman la plaza pública y ponen un cordel con ropa, todo eso no nos hace bien a nosotros, el residente lo rechaza y el prestador también porque quiere brindar otro tipo de atractivo y de servicio. Entonces, en eso hay un acuerdo. Y

eso está muy bien aclarado en el Plan Estratégico: NO SER UN DESTINO MASIVO.

Al mismo tiempo hemos apostado a un crecimiento NO ILIMITADO, pero esto es muy cambiante, día a día. Por eso uno que hace una inversión no debe acostarse a dormir.

Por ejemplo, invertir en un Parque Temático es algo que tiene fecha de defunción, se agota en el tiempo, entonces hay que pensar en qué invertir como atractivo para que Tandil además de ser un lugar de descanso, lindo, atractivo, que tenga siempre valor agregado... Que se tenga en cuenta qué hacer para perdurar en el tiempo. Esto se genera, por suerte, en el IMT, donde todos tienen voz y voto. Políticamente es una constitución, un ente muy del Siglo XXI donde el poder político de turno resigna 1/4 parte de poder porque a partir de la conformación del IMT, se hace lo que se decide. Yo no puedo salir a hacer lo que se me cante aunque tenga orden del intendente y sea el Director de Turismo.

No cualquier partido político está dispuesto a resignar poder. Hoy el Turismo en Tandil lo ha logrado. Y esto ocurre en muy pocas ciudades del país.

Una integración público-privada que no está pintada (porque en algunos lados existe pero es simbólico, se juntan a comer un asado y son amigos del intendente de turno). Acá es bien logrado, acá es real.

La promoción del destino sale por decisión de la mesa y no siempre las cosas salen por unanimidad, y las más de las veces el sector público pierde.

Para la FEBAT por ejemplo, ganó el diseño que eligieron los privados. Somos 3 contra 12 privados.

Para la campaña de promoción también se vota en qué medios promocionar, etc. Y todo se respeta. Hay mucha maduración felizmente, antes era más complicado, cuando yo llegué cambió justo la conformación del sector privado, antes había personalidades muy fuertes, entonces los que llegaron, muy moderados, inteligentes y con capacidad de tolerancia. O sea que cuando alguien pierde una votación, no se levanta y pega el portazo.

Si esto se replicara en todos los sectores, en toda la sociedad, tendríamos un futuro muy esperanzado.

Yo que vengo del Consejo Deliberante, el sector Turismo es Finlandia, Suiza! Y eso que el sector privado es muy exigente. Pero más lo veo cuando estoy con otros Directores de Turismo, de otras ciudades. Todos acá sabemos lo que hay que hacer, entonces es muy fácil.

Al ser tan reciente la notable importancia del Turismo como política de Estado, los secretarios de Turismo son en general muy jóvenes. En la Provincia de Buenos Aires el promedio está entre 30 y 35 años de edad. Son todos muy jóvenes y preparados. El 90% son profesionales en Turismo y esto es buenísimo.

Siempre hay cosas para corregir pero es un ámbito lindo para trabajar porque hay mucho punto de encuentro todo el tiempo y hay mucho nivel de cooperación. Si bien un destino emergente puede ser competencia directa, eso me obliga a mi a no "dormirme en los laureles".

Hay un espíritu de cooperación muy grande y muchos ya piensan a nivel regional. Porque Tandil tiene muchas cosas pero llega un momento que se agota, Tandil es un sitio privilegiado porque tenemos la posibilidad de Turismo Aventura, de Turismo Rural (aunque incipiente), tenemos circuitos culturales, la cosa mística, mucha gente llega a Tandil por cosas esotéricas, tenemos El Calvario, Turismo Religioso, etc.

Hay otros destinos que en cambio, tienen una sola cosa de la cual aferrarse, por lo tanto, necesitan de la región. Y Tandil, también. Porque si nosotros potenciamos el Turismo Religioso tenemos el Obispado de Azul, el de Mar del Plata, el Monasterio Trapense y eso hace una triada importante.

A mí me sirve, por ejemplo, poner en la oferta: "Visita al Museo Fangio en Balcarce", porque el turista va y después yo tengo un día más de pernocte. Esa integración es inteligente, nos favorece a todos, crecemos todos.

- Haciendo las encuestas y demás, veo que muchas empresas están desarrollando prácticas ambientales y muchas, aunque no conocen mucho del tema buscan capacitarse en el tema; los Manuales de Buenas Prácticas, si bien figuran entre las acciones del Plan; ¿Cómo lo van a desarrollar?

Hay 2 líneas de acción:

Hay una dirección muy firme de la Dirección de Medio Ambiente que depende de la Secretaria de Desarrollo Local, al igual que la Dirección de Turismo, muy intensa, que permanentemente está ofreciendo a los hoteles y cabañas capacitación; y otra la Universidad, la cual tiene una política muy proactiva en este sentido, y esto es muy bueno porque tanto desde un lado como de otro se ha despertado conciencia en los prestadores, sobre todo en los más jóvenes, que son los que más empujan. Y el resultado de esto es que los vana terminar arrastrando a todos. Además también la Provincia está muy involucrada con este tema. Cuando se reglamente la Ley de Turismo, que ya está sancionada, la nueva Ley de Turismo de la provincia va a recategorizar todo y va a prestar muchísima atención a todas estas cuestiones ambientales. Entonces cuando los prestadores comiencen a ver que van a tener una estrella más o menos por eso, solos van a cambiar.

Además esto para un territorio como el nuestro es muy importante, sobre todo lo que está más cercano a las sierras.

Pero te digo una cosa, hubo una investigación de campo Cuando la gente estaba trabajando, la consultora privada que trabajó para el PDT, en la determinación de áreas protegidas, se llevó una gran sorpresa porque creían que en el tratamiento de las aguas, los residuos y demás, se iban a encontrar con un diagnóstico bastante malo en el caso de los complejos turísticos. Y la gran sorpresa se la llevaron ellos porque en la mayoría de los complejos no encontraron ningún problema, y sí lo encontraron en los vecinos que viven por ahí, que hacen cualquier cosa. En cambio, el prestador turístico se cuida, le teme al turista y tiene conciencia, son muy poquitos los que no se cuidan y los que no hacen lo que tienen que hacer.

Hay más conciencia de la que nosotros creemos pero también no se descuida, ya sea desde la Universidad o desde el Municipio y también lo hace ahora la Provincia. La OPDS está muy involucrada con el Turismo y van a avanzar sobre el programa.

-El tema de la capacidad de carga, ¿Ustedes van a limitar en algún momento la cantidad de plazas? Para no masificar...

Esto requiere un gran debate del sector. Yo particularmente, si por mi fuera, cortaríaca acá.

A mi me parece que no da para más. Yo diría que habría que ir cortando. Pero igual se tiene que dar un serio debate con los dirigentes del sector, porque los dirigentes del sector están muy preparados y tienen su opinión.

Somos 130.000, tener el 10% de la población en plazas y siendo que no se quiere ser un destino masivo... creo que ese sería el límite.

A ver, ¿Qué es lo que le está faltando a Tandil?, que lo está pidiendo todo el sector, porque además es un Turismo muy importante, un Centro de Convenciones. Hay 3 o 4 proyectos, y alguno va a salir ya.

Y después, si bien en otros lugares pasa lo mismo, un gran espacio cerrado en caso de mal tiempo para la familia.

Bueno, el famoso Shopping, ya tendría que haber empezado a construirse. Yo creo que el problema es que la gente que hoy se tira con proyectos de cabañas y demás no está haciendo sus estudios de mercado como deben, no está haciendo su plan de negocios. Es muy diferente el caso del hotel nuevo, Aguadulce, que inauguró sin promoción y 3 días después de su apertura estaba completo. Pero está completo porque ofrecen buen servicio. No hay que salir a romper el mercado.

El tema es cuando viene gente de afuera a invertir, a veces por lavar dinero. Y algunos son ave de paso, están 3 o 4 meses, después levantan y se van. Y esto hay

que restringirlo, distorsionan el mercado.

Pero esto no lo decido yo, yo soy uno más.

• **LISTADO DE BUENAS PRACTICAS**

A continuación se presenta un listado de Buenas Prácticas (BP) ambientales, económicas y socioculturales, las cuales deberían ser llevadas a cabo por las empresas de alojamiento para lograr una gestión sustentable de sus negocios. Estas fueron seleccionadas de manuales de buenas prácticas, de diferentes programas de certificación en Turismo Sustentable y de otros documentos de reconocimiento mundial, entre ellos, el programa de Costa Rica “Certificado para la Sostenibilidad Turística (CST)”, la “Guía de Recomendaciones Ambientales” de la SECTUR, la “Guía de Buenas Prácticas para un Turismo Sostenible” de Rainforest Alliance, los “Criterios Globales de Turismo Sostenible”, el “Programa de Certificación de Alojamientos Turístico Sustentables” del OPDS y la publicación “Buenas Prácticas para destinos turísticos de Montaña” de la Universidad Nacional de Comahue⁴⁵.

EJE AMBIENTAL

USO DEL AGUA

- Informar a los clientes sobre medidas para reducir el consumo de agua. Esto puede hacerse verbalmente o con carteles informativos en las habitaciones o áreas comunes.
- Identificar las principales áreas donde puede alcanzarse el mayor ahorro en el consumo.
- Controlar regularmente el consumo de agua en cada área del alojamiento (cocina, lavadero, habitaciones) monitoreando por medio de medidores.
- Instalar dispositivos para el ahorro de agua en grifos, duchas y otros tales como cabezales de bajo consumo o limitadores de presión en duchas, aireadores para grifos, tanques para inodoro de menor capacidad, que permitan disminuir el volumen de agua utilizado sin perder presión. Puede reducirse el volumen de las cisternas del WC mediante la introducción de botellas llenas de agua o arena. En las zonas de servicios comunes, pueden instalarse grifos monocomando o canillas con temporizadores que se apaguen después de unos segundos. De este modo, es imposible que queden canillas abiertas por olvido.
- Regar los jardines en horas de baja insolación (a la mañana temprano o durante el atardecer) de manera de evitar la evaporación.
- Evitar el riego con manguera. En su lugar, optar por el riego por goteo o micro aspersores.
- Seleccionar especies de árboles y plantas autóctonas adaptadas a los factores climáticos de la zona.
- Diseñar un plan en el cual se estipulen las metas de ahorro de agua que el establecimiento se plantee, ya que en general las prácticas de ahorro son exitosas cuando responden a un plan concertado y preestablecido. Darlo a conocer a todos los empleados.

⁴⁵ Se seleccionaron aquellas prácticas comunes a todos los programas y manuales tenidos en cuenta y aquellas que no siendo comunes se consideraron prioritarias respecto a otras.

- Instalar medidores de consumo de agua por zonas de uso, lo que permitirá identificar las áreas de mayor consumo e implantar medidas correctoras, ya se trate de fugas, pérdidas o usos inadecuados.
- Lavar en lavadoras únicamente cuando haya cargas completas y de ser posible, adquirir aquellas de bajo consumo, tanto de agua como de electricidad.
- Establecer un programa de revisión y mantenimiento preventivo de tuberías y demás instalaciones para evitar fugas.
- Informar a los clientes sobre cómo ahorrar agua. Incluir información escrita en las habitaciones.
- Mantener un análisis periódico de la calidad del agua.
- Plantar árboles para crear zonas de sombra que reduzcan la temperatura del suelo, disminuyendo las pérdidas de agua por evaporación, lo que implica menor riego.
- Proponer a los huéspedes que utilicen las toallas o sábanas más de un día. Esto además de evitar lavados innecesarios ahorrará energía y trabajo del personal de limpieza.
- Evitar el vertido de aceites usados a los desagües. Un litro de aceite puede contaminar 100 mil litros de agua.
- Recoger el agua de lluvia y aprovecharla para riego.
- Aprovechar las aguas grises del lavado de alimentos y de lavandería para riego u otros usos. Algunos establecimientos desarrollan sistemas para aprovechar el agua de las lavadoras para la descarga de inodoros.
- Fomentar prácticas de formación en los empleados para que sepan comunicar a los clientes las buenas prácticas en las que pueden colaborar para reducir el consumo.
- Mantener un registro de datos del consumo general y por habitación para conocer su evolución y ajustar medidas tendientes al ahorro.
- Contar con un análisis actualizado de la calidad del agua.

TRATAMIENTO DE AGUAS RESIDUALES

- Mantener un control periódico sobre la composición y calidad de las aguas residuales.
- La mejor forma de reducir la peligrosidad y contaminación de las aguas residuales es evitar o minimizar el vertido de sustancias tóxicas a los desagües o canalizaciones.
- Si se obtienen el agua para consumo de pozo, asegurarse de que las aguas residuales no descarguen en él ni lo contaminen.
- En caso de que las instalaciones hoteleras se encuentren en una zona en la que no sea posible conectar los sistemas de desagüe a los colectores y depuradoras municipales, deberá instalarse un sistema adecuado de tratamiento propio de aguas residuales.
- Reciclar el agua residual no proveniente de cloacas para su posterior utilización como por ejemplo para lavar los suelos, llenar las cisternas de los inodoros, regar jardines, etc.
- Instalar sistemas de tratamiento de aguas servidas que purifiquen el agua hasta un nivel aceptable.

ENERGIA

- En los equipos de calefacción o refrigeración, mantener una temperatura promedio de 22°. De este modo se evitarán excesos de consumo. Mantener los equipos en correcto estado de funcionamiento y con los filtros limpios también ayuda a ahorrar energía.

- Verificar periódicamente los equipos e instalaciones eléctricas y de gas a través de un mantenimiento preventivo para asegurar que su funcionamiento sea óptimo y se eviten riesgos o gastos innecesarios.
- Mantener limpias las bombillas y lámparas. Esto permite un ahorro de hasta un 10%.
- Sustituir las lámparas incandescentes por lámparas de bajo consumo, lo que significará un ahorro de hasta el 80% de energía. En caso de tener tubos fluorescentes no es recomendable apagarlos en zonas donde se vayan a encender en menos de cinco horas, ya que el mayor consumo de energía se produce al encenderlos.
- Promover entre los empleados el apagado de luces cuando su uso no sea necesario.
- Recubrir con material aislante los tanques de agua caliente y las tuberías expuestas para evitar pérdidas de calor.
- Aprovechar el calor solar para el secado de la ropa.
- Disponer información y facilidades necesarias en las habitaciones para que el cliente pueda ahorrar energía.
- Utilizar sensores, temporizadores de movimiento o interruptores de presencia que apaguen automáticamente las luces innecesarias en zonas de uso intermitente, como salas de reuniones, depósitos, pasillos, exteriores-
- Utilizar fuentes de energía renovable: paneles solares para calentar el agua, molinos eólicos, entre otros. En estos casos, si bien la inversión inicial es elevada, el ahorro será significativo con el tiempo.
- Medir los consumos energéticos de cada área y llevar un registro para poder definir mejor los objetivos de ahorro que se proponga la empresa.
- Utilizar la iluminación natural lo máximo posible.
- Utilizar productos cuyo mantenimiento requiera menos energía, como las sábanas y las toallas de color o productos ecológicos que pueden lavarse a baja temperatura.
- Elaborar un plan en el cual se estipulen las metas de ahorro de energía que se plantee la empresa.
- Desarrollar alternativas en otras fuentes de energía como solar, eólica, hídrica, etc. para el bombeo de agua, riego, calentamiento de agua, iluminación y otras actividades.
- Utilizar al mínimo posible los sistemas artificiales de secado de ropa. En su lugar, aprovechar el calor solar.
- Situar las cámaras de frío, freezer, y heladeras lejos de las fuentes de calor.
- Animar a empleados y clientes a que utilicen el transporte público o bicicletas y reduzcan la utilización de vehículos particulares para desplazarse.
- Formar a los empleados para que sepan comunicar a los clientes las medidas adoptadas.
- Considerar la colocación de cerraduras con accionamiento electrónico y lector de tarjetas magnéticas en habitaciones.
- Nombrar un responsable y un cronograma de ejecución de actividades para el ahorro de energía que sea conocido por todos los empleados.
- Utilizar la ventilación natural, reflexión de luz y calor, sombra natural y otros para procurar un ambiente agradable.

ENTORNO NATURAL E INFRAESTRUCTURA

- Para acondicionar el paisaje, seleccionar plantas autóctonas que requieran menos agua, pesticidas, abonos y herbicidas.
- Para el mantenimiento de las áreas verdes, evitar el uso de abonos químicos, plaguicidas y herbicidas. En su lugar utilizar abono orgánico u otros productos equivalentes.
- Colocar zonas verdes arboladas que contribuyan a minimizar los efectos de la contaminación y el ruido, además de suavizar las variaciones climáticas.

- Adaptar el aspecto de los edificios o instalaciones para que se integren al paisaje (ya sea urbano o natural). Los volúmenes y los colores deben armonizar con el entorno para que se produzca una transición suave entre el paisaje urbano o natural y la construcción y se evite la contaminación visual.
- Adaptar la distribución física de las instalaciones a las características del entorno, intentando minimizar la ocupación de espacios y la alteración de terrenos naturales, de manera de no perturbar la topografía ni los cauces de escorrentías natural.
- Cumplir las ordenanzas locales de planificación urbana.
- Utilizar los principios de construcción sostenible.
- Permitir el acceso a personas con necesidades especiales. Contar con las instalaciones necesarias para ello (rampas, puertas, habitaciones condicionadas).

DESECHOS SÓLIDOS

- Diseñar un plan en el que se estipulen las metas para la gestión adecuada de residuos basado en la estrategia de las tres R: reducir, reutilizar y reciclar.
- Conservar los residuos sólidos en un lugar seguro e higiénico hasta su retiro, para evitar malos olores y la proliferación de insectos y roedores.
- Considerar el traslado de determinados residuos (plástico, papel, vidrio) a centros de reciclaje. De esto se puede obtener algo de dinero extra o productos hechos con material reciclado a cambio.
- Emplear los desechos orgánicos en la producción de composta o abono orgánico para fertilizar los jardines.
- Concientizar a los huéspedes acerca de la importancia de no arrojar los residuos en los caminos o atractivos. Esto puede hacerse mediante cartelería o folletería, o distribuyendo bolsas para que puedan guardar la basura y llevarla de vuelta al establecimiento luego del paseo.
- Separar los residuos peligrosos (pilas, tubos fluorescentes, aerosoles, etc.) del resto para evitar que se mezclen con la basura doméstica o que se viertan por los desagües, entregándolos a un gestor autorizado.
- Disponer recipientes adecuados para la separación de los residuos (aluminio, plástico, vidrio y papel) susceptibles de distintos aprovechamientos.
- Utilizar en las operaciones diarias productos o insumos que puedan ser reciclados o reutilizados evitando por ejemplo la vajilla o envases de cartón, plástico o aluminio.
- Promover entre los empleados la reducción y minimización en la generación de residuos.
- Instalar dispensers o dosificadores para suministrar productos cosméticos.
- Establecer un compromiso de ahorro de papel con los empleados mediante: el control de copias e impresiones, reciclado de papel utilizándolo para cartas, notas y cuadernos en la organización.
- Dar preferencia a cartuchos de tinta y toner reciclables.
- Reutilizar toallas y sábanas viejas como trapos de limpieza.
- Monitorear continuamente la producción de residuos sólidos, en cuanto a cantidad y composición, generando registros sobre la cantidad producida por habitación o huésped.
- Trabajar con otros empresarios e integrantes de la comunidad local para lograr que se desarrolle desde el municipio un sistema eficiente para la separación, recolección, reciclado y tratamiento de residuos.

POLITICA DE COMPRAS

- Fomentar y educar al personal de la empresa en la compra de productos respetuosos con el medio ambiente.

- Preferir la compra de productos a granel ya que los productos en pequeñas proporciones multiplican en número de envoltorios y envases, generando un aumento de la cantidad de residuos.
- Promover la utilización de papel reciclado para facturas, sobres, tarjetas de visita, contribuyendo al desarrollo sostenible y al mismo tiempo mejorando la imagen medioambiental de la empresa.
- Preferir proveedores que demuestren compromiso con las buenas prácticas ambientales
- Establecer una política de compras en la organización que tenga en cuenta criterios ambientales y sociales.
- Utilizar pilas recargables.
- Dar preferencia a los proveedores que entreguen los productos en envases recargables.
- Utilizar productos de limpieza biodegradables.
- Comparar los insumos alimenticios, de limpieza o mantenimiento en envases grandes, preferentemente de vidrio o metal reciclable.

SEGURIDAD Y EDUCACION AMBIENTAL

- Contar con un plan en caso de emergencias, desastres naturales, incendios, accidentes, etc. Realizar capacitaciones al personal sobre cómo reaccionar ante dichas situaciones.
- Controlar los riesgos de incendio reduciendo al mínimo la cantidad de materiales combustibles a través de buenas prácticas de orden y limpieza: utilizar artefactos eléctricos seguros, controlar las chispas, llamas y otras fuentes de combustión.
- Realizar capacitaciones sobre primeros auxilios.
- Desarrollar una política ambiental en la empresa, definiendo objetivos y acciones a desarrollar en el corto, mediano y largo plazo, fijando las responsabilidades de cada uno de los miembros de la empresa.
- Contar en las habitaciones con información y facilidades necesarias para que los huéspedes puedan ahorrar agua y energía, separar los residuos, proceder en caso de emergencia, etc.
- Brindar formación periódica al personal sobre su papel en la gestión de buenas prácticas ambientales, socioeconómicas, de salud y seguridad.
- Fomentar el comportamiento responsable de los visitantes. Informarlos y motivarlos en forma oral en su ingreso, comentando las buenas prácticas que lleva a cabo la empresa.
- Contar con rotulación que oriente y eduque tanto a clientes como a empleados.
- Asociarse con el municipio local o con otras entidades en campañas de concientización de la población local y de los turistas.
- Contar con un mecanismo para recibir evaluaciones, quejas y comentarios de los clientes.

EJE ECONÓMICO

- La comunidad local debe recibir una porción importante de los beneficios económicos de la empresa, es decir, es importante que el dinero quede en la ciudad.
- Contratar personal de la localidad para cubrir las necesidades de personal.
- Contratar personal en forma legal respetando las normas de protección de los empleados, quienes deben recibir una remuneración justa.
- Adquirir bienes y servicios locales.
- Elaborar una política de contratación de personal que promueva la equidad de género, étnica, la incorporación de personas con capacidades especiales, e impedir el trabajo infantil.

- Brindar al personal capacitación y posibilidades de ascenso. Un personal capacitado podrá cumplir varias funciones con lo cual se reducirá la monotonía y los costos de operación.
- Favorecer las contrataciones permanentes en vez de las temporales.
- Contar con mecanismos y procedimientos claramente establecidos para reservas, contabilidad, mercadeo y administración. Las finanzas y la contabilidad permitirán conocer el estado real del capital y las inversiones y así decidir correctamente el financiamiento apropiado, la inversión más conveniente, etc.
- Adoptar las medidas necesarias para garantizar la calidad de los productos y servicios que se ofrecen al cliente como por ejemplo, desarrollar manuales de calidad o adherirse a normas de calidad certificadas.
- Diseñar un mecanismo para medir la satisfacción del cliente y así adoptar medidas correctivas en la prestación del servicio cuando se consideren necesarias.
- Definir una política de elección de proveedores para garantizar el cumplimiento de una buena política de compras.
- Definir claramente y en forma escrita las políticas empresariales que guiarán la empresa hacia la sostenibilidad, entre ellas política de servicio (orientación al cliente), política social (reglas y normas de comportamiento con la comunidad local) y política de gestión humana (cómo se administrarán los trabajadores).
- Implementar presupuestos (de venta, de mano de obra, de insumos, etc.) para establecer prioridades y evaluar el uso de los recursos en función de los objetivos y necesidades de la empresa.
- Definir el perfil de cliente para desarrollar acciones de comunicación y marketing apropiadas.

EJE SOCIOCULTURAL

- Informar a los clientes las actividades recreativas y culturales llevadas a cabo por organismos o empresas locales.
- Realizar contribuciones económicas o en especie a la comunidad para obras específicas de infraestructura o mantenimiento.
- Involucrarse para integrar asociaciones o comités que trabajen en pro de mejoras para la localidad.
- Desarrollar la actividad de la empresa sin poner en peligro el suministro de servicios básicos (agua, energía, saneamiento, etc.) a la comunidad local.
- Utilizar los servicios de micro, pequeñas o medianas empresas locales, sobre todo aquellas de carácter sostenible.
- Recomendar a los huéspedes la compra de artesanías y productos locales.
- Tener en cuenta a la comunidad local al momento de tomar decisiones y sobre todo respetar sus decisiones.
- Adoptar acciones para promover el entendimiento y el respeto a la cultura y costumbres autóctonas.
- Informar a los clientes sobre el patrimonio natural histórico-cultural de la ciudad.
- Definir por escrito una política clara y precisa como eje de desarrollo empresarial que fomente el respeto y la contribución a la cultura local. Difundirla entre empleados, clientes, proveedores y entre la propia comunidad.
- Analizar la opinión de la comunidad hacia la empresa y hacia el Turismo en la localidad a través de la implementación de encuestas o sondeos de opinión, llevados a cabo permanentemente.
- Para contribuir a la calificación de la comunidad local, implementar programas de capacitación en turismo y en el desarrollo sustentable del sector destinados a la comunidad en general. Pueden brindarse, por ejemplo en las escuelas, enseñando a los más chicos buenas prácticas de manejo de recursos.

• **MODELO DE ENCUESTA REALIZADA A LAS EMPRESAS DE ALOJAMIENTO**

CUESTIONARIO

TIPO DE ALOJAMIENTO:

CATEGORIA:

INICIO DE SUS ACTIVIDADES:

(Este dato es solicitado simplemente para
Conocer la evolución del sector alojamiento en los
Últimos años)

AMBIENTAL

AGUA

1- ¿Cómo obtiene el agua apta para consumo humano?
-Pozo -Conectado a la red de agua corriente -Suministro por camiones

2- ¿Lleva un registro de datos del consumo de agua general de la empresa?

SI NO

¿Y por habitación?

SI NO

3- ¿Revisa periódicamente las pérdidas?

SI NO

4- Tiene instalaciones o dispositivos específicos para ahorrar agua? (Por ejemplo, grifería monocomando, limitadores de presión en duchas, aireadores, grifos con regulador de caudal, tanques de inodoro de menor capacidad)

SI NO

5- El agua proporcionada a los huéspedes, ¿Es reutilizada para otro fin?

SI NO

Si su respuesta es si, ¿Para qué? (Ej., riego)

6- El recambio de toallas, ropa de cama, etc., ¿Se realiza a petición del huésped o con frecuencia periódica?

7- ¿Informa a sus clientes sobre medidas para reducir el consumo de agua?

SI NO

Si su respuesta es SI, ¿De qué manera? (carteles informativos, verbalmente, etc.)

8- ¿La empresa cuenta con un análisis periódico de la calidad del agua para consumo emitido por un ente autorizado?

SI NO

9- ¿Riegan en horas de baja insolación para evitar evaporación?

SI NO

10- ¿Evitan el vertido de aceites usados?

SI NO

AGUAS RESIDUALES

11- Las aguas residuales (aguas grises incluidas, provenientes de por ej. lavado de ropa)

- ¿Se tratan eficazmente? SI NO
- ¿Se reutilizan siempre que es posible? SI NO

12- ¿La empresa realiza un control periódico sobre la composición y calidad de sus aguas residuales? SI NO

ENERGIA

13- ¿Utiliza electricidad de red? SI NO ¿Para qué?

14- ¿Utiliza biomasa vegetal? SI NO ¿Para qué?

15- ¿Utiliza gas envasado? SI NO ¿Para qué?

16- ¿Utiliza fuentes de energía alternativa? SI NO ¿Para qué?
Ej. Paneles Solares, bio-gas, energía eólica

17- ¿Llevan un registro del consumo? SI NO

18- ¿Se promueve el apagado de luces cuando su uso no es necesario?
SI NO

Si su respuesta es SI, ¿Cómo se procede?

19- ¿El establecimiento está utilizando sistemas de iluminación eficientes, tales como lámparas bajo consumo o leds, cubriendo al menos 80% de las necesidades del mismo?

SI NO

Si su respuesta es NO, ¿en qué porcentaje?

20- El establecimiento, ¿Utiliza nuevas tecnologías para el ahorro de energía en iluminación, refrigeración y otros? (por ejemplo, sensores o temporizadores de movimiento, interruptores de presencia, tarjetas magnéticas en las habitaciones, etc.)

SI NO

Si su respuesta es SI, lo hacen con el objetivo de: (Seleccione)

- AHORRO ECONOMICO
- COMPORTAMIENTO AMBIENTAL RESPONSABLE
- AMBAS

21- Si posee lavandería, ¿Se aprovecha el calor solar para el secado de la ropa?

SI NO

22- La habitación, ¿Cuenta con información y facilidades necesarias para que el cliente pueda ahorrar energía?

SI NO

23- ¿Existe un plan en el cual se estipulan metas de ahorro de energía que la organización se ha planteado?

SI NO

24- ¿Realiza un mantenimiento preventivo de su instalación eléctrica y de gas para evitar riesgos o gastos innecesarios?

SI NO

ENTORNO NATURAL E INFRAESTRUCTURA

25- En el área de jardines, ¿La vegetación está compuesta, en su mayoría, por especies nativas de la región?

SI NO

26- Para el mantenimiento de las áreas verdes, ¿se evita el uso de abonos químicos, plaguicidas y herbicidas?

SI NO

27- Si el edificio/cabañas fue/fueron construidos para la puesta en marcha de su empresa, ¿Fue pedido por el organismo correspondiente un Estudio de Impacto Ambiental para evaluar las posibles consecuencias de la infraestructura sobre el entorno?

SI NO

28- La fachada, colores y estructura del edificio, ¿Armonizan con el ambiente natural, previniendo la contaminación visual?

SI NO

29- ¿Tiene las instalaciones necesarias para permitir el acceso a personas con necesidades especiales?

SI NO

DESECHOS SÓLIDOS

30- Los desechos orgánicos producidos en el hotel, ¿Son utilizados en un programa de compostaje u otra aplicación adecuada?

SI NO

31- ¿Se colocan por separado o en recipientes especiales los residuos susceptibles de distintos aprovechamientos? (Ej. Papel, vidrio, botellas de plástico)

SI NO

32- ¿Se utilizan en las operaciones diarias productos o insumos que puedan ser reciclados o reutilizados, evitando por ejemplo, la vajilla o envases de cartón, plástico o aluminio?

SI NO

33- ¿Posee un plan que estipule las metas de reducción en la cantidad de residuos?

SI NO

34- ¿Promueve entre sus clientes y empleados la reducción y minimización en la generación de residuos?

SI NO

35- ¿Lleva un registro de la cantidad de residuos generados?

SI NO

POLITICA DE COMPRAS

36- ¿Existe en la empresa una política de compras y utilización de productos, de toda índole, que tenga en cuenta criterios ambientales y sociales? ¿Cuáles?

SI NO

37- ¿La empresa utiliza productos de limpieza biodegradables?

SI NO

38- En la política de compras, ¿se da preferencia a productos respetuosos con el medio ambiente en lo que se refiere a materiales de construcción, alimentos y artículos de consumo?

SI NO

39- ¿La empresa mide la adquisición de artículos desechables y consumibles y busca modos de reducir su uso?

SI NO

40- ¿Compra los insumos alimenticios, de limpieza o mantenimiento en envases grandes, preferentemente de vidrio o metal reciclable?

SI NO

EDUCACION AMBIENTAL

41- ¿Motiva a los visitantes a contribuir con la conservación y el uso racional del agua y la energía, así como con el manejo responsable de los desechos?

SI NO

42- ¿Cuenta con un mecanismo para recibir evaluaciones, quejas y comentarios de los clientes?

SI NO

43- ¿Cuentan las habitaciones con rotulación que oriente y eduque tanto a clientes como a empleados en el ahorro de recursos?

SI NO

ECONOMICO

44- ¿La empresa utiliza personas de la localidad para cubrir más del 60% de las necesidades de personal?

SI NO

45- ¿La empresa contrata personal de forma ilegal o por debajo de las condiciones mínimas?

SI NO

46- ¿La comunidad local recibe una porción importante de los beneficios económicos de la empresa?

SI NO

47- ¿Los proveedores en su mayoría, pertenecen a la localidad?

SI NO

48- ¿Ofrece capacitación a su personal y posibilidades de ascenso?

SI NO

49- ¿Estaría dispuesto a cambiar conductas ambientales, económicas o sociales que garanticen el aumento de la rentabilidad de la empresa?

SI NO

SOCIOPOLITICO

50- ¿Informa a sus huéspedes sobre las actividades recreativas y culturales llevadas a cabo por organismos o empresas locales?

SI NO

51- ¿La empresa, tiene en cuenta a la comunidad local al momento de tomar decisiones?

SI NO

52- ¿Recomiendan a los huéspedes la compra de artesanías y productos locales?

SI NO

53- ¿Informan a los clientes sobre el patrimonio natural e histórico-cultural de la ciudad?

SI NO

54- ¿Cómo evalúa el Plan Estratégico de Turismo: Tandil 2020 que está implementando el municipio para el desarrollo de un Turismo Sustentable en Tandil?

Muy bueno Bueno Regular Malo

55- ¿Qué acciones están llevando a cabo las autoridades locales en Turismo para cumplirlo que involucre/beneficie a su empresa?

56- ¿Cuál es el grado de coordinación que la empresa tiene con otros empresarios/empresas del sector alojamiento?

Muy bueno Bueno Regular Malo

Para finalizar y agradeciéndole inmensamente por su tiempo y por su aporte a mi trabajo,

- ¿Conoce el significado de “Desarrollo Turístico Sustentable?”

SI NO

- ¿Estaría interesado en recibir, desde el gobierno local, capacitación o asesoramiento sobre este asunto y sobre cómo llevar adelante una sólida política de sustentabilidad en su empresa?

SI NO

- ¿Cree que esta “forma de hacer turismo” puede contribuir a aumentar la rentabilidad de la empresa?

SI NO

- ¿Cree que existe un segmento de demanda interesada en “comprar” este tipo de producto? (que sea amigable con el medio ambiente, que minimice los impactos negativos de sus actividad, etc.)

SI NO

CUESTIONARIO PARA LAS EMPRESAS ADHERIDAS AL PROGRAMA DEL OPDS

- ¿Dan a conocer entre los huéspedes su adhesión al Programa?

SI NO

Si su respuesta es SI:

- ¿Cuál es su opinión al respecto?

- ¿Les resulta atractivo?

- ¿Puede mencionar los beneficios que obtuvo su empresa a partir de su adhesión? (por Ej. Diferenciación de su establecimiento, mejora de la imagen de la empresa, aumento de rentabilidad, mayor preocupación por ahorrar recursos, entre otros...)

- ¿Cómo supieron del Programa? ¿Están adheridos a algún otro programa de Certificación de Sostenibilidad Turística?

- ¿Reciben por parte del OPDS:
 - capacitación?
 - asesoramiento?
 - evaluaciones periódicas?
 - subsidios?
 - otros?

- El material promocional de la empresa, ¿Hace referencia a su adhesión?

- ¿Provee información a los huéspedes sobre las buenas prácticas adoptadas por la organización?

• **MODELO DE ENCUESTA REALIZADA A LA COMUNIDAD LOCAL
(LOS TANDILENSES)**

SEXO:

EDAD:

1- A su criterio, ¿Cuáles de los siguientes impactos negativos del Turismo considera que están afectando a nuestra ciudad? (puede marcarse más de uno)

- a- Deterioro de los paisajes por la proliferación de infraestructuras turísticas y construcciones
- b- Aumento de los vertidos y residuos, provocando contaminación
- c- Cambio en el estilo de vida de la población
- d- Congestión por tráfico, ruido y molestias
- e- Consumo desmedido de agua y energía
- f- Inseguridad
- g- Otros (especificar)

2- ¿Considera importante que las empresas del sector turístico tengan en cuenta en sus actividades medidas respetuosas con el medio ambiente?

SI

NO

3- ¿Conoce el significado de Turismo Sustentable?

SI

NO

4- ¿Está de acuerdo con el aumento de la actividad turística en nuestra ciudad?

SI

NO

5- Su profesión o empleo, ¿Tiene alguna relación con el Turismo?

SI

NO

6- ¿Cree que el gobierno local tiene en cuenta a la comunidad local al tomar decisiones?

7- A su criterio, ¿sobre que aspectos debería trabajar el gobierno local para mejorar el desarrollo del Turismo?

RESPUESTAS PREGUNTA 7 COMUNIDAD LOCAL

La pregunta N°7 realizada a la comunidad local la respondieron 151 de los 235 encuestados.

Los aspectos comunes mencionados por los tandilenses fueron 49, los cuales se resumen en la siguiente lista, ordenada de mayor a menor cantidad de veces mencionados:

- Tarifas de alojamientos, regulación de precios
- Más promoción del destino
- Seguridad
- Más centros de información turística (y horario de los mismos)
- Mejora de las calles (arreglo y limpieza)
- Señalización de algunos lugares turísticos y cartelera en paseos
- Mantener los paseos turísticos y de recreación

- Limpieza de la ciudad
- Horario de comercios
- Regulaciones y normativas para preservar las sierras, no permitir más construcciones
- Protección del medio ambiente
- Ordenamiento territorial, planeamiento urbano
- Tránsito, semáforos para peatones
- Shopping
- Capacitación a la comunidad y concientización en temas ambientales (atención al turista, beneficios de la actividad, etc.)
- Control más exhaustivo en cuanto a habilitaciones de posadas, casas, hostel, cabañas, hoteles y demás alojamientos.
- Colectivo turístico a los paseos
- Nuevos paseos y lugares de recreación
- Crecer en número de plazas
- Espacio recreativo cerrado o propuestas para días de lluvia
- Estacionamiento
- Peatonal en el centro
- Baños públicos en los paseos
- Que el turismo no contraponga con las costumbres de los tandilenses, que no afecte negativamente su población, es decir, respeto por la comunidad
- Fomentando más actividades recreativas o espectáculos gratuitos
- Limpieza del Dique
- Precios en general
- Mayor regulación de la actividad
- Incentivos para emprendedores locales
- Recolección de residuos (todos los días)
- Primeros auxilios o enfermería en paseos
- Está bien lo que están haciendo ahora
- Guiadas gratuitas
- Legislación para lograr Desarrollo Sustentable
- Extender la red de servicios (agua, gas, etc.)
- Fiesta Popular que atraiga turistas
- Fomentar el teatro en Tandil
- El turismo ya está demasiado desarrollado en la ciudad
- Que siga habiendo lugares en los que la gente pueda descansar
- Educar al turista a respetar normas de tránsito, y cuidado de la naturaleza
- Trabajos dignos a los empleados del sector (concientizar a los prestadores)
- Folletería
- Más lugares de recreación nocturna
- Buenas Prácticas de Turismo Sustentable
- Vuelos a la ciudad
- Reconversión de canteras en lugares turísticos
- Legislar a largo plazo para evitar deterioro de paisajes, de recursos.
- Incorporación de trenes de pasajeros.

• **MODELO DE ENCUESTA REALIZADA A LOS TURISTAS**

Ciudad de Procedencia:

Tipo de alojamiento elegido:

1- ¿Conoce el significado de Turismo Sustentable? **SI** **NO**

2- Si tuviera que elegir entre:

A - Alojamiento respetuoso con el medio ambiente **B** - Alojamiento convencional
¿Cuál elegiría?

- **A** **- B** **- Es indistinto**

3- Si su prestador lo solicitara, ¿Estaría dispuesto a tener mayor cuidado en su estadía con el uso del agua, la energía, generación de residuos, entre otros?

SI **NO**

4- ¿Estaría dispuesto a pagar hasta un 5% más por su estadía a cambio de que:

A- La empresa garantice buenas condiciones de trabajo a sus empleados

SI **NO**

B- La empresa trabaje en la minimización de los impactos negativos que genera el Turismo a la ciudad.

SI **NO**

6- ¿Qué imagen se lleva de la ciudad?

MUY BUENA

BUENA

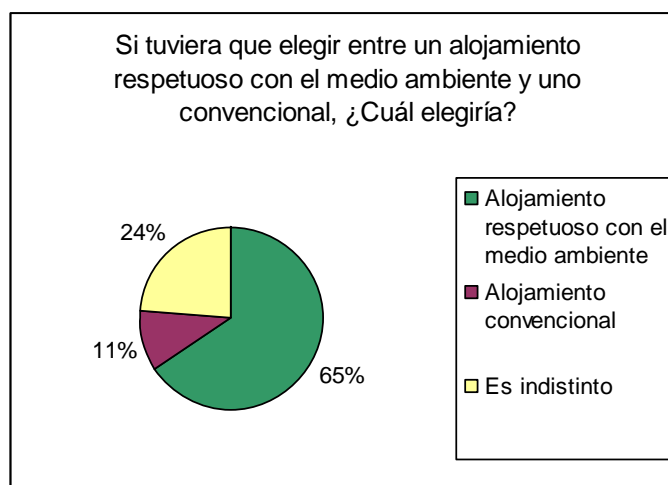
REGULAR

MALA

6- ¿Le interesaría que los folletos turísticos de la ciudad incluyeran consejos para que su estadía sea armoniosa con la comunidad local y el medio ambiente?

SI **NO**

• **GRAFICO CORRESPONDIENTE A LA RESPUESTA DE LOS TURISTAS EN LA PREGUNTA N°2**



IMÁGENES

FOTOS DE LA CIUDAD



Lago del Fuerte



Cerro "El Centinela"



Portada de "Parque Independencia"



Vista Panorámica



Piedra Movediza (réplica)



Las sierras, principal atractivo de la ciudad

- MOLINO EÓLICO PERTENECIENTE A UNA DE LAS EMPRESAS VISITADAS:



- **TARJETAS MAGNETICAS: SISTEMA DE CORTE DEL CIRCUITO ELECTRICO DE LA HABITACION**



