

Facultad de Ciencias Económicas de La Plata (UNLP)

Trabajo de Tesis Final.

Licenciatura en Turismo.

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA LA CIUDAD DE SAN CARLOS DE BOLÍVAR.



Alumno: Sánchez Juan Diego

Legajo: 66314/5

Directora de Tesis: Molinari Gloria.

Fecha de entrega: 04/11/09

RESUMEN

La presente tesis, esta conformada por una **introducción**, donde se hace referencia a la importancia de la actividad turística en el mundo y principalmente a nivel local. Se nombra cada uno de los objetivos, así como también, la metodología a implementar.

Continúa con una **justificación**, revelando el por qué, de la temática elegida.

Siete capítulos son los propuestos en esta tesis, finalizando con una **conclusión**, una serie de **recomendaciones** a considerar y un breve **comentario final**.

El capítulo I, consiste en comunicarle al intendente de San Carlos de Bolívar, sobre la importancia y beneficios que puede generar la actividad turística en una localidad, así como también, sobre los beneficios y oportunidades que un municipio cuenta, al poseer un ente encargado (SECTUR) de la actividad turística de su localidad.

El capítulo II, da a conocer la opinión de la población local, respecto al desarrollo de la actividad turística en la ciudad.

El capítulo III, elabora un diagnóstico sobre la situación turística actual de la localidad. Éste, consta de un análisis de la localidad: situación geográfica, ambiental, comunidad, sectores productivos, instituciones, etc. Y de un análisis turístico de la localidad: oferta y demanda turística, atractivos, infraestructura y servicios, competencia, tendencias del mercado...

El capítulo IV, formula un plan de acción que consiste principalmente en desarrollar estrategias, en lograr un mejor posicionamiento del destino frente a otros, proyectar una imagen del destino, promocionar, desarrollar acciones, realizar un cronograma de acciones, una estimación presupuestaria y posibles vías de financiación.

El capítulo V, confecciona un modelo de gestión, permitiendo asegurar el proceso de elaboración y ejecución del plan, y por otro lado, la posterior gestión de la nueva realidad turística resultante en el territorio.

El capítulo VI, compone un plan de capacitación, diseñando programas educativos para lograr una conciencia turística en la comunidad, estudios sobre las necesidades formativas y de capacitación de los distintos agentes involucrados en el desarrollo turístico de la zona.

El capítulo VII, pretende informar a la comunidad local, mediante diferentes medios de comunicación, la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Sostenible.

ÍNDICE

Introducción	Pág. n° 2
Objetivos y Metodología	Pág. n° 2-5
Justificación	Pág. n° 6-7
Capítulo I	Pág. n° 8
Resultado de la entrevista con el intendente Simon Juan Carlos	Pág. n° 9
Capítulo II	Pág. n° 10
Representación de los datos obtenidos, en la encuesta realizada a la población local.	Pág. n° 11-12
Capítulo III	Pág. n° 13
Elaboración del diagnóstico de la situación turística actual de la ciudad.	Pág. n° 14-15
Entorno territorial.	Pág. n° 16-20
Análisis de la situación turística.	Pág. n° 20
▪ Inventario de recursos turísticos.	Pág. n° 20-25
▪ Oferta turística.	Pág. n° 26
▪ Análisis de la demanda.	Pág. n° 27-30
▪ Infraestructura.	Pág. n° 30-31
▪ Análisis de la competencia.	Pág. n° 31-33
▪ Análisis de las tendencias.	Pág. n° 33-35
Cooperación y Alianzas.	Pág. n° 35
Análisis F.O.D.A.	Pág. n° 36-39
Capítulo IV	Pág. n° 40
Identidad singular del destino turístico.	Pág. n° 41-43
Objetivos.	Pág. n° 43-45
Estrategias.	Pág. n° 45
Áreas de Acción.	Pág. n° 45-47
Lineamientos de acción.	Pág. n° 47-50
Capítulo V	Pág. n° 51
Concepto e Instrumentos de la Gestión Turística.	Pág. n° 52-53
▪ Control	Pág. n° 53-54
▪ Coordinación.	Pág. n° 54-55
▪ Organización.	Pág. n° 55-56
▪ Participación Comunitaria.	Pág. n° 57-58
▪ Apoyo al sector empresarial.	Pág. n° 58
▪ Mantenimiento y actualización a un sistema de información.	Pág. n° 58-59
▪ Control de la calidad.	Pág. n° 59-60
▪ Financiamiento.	Pág. n° 60-62
Capítulo VI	Pág. n° 63
Relevamiento de información en las principales empresas prestadoras de servicios turísticos.	Pág. n° 64-65
Promover una campaña de concientización turística.	Pág. n° 65-66
Proponer diferentes capacitaciones turísticas para diferentes niveles educativos.	Pág. n° 67
Capítulo VII	Pág. n° 68
Diferentes medios de difusión.	Pág. n° 69
Conclusión	Pág. n° 70
Recomendaciones	Pág. n° 71
Comentario final	Pág. n° 72
Bibliografía	Pág. n° 73-75

INTRODUCCIÓN

El turismo, está entre las actividades económicas más importantes del mundo, y sin duda viene creciendo y generando ingresos notablemente.

Sin embargo, para que éstas generen dichos ingresos, las mismas deben llevar un crecimiento y orden sostenible, gestionado y planificado.

Son pues las municipalidades las que deben intervenir tempranamente en el desarrollo del turismo local, para que éste se transforme en una actividad permanente y sustentable, desde el punto de vista ambiental, social y económico.

La importancia del turismo en el ámbito local radica en los múltiples beneficios que esta actividad puede generar. En áreas adecuadamente desarrolladas, el turismo puede enriquecer a sus habitantes a través de la activación comercial, la creación de centros de entretenimiento, cines, teatros y restaurantes, con lo que el residente puede disponer de alternativas de ocio que anteriormente no tenía a su alcance.

Según la OMT, el ámbito local es más propicio que el nivel nacional o la escala regional para plantear políticas efectivas y proyectos concretos; ésto se debe a que para el municipio, por sus facultades legales, su cercanía con la comunidad y sus recursos, lo local resulta más concreto, tangible y manejable, por este motivo es más fácil planificar, diseñar, gestionar y controlar el turismo.

A su vez, la OMT, en sus previsiones para el futuro del turismo mundial, señala importante de considerar, la incorporación de las comunidades locales en la planificación y operación del turismo, así como la cooperación entre organismos y operadores, dado que es una actividad multidisciplinaria e interrelacionada con otros sectores. Esto implica la participación activa y coordinada de todos los agentes de la sociedad, del empresario involucrado en turismo y de los gobiernos locales o municipales, lo cual debe darse de forma continua y coordinada.

El presente trabajo se enfoca en la ciudad de San Carlos de Bolívar, la cual mantiene ajeno el desarrollo controlado y sostenible de la actividad turística.

Si bien esta ciudad ha visto crecer notablemente el arribo de turistas y visitantes en los últimos diez años, se cree que es principalmente, debido a la influencia de Marcelo Hugo Tinelli y Enrique Saco, con la realización de importantes eventos deportivos.

Es por este motivo, que se plantea como objetivo principal, la elaboración de un plan de desarrollo turístico sostenible local, creando así, un espacio generador de prácticas turísticas desde el ámbito municipal, capaz de lograr en un futuro cercano, un desarrollo sostenible, regular y controlado de la actividad turística en la ciudad de San Carlos de Bolívar.

A su vez se plantean diferentes objetivos particulares:

- 1) Creación de un espacio facilitador de practicas de turismo sostenible en el ámbito municipal. (Secretaria de Turismo).

Contenido:

Se pretende informar al intendente de la ciudad de San Carlos de Bolívar y a las autoridades municipales sobre la importancia y beneficios que puede generar la

actividad turística en una localidad, así como también, sobre los beneficios y oportunidades con que un municipio cuente con un ente encargado (SECTUR) de la actividad turística de su localidad.

Metodología:

Se enviará una nota escrita al intendente de la ciudad y autoridades del municipio, informándoles el motivo de la nota e evitándolos a una futura reunión, detallando horario y lugar de la misma.

Llegado el momento de la reunión, se les informará sobre el proyecto, se les explicará de donde surge la iniciativa y cuáles son las motivaciones, se les presentarán propuestas concretas, etc.

Resultados:

Se espera que la propuesta presentada en la reunión sea aprobada tanto por el intendente de la localidad, así como también por las autoridades del municipio y que estén de acuerdo en poner en funcionamiento este proyecto.

- 2) Realizar un estudio del desarrollo turístico real y potencial de la zona.

Contenido:

Se procura un análisis previo y de manera general de la ciudad y de su situación turística.

Se busca información preliminar de todos los actores involucrados en el desarrollo local, comunidad, empresarios, productores, instituciones, etc.

Se tomarán temas relacionados a la ciudad y su vinculación con el turismo.

Metodología:

Se recurrirá a bibliografía, informes, estudios, proyectos, documentos escritos, diferentes archivos, fuentes primarias y secundarias, etc. que contengan información útil y relevante para las tareas a desarrollar.

Resultados:

Lograr una cantidad suficiente de información para poder continuar con las siguientes fases.

- 3) Elaboración de diagnóstico de la situación turística actual de la ciudad.

Contenido:

Se elaborará un diagnóstico sobre la situación turística actual de la localidad.

El mismo constará de:

- Análisis de la localidad: situación geográfica, ambiental, comunidad, sectores productivos, instituciones, etc.
- Análisis turístico de la localidad: oferta y demanda turística, atractivos, infraestructura y servicios, competencia, tendencias del mercado...

Metodología:

Como en la fase anterior se recurrirá a bibliografía, informes, estudios, proyectos, documentos escritos, diferentes archivos, fuentes primarias y secundarias...

Para recolectar datos correspondientes a la población local se realizarán cuestionarios. Los mismos serán de carácter anónimo para que el encuestado responda libremente. Poseerán preguntas cerradas.

Todos los datos obtenidos, tanto de los cuestionarios como de las entrevistas serán presentados en el cuerpo teórico y sus correspondientes gráficos estarán presentes en el anexo del trabajo.

Resultados:

Se espera obtener un diagnóstico dividido en dos partes, una descriptiva y una segunda analítica o evaluativa, la cual llevará a la elaboración de la matriz FODA, permitiendo así identificar los puntos fuertes y débiles del desarrollo turístico de la zona.

4) Formulación del Plan de Acción Turística.

Contenido:

El plan de acción consiste principalmente en desarrollar estrategias, en lograr un mejor posicionamiento del destino frente a otros, proyectar una imagen del destino, promocionar, desarrollar acciones, realizar un cronograma de acciones, una estimación presupuestaria y posibles vías de financiación.

Metodología:

Una vez elaborada la matriz FODA, donde se identificarán las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades del desarrollo turístico de la zona, se elaborarán las estrategias y se identificarán las acciones que harán al desarrollo turístico de la localidad de manera ordenada y sostenible.

Resultados:

Obtener un documento denominado "Plan de Acción Turística", que refleje la batería de acciones que habrá que ejecutar para alcanzar el modelo de desarrollo turístico.

5) Elaboración de un modelo de gestión.

Contenido:

Este modelo tendrá como función asegurar el proceso de elaboración y ejecución del plan, y por otro lado, la posterior gestión de la nueva realidad turística resultante en el territorio, así como también asegurar un desarrollo turístico de la zona de manera sostenible.

Metodología:

Información obtenida hasta el momento, con ayuda bibliográfica, ayuda de expertos, profesionales y sacando conclusiones.

Resultados:

Conformar el Modelo de Gestión del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico.

6) Elaboración del plan de capacitación

Contenido:

Diseñar programas educativos para lograr una conciencia turística en la comunidad, así como también, realizar un estudio sobre las necesidades formativas y de capacitación de los distintos agentes involucrados en el desarrollo turístico de la zona.

Metodología:

Comunidad: se repartirán folletos explicativos, sobre la importancia de la actividad turística en la ciudad así como también de la importancia del buen trato al turista. Publicidad radial y televisiva.

RRHH de las empresas: se hará un análisis profundo en cada empresa prestadora de servicio acerca de la calidad de conocimiento del personal, y se realizará capacitaciones para los mismos.

Formación profesional: se lanzarán cursos, talleres, carreras, etc.

Resultados:

Se pretende la obtención de un Plan de Capacitación y Formación.

7) Presentación Pública del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico sostenible de la ciudad de Bolívar.

Contenido:

Se hará de conocimiento público la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para la ciudad, se les comunicará a la población local, cuál será el motivo de la elaboración del mismo, así como también, de su funcionamiento.

Metodología:

Se emitirán folletos explicativos y publicidad por diferentes medios.

Resultados:

Se espera un impacto positivo en la comunidad y que la misma sea partícipe de la elaboración del plan.

JUSTIFICACIÓN

¿Por qué un plan de desarrollo local?

El Plan de desarrollo local es un instrumento de gestión útil para propulsar el desarrollo social de una comunidad rural, un barrio marginal, o cualquier otra comunidad que tenga una integración y unidad de propósitos generales.¹

El plan de desarrollo local, es un instrumento válido cuando se emprende, en una comunidad, un programa destinado a:

- Contribuir a mejorar la calidad de vida de la población.
- Aportar a la consolidación del tejido social barrial, aplicando una metodología de participación activa, interinstitucional, y comunitaria y sea una experiencia de acción repetible en el futuro.
- Dar continuidad y sostenibilidad a la inversión realizada (caso la hubiera).

Desarrollo local: de una localidad, de un partido, de un municipio, es aquella actividad económica que motoriza el crecimiento económico del lugar y mejora las condiciones de vida.²

¿Por qué Turismo?

El turismo es una actividad que contribuye a la transformación económica de una localidad.³

Según la OMT⁴, el turismo es la actividad de mayor expansión en el mundo, su magnitud e incidencia económica se han triplicado en los últimos 50 años, "y se prevé que volverán a triplicarse en los próximos 20 ó 30 años.

¿Por qué sostenible?

El desarrollo sostenible es un proceso orientado que contempla una gestión de los recursos con el fin de asegurar su durabilidad, permitiendo conservar nuestro capital natural y cultural, incluyendo las áreas protegidas.⁵

¹ **Fuente:** <http://www.wikipedia.org>, fecha de consulta 05/05/09

² **Fuente:** "El desarrollo Local como eje de la Política Social", (2006), Ministerio de Desarrollo Social- PNUD, Buenos Aires.

³ **Fuente:** Rendón Puertas, María Luisa, (2006), "El modelo de administración turística local". Tomo II. Lima, Perú.

⁴ **Fuente:** OMT, (Organización Mundial del Turismo).

⁵ **Fuente:** Capece Gustavo R, (Octubre De 1997), Turismo Sostenido y Sustentable. "Una visión Holística". Agencia periodística CID.

*“El desarrollo turístico deberá fundamentarse sobre criterios de sostenibilidad, es decir, ha de ser soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales”.*⁶

¿Por qué desde el municipio, desde el ámbito local?

Municipio: con el término municipio se designa a los diferentes tipos de organizaciones políticas cuya función es administrar los intereses particulares de comunidades asentadas en el territorio de un país.⁷

Los municipios son los organismos indicados para lograr el impulso del turismo a nivel local. Sus facultades legales, territoriales y los recursos que manejan los posibilitan para contribuir al desarrollo del turismo interno y a la transformación del país partiendo desde el ámbito local.⁸

Turismo Urbano: El turismo urbano es el que se realiza dentro de una ciudad y comprende todas aquellas actividades que realizan los turistas y visitantes durante su estancia en la ciudad.

Existen varias tipologías de turismo urbano y la clave para definir cada tipología son las actividades principales que se realizan.

La primera de ellas son las actividades culturales, abarca visitar monumentos, museos y exposiciones; actividades profesionales, (ferias, congresos, jornadas, certámenes, simposios, etc.); actividades recreativas (compras de regalos, ropa); actividades de entretenimiento como pueden ser parques temáticos, obras de teatro, conciertos etc.⁹

¿Por qué en la ciudad de San Carlos de Bolívar?

La ciudad de San Carlos de Bolívar ha visto crecer notablemente el arribo de turistas en los últimos 10 años, debido principalmente a la realización de dos acontecimientos deportivos anualmente (Maratón Internacional Dino Hugo Tinelli y Liga profesional de Volley).¹⁰

Sin embargo, se cree que esta ciudad, esta numerosamente dotada de recursos turísticos de diferente índole, pero a su vez, se cree, que los mismos no son reconocidos y/o explotados debidamente.

⁶ **Fuente:** Capece Gustavo R, (Octubre De 1997), Turismo Sostenido y Sustentable. “Una visión Holística”. Agencia periodística CID.

⁷ **Fuente:** Boullon, Roberto C, (2003), “Los Municipios Turísticos”, editorial Trillas, México D.F.

⁸ **Fuente:** Rendón Puertas, María Luisa, (2006), “El Municipio y el Desarrollo turístico Local”, Primera Edición, Lima-Perú.

⁹ **Fuente:** Dennis R. Judd. “El turismo urbano y la geografía de la ciudad”.

¹⁰ No existe evidencia alguna que figure el arribo de turistas. Solo por medio de encuestas a la población.

CAPITULO I

Creación de un espacio facilitador de prácticas de turismo sostenible en el ámbito municipal. (Secretaría de Turismo).



1. Creación de un espacio facilitador de prácticas de turismo sostenible en el ámbito municipal. (Secretaría de Turismo).

El primer paso de este proyecto fue investigar si la municipalidad de Bolívar cuenta con algún ente turístico o si la municipalidad mantiene activo en su accionar cotidiano a la actividad turística.

Si bien, el Listado de Estructura Programática de la municipalidad de San Carlos de Bolívar, cuenta con la jurisdicción de turismo, el mismo no existe.

LISTADO DE ESTRUCTURA PROGRAMÁTICA

Jurisdicción- Denominación.

1000000000 – Sector Público Municipal No Financiero.

1100000000 – Administración Municipal.

1110000000 – Administración Central.

1110100000 – Departamento Ejecutivo.

1110101000 – Conducción Superior o Intendente.

- Desarrollo y Coord. De Políticas Superiores.
- Administración Delegación Urdampilleta.
- Administración Delegación Pirovano.
- Administración Delegación Hale.
- Gastos por Seguridad Pública.

1110102000 – Secretaría de Gobierno.

- Relaciones con la Comunidad.
- Promoción y Difusión de la Cultura.
 - Fiestas Populares.
 - Actividades Culturales Partido de Bolívar.
 - Torneos Bonaerenses.
 - Museo Florentino Ameghino.
 - **Turismo**
 - Cultura en Barrios.

Se realizó una entrevista con el intendente de la localidad, Dr. Juan Carlos Simon, para corroborar la inexistencia del desarrollo de la actividad turística en la ciudad y para comentarle sobre la importancia de esta en el mundo, en el país y sin lugar a duda, los beneficios que puede ocasionar para el municipio y la ciudad, la práctica gestionada de manera sostenible en una localidad como San Carlos de Bolívar.

El mismo afirmó la inexistencia de esta área, se notó conforme con la propuesta, ya que estaba en sus planes, desde hace tiempo, que la ciudad cuente con un área destinada a la actividad turística, pero debido a la falta de profesionales en el tema lo veía muy lejano, es por este motivo que, aceptó ansiosamente el proyecto, comprometiéndose a facilitar un espacio físico donde llevar adelante la actividad turística.

CAPITULO II

Realizar un estudio del desarrollo turístico real y potencial de la zona.



2. Realizar un estudio del desarrollo turístico real y potencial de la zona.

La actividad turística con una adecuada planificación y gestión en una ciudad, es sin duda, una fuente generadora de ingreso para la población de la misma. Sin embargo, todos los impactos provocados por dicha actividad recaerán en dicha población.

Es por este motivo que se cree necesario, por medio de una encuesta¹¹, conocer su opinión acerca del desarrollo de la actividad turística en la ciudad de San Carlos de Bolívar.

Tabulación de datos.

Preguntas	Masculino			Femenino		
	111			90		
	Respuesta			Porcentaje		
	SI	NO	S/O	SI	NO	S/O
¿Es usted nativo/a de la ciudad de San Carlos de Bolívar?	150	51	0	74,6%	25,4%	0%
¿Ha vivido por más de 20 años en esta ciudad?	180	21	0	89,55%	10,45%	0%
¿Usted cree que la ciudad de San Carlos de Bolívar cuenta con atractivos turísticos?	198	0	3	98,5%	0%	1,5%
¿Piensa que la actividad turística está siendo desarrollada adecuadamente en esta ciudad?	3	154	44	1,5%	76,61%	21,89%
¿Conoce usted si la ciudad posee algún ente específico que se encargue de regular la actividad turística en la ciudad?	0	190	11	0%	94,53%	5,47%
¿Cree que la actividad turística con un adecuado desarrollo sostenible, puede ser una fuente generadora de ingresos para la ciudad?	195	0	6	97%	0%	3%
¿Considera que la creación de una secretaría de turismo en la ciudad de San Carlos de Bolívar, puede ser un interesante comienzo para activar la actividad turística en la misma?	197	0	4	98%	0%	2%
Como ciudadano de San Carlos de Bolívar, ¿estaría dispuesto a aceptar y brindar un buen trato al turista?	197	0	4	98%	0%	2%

¹¹ Ver encuesta en anexo, Capítulo II.

Representación escrita de los datos.

El 74,6% de los encuestados, resultaron ser nativos de la ciudad de San Carlos de Bolívar y el 89,55% ha vivido por más de 20 años en la misma. Esto nos da un indicio, que los datos arrojados en esta encuesta son de personas que realmente conocen a la ciudad, aman y quieren lo mejor para ella.

De 201 personas encuestadas, 198 creen que la ciudad posee atractivos turísticos, respondiendo los tres restantes (Sin opinión).

El 76,6% piensa que la actividad turística no está siendo desarrollada debidamente en la ciudad, y a su vez, ninguna de ellos conoce de la existencia de algún ente encargado de regular la actividad turística en la ciudad.

Por otra parte, el 97% cree que dicha actividad, con una adecuada gestión y planificación puede ser una fuente generadora de ingreso para la ciudad y el 98%, considera que la creación de una secretaría de turismo, podría ser el comienzo para activar el turismo en San Carlos de Bolívar.

Finalmente, un dato de mayor interés, es que el 98% estaría dispuesto a aceptar y brindar un buen trato al turista y que el 2% restante respondió (Sin opinión).

CAPITULO III

Elaboración de diagnóstico de la situación turística actual de la ciudad.



3. Elaboración de diagnóstico de la situación turística actual de la ciudad.

El diagnóstico de la situación turística, es un documento que debe incluir los siguientes elementos:

1. Entorno territorial.
2. Análisis de la situación turística.
 - a) Inventario de recursos turísticos.
 - b) Análisis de la oferta.
 - c) Análisis de la demanda.
 - d) Infraestructura.
 - e) Análisis de la competencia.
 - f) Análisis de las tendencias.
3. Cooperación y alianzas.

Entorno territorial: En este informe, se describe y analiza la situación geográfica, la población, los sectores productivos, el empleo y la economía entre otros factores, dando a este análisis, un enfoque sistémico del papel que el turismo juega en el territorio.

Análisis de la situación turística: Este análisis, permite el conocimiento de la situación actual y potencial y los puntos críticos de todos los aspectos que explican el desarrollo turístico de la zona, lo que permitirá detectar las áreas fundamentales en las cuales actuar. Incluye, atractivos, oferta, demanda, infraestructura, un análisis de la competencia y de las tendencias.

- **Inventario de recursos:** permite un ordenamiento de los recursos que presenta la ciudad, clasificados según su rubro.
 - ✓ Sitios Naturales.
 - ✓ Museos y manifestaciones culturales-históricas.
 - ✓ Folclore.
 - ✓ Realizaciones técnicas, científicas, artísticas o contemporáneas.
 - ✓ Acontecimientos programados.
- **Análisis de la oferta local:** La oferta está integrada principalmente por los elementos siguientes: alojamiento, gastronomía, recreación, esparcimiento y actividades de carácter tradicional.
 - ✓ Alojamiento: Tipos de establecimientos, total de habitaciones, calidad, etc.
 - ✓ Gastronomía: Tipos de establecimientos, capacidad para eventos, calidad, etc.
 - ✓ Seminarios y Congresos: Centros de congresos, hoteles con salas aptas, etc.
- **Análisis de la demanda:** En el análisis de la demanda se debe revelar información de tipo cuantitativo y cualitativo:

- ✓ Información Cuantitativa: Cuántos turistas ingresan a la ciudad, qué consumen, dónde se alojan, duración de la estadía, en que temporada, gasto medio, etc.
- ✓ Información cualitativa: Origen, medios de transporte en que arriban a la ciudad, actividades que realizan, etc.
- **Infraestructura:** Análisis de bienes y servicios con que cuenta la ciudad.
 - ✓ Servicios básicos: Agua, electricidad, teléfono, recolección de residuos, red sanitaria, etc.
 - ✓ Transporte: Autobús, taxi, tren, aeropuerto, etc.
 - ✓ Accesibilidad: Caminos, rutas, etc.
 - ✓ Servicios: Comercio, salud, educación, etc.
- **Análisis de la competencia:** se pretende realizar un análisis de los principales territorios cercanos a la ciudad.
 - ✓ Principales territorios con los que se competiría.
 - ✓ Productos que ofrecen.
 - ✓ Medidas para no ser afectados por posibles competidores.
- **Análisis de las tendencias:** Se espera un análisis de cómo impactará el turismo en la localidad.
 - ✓ En que medida afecta esta tendencia a nuestra localidad.
 - ✓ Medidas para afrontar estas tendencias.
- **Cooperación y alianzas:** Dado que en el territorio pueden existir diferentes proyectos e iniciativas relacionados con el turismo, se procederá a identificar aquellas acciones que pueden ser complementarias con este Plan de cara a construir una coherencia global y multiplicar los efectos e impactos deseados. De esta forma se debe manifestar la siguiente información:
 - ¿Qué proyectos existen? Sinergias entre ellos
 - ¿Qué tipos de vínculos empresariales existen?
 - Potenciales socios en el territorio y fuera de él.

1. ENTORNO TERRITORIAL.



“Como figura central el fortín emplazado en la pampa representa el momento histórico de enfrentamientos entre lanzas y fusiles, recordación de la Batalla de San Carlos.

La cabeza de toro y la espiga de trigo son los elementos básicos de la riqueza agroganadera del Partido y significan la civilización y el trabajo.

La rueda dentada representa la industria y es el presagio de un futuro venturoso, aspiración común de todos los bolivarenses”.

Situación Geográfica.

Partido de San Carlos de Bolívar.



Ubicación territorial

El partido de San Carlos de Bolívar, se encuentra ubicado en el centro oeste de la Provincia de Buenos Aires. Entre los 35° 50'y 36° 40' de latitud sur y 60° 30'y 61° 40' de longitud oeste.

Comprendido por las localidades de Urdampilleta, Pirovano, Hale, Unzue, Ibarra, Vallimanca y Paula.

Superficie

4.912, 16 km², que equivalen en hectáreas a 502.700.

La altura del terreno sobre el nivel del mar varía entre 75 y 115 metros.

Límites

Norte: Carlos Casares, Nueve de Julio y 25 de Mayo.

Este: General Alvear y Tapalqué.

Sur: Olavarría, Daireaux

Oeste: Hipólito Irigoyen.

Ciudad de San Carlos de Bolívar.

La ciudad de San Carlos de Bolívar, se encuentra formada por la planta urbana conformando un cuadrado de 16 cuadras por 16 cuadras, completando 256 manzanas y una variedad de barrios que hacen que la ciudad no pare de extenderse.

La planta urbana, cuenta con dos avenidas principales que la dividen en cuatro cuadrados exactos, (Av. San Martín y Av. Atte. Brown la cuál pasa a llamarse Av. Lavalle.) También cuenta con tres importantes avenidas más como son, Av. Alsina, Av. Venezuela, Av. Gral. Paz y Av. Belgrano. Todas sus avenidas cuentan en sus sectores centrales con ramblas, las cuales poseen hermosas palmeras que hacen que la ciudad se vea, aún más especial.

San Carlos de Bolívar, es una ciudad, que posee muchos espacios verdes, ya que esta, cuenta con 11 plazas, (Alsina, Mitre, Roca, Italia, San Martín, Rafael Hernández, Casimira Barroso, Hipólito Irigoyen, España, Manuel Belgrano y Ricardo Rojas).

Población:

Total del Partido: 32.348 habitantes¹²

(15.718 varones - 16.630 mujeres)

La superficie del Partido es de 4912,16 km²

La densidad de población es de 6,58 hab. por km²

El 66 % de la población, reside en la ciudad cabecera San Carlos de Bolívar, mientras que el 34 % restante se distribuye en las localidades y en la zona rural.

La población se ha formado con el gran aporte de la inmigración, y dentro de la población extranjera, o descendientes de ésta, predominan los italianos y españoles. En menor medida llegaron a estas tierras, alemanes, franceses y sirio libaneses.

Clima:

Bolívar se halla en el centro-sur de la región de clima templado pampeano, dentro de la zona de la Pampa Húmeda.

Los vientos característicos de la zona son del norte, noreste y del noroeste, pero sin dudas los más conocidos son el pampero y la sudestada.

Las temperaturas medias de verano oscilan entre los 20° C y 25° C, mientras que las de invierno lo hacen entre 5° y 10° C. Las temperaturas máximas alcanzan en verano los 35-36° C, mientras que en invierno suelen registrarse valores térmicos por debajo de 0° C, coincidentes con fuertes heladas.

La humedad relativa media anual es del 78 %.

Las precipitaciones medias son de 998 mm. En el año 2003 alcanzaron 1.125 mm.

¹² Fuente: INDEC 2001.

Suelo:

Los suelos del partido de Bolívar pertenecen al orden de los molisoles: básicamente son suelos negros o pardos, de textura francoarenosa, que se han desarrollado a partir de sedimentos minerales en climas templado húmedo a semiárido, aunque también se presentan en regímenes fríos y cálidos con una cobertura vegetal integrada fundamentalmente por gramíneas.

Hidrografía:

El Partido de Bolívar es atravesado de suroeste a noreste por el Arroyo Vallimanca (nombre derivado de yegua baya y manca), que recibe este nombre a partir de la laguna San Luis; antes se lo denomina Salado. Además el Partido cuenta con varios espejos de agua permanentes, entre los que se destacan las lagunas San Luis, Cabeza del Buey, El Tordillo y Pay Lauquen. La napa freática se encuentra a escasa distancia de la superficie, variando de acuerdo a los períodos húmedos o secos.

Economía:

La agricultura y la ganadería son los soportes históricos de la economía de Bolívar y los factores fundamentales del crecimiento de la ciudad y sus localidades desde sus orígenes.

Agricultura:

Históricamente el trigo dentro de los cereales y el girasol en las oleaginosas eran los que mayor cantidad de hectáreas ocupaban; sin embargo en los últimos años, la soja ha desplazado al girasol, convirtiéndose en el principal cultivo.

A estas especies, le siguen en superficie sembrada, en menor medida, el mencionado girasol, maíz, sorgo, avena y cebada.

Ganadería:

El primer lugar lo ocupan los vacunos, seguidos por ovinos, el resto involucra ganado porcino, aves y equinos.

Las razas más difundidas son Aberdeen Angus y Polled Hereford; en menor medida se crían Hereford, Limousin, Shortorn, Charolais y cruzas índicas.

Bolívar cuenta con numerosos tambos, mucho de los cuales están montados con la última tecnología y alcanzan destacados valores de producción.

El stock bovino de Bolívar representa el 2,30 % del total de la provincia de Buenos Aires.

En la actualidad es uno de los cinco partidos de la provincia con mayor cantidad de Bovinos.

Otras Producciones:

Apicultura, horticultura, producción de cerdos, avicultura y producción de chinchillas, son otras actividades que se desarrollan con éxito en el partido de San Carlos de Bolívar.

Actividad Industrial:

La actividad industrial en el Partido de Bolívar está centralizada en pequeñas y medianas empresas, y en gran medida en empresas de tipo familiar.

Entre las principales actividades industriales se destacan: tareas de frigorífico y conserva de carne, elaboración de fiambres y embutidos, elaboración de productos lácteos, fabricación de helados, elaboración de productos de panadería y confitería, fabricación de pastas frescas, confección de prendas de vestir, fabricación de calzado, elaboración de soda, elaboración de dulces, mermeladas y jaleas, elaboración de hielo, fabricación de artículos de cemento y fibrocemento, fabricación de mosaicos, fabricación de bloques y ladrillos, fabricación de muebles, actividades de aserraderos y preparación de maderas, confección de artículos de lona, trabajos de imprenta y encuadernación, fabricación de textiles varios, construcción de maquinarias y equipos para agricultura, reparación de maquinarias y equipos para agricultura, fabricación de acumuladores, fabricación de silos, fabricación y armado de letreros, entre otros.

2. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA.

a) Inventario de Recursos Turísticos.¹³

Concepto: constituye un registro y un estado integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas pueden constituir un atractivo para el turista, por lo que representa un instrumento valioso para la planificación turística, toda vez que sirve como punto de partida para realizar evaluaciones y establecer las prioridades necesarias para el desarrollo turístico local.

Un inventario, es un instrumento de gestión que debe ser mejorado de manera constante, y cuyo uso debe permitir y facilitar la toma de decisión en las múltiples instancias del quehacer turístico.¹⁴

Según el ámbito territorial puede ser:

1. A nivel LOCAL, se refiere a que el estudio considera a una parte de un territorio municipal, comunal o de una ciudad específica.
2. A nivel REGIONAL, éste contempla como ámbito geográfico para estudiar, a una región determinada.
3. A nivel NACIONAL, cuando el estudio abarca todo territorio del país.

¹³ Para la realización de este inventario se tomo como referencia:
MINCETUR, (2006), *“Manual para la Formulación del Inventario de Recursos Turísticos a nivel Nacional”*. Fase I. CATEGORIZACIÓN. Perú.

¹⁴ **Fuente:** MINCETUR, (2006), *“Manual para la Formulación del Inventario de Recursos Turísticos a nivel Nacional”*. Fase II- JERARQUIZACIÓN. Perú.

Clasificación de recursos turísticos.¹⁵

1. Sitios Naturales; esta categoría agrupa a diversas áreas naturales que por sus atributos propios, son considerados parte importante del potencial turístico.
2. Manifestaciones Culturales; se consideran las diferentes expresiones culturales del país, región o pueblo, desde épocas ancestrales (desarrollo progresivo de un determinado lugar) tales como lugares arqueológicos, sitios históricos, entre otros.
3. Folclore (*); es el conjunto de tradiciones, costumbres, leyendas, poemas, artes, gastronomía, etc., del país, región y/o pueblo determinado.
4. Realizaciones Técnicas, Científicas y Artísticas Contemporáneas; comprenden aquellas obras actuales pero que muestran el proceso de cultura, civilización y tecnología, con características relevantes para el interés turístico.
5. Acontecimientos Programados; categoría que agrupa a todos los eventos organizados, actuales o tradicionales, que atraen a los turistas como espectadores o actores.

Clasificación de recursos turísticos.

Categoría	Tipo
1. SITIOS NATURALES	1.1 Montañas 1.2 Planicies 1.3 Costas 1.4 Lagos, lagunas y esteros 1.5 Ríos y arroyos 1.6 Caídas de aguas 1.7 Grutas y cavernas 1.8 Lugares de observación de flora y fauna 1.9 Lugares de caza y Pesca 1.10 Caminos Pintorescos 1.11 Termas 1.12 Parques nacionales y reservas de flora y fauna
2. MUSEOS Y MANIFESTACIONES CULTURALES E	2.1 Museos 2.2 Obras de arte y técnica 2.3 Lugares históricos

¹⁵ **Fuente:** Boullon, Roberto, (1995), “*Planificación del Espacio Turístico*”, editorial Trillas. México.

(*) El Folclore es una Manifestación Cultural, sin embargo, por su representatividad e importancia para nuestro país, se ha considerado conveniente que éste constituya otra categoría.

HISTÓRICAS	2.4 Ruinas y sitios arqueológicos
3. FOLCLORE	3.1 Manifestaciones religiosas y creencias populares 3.2 Ferias y mercados 3.3 Música y danza 3.4 Artesanías y artes populares 3.5 Comidas y bebidas típicas 3.6 Grupos étnicos 3.7 Arquitectura popular y espontánea
4. REALIZACIONES TÉCNICAS, CIENTÍFICAS, ARTÍSTICAS O CONTEMPORÁNEAS	4.1 Explotaciones mineras 4.2 Explotaciones agropecuarias 4.3 Explotaciones Industriales 4.4 Obras de artes y técnica 4.5 Centros científicos y técnicos
5. ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS	5.1 Artísticos 5.2 Deportivos 5.3 Ferias y exposiciones 5.4 Concursos 5.5 Fiestas religiosas 5.6 Carnavales 5.7 Otros

Fuente: Boullon, Roberto, (1995), "Planificación del Espacio Turístico", editorial Trillas. México.

Ordenamiento de los Recursos Turístico que posee la ciudad.¹⁶

CATEGORIA	TIPO	NOMBRE	UBICACIÓN
Sitios Naturales	Parque Municipal	"Las Acollaradas"	Parque Municipal.
	Islas	"Isla Las Acollaradas"	Parque Municipal
	Laguna	"Laguna San Luis"	30 Km. al sudeste de Bolívar.
	Laguna	"Cabeza de Buey"	7 Km. al noroeste de Bolívar.
	Arroyo	"Vallimanca"	30 Km. al sudeste de Bolívar

CATEGORIA	TIPO	NOMBRE	UBICACIÓN
Museos y manifestaciones culturales-históricas.	Lugar Histórico	Natatorio Municipal	Parque Municipal
	Lugar Histórico	Estadio Municipal	Parque Municipal
	Obras de Arte y Técnicas.	Cristo	Parque Municipal

¹⁶ Para la elaboración y recopilación de información sobre los atractivos turísticos con que cuenta la ciudad, se contó con la ayuda de tres ciudadanos y buenos conocedores de la ciudad. (Lic. en Turismo: Ruiz Agüero Nicolás, Lic. en Turismo Susperreguy Emilia; estudiante de Lic. en Turismo Medina Romina. Ver ficha en anexo Capítulo III.

	Museo	Florentino Ameghino	Av. San Martín 601
	Teatro	Coliseo Español	Av. San Martín 650
	Lugar Histórico	Paseo Tinelli	Calle Paseo Tinelli
	Lugar Histórico	Cementerio Municipal	Av. Juan Manuel de Rosas.

CATEGORIA	TIPO	NOMBRE	UBICACIÓN
Folklore	Música y danza. Artesanías y arte populares.	Festival Canta Bolívar	Parque Municipal.
	Comidas y bebidas típicas.	Café Literario	Parque Municipal

CATEGORIA	TIPO	NOMBRE	UBICACIÓN
Acontecimientos Programados	Deportivos	Maratón Internacional "Dino Hugo Tinelli"	Centro de la ciudad de Bolívar
	Ferias y Exposiciones	Exposición de la Sociedad Rural de Bolívar.	Sociedad Rural de Bolívar.
	Deportivos	Liga profesional de Voley.	Club Ciudad de Bolívar
	Deportivo	Hipódromo	Parque Municipal
	Deportivo	Cancha de Golf	Parque Municipal

Fuente: Elaboración propia.

Evaluación de recursos turísticos de San Carlos de Bolívar.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN: se han identificado ocho (08) Criterios de Evaluación cuya aplicación permitirá asignar la jerarquía a los recursos turísticos evaluados.¹⁷

- A. Accesibilidad.
- B. Estado de conservación.
- C. Promoción.
- D. Existencia de equipamientos turísticos.
- E. Señalización.
- F. Nivel de afluencia (visitantes).
- G. Periodos de visitas.
- H. Procedencia de turistas.

Ponderación de recursos turísticos de San Carlos de Bolívar.

PONDERACIÓN: se procede a asignar a cada atractivo turístico un factor de ponderación, en función a su importancia turística.

CODIGO	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PESO
A	Accesibilidad.	1
B	Estado de conservación.	1
C	Promoción.	0,5

¹⁷ Ver anexo Capitulo III.

D	Existencia de equipamientos turísticos.	0,5
E	Señalización.	0,5
F	Nivel de afluencia (visitantes).	1,5
G	Periodos de visitas.	1,5
H	Procedencia de turistas.	2

Jerarquización de recursos turísticos de San Carlos de Bolívar.

La jerarquización es un proceso comparativo que permite establecer un orden de importancia de los recursos turísticos previamente clasificados.

Niveles de jerarquía.

Los atractivos inventariados serán evaluados según el siguiente cuadro:

JERARQUÍA	DESCRIPCIÓN
5	Excelente estado.
4	Muy buen estado.
3	Buen estado.
2	Regular estado.
1	Mal estado

Fuente: Elaboración propia.

Ficha de jerarquización.¹⁸

FICHA DE JERARQUIZACIÓN				N°
Nombre del recurso turístico:				
CODIGO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR ASIGNADO	PONDERACIÓN	SUB TOTAL
A	Accesibilidad		1	
B	Estado de Conservación		1	
C	Calidad del entorno		0,5	
D	Existencia de equipamientos turísticos		0,5	
E	Señalización suficiente		0,5	
F	Nivel de afluencia		1,5	
G	Periodos de visitas		1,5	
H	Procedencia de turistas		2	
TOTAL				
JERARQUÍA				

Tabla final de equivalencia.

VALORACIÓN TOTAL	JERARQUÍA
[32 a 28)	5
[28 a 24)	4

¹⁸ Ver fichas completas en anexo Capitulo III.

[24 a 20)	3
[20 a 16)	2
$20 \geq n^{\circ}$	1

Resultados Obtenidos:

Jerarquía	Total de jerarquías	Atractivos por jerarquía
5	0	-
4	4	Liga Profesional de Volley; Exposición Sociedad Rural de Bolívar; Coliseo Español; Maratón Internacional Dino Hugo Tinelli.
3	2	Festival Cantabolívar; Paseo Tinelli.
2	6	Estadio Municipal; Cancha de Golf; Parque Municipal Las Acollaradas; Cementerio; Café Literario; Hipódromo.
1	7	Cristo; Laguna de San Luis; Arroyo Vallimanca; Isla Las Acollaradas; Natatorio Municipal; Cabeza del Buey; Museo Florentino Ameghino.

Fuente: Elaboración propia.

Conclusión:

De la totalidad de recursos turísticos (19), que posee la ciudad de San Carlos de Bolívar, ninguno de ellos alcanza la categoría 5. Es decir que cada atractivo que posee la ciudad puede ser mejorado aún.

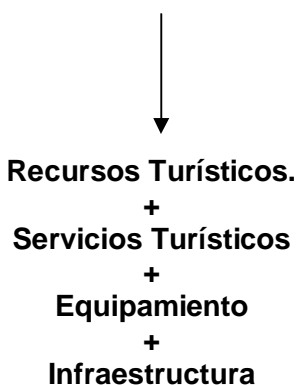
Solamente el 21% de ellos, corresponde a la categoría 4 y un 10, 5% pertenece a la categoría 3.

Un dato llamativo, es que, el 68,4% restante, está dividido en atractivos de segunda y primera categoría. Arrojando la categoría 2, un 31,6% y un 36,6% la categoría uno. Siendo ésta la de mayor porcentaje.

b) OFERTA TURÍSTICA

Oferta Turística: Conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute o consumo.¹⁹

OFERTA TURÍSTICA



En este se hará referencia a los servicios turísticos y equipamientos, ya que los recursos han sido tratados anteriormente y la infraestructura será analizada más adelante.

Servicios Turísticos: se consideran servicios turísticos, los prestados a través de: hoteles, restaurantes, agencias de viajes, transporte, etc.²⁰

Para la recolección y análisis de los mismos se confeccionaron dos fichas; una ficha²¹ para la recopilación de información acerca de servicios de alojamientos y una segunda sobre oferta complementaria.²²

¹⁹ **Fuente:** OMT, 1998.

²⁰ **Fuente:** SECTUR, (2006), "*Planeación y Gestión para el Desarrollo Turístico Municipal*". México.

²¹ Ver anexo Capítulo III.

²² Concepto de Oferta complementaria: "un conjunto heterogéneo de establecimientos que ofrecen servicios a los visitantes con carácter general, no configurándose como instalaciones propias y características de un determinado segmento del mercado turístico, sino que, por el contrario, se consideran comunes a todos los segmentos del mismo".

Ej. Restaurantes, cafeterías, heladerías, discotecas, agencias de viajes, tiendas de artesanías, etc.

Fuente: F. J. Blancas Peral y E. M. Buitrago Esquinas, (1991), "*Estructura y política turística de Sevilla*", editorial Síntesis, Madrid.

c) ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

Demanda Turística.

La demanda turística para destinos urbanos, en su gran mayoría, está formada por turistas de negocios, sin embargo, las ciudades también reciben turistas atraídos por motivos de ocio.²³ Y la ciudad de San Carlos de Bolívar, no escapa a este concepto.

Si bien la ciudad no posee un ente que se encargue de llevar un registro certero sobre los turistas que ingresan a la mismas, así como también, motivos de los mismos, duración de la estadía etc. se consultó a los establecimientos hoteleros sobre la procedencia de los huéspedes. (Los datos arrojados por los establecimientos hoteleros²⁴, fueron que, en su mayoría trabajan en un 80% con turismo de negocio, ya sean (visitadores médicos, viajantes mayoristas, etc.)

Por otra parte, se cree que la ciudad cuenta con un fuerte ingreso de turistas durante los eventos deportivos, siendo la Maratón Internacional Dino Hugo Tinelli y la Liga Profesional de Volley los de mayor concurrencia, además el festival folklórico Cantabolívar y la Exposición de la Sociedad Rural.

Algunos conceptos de interés.

Las definiciones de la demanda varían de acuerdo a la perspectiva de quienes las proponen. En términos económicos la demanda es siempre una magnitud monetaria y no el número de consumidores. La OMT, usa el concepto de gasto por turismo, el cual define como “el gasto realizado por un visitante o de parte de un visitante por causa de un viaje y durante su estancia en el destino”.

Los psicólogos la definen desde el punto de vista de la motivación y el comportamiento.²⁵ A su vez, (Mathieson y Wall, 1982), la definen como, “el número de personas que viajan o desean viajar, para disfrutar de facilidades turísticas y de servicios en lugares distintos al lugar de trabajo y de residencia habitual”.

Turismo urbano, desde una perspectiva de la demanda.

Marchena (1998:11), define al “**Turismo Urbano**” como, “una encrucijada entre los viajes de negocios, reuniones e incentivos y la atracción cultural, patrimonial y de atmósfera lúdica y ciudadana”.

“La ciudad es el local donde se reúnen las mayores ofertas de negocios y ocio, y de esto proviene la gran demanda de desplazamiento hacia ella, en algunas ocasiones, la demanda de este tipo de turismo para las grandes ciudades será en virtud de su importancia económica. Pero el turismo urbano es también predominantemente cultural, o de efectos creados por el hombre para hacer frente al tradicional de sol y

²³ **Fuente:** Página web: <http://www.obsturpr.ufpr.br/artigos/planurb06.pdf>. Fecha de consulta 04/06/09.

²⁴ Los establecimientos hoteleros consultados fueron: Hotel Horizonte, Hotel San Carlos y Hotel La Posada.

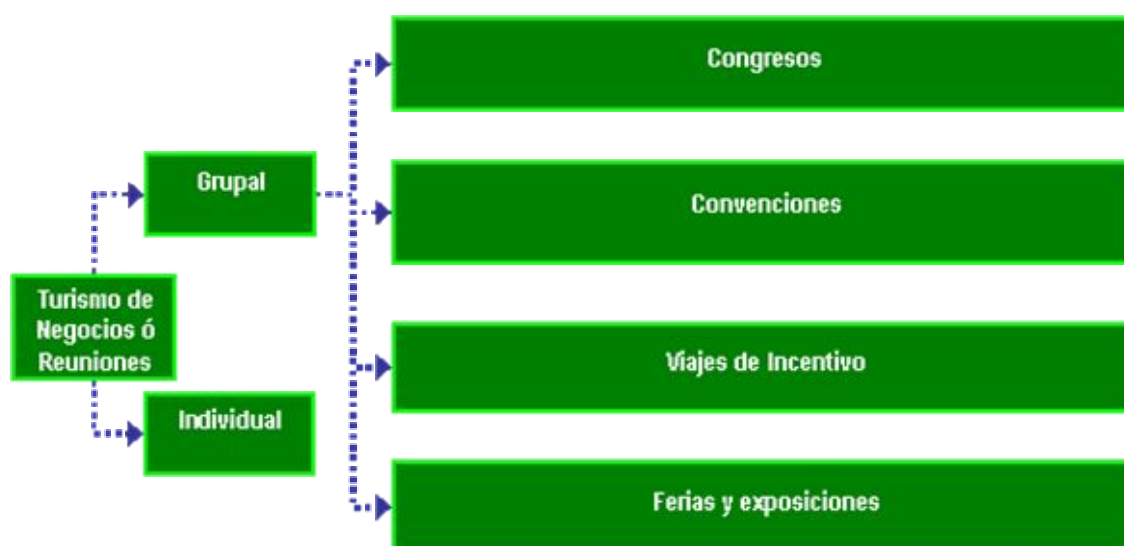
²⁵ **Fuente:** Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., Wanhill, S. (1997), “*Turismo, principios y práctica*”, editorial Diana. México.

playa, concentrando una oferta cualitativa y de actividades que son reflejo de la imagen, personalidad e identidad de cada ciudad”²⁶

Turismo de negocios: es un conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales llevadas a cabo en reuniones de negocio, congresos y convenciones con diferentes propósitos y magnitudes.²⁷

Importancia del turismo de negocios:

1. Regula la estacionalidad de la demanda turística.
2. Mejora la ocupación en temporadas bajas.
3. Contribuye a elevar el gasto promedio de los visitantes.
4. Eleva la estadía promedio en el país.
5. Apoya la generación y distribución del ingreso por turismo en las localidades.



Se distinguen dos tipos de Turismo de Negocios: el individual y el grupal.

El primero comprende a los viajeros de negocios, que por cuestiones inherentes a sus actividades, se desplazan de una ciudad a otra o de un país a otro para desarrollar actividades relacionadas con su profesión.

El segundo comprende los eventos que conocemos como Congresos, Convenciones, Viajes de Incentivos y Ferias y Exposiciones.²⁸

²⁶ Fuente: Krause, (1999), “La demanda turística para destinos urbanos”.

²⁷ Fuente: Ramos G. (2005), “El turismo de negocio en México”.

²⁸ Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT), .Conferencia de la OMT, documento principal 2005 página 1. Disponible en World- tourism.org/.

- Congreso: Se define como congreso toda reunión profesional que tiene por objeto realizar una discusión y un intercambio profesional y/o académico en torno a un tema de interés. La iniciativa de realizar el congreso puede ser gremial o institucional, la convocatoria es abierta y la participación voluntaria. Dentro de esta categoría pueden incluirse los seminarios y juntas de negocios que tienen objetivos de intercambio profesional y académico, aún en el caso de que el patrocinio fuese hecho por una entidad privada o pública.

- Convenciones: Se define como toda reunión gremial o empresarial cuyo objetivo es el tratar asuntos comerciales entre los participantes en torno a un mercado, producto o marca. La iniciativa suele ser empresarial, la convocatoria es cerrada (limitada a un público personalizado y relacionado con el tema) y la participación suele ser por invitación. Las convenciones incluyen, a diferencia de los viajes de incentivo, un programa técnico en el que los participantes se familiarizan y entablan negociaciones respecto a un campo de negocio específico.

- Ferias y Exposiciones: Las ferias especializadas son muestras o exhibiciones públicas que organizan profesionalmente empresas, asociaciones o individuos y cuya finalidad es la venta de productos o servicios de un sector determinado de la economía. Industriales (aquellas muestras o exhibiciones, de carácter privado o semi-privado, que reúnen a los miembros de un sector empresarial, profesional o comercial con el fin de mostrar adelantos tecnológicos y estimular la venta de productos entre miembros de un sector profesional o Comercial (Son aquellas muestras o exhibiciones, que reúnen a miembros de un sector comercial, empresarial, profesional o social con el fin de promover la venta de productos o servicios al público objetivo).

Turismo Deportivo: es definido como aquel tipo de turismo cuya motivación principal la constituye la realización de un conjunto de prácticas físico-deportivas.²⁹

“Podríamos contemplar que el Deporte, en todas sus expresiones y manifestaciones es un elemento motivante y muy estimulante que arrastra y empuja detrás del mismo a una masa muy significativa de fans y de seguidores y que asisten de espectadores de los grandes acontecimientos y eventos deportivos, constituyendo un tipo de sujetos Espectadores en el Turismo Deportivo”.

La principal motivación de este tipo de turismo, la constituye la práctica deportiva en sí misma, pero que les estimula poderlo practicar en diversos tipos de ambientes y escenarios diferentes, zonas, regiones, naciones, con el fin de poder disfrutar paralelamente con visitas y excursiones culturales, la gastronomía, compras, etc. Podríamos destacar en la ciudad de Bolívar, maratón, volley, golf, fútbol, pesca, etc.

²⁹ **Fuente:** Antonio González Molina, (2002), *“Rasgos caracterizadores del turismo activo y turismo deportivo e importancia económico-social y estructural de nuevas formas emergentes”*. U.L.P.G.C. España.

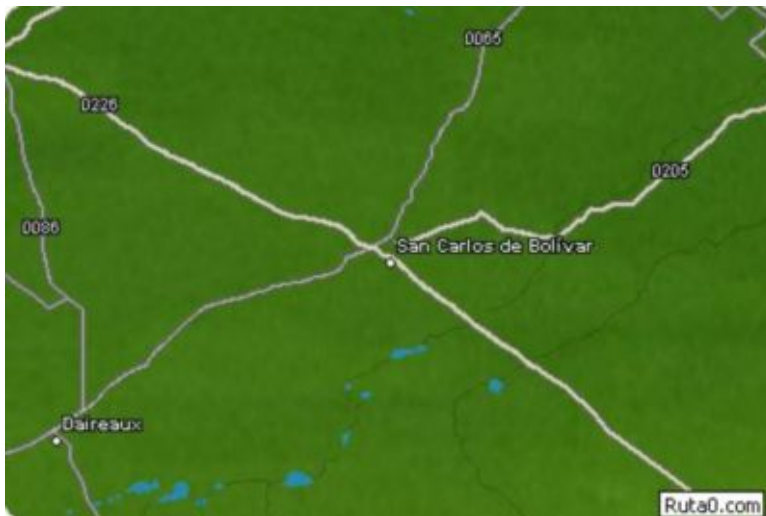
Turismo Cultural; definido como, “aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico”.³⁰

d) Infraestructura.

Accesos

La ciudad se encuentra estratégicamente ubicada en la intersección de las rutas Nacional 226 y provincial 65. Además, a escasos kilómetros culmina la ruta provincial 205 que une en forma directa con la Capital Federal. Bolívar está comunicada con la Ruta 226 a través de dos accesos pavimentados, las Avenidas Bellomo y Calfucurá. En un futuro cercano la Avenida Juan Manuel de Rosas permitirá la salida en dirección oeste también hacia la ruta 226.

A su vez, la Avenida Mariano Unzué une a Bolívar con las rutas provinciales 205 y 65. Esta avenida, en plena etapa de reconstrucción, se está transformando en un moderno y pintoresco acceso. Además, la Avenida Pedro Vignau, brinda otra posibilidad de ingreso a la ciudad desde la ruta 65.



Medios de transporte

Bolívar posee una moderna Terminal de Ómnibus a la cual llegan numerosas líneas de media y larga distancia que comunican a la ciudad con los puntos más importantes del país. También el ferrocarril cuenta con tres servicios semanales a Capital Federal y el aeródromo disponible para recibir vuelos.

30 Fuente: SECTUR, (2001), “Estudio de turismo cultural para México”, México.

Servicios

En la ciudad el servicio de energía eléctrica se brinda a través de una línea interconectada (Henderson – Urdampilleta – Bolívar, de 33 kv.) y otra línea también interconectada (Henderson – Herrera Vega – Bolívar, de 33 kv.)

Además posee el servicio de gas a partir de la conexión con el gasoducto NEUBA II y de la red domiciliaria para la totalidad de la planta urbana, la mayor parte de los barrios y los establecimientos educacionales y asistenciales periféricos.

El sistema de desagües cloacales está compuesto por una red que se extiende por toda la ciudad y una planta depuradora.

Veinte pozos de extracción de agua que oscilan en los 80 metros de profundidad, abastecen la red de agua corriente que brinda el servicio a toda la población.

El pavimento cubre todas las arterias de la planta urbana, también llamado casco antiguo de la ciudad, a partir del crecimiento que la misma ha tenido, y también se extiende por algunos de los barrios que circundan la ciudad.

Ver guía completa de servicios ³¹

e) ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Análisis de la Competencia

El producto turístico que presenta la ciudad de San Carlos de Bolívar es un producto que no puede ser igualado por otras ciudades, ya que se trata de la historia, de los atractivos propios de la ciudad y no de un producto turístico en particular y competidor como podría ser (el de sol y playa, aventura, naturaleza, etc.).

Es por este motivo, que no se cree necesario analizar los posibles competidores que podría tener la ciudad.

Lo que si se pretende, es realizar un análisis de las ciudades y localidades que rodean a esta, con el objetivo de utilizarlas como un atractivo complementario y positivo, para hacer más interesante y diversificado aún, el producto turístico de San Carlos de Bolívar.

A raíz de esto se considera necesario hacer hincapié en la localidades que se encuentran a menos de 100 Km. de la ciudad, dentro del partido éstas son, Urdampilleta y Pirovano, y parajes como Hale, Unzué, Ibarra, Vallimanca y Paula. Las ciudades que se encuentran dentro de los 100 Km. y que no pertenecen al partido son Henderson y Daireaux.

Ciudades limítrofes al partido de San Carlos de Bolívar.

Norte: Carlos Casares, Nueve de Julio y 25 de Mayo.

Este: General Alvear y Tapalqué.

Sur: Olavarría, Daireaux

Oeste: Hipólito Irigoyen.

(Excepto Daireaux, las demás se encuentran a más de 100 Km. de distancia).

³¹ Ver anexo Capítulo III.

Localidades del Partido de San Carlos de Bolívar.

Urdampilleta:

Situada en el Partido de San Carlos de Bolívar, a 50 Km. de ésta y a 367 Km. de Capital Federal, en dirección sudoeste, cuenta con una población de 2.800 hab. en su zona urbana y suburbana y más de 5.000 en la zona rural. (INDEC 2001).

Atractivos Turísticos:

Servicio Penitenciario Bonaerense - Unidad 17 – Urdampilleta.

La Unidad N° 17 fue puesta en funcionamiento el 17 de mayo de 2005, se ubica en la Localidad de Urdampilleta, Partido de la Ciudad de San Carlos de Bolívar, sobre el acceso que une a la misma con la Ruta Provincial N° 65 en la zona centro-oeste de la provincia de Buenos Aires, abarca un predio de 60 hectáreas, de las cuales la Unidad propiamente dicha ocupa una extensión de 250,00 mts de frente por 400,00 mts de fondo, estando delimitada por un cerco perimetral de alambre.

Parque Recreativo Urdampilleta

El cuál posee un autódromo donde se realiza automovilismo-APTC. (Asociación Pilotos de Turismo del Centro).

Entre las categorías más importante que se practican encontramos TC 4000, Promocional 850, Monomarca 1100/1300, entre otras.

La Asociación Civil “Vecinos de Plaza Roca”, llevan a cabo cada año una “Placeada”.

Este acontecimiento es el lugar de encuentro para miles de personas, convocando a importantes músicos, artesanos, comercio, etc.

Carnaval

En el mes de febrero se lleva a cabo en Urdampilleta el “Carnaval”, con la presencia de carrozas de toda la región.

Pirovano:

Fundada el 20 de octubre de 1913 por Rodolfo Pirovano, es una pequeña localidad del Partido de Bolívar, con 1.536 habitantes (INDEC 2001) a 65 Km. de esta y a 400 Km. de Cap. Fed.

Atractivos Turísticos:

Fiesta del Chorizo Seco

Cada año en esta localidad se lleva a cabo la “Fiesta del Chorizo Seco”, siendo la más importante y convocando a miles de personas de toda la región.

La misma consiste en presentar los mejores chorizos elaborados artesanalmente, donde un jurado decide cuál es el mejor.

A la vez se disfruta de una cena y show muy atractivo.

Ciudades limítrofes.

Henderson:

Es la ciudad cabecera del Partido de Hipólito Yrigoyen en el centro-oeste de la provincia de Buenos Aires a tan solo 96 Km. de San Carlos de Bolívar. Posee una planta urbana de 2 km² y cuenta con una población de 7.856 habitantes (INDEC 2001).

Atractivos Turísticos:

Henderson Canta.

Este evento ha sido calificado como uno de los tres festivales más importantes de la provincia; durante cuatro días la ciudad triplica la cantidad de habitantes y junto a la fiesta de canto y danza, el visitante puede disfrutar de un importante sector comercial, artesanías, patio de comidas, todo debidamente organizado en plaza José Manuel Estrada.

Daireaux:

Daireaux es un partido de la provincia de Buenos Aires. Anteriormente denominado Partido de Caseros, evocando la batalla de Caseros, del 3 de febrero de 1852.

Por Ley n° 7613 del 25 de junio de 1970 se sustituye la denominación anterior por la de Daireaux.

Ubicado en el centro-oeste de la misma y emplazado en una zona agrícola-ganadera, cuenta con una población de 17. 000 habitantes (INDEC 2001), ocupa una superficie de 382.000 has. y es ciudad cabecera del partido.

Atractivos Turísticos

- Club de Pesca "La Glorieta" que se encuentra a 18 Km. de Daireaux sobre la Ruta 86. Allí funciona un camping con todos los servicios sanitarios y de proveeduría con amplio sector de monte para carpas y casas rodantes, además de lugar para dejar embarcaciones deportivas.
- Actividad de caza menor (liebre, perdices, copetonas, patos, etc.) que generalmente se desarrolla en forma individual en establecimientos rurales privados.
- Práctica de golf en la Cancha Municipal que funciona en el predio del Fortín Tordillo, antiguo casco de Estancia, donde además se encuentra la pista para la realización de Carreras de caballos.
- Oleaginosa Oeste (fábrica de aceite de girasol y soja).
- El Festival del Chorizo Seco (mes de noviembre), la Elección de la Fortinera Deroense, entre otras muchas actividades con fechas variables (festivales folklóricos, domas, carreras de rally, festivales de aeromodelismo, carnaval, bailes populares, etc.

f) ANÁLISIS DE LAS TENDENCIAS.

El turismo es una actividad que se ha transformado notablemente desde los años 50 arrojando datos económicos favorables, siempre eludiendo acontecimientos desequilibrantes como fue la crisis de 1982 (Crisis del petróleo, Guerra de Malvinas y Conflicto entre Israel y el Líbano) y el mencionado 11 de Septiembre de 2001.

De 1950 a 2007, las llegadas de turistas en todo el mundo aumentaron de 25 millones a 903 millones, representando un crecimiento interanual del 6,6%. Sin embargo en 2007, las llegadas de turistas internacionales se incrementaron más del 6,6%, (900 millones).

En el año 2007³², todas las regiones arrojaron datos positivos, de acuerdo a su promedio, con respecto a las llegadas de turistas internacionales del año anterior, debiéndose primeramente al ocio, recreo y vacaciones, (51%), por negocios, (15%) y el 27 correspondió a viajes por otros asuntos, (visitas a amigo y parientes, razones religiosas/peregrinaciones, tratamientos de salud, etc. No se especificó el objetivo de la visita para el 7% restante.

El continente americano sobrepasó las expectativas, mostrando resultados muy positivos en todo el continente, respecto a los ingresos por turismo internacional, (171.000 millones de dólares, representando 20% del total mundial).

América del Sur mostró resultados muy positivos, ocupando el primer lugar, Colombia y Ecuador (13% c/u), Chile (11%), Perú (11%) y Argentina con resultados que obedecen principalmente a un cambio favorable (9%).

El 2008³³ comenzó con una nueva crisis económica mundial (crisis financiera, aumento de los precios de materias primas y del petróleo)

Sin embargo, la llegada de turistas internacionales creció un 2% en todo el mundo, 16 millones más que en 2007.

Todas las regiones mostraron resultados positivos salvo Europa que sufrió un estancamiento en las llegadas debido a una disminución del 3% en los últimos 6 meses del año 2008.

El continente americano, África y Oriente Medio, a pesar de una disminución, siguieron presentando resultados positivos en la segunda mitad del año.

El 2009³⁴ a excepción de África (+3%) y la subregión de América del Sur (+0,2%), comienza con una caída del turismo internacional del 8% entre enero y abril, en comparación con el mismo periodo del año pasado.

Este descenso fue debido a una serie de hechos como por ejemplo; la drástica reducción de las rentas disponibles y el aumento asociado del desempleo,

³²**Fuente:** "Barómetro de la OMT", (2007), <http://www.vistaalmar.es/content/view/182/28/>. Fecha de consulta 20/06/09.

³³**Fuente:** "Barómetro de la OMT", (2008), <http://www.vistaalmar.es/content/view/182/28/>. Fecha de consulta 20/06/09.

³⁴**Fuente:** "Barómetro de la OMT", Junio (2009), <http://www.vistaalmar.es/content/view/182/28/>. Fecha de consulta 20/06/09.

especialmente en los grandes mercados emisores de turismo. También hay que sumar la aparición del virus de la gripe A (H1N1).

Se prevé que el turismo internacional descenderá entre un 6% y un 4% en 2009, aunque se espera que el ritmo de ese decrecimiento se modere en el resto del año.

3. COOPERACIÓN Y ALIANZAS.

Dos proyectos turísticos muy interesantes, se espera que formen parte a fines del año 2009, del inventario de recursos turísticos de la ciudad de San Carlos de Bolívar.

El profesor en Biología, Ramiro Amado, propuso el proyecto de limpieza de la glorieta del parque "Las Acollaradas", con el objetivo de convertirla en un balneario.

El parque "Las Acollaradas", es el punto de encuentro de los domingos por la tarde, elegido por los bolivarenses para descansar y estar en contacto con la naturaleza. Pero por varios años la glorieta que este posee, ha permanecido con mucha suciedad, opacando la imagen del mismo.

Se cree que la limpieza de la misma y la dotación de diferentes arreglos decorativos, provocarán la concurrencia de mayores visitantes y mejorará aun, la imagen del parque y de la ciudad misma.

A su vez el intendente de la localidad, debido a la historia de la ciudad y hechos históricos transcurridos en la misma, comenzó con la construcción de una Pulpería, en el mismo parque.

Una ciudad fundada entre aborígenes, fortines y batallas y en donde las pulperías eran los establecimientos comerciales obligados para todo gaucho, ya que éstas, proveían de comidas, bebidas, velas (bujías o candelas), carbón, remedios y telas, entre otros, se cree que puede convertirse en un atractivo muy interesante para todo ciudadano y visitante.

Indudablemente, se estima que estos dos proyectos turísticos contribuirán favorablemente al desarrollo de la actividad turística en la ciudad.

Análisis F.O.D.A

El análisis (FODA), consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa; es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. Thompson (1998) establece que el análisis (FODA), estima el hecho que una estrategia tiene que lograr un equilibrio o ajuste entre la capacidad interna de la organización y su situación de carácter externo; es decir, las oportunidades y amenazas.³⁵

El análisis (FODA) tiene la finalidad de:

- Aprovechar oportunidades
- Contrarrestar amenazas
- Corregir debilidades
- Cultivar las fortalezas

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ○ Amplia variedad de recursos naturales: lagunas, isla, arroyos, etc. ○ Importante monumentos históricos. ○ Amabilidad y hospitalidad de la gente. ○ Interesantes atracciones culturales. ○ Numerosas tiendas de artesanías. ○ Eventos deportivos a nivel nacional e internacional. ○ Variedad de establecimientos hoteleros. ○ Diversidad de oferta gastronómica. ○ Buena accesibilidad terrestre. (Ruta 226, 65 y 205). ○ Ciudad calida y tranquila. (no masificada). ○ Cercanía con ciudades ya que se encuentra en el centro de la Pcia. de Bs. As. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Atractivos culturales en deterioro. ○ Problemas sociales(robos) ○ Escaso transporte público. ○ Turismo discontinuo. (fines de semanas largo, eventos deportivos, fiestas culturales). ○ Falta de planificación turística y promoción. ○ Falta de estadísticas. ○ Falta de puesta en valor y conservación de algunos atractivos. ○ Falta de concientización, educación y capacitación turística. ○ Inexistencia de ente encargado de regular la actividad turística en la ciudad.

³⁵ **Fuente:** Ponce Talancón, H. (Septiembre 2006), "La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales".

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">○ Tendencia del mercado al turismo urbano y cultural.○ Personajes famosos reconocidos a nivel nacional. (Marcelo Hugo Tinelli, Enrique Sacco, etc.).○ Abundantes atractivos rurales turísticos desconsiderados en sus alrededores.○ Tipo de cambio favorable.○ Incentivos en planes de desarrollo local.	<ul style="list-style-type: none">○ Crisis económica mundial.○ Aparición de enfermedades infecciosas. (Virus N1H1, DENGUE.)○ Inseguridad social a nivel nacional.○ Inestabilidad política.

Matriz de evaluación de los Factores Internos y Externos. (MEFI) y (MEFE).

Matriz de evaluación de los Factores Internos. (MEFI).

1. Asignar un peso entre 0.0 (no importante) hasta 1.0 (muy importante). El peso otorgado a cada factor, expresa la importancia relativa del mismo, y el total de todos los pesos en su conjunto debe tener la suma de 1.0.
2. Asignar una calificación entre 1 y 4, en orden de importancia, donde el 1 es irrelevante y el 4 se evalúa como muy importante.
3. Efectuar la multiplicación del peso de cada factor para su calificación correspondiente, para determinar una calificación ponderada de cada factor, ya sea fortaleza o debilidad.
4. Sumar las calificaciones ponderadas de cada factor para determinar el total ponderado de la organización en su conjunto.

Objetivo:

Comparar el peso ponderado total de las fortalezas contra el peso ponderado total de las debilidades, determinando si las fuerzas internas de la ciudad en su conjunto son favorables o desfavorables, o si el medio ambiente interno de la misma es favorable o desfavorable.

Matriz de evaluación de los Factores Externos. MEFE).

1. Asignar un peso relativo en un rango de cero (irrelevante) a 1.0 (muy importante). El peso manifiesta la importancia considerada relativa que tiene cada factor, soslayando que las oportunidades deben tener más peso que las amenazas, siendo necesario establecer que la suma de todas las oportunidades y las amenazas deben sumar 1.0.
2. Ponderar con una calificación de 1 a 4 para cada uno de los factores considerados determinantes para el éxito, con el propósito de evaluar si las

estrategias actuales de la empresa son realmente eficaces, el 4 es una respuesta considerada superior, 3 es una respuesta superior a la media, 2 una respuesta de término medio y 1 una respuesta mala.

3. Multiplicar el peso de cada factor por su calificación para obtener una calificación ponderada.
4. Sumar las calificaciones ponderadas de cada una de las variables para determinar el total del ponderado de la organización en cuestión.

Objetivo:

Consiste en que el valor del peso ponderado total de las oportunidades sea mayor al peso ponderado total de las amenazas.

Factores críticos del éxito.	Peso (0.01 a 1)	Calificación	Peso ponderado
FORTALEZAS			
Amplia variedad de atractivos naturales: lagunas, isla, arroyos, etc.	0.25	4	1
Importante monumentos históricos.	0.10	2	0.20
Amabilidad y hospitalidad de la gente.	0.05	1	0.05
Interesantes atracciones culturales.	0.10	2	0.20
Eventos deportivos a nivel nacional e internacional.	0.10	4	0.40
Variedad de establecimientos hoteleros.	0.20	2	0.40
Diversidad de oferta gastronómica.	0.05	2	0.10
Buena accesibilidad terrestre. (Ruta 226, 65 y 205).	0.05	2	0.10
Ciudad cálida y tranquila. (No masificada).	0.05	1	0.05
Cercanía con ciudades ya que se encuentra en el centro de la Pcia. de Bs. As.	0,05	2	0.10
TOTAL	1	22	2.60
DEBILIDADES			
Atractivos culturales en deterioro.	0.05	1	0.05
Problemas sociales (robos).	0.05	1	0.05
Escaso transporte público.	0.05	1	0.05
Turismo discontinuo. (Fines de semanas largo, eventos deportivos, fiestas culturales).	0.15	2	0.30
Falta de planificación turística y promoción.	0.15	3	0.45
Falta de estadísticas.	0.15	3	0.45
Falta de puesta en valor y conservación de algunos atractivos.	0.10	2	0.20
Falta de concientización, educación y capacitación turística.	0.10	2	0.20
Inexistencia de ente encargado de regular la actividad turística en la ciudad.	0.20	4	0.80
TOTAL	1	19	2.55
OPORTUNIDADES			
Tendencia del mercado al turismo urbano y cultural.	0.35	4	1.4

Personajes famosos reconocidos a nivel nacional. (Marcelo Hugo Tinelli, Enrique Sacco, etc.).	0.25	4	1
Abundantes atractivos rurales turísticos desconsiderados en sus alrededores.	0.15	2	0.30
Tipo de cambio favorable.	0.10	1	0.10
Incentivos en planes de desarrollo local.	0.15	3	0.45
TOTAL	1	14	3.25
AMENAZAS			
Crisis económica mundial.	0.20	2	0.40
Aparición de enfermedades infecciosas. (Virus N1H1, DENGUE.)	0.40	4	1.60
Inseguridad social a nivel nacional.	0.20	2	0.40
Inestabilidad política.	0.20	2	0.40
TOTAL	1	10	2.80

Conclusión:

La matriz arroja resultados positivos, aunque se deba hacer hincapié en varios puntos debido a la uniformidad de los datos obtenidos referidos a fortalezas - oportunidades y debilidades – amenazas.

Estos nos muestran que las fortalezas internas de la ciudad presentan una leve diferencia positiva (+0.05), por sobre las debilidades internas de la ciudad.

De igual modo las oportunidades presentan un peso ponderado de 3.25 mientras que las amenazas 2.80, lo cual deja en claro que el medio ambiente externo es favorable (+0.45) para la ciudad.

Estos datos arrojados permiten conocer que se está trabajando sobre un ambiente tanto interno como externo favorable para la ciudad de Bolívar, pero siempre operando sobre aquellos impactos negativos y realizando estrategias para minimizar tanto las debilidades como las amenazas, como también maximizar fortalezas y oportunidades.

CAPITULO IV

Formulación del Plan de Acción Turística.



4. FORMULACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN.

Plan de acción: El plan de acción es la planificación racional y sistematizada de las iniciativas que se consideraran necesarias para el desarrollo turístico. Consiste principalmente, en desarrollar estrategias, en lograr un mejor posicionamiento del destino frente a otros.³⁶

El Plan de Acción Turística tendrá los siguientes componentes:

1. Identidad singular del destino turístico.
2. Objetivos.
3. Estrategias.
4. Áreas de acción.
5. Lineamientos de acciones, en orden de ejecución y estableciendo plazos alcanzables.

1) Identidad singular del destino turístico: La identidad del destino turístico, es el fruto de la combinación de dos aspectos: la síntesis de atractivos y valores que definen a un territorio y la imagen con que éste se quiere proyectar y quiere ser identificado.³⁷

Imagen de un destino: Sentimientos, creencias y opiniones que tienen los individuos acerca del destino en su habilidad para proveer satisfacciones en relación con sus necesidades y deseos".³⁸

Identidad e imagen en un destino turístico.³⁹

Identidad: se asocia habitualmente con la forma en la que un destino se presenta a los públicos objetivos y al mercado.

Imagen: generalmente, se acepta como tal "el retrato de un destino según es percibido por los públicos objetivos y por el mercado".

La imagen del destino, se relaciona con la idea que los turistas se forman en su mente de un determinado destino y será, el punto de referencia básico para los primeros, en las relaciones que mantenga con éste. La formación de la imagen del destino, se obtiene mediante la combinación de diferentes atributos, tanto tangibles, como intangibles, es decir, las cualidades intrínsecas, sus elementos de identidad, del

³⁶ **Fuente:** Marvin Blanco M. (Noviembre, 2008), "Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio". San José, Costa Rica.

³⁷ **Fuente:** Marvin Blanco M. (Noviembre, 2008), "Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio". San José, Costa Rica.

³⁸ **Fuente:** Crompton, J. L. (1979): "An Assessment of the Image of Mexico as a Vacation Destination and the Influence of Geographical Location Upon that Image", *Journal of Travel Research*, spring, pp. 18-23.

³⁹ **Fuente:** Enric López Carrillo, Eugeni Osácar Marzal, (2006), "Tourism Destination Placement": La imagen de los destinos turísticos a través de los largometrajes. El caso Barcelona.

destino, su utilidad, su valor en términos de sentimientos o juicios afectivos, su precio, etc.

Al buscar la identidad e imagen que queremos para nuestro destino debemos tener presente los recursos que éste posee, así como también sus características y valores.

Requisitos que debe poseer la identidad e imagen del destino:⁴⁰

- Ser efectiva, ser válida, es decir, corresponder a la realidad.
- Ser creíble.
- Ser sencilla, simple y de fácil comprensión.
- Debe ser atractiva, despertar el deseo de experimentar el destino.

La ciudad de San Carlos de Bolívar, mantiene un inventario de recursos turísticos muy rico y diverso, predominando en ellos, deportivos, culturales, folklóricos y naturales. Es por este motivo, que se cree que, al preguntarnos qué destino turístico queremos ser, o qué identidad queremos para nuestro destino, tomaríamos como referencia estos recursos antes mencionados.

Es fundamental además, tener presente cómo los turistas perciben la imagen e identidad del destino.

Al no haber informes o estadísticas en la localidad para poder responder a estas preguntas, se procedió a realizar una encuesta⁴¹ para saber la preferencia de los turistas, es decir, qué los atrae de la ciudad, qué los impresiona y así darnos una noción para la confección de la imagen de este destino.

Preguntas	Resultados
Sexo	Masculino: 50 Femenino: 34
Nacionalidad	Argentinos: 82 Barbados: 2
Provincia	Pcia. de Bs. As. 77. Pcia. de Córdoba 5. Ciudad Bridgetown (Barbados). 2.
Motivo de su visita	Negocios: 77. (91,67%) Deportes: 2. (2,38%) Visitas amigos y/o familiares: 5. (5,95%)
¿Considera a la ciudad de San Carlos de Bolívar atractiva?	Si: 84. No: 0
¿Qué es lo que más le atrae de esta	(En este caso varias personas respondieron más de una opción). Negocios: 78. (41,71%)

⁴⁰ Fuente: KOTLER, PHILLIP; HAIDER, DONALD H; REIN, IRVING, (1994), "Mercadotecnia de localidades. Cómo atraer inversiones, industrias y turismo a ciudades, regiones, estados y países". México.

⁴¹ Encuesta realizada en el "Hotel Horizonte" de la ciudad de San Carlos de Bolívar, durante el mes de Junio.
Ver anexo Capítulo IV.

ciudad?	At. Deportivos: 42. (22,46%) At. Naturales: 21. (11,23%) Hospitalidad de la gente: 21. (11,23%) At. Culturales: 13. (6,95%) Ciudad tranquila y calida: 12. (6,42%)
¿Visita/ó la ciudad para alguna fecha o evento en especial?	Si: 57. Maratón Internacional Dino Hugo Tinelli 15; Exposición de la Sociedad Rural de Bolívar 19; Liga Profesional de Volley 6; Festival Folklórico Cantabolívar 11; Obras de teatro 6. No: 27.

Fuente: elaboración propia.

Los datos arrojados fueron que el 91, 67% de los encuestados, visita la ciudad por motivos de negocios, un 5,95% por visitas a amigos y/o familiares y el 2,38% restante, por motivos deportivos.

Una de las preguntas hacía referencia sobre qué es lo que más les atrae de la ciudad, y los resultados fueron:

En primer lugar por motivos de negocio, 41,71%; luego atractivos deportivos un 22,46%; atractivos naturales y la hospitalidad de la gente un 11,23%; atractivos culturales el 6,95% y finalmente con el 6,42% la calidez y tranquilidad de la ciudad.⁴²

Otra de las preguntas fue, si habían visitado la ciudad anteriormente o si la visitaban frecuentemente para algún evento en especial.

Un 67,85% contestó haber visitado y/o visitarla para algún evento. Dentro de este porcentaje, la Exposición de la Sociedad Rural fue la más visitada seguida por la Marathon Internacional Dino Hugo Tinelli; Festival Folklórico Cantabolívar; Liga Profesional de Volley y Teatros.

Conclusión: Retomando el concepto de **Identidad de un destino turístico**, la cuál hace referencia a la síntesis de recursos y valores que definen a un territorio, y por lo tanto, tomando el inventario de recursos turístico de la localidad y diferentes opiniones de turistas sobre lo que les atrae de la misma, se cree conveniente que, San Carlos de Bolívar brinde una identidad de ciudad de negocios, deportiva, cultural, folklórica, con mucho verde, donde predomine la amabilidad de la gente y la calidez de la ciudad.

2) OBJETIVOS: un objetivo es la expresión de un deseo mediante acciones concretas para conseguirlo.

Se caracteriza por estar expresado en un período comparativamente corto y por poseer logros específicos medibles, programables, controlables.

⁴² Es válido resaltar que motivos como: (Hospitalidad de la población y calidez de la ciudad no figuraba en las opciones de la encuesta, es decir, que surgió de los encuestados en la opción "otros").

Los objetivos quedarán definidos por un objetivo general de propuesta y una serie de objetivos específicos.

El objetivo general sintetizará todos los elementos contenidos anteriormente y se realizará en función a ello. Los objetivos específicos serán los que permitan desarrollar el objetivo general.

Los objetivos, tanto generales como específicos, deben formularse considerando los siguientes aspectos:⁴³

- Determinación de la importancia de la actividad turística.
- Realización de un inventario turístico.
- Realización de estudios de mercado y estimación de la demanda.
- Establecimiento de la imagen del centro turístico.
- Determinación de un programa de productos, actividades y estrategias de comercialización.

Objetivo general:

Poner en funcionamiento la actividad turística sostenible en el municipio de la ciudad de San Carlos de Bolívar, convirtiéndola de esta manera, en una de las principales fuentes generadoras de ingresos para la misma.

Objetivos específicos:

De corto plazo:

1. Creación de un espacio facilitador de prácticas de turismo sostenible en el ámbito municipal. (Secretaría de Turismo).
2. Realizar un estudio del desarrollo turístico real y potencial de la zona.
3. Elaboración de diagnóstico de la situación turística actual de la ciudad.
4. Formulación del Plan de Acción Turística.
5. Elaboración de un modelo de gestión.
6. Elaboración del plan de capacitación.
7. Presentación Pública del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico sostenible de la ciudad de Bolívar.

De mediano plazo:

1. Dotar al municipio de los instrumentos técnicos y organizacionales necesarios para el desarrollo de la actividad turística.
2. Mantener y mejorar los atractivos turísticos locales.
3. Creación de circuitos turísticos para la comunidad local y visitantes.
4. Implementar programas para conocer, fidelizar y calcular la demanda.

⁴³ **Fuente:** Rendón Puertas, María Luisa, (2006), "El modelo de administración turística local". Tomo II. Lima, Perú.

5. Dotar a la ciudad de carteles de señalización, indicando los atractivos turísticos de la ciudad, servicios, etc.
6. Establecer una imagen del municipio como centro turístico en la cual se defina su propia personalidad, su perfil y su identidad.
7. Diseñar programas educativos dirigidos a niveles primarios, secundarios, terciarios y universitarios, así como también, identificar y satisfacer las necesidades de formar, perfeccionar o especializar a los funcionarios, al personal y empresarios que se desempeñan en turismo.

3. **ESTRATEGIAS:** las estrategias indican las líneas maestras de acción, es decir, la manera cómo se debe conducir una actividad para alcanzar satisfactoriamente los objetivos fijados.

Las siguientes líneas estratégicas corresponden a los objetivos tanto generales como específicos.

- a. Creación: crear un ente, un espacio físico, una oficina de turismo donde poner en práctica el proyecto.
- b. Investigación: recolectar información, realizar estudios, relevamientos, sobre oferta, demanda, tendencias, etc.
- c. Concientización: Informar a la comunidad local y empresas turísticas locales sobre el desarrollo de la práctica de la actividad turística en una localidad.
- d. Capacitación: dotar al municipio de profesionales en el área de turismo y de programas de perfección turística, destinados a los diferentes niveles educativos, así como también, a los rr.hh, de las empresas turísticas privadas.
- e. Implementación: consiste en llevar a cabo los planes elaborados a nivel municipal.
- f. Comercialización: se refiere al posicionamiento de la imagen de la ciudad, así como también, a la promoción y difusión de los eventos, circuitos realizados por el municipio.

4. **ÁREAS DE ACCIÓN:** Las áreas de acción corresponden directamente a los distintos tipos de problemas que debe afrontar la conducción del sector, y son las siguientes:⁴⁴

⁴⁴ **Fuente:** Mauro Granados Maguiño, (2000), "Rol de los Municipios en el Desarrollo del Turismo. Gestión en el Tercer Milenio. Lima. Perú.

- A. Información:** consiste en la publicación y difusión de datos acerca de atractivos y servicios turísticos, brindada de forma directa o indirecta a los turistas.
- B. Facilitación:** se refiere a las disposiciones, reglamentos, acuerdos y cualquier tipo de medidas dispuestas por el organismo público, tendientes a agilizar el ingreso, desplazamiento y egreso de los turistas, así como a contribuir a incrementar el consumo de los servicios turísticos disponibles.
- C. Marketing y promoción turística:** comprende la publicidad, las relaciones públicas-institucionales, la concurrencia u organización de eventos de comercialización para dar a conocer los productos turísticos y apoyar las campañas similares a cargo de la actividad privada, a fin de estimular la demanda en las plazas de mercado emisor.
- D. Fomento de inversiones y financiamientos:** Comprende una serie de medidas para la atracción de capitales y la obtención de fondos (donaciones, créditos, etc.) para la realización de obras, proyectos y diversas actividades municipales. Con este fin el sector público realiza estudios técnicos e investigaciones, promulga reglamentos, establece extensiones impositivas, créditos y formula diversas normas para promover la inversión privada en el desarrollo de la infraestructura, estructura y los servicios turísticos locales.
- E. Contralor de Servicios:** es la realización y actualización del registro de prestadores de servicios turísticos, la categorización y jerarquización de esos servicios, y la vigilancia del cumplimiento de los requisitos que se convengan respecto a la calidad que deben alcanzar los servicios pertenecientes a cada una de las categorías y jerarquías establecidas.
- F. Capacitación:** se refiere a los programas y acciones puntuales destinados a identificar y satisfacer las necesidades de formar, perfeccionar o especializar en el nivel básico, medio y superior, a funcionarios, personal y empresarios que se desempeñan en el sector turístico.
- G. Asistencia técnica:** es el resultado de la intervención de equipos especializados, (SECTUR), para resolver problemas técnicos concretos que afecten el funcionamiento de algún sector de la empresa privada o de alguna parte del espacio turístico, cuyas organizaciones o autoridades no están en condiciones de afrontarlos por su cuenta, debido a la falta del personal técnico necesario o de la capacidad financiera para contratarlo.
- H. Investigación desarrollo e innovación:** esta área es conocida como I+D+ i y está directamente vinculada con el estímulo a la creatividad y al perfeccionamiento de la gestión local. Se apoya en la asistencia técnica y constituye el resultado del trabajo de equipos especializados de expertos en turismo u otros sectores.
- I. Administración de servicios:** es el conjunto de acciones oficiales orientadas a operar los servicios turísticos que dependen de su jurisdicción.

- J. Recreación:** esta área se dedica a la organización de actividades de ocio, los servicios públicos destinados a la población local para el uso y disfrute de su tiempo libre, que pueden ser aprovechados por los visitantes y turistas.
- I. Recaudación:** su acción se orienta al empleo de soluciones técnicas fundamentadas en las atribuciones legales del sector público para elevar la productividad de los recursos disponibles y de los servicios municipales buscando, de esta manera, incrementar el nivel de recaudación. Para ello se establece imposiciones, tributos, contraprestaciones y cualquier otro tipo de aportes de los contribuyentes así como se implementa mecanismos de eficiencia en la administración tributaria y fiscal local.

5. LINEAMIENTOS DE ACCIÓN: ⁴⁵

ÁREAS DE ACCIÓN	ACCIONES
Información	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Obtener y recopilar información para la elaboración del inventario turístico. ▪ Realizar un estudio para conocer la demanda turística. ▪ Brindar información turística a través de centro de información ubicado en un lugar de fácil acceso para el visitante.
Facilitación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Establecer normas y medidas para modificar los espacios turísticos y uso de los servicios municipales. ▪ Realizar las gestiones necesarias para agilizar el ingreso, la circulación de turistas y visitantes.
Marketing y promoción turística	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Acudir u organizar eventos y ferias para dar a conocer los productos turísticos y comercializar el destino. ▪ Confeccionar folletería informativa, destinada al visitante y turista.
Fomento de inversiones y financiamientos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desarrollar una política para patrocinar actividades culturales, deportivas y proyectos turísticos. ▪ Incentivar a inversiones privadas destinadas a infraestructuras y equipamientos para evitar afrontar estos gastos exclusivamente con fondos municipales.
Contralor de Servicios	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mantener actualizado el inventario de atractivos turísticos. ▪ Establecer mecanismos de

⁴⁵ El área de Fomento de inversiones y financiamiento será la encargada de realizar un presupuesto para cada una de las acciones establecidas.

	recepción, resolución de denuncias y quejas de los turistas, respecto a los atractivos y servicios municipales.
Capacitación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar y satisfacer las necesidades de formar, perfeccionar o especializar a los funcionarios, al personal y empresarios que se desempeñan en turismo. ▪ Diseñar programas educativos para niveles primarios, secundarios y universitarios.
Asistencia técnica	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Determinar los problemas o investigaciones locales que no puedan ser resueltos por el municipio para solicitar apoyo a organismos especializados a nivel provincial, nacional e internacional.
Investigación, desarrollo e innovación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Programar eventos, concurso, investigaciones con el fin de promover la creatividad e innovación en el sector. ▪ Promover el desarrollo tecnológico, arquitectónico y paisajístico de la ciudad.
Administración de servicios	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Administrar y verificar la correcta operación de los servicios turísticos municipales.
Recreación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Definir espacios de recreación para la comunidad local, turistas y visitantes. ▪ Programar la agenda de actividades de ocio y esparcimiento.
Recaudación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Establecer racionalmente imposiciones, tasas, tributos, contraprestaciones, etc. ▪ Desarrollar un sistema eficiente y eficaz para el control y cumplimiento de las obligaciones tributarias así como para la reducción de las tasas de evasión fiscal.

Fuente: Elaboración propia.

De corto plazo (1 a 3 años)			
Objetivos	Estrategias	Acciones	
1	A	Informar a la autoridad máxima municipal (Intendente), sobre el proyecto pensado, así como, de los beneficios que puede brindar, el desarrollo sostenible de la actividad turística en la ciudad.	
2	B	Realizar estudios, encuestas, destinadas a la comunidad local, empresario, funcionarios, personal, etc. vinculados en turismo.	
3	B	Recurrir a información bibliográfica, realizar encuestas, estudios, sobre información de la ciudad. Realizar relevamiento de la oferta, infraestructura, servicios, que posee la ciudad.	
4	B	Recurrir a información bibliográfica y definir los puntos más importantes del informe del diagnóstico, junto a la matriz (FODA).	
5	B	Recurrir a información bibliográfica teniendo presente el conocimiento obtenido a lo largo del proceso de planificación.	
6	B	Realizar un estudio y análisis de los conocimientos que posee la comunidad local, respecto a la actividad turística. Realizar un estudio y análisis de la capacitación que poseen los profesionales que se desempeñan en turismo.	
7	B	Recurrir a diferentes fuentes bibliográficas, de manera de obtener la opción más conveniente, en hacer público el proyecto.	
De mediano plazo. (Hasta 5 años).			
Objetivos	Estrategias	Áreas de acción	Acciones
1	-	-	Solicitar al municipio de la localidad, los instrumentos y materiales necesarios para poder llevar a cabo el proyecto.
2 y 3.	E	D, J	Mejorar el aspecto externo (pintura, veredas, canteros, etc.) de atractivos culturales, como teatro, museo, y monumentos. Crear circuitos históricos, tours por diferentes estructuras de interés, etc. destinados a la comunidad local, visitantes y turistas,
4	b, d.	F	Diseñar un método para conocer datos de la demanda y aplicarlos en hoteles, restaurantes, estaciones de servicios, festivales típicos, atractivos turísticos, eventos especiales.
5	E	A	Proponer y convencer al sector de vialidad correspondiente al municipio, sobre los beneficios para los turistas y la comunidad local, de contar con señalización suficiente, respecto a los diferentes atractivos, servicios, infraestructuras, etc.
6	F	C, H	Analizando las principales características de la ciudad, así como también, conociendo los gustos de la demanda, se desarrollará la identidad de la ciudad.

7	D	F	Elaborar un programa educativo, de concientización, destinado al nivel primario, de manera de inculcarles desde pequeños, conceptos a tener en cuenta con respecto al turismo. Diseñar programas de concientización turística, para niveles secundarios, terciarios y universitarios.
---	---	---	--

Fuente: Elaboración propia.

CAPITULO V

Elaboración de un modelo de gestión.



5. GESTIÓN DEL PLAN.

Como hemos reiterado a lo largo de este trabajo, el desarrollo de la actividad turística en una localidad es sin duda, una fuente generadora de ingreso, sin embargo, sin la implementación de una adecuada gestión de nada serviría, debido a que es ésta, la clave del éxito y la voluntad de hacer que todo funcione bien.

Hacer las cosas bien... en el momento oportuno... tardando el tiempo justo... y haciéndolas mejor que los demás.

Gestión o Administración Turística: se constituye por un conjunto de actividades que incluyen: planeamiento, toma de decisiones, organización, liderazgo, ejecución y control. Involucra también el marketing, la educación y capacitación, la investigación y desarrollo y la gestión del medio ambiente.⁴⁶

Alguno de los beneficios que genera un desarrollo conveniente, de la gestión turística municipal sostenible.⁴⁷

Una oportuna planificación y gestión de la actividad turística local genera diversos efectos positivos que inciden en el ámbito económico, sociocultural (participación de la comunidad) y medio ambiental (natural, monumental y patrimonial).

Beneficios económicos:

- Es un elemento generador de empleo.
- Creación de fuentes de trabajo.
- Multiplicador de ingresos.
- Redistribución de la renta.

La adecuada gestión y planificación turística sostenible permite solucionar problemas de estacionalidad generando visitas y actividades turísticas en temporada baja, generando de esta manera, ingresos económicos distribuidos a lo largo del año.

Beneficios socioculturales:

- Generador de cambios de autoestima en la comunidad.
- Produce cambios en las capacidades, conocimientos, valores, actitudes, intereses, hábitos de los trabajadores en turismo y de la población local.

Para el logro de estos impactos socioculturales, el municipio deberá realizar, conferencias, seminarios, difusión a través de afiches, etc.

Beneficios para la comunidad:

- La gestión y planificación sostenible del turismo, contribuye al mejoramiento de los servicios, en el incremento de espacios públicos y de la seguridad ciudadana.

La participación de la comunidad en el turismo local es ideal para tener éxito en los procesos de desarrollo ya que permite una gestión eficaz y contribuye a disminuir los riesgos de conflictos con los visitantes o el rechazo a la actividad turística.

⁴⁶ **Fuente:** Rendón Puertas, María Luisa, (2006), "El modelo de administración turística local". Tomo II. Lima, Perú.

⁴⁷ **Fuente:** Rendón Puertas, María Luisa, (2006), "El modelo de administración turística local". Tomo II. Lima, Perú.

Beneficios medioambientales:

- Mayor valoración del patrimonio natural, rural de la ciudad.
- Creación de infraestructuras permitiendo el acceso a sitios que anterior al desarrollo de la actividad era imposible.
- Mejora en la calidad de los servicios de conservación, en las zonas naturales.

Instrumentos de la gestión turística⁴⁸

1. Seguimiento y control de las etapas de la planificación turística y de sus resultados.
2. Coordinación entre los agentes sociales.
3. Organización.
4. Participación comunitaria.
5. Apoyo al sector empresarial.
6. Mantenimiento y actualización de un sistema de información turística.
7. Control de la calidad.
8. Financiamiento.

1. **Control:** Implica la medición de lo logrado en relación con lo estándar y la corrección de las desviaciones, para asegurar la obtención de los objetivos de acuerdo con el plan.⁴⁹

Una de las razones más evidentes de la importancia del control es porque hasta el mejor de los planes se puede desviar. El control se emplea para:

- a) Verificar el logro de los objetivos que se establecen en la planeación.
- b) Medir y cuantificar los resultados.
- c) Detectar desviaciones.
- d) Establecer medidas correctivas, prever y corregir los errores.

Para evitar que se produzcan errores comunes en un municipio turístico, se presenta un cuadro con algunos de los impactos negativos que podrían llegar a surgir, si no se lleva un control adecuado.

SITUACIÓN	IMPACTO NEGATIVO	MEDIDA CORRECTORA
Exceso de visitantes	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Deterioro de recursos turísticos. ➤ Malestar en la población local. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Limitar el acceso de turistas a los recursos turísticos. ➤ Incrementar la oferta turística.
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Desarrollo urbano 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Proteger las zonas

⁴⁸ **Fuente:** SECTUR, (2006), "*Planeación y Gestión para el Desarrollo Turístico Municipal*". México.

⁴⁹ **Fuente:** Harold Koontz; Cyril O'Donnell, (1975), "Elementos de administración moderna". Bogota, Colombia. McGraw-Hill.

Crecimiento acelerado del turismo	<p>descontrolado.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Aparición o aumento de barrios pobres. ➤ Destrucción del paisaje 	<p>turísticas.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Elaborar planes de mejora y rehabilitación de los barrios.
Contaminación	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Contaminación del aire. ➤ Exceso de ruidos. ➤ Contaminación de la tierra o las aguas, por basuras. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Controlar el tránsito y estado de los vehículos. ➤ Recolección de basuras. ➤ Regular la altura y el tipo de construcciones.
Vandalismo y delincuencia.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Destrucción de instalaciones. ➤ Deterioro del patrimonio cultural e histórico. ➤ Robos y asaltos a turistas. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mayor vigilancia. ➤ Campañas de concientización. ➤ Creación de la policía turística.
Alteración de la costumbre local.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pérdida de la identidad cultural ✓ Cambios en los hábitos de comida. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Promover manifestaciones locales, danza, festividades, música.

Fuente: SECTUR, (2006), "Planeación y Gestión para el Desarrollo Turístico Municipal". México.

2. Coordinación entre sector público y privado.⁵⁰ la coordinación y la cooperación entre el sector público y privado es un instrumento de mejora de la calidad, sostenibilidad y complejidad del turismo.

Tanto la coordinación como la cooperación entre el sector público y privado son esenciales para el desarrollo turístico de un destino. No se podría considerar óptimo un desarrollo turístico exclusivamente en manos privadas ya que dicho sector tiene como principal misión el beneficio económico y esto podría ir en detrimento de un necesario equilibrio social, mientras que si sucediese lo contrario, es decir un desarrollo turístico exclusivamente controlado por el sector público, la menor eficacia de este sector desde el punto de vista económico condicionaría dicho desarrollo.

La necesidad de coordinación y cooperación entre ambos sectores viene justificada también porque en un destino coinciden recursos naturales y de patrimonio cultural, junto con infraestructuras públicas y privadas, cuya integración en la oferta turística del destino necesita que ambos sectores estén de acuerdo.

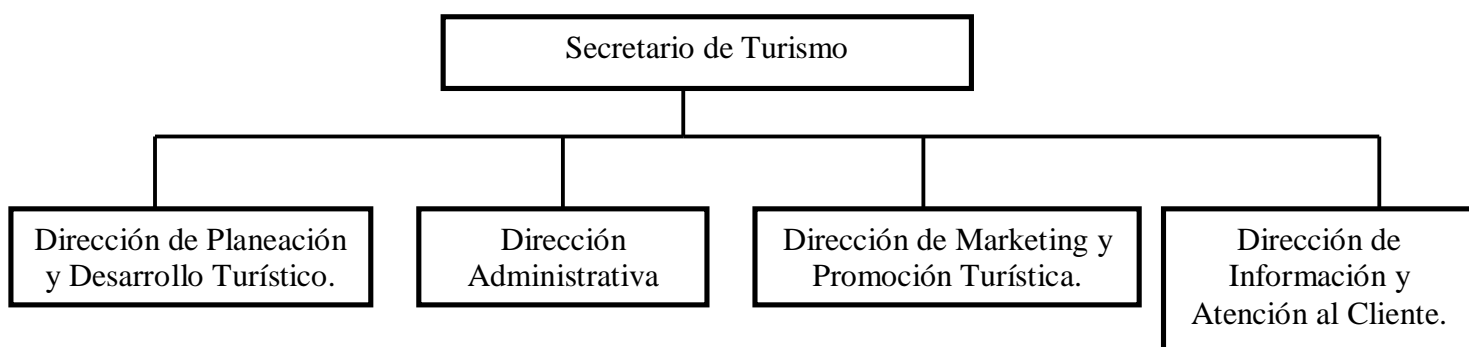
⁵⁰ **Fuente:** Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre "La política turística y la cooperación entre los sectores público y privado". Diario Oficial de la Unión Europea, 2005/C 74/02. Disponible en <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ.do?uri=Oj:C:2005074:0007:0014:ES:PD>.

Una solución o alternativa para garantizar la máxima satisfacción de los visitantes, es la conformación de un organismo público mixto entre la administración y el sector empresarial, destinado a la promoción turística, a la gestión de los servicios de información, a la coordinación pública-privada, etc.

3. **Organización:** consiste en determinar funciones y tareas, establecer unidades y departamentos y la forma en que se van a comunicar.⁵¹

“Es la función administrativa que consiste en definir las actividades laborales ordenándolas jerárquicamente para alcanzar las metas establecidas.”⁵²

Organigrama interno municipal para gestionar el plan de desarrollo turístico sostenible.⁵³



Secretario de turismo:

- Ejecutar las acciones tendientes a una correcta y eficiente gestión administrativa del sector.
- Controlar y verificar el adecuado desarrollo de la actividad administrativa del sector.
- Fijar y hacer cumplir los objetivos previstos.
- Dirigir y supervisar el trabajo de las diferentes direcciones a su cargo.

⁵¹ **Fuente:** Cristóbal Casanueva Rocha; Julio García del Junco; Francisco Javier Caro González, (2000.), “Organización y gestión de empresas turísticas”. Edición Pirámides.

⁵² **Fuente:** Eduardo Bustos Farias, (Junio de 2003), “Proceso administrativo”.

⁵³ **Fuente:** Para la realización del organigrama, se consulto: SECTUR, (2006), “Manual de Organización y Actividades de Mercadeo de Destinos Turísticos”. México.

- Participar en la definición de políticas y lineamientos que se requieran para la formulación de proyectos turísticos.
- Fijar lineamientos con el fin turístico para programar, planificar, promover, capacitar, preservar, proteger, generar y fomentar la actividad turística en la ciudad.
- Controlar el cumplimiento de las reglamentaciones y normas establecidas.
- Favorecer el intercambio turístico mediante acuerdos y/o convenios con otras localidades u organismos, con el fin de incrementar e incentivar el turismo hacia esta localidad.

Dirección de Planeación y Desarrollo Turístico.

- Área de Facilitación.
- Área de Capacitación.
- Área de Investigación, Desarrollo e Innovación.
- Área de Recreación.
- Área de Fomento de Inversiones y Financiamientos.

Dirección Administrativa.

- Área de Contralor de Servicios.
- Área de Asistencia Técnica.
- Área de Servicios.
- Área de Recaudación.

Dirección de Marketing y Promoción Turística.

- Área de Marketing y Promoción Turística.

Dirección de Información y Atención al Cliente.

- Área de Información.

4. Participación comunitaria.

El turismo, al aportar beneficios económicos, de preservación, conservación y difusión del patrimonio turístico, genera identidad, sentido de pertenencia y una retribución para la comunidad receptora. Esta puede percibir los beneficios del turismo, siempre y cuando sea realizado con criterios de sostenibilidad y se la haga partícipe del proceso de desarrollo.⁵⁴

Es por este motivo que el municipio deberá:

A) Informar a la comunidad:

- Los beneficios y problemas que trae consigo el turismo.
- La importancia del turismo sustentable.

¿Cómo?

- Resolviendo dudas, quejas o consultas.
- Haciendo reuniones.
- Elaborando folletos informativos, etc.

B) Fomentar una Cultura Turística:

- Ofrecer un trato amable a los visitantes, ser tolerantes y hospitalarios con gente de lenguas y costumbres diferentes.
- Aprovechar las oportunidades que brinda el turismo respecto a nuevos empleos, mejores ingresos, posibilidades de negocios, etc.

¿Cómo?

- Realizando campañas de concientización turística y ambiental.
- Reuniones y talleres de trabajo.
- Cursos de formación turística.

C) Realizar consultas a la comunidad sobre:

- Sus expectativas en relación a la actividad turística.
- Su opinión sobre las obras necesarias para preparar al municipio.
- Su acuerdo sobre aprobación de presupuestos.
- Denuncias de diferente índole turística.

¿Cómo?

- Convocando asambleas públicas.
- Consultas sobre acciones necesarias.
- Aprobación de presupuestos.

¿Qué beneficios brinda una adecuada gestión en la participación de la comunidad local en la actividad turística?

- Prevenir los efectos indeseables del turismo.
- Controlar el buen uso de las finanzas municipales.
- Elevar la dignidad colectiva.
- Aprovechar mejor las oportunidades que brinda el turismo.
- Contribuir a la integración social.
- Definir las obras prioritarias.
- Otras.

54 **Fuente:** Rendón Puertas, María Luisa, (2006), *“El Municipio y el Desarrollo turístico Local”*, Primera Edición, Lima-Perú.

5. Apoyo al sector empresarial.

El sector empresarial está formado por aquellos establecimientos que proporcionan los servicios que necesita el turista antes, durante y después de su desplazamiento, como el hospedaje, la alimentación y la recreación para los visitantes, las agencias de viajes y otros servicios complementarios, los cuales conforman el producto turístico dentro de la planta o estructura turística.⁵⁵

El turismo debe hacer el mayor uso posible de los bienes y servicios locales, (empresas turísticas locales), permitiendo alcanzar de esta manera el máximo nivel de empleo local posible, sin embargo, el gobierno municipal debe encargarse también de motivar a empresarios de afuera, con capacidad de intervenir en nuestros proyectos turísticos.

Para incentivar a las empresas tanto locales como externas, el municipio deberá aplicar medidas de apoyos como:

- Apoyar la formación de pequeñas y medianas empresas turísticas.
- Ofrecer incentivos a la inversión turística, por ejemplo:
 - Tierras a más bajo precio
 - Exoneración de impuestos por un período de tiempo.
 - Otros.
- Crear un fondo de desarrollo turístico, para apoyar interesantes iniciativas turísticas, mejoras en las instalaciones, etc.

6. Mantenimiento y actualización de un sistema de información.

Para realizar un desarrollo turístico a nivel local no debe faltar una base de datos que contenga toda la información turística disponible.

Sistema de Información Turística: es una base de datos, un registro sobre las características, evolución y comportamiento del turismo en un municipio.⁵⁶

SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICO	
DATOS A REGISTRAR	UTILIDAD
<ul style="list-style-type: none">• Llegadas de turistas (de dónde y por qué vienen, qué buscan, cómo son, etc.).• Tipos de alojamientos existentes (número, categoría, nivel de ocupación, etc.).• Servicios turísticos.• Inventario de recursos turísticos.• Proyectos turísticos.• Ingresos y gastos (cuánto recibe	<ul style="list-style-type: none">• Mejorar el servicio a los visitantes.• Disponer de una fuente de consulta permanente.• Conocer nuestras posibilidades.• Detectar problemas y planificar a tiempo las medidas correctoras.• Tener información de partida para cualquier estudio o proyecto que sea preciso realizar, como diagnósticos, estudios de

⁵⁵ **Fuente:** Rendón Puertas, María Luisa, (2006), "El modelo de administración turística local". Tomo II. Lima, Perú.

⁵⁶ **Fuente:** http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/alba_m_al/capitulo2.pdf. Fecha de consulta 23/06/09.

<p>el municipio por turismo, de dónde provienen, etc.).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Otros. 	<p>mercado, proyectos de promoción turística, etc.</p>
--	--

Fuente: Elaboración propia.

7. Control de la calidad.

La gestión de la calidad se ha revelado como una condición indispensable para la subsistencia del sector turístico y como una herramienta para conseguir ventajas competitivas.

Calidad: conjunto de características de una entidad que le confiere aptitud para satisfacer las necesidades establecidas y las implícitas. (Norma UNE-EN ISO 8402).

La calidad es el nivel de satisfacción de un cliente/ turista⁵⁷ respecto al servicio turístico percibido. No es algo que definan los expertos, sino, que es definido por las personas que reciben el servicio.

La calidad puede expresarse en la siguiente formula:

<p>Calidad del servicio turístico = Satisfacción del cliente = Servicio esperado – servicio percibido.</p>
--

Expectativas > Percepción del servicio = Pérdida del cliente.

Expectativas = Percepción del servicio = El cliente puede que vuelva.

Expectativas < Percepción del servicio = El cliente volverá. Fidelizar al cliente.

Problemas de calidad que pueden surgir en un municipio y recomendaciones para solucionarlos.

PROBLEMAS	CAUSAS	RECOMENDACIONES
<p>1. No sabemos lo que quieren los turistas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Falta de conocimiento sobre la demanda turística actual y potencial. ▪ No hay un sistema de información turístico. ▪ Falta de coordinación entre el sector público y privado. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Revisar las preferencias de los turistas que recibe el municipio. ▪ Crear, revisar o cambiar el sistema de información turístico. ▪ Realizar un buen estudio de mercado.
<p>2. Si los servicios turísticos funcionan mal.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Falta de control. ▪ Malas inversiones. ▪ Escasez de recursos económicos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Recoger las quejas de los usuarios y solucionarlas. ▪ Revisar el programa de actividades.

⁵⁷ En este punto se referirá a cliente y turista como la misma persona.

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Población poco motivada. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mantener contacto frecuente con los empresarios. ▪ Hacer respetar las normas. ▪
3. Diferencia entre lo que se promete y lo que se ofrece.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Imagen turística falsa, que no corresponde con la realidad. ▪ Promoción turística mal realizada. ▪ Falta de experiencia turística. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Buscar asesoría especializada. ▪ Mejora la promoción turística. ▪ Ampliar contactos con personal experimentado.
4. No existen normas de calidad o están equivocadas.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Falta de liderazgo por parte del municipio. ▪ Turismo no planificado. ▪ Incomunicación entre el sector público y privado. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Revisar las normas existentes. ▪ Elaborar o mejorar el plan de desarrollo turístico.

Fuente: SECTUR, (2006), "Planeación y Gestión para el Desarrollo Turístico Municipal". México.

Puntos clave para una buena gestión de la calidad turística:⁵⁸

- ✓ Hacer las cosas bien.
- ✓ Objetivos compartidos sobre el turismo.
- ✓ Planificación.
- ✓ Coordinación pública y privada.
- ✓ Integración de la comunidad al desarrollo turístico.
- ✓ Respeto al medio ambiente y a la cultura local.
- ✓ Informar y sensibilizar.
- ✓ Conocer al turista y satisfacer sus necesidades.
- ✓ Darnos a conocer.
- ✓ Mejora continua.

8. El financiamiento.

Financiar: es dotar una empresa, organización y/o institución, de dinero y de crédito, es decir, conseguir recursos y medios de pago para destinarlos a la adquisición de bienes y servicios, necesarios para el desarrollo de las funciones de la empresa.⁵⁹

El financiamiento es fundamental en la gestión municipal, ya que sin dinero poco se puede hacer.

⁵⁸ **Fuente:** SECTUR, (2006), "Planeación y Gestión para el Desarrollo Turístico Municipal". México.

⁵⁹ **Fuente:** <http://es.wikipedia.org/wiki/Financiaci%C3%B3n>. Fecha de consulta 28/06/09.

Según la Constitución de la Provincia de Buenos Aires (principalmente Art. 192; 193) y Ley Orgánica de las Municipalidades (principalmente Art. 226; 227; 228), los municipios de la provincia de Buenos Aires se financian fundamentalmente a través de los ingresos propios (alumbrado, barrido, limpieza y conservación de la vía pública, la inspección y control de seguridad e higiene), cobrando por éstos una tasa. En segundo orden pueden ubicarse los ingresos provenientes de la coparticipación provincial (éstos representan los que la Provincia recauda a través de los impuestos de su jurisdicción (Inmobiliario, Ingresos Brutos, Automotor, etc.) y coparticipa con los 134 municipios bonaerenses). También tienen la posibilidad de financiarse a través de endeudamiento (Dentro de la administración municipal se pueden distinguir dos tipos de deudas, aquellas de corto plazo cuya cancelación debe producirse dentro del ejercicio o a lo sumo en el ejercicio siguiente pero con recursos del ejercicio anterior, denominada Deuda Flotante. Y la de largo plazo compuesta por operaciones de créditos, es decir la Deuda Consolidada en el tiempo).

A su vez, la Secretaría de la provincia de Buenos Aires⁶⁰, plantea, el desafío de atender las necesidades de los municipios en materia de inversión o reinversión en su planta turística, la que por las problemáticas coyunturales del país en general y de las localidades en particular han quedado relegadas en cuanto a su mantenimiento, innovación o adecuación a las necesidades y exigencias de la demanda turística y recreacional.

La Secretaría de la provincia de Buenos Aires, tiene como uno de sus objetivos en su área de financiamiento; incrementar, ampliar y optimizar las instalaciones y equipamientos que sustentan el proyecto de los recursos con capacidad turística del patrimonio natural y cultural de los municipios, con la finalidad que inciden en el mejoramiento de la oferta y experiencia turística del visitante.

Atender financieramente a través del otorgamiento de subsidios, obras públicas municipales para instalaciones y equipamientos turísticos recreativos.

Comprometer la participación activa del municipio en la concreción de las obras.

Tipos de Obras:

- Oficinas de información turística.
- Señalización turística (urbana y de accesos a las localidades).
- Puesta en valor de sitios (urbanos, culturales, históricos, naturales).
- Rampas, baños, e instalaciones en general para personas discapacitadas.

Por otra parte, debido a que los ingresos que recibe el gobierno municipal son limitados, se cree necesario y conveniente referirse a la autogestión, como una alternativa financiera complementaria, a tener en cuenta.

Es por este motivo que se exponen algunas fuentes de autogestión municipal:⁶¹

Tasas por el uso de servicios turísticos: esta es una atribución municipal, especialmente útil para recuperar parte de la inversión realizada en equipamientos y servicios turísticos como:

- El acondicionamiento, mejora o rehabilitación de un espacio natural.
- La restauración de un edificio histórico.

⁶⁰ **Fuente:** <http://www.styd.gba.gob.ar/>. Fecha de consulta 28/06/09.

⁶¹ **Fuente:** SECTUR, (2006), "*Planeación y Gestión para el Desarrollo Turístico Municipal*". México.

- La construcción de un museo, un balneario, una instalación deportiva, etc.

Es válido, e incluso recomendable, que se cobre la entrada a los usuarios, con esto, se podrá recuperar a la larga el capital invertido y financiar el mantenimiento del lugar.

Fondos mixtos de promoción: se recomienda, reunir a nivel municipal aportaciones públicas y privadas, con la finalidad de impulsar de forma más efectiva las campañas de promoción e información turísticas.

Con el capital del fondo es posible financiar:

- Publicaciones, catálogos y folletos turísticos.
- Capacitación y formación turísticas.
- Apoyos a los pequeños y medianos empresarios.
- Etc.

CAPITULO VI

Elaboración del plan de capacitación



6. Plan de capacitación y formación turística.

Es de mayor importancia que los turistas se sientan seguros, cómodos y bien a gusto en el destino que visitan, por tal motivo, la comunidad y las empresas prestadoras de servicios turísticos (hoteles, restaurantes, agencias de viajes, tiendas, etc.) son los responsables de satisfacer y consumir estos objetivos.

Es por este motivo, que se crea un programa de capacitación y formación turística, que constará de tres partes principalmente:

1. Relevamiento de información en las principales empresas prestadoras de servicios turísticos (alojamientos, restaurantes, agencias de viajes, pubs).
2. Promover una campaña de concientización turística.
3. Proponer diferentes capacitaciones turísticas para diferentes niveles educativos.

1. Relevamiento de información en las principales empresas prestadoras de servicios turísticos (alojamientos, restaurantes, agencias de viajes).

En primera parte se realizó un relevamiento de información de los tres establecimientos hoteleros considerados de mayor calidad de la ciudad, principalmente del personal que mantiene un contacto directo con el turista, sean estos, conserje, mucamas y camareros.

El objetivo de este relevamiento fue, indagar sobre los conocimientos que éstos poseen respecto a la actividad turística, hotelera y al trato del turista y así, según los resultados obtenidos poder sacar conclusiones y saber cómo actuar de acuerdo a ellas.

Metodología utilizada: a cada encargado del establecimiento hotelero se le realizó una entrevista estructurada, siguiendo rigurosamente un cuestionario previamente confeccionado.⁶²

Los resultados obtenidos fueron:

- I. Del 100% de mucamas entrevistadas, el 0% posee estudios respecto a la tarea que desarrollan.
- II. Del total de personal que desempeña tareas de conserje solamente uno, posee estudios respecto al cargo desempeñado.
- III. Del total de personal que desempeña el cargo de camarero, el 50% posee estudios respecto a ese cargo.

En segundo lugar, se realizó una entrevista a las dos agencias de viajes que posee la ciudad, con el fin de informarnos, si éstas poseen personal con estudios en turismo.

⁶² Ver anexo Capítulo VI.

Los resultados obtenidos fueron:

Las dos agencias de viajes que posee la ciudad, posee personal capacitado. En los dos casos, "Técnicos en Turismo".

En tercer lugar, se entrevistó a los encargados de 5 establecimientos gastronómicos de la localidad, con el fin de conocer si poseen personal con estudio en gastronomía y/o turismo.

Los resultados obtenidos fueron:

Del total (5) de establecimientos gastronómicos entrevistados, solamente 2, posee personal con estudios gastronómicos en el área de cocina y solamente 1 establecimiento gastronómico cuenta con personal con estudio gastronómico en el área de salón.

Conclusión: los datos obtenidos reflejan un nivel de estudio en el personal prestador de servicios turísticos muy bajo, lo cuál deja en claro que, el servicio turístico puede ser mejorado en este tipo de empresas. Debido a esto, la implementación de capacitación y formación turística se cree que puede ser la herramienta adecuada a implementar.

2. Promover una campaña de concientización turística.

Conciencia turística:

- Es un conjunto de actitudes y comportamientos de los habitantes de un lugar turístico que humanizan la recepción del turista a través de la hospitalidad y comprensión.⁶³
- Son actitudes participativas del ciudadano frente a la protección de nuestros atractivos en defensa y hospitalidad que se debe brindar en todo momento al turista.⁶⁴
- Clifor Sosa, sostiene que es importante las actitudes y comportamiento de la población con el turista, por cuanto " la conciencia turística tiene implicancias sobre el conocimiento del potencial turístico, sobre las actitudes y compromisos morales y éticos, sobre el trato al turista en cuanto a bienvenida, hospitalidad y sobre el aprovechamiento de los recursos para que aporten beneficios al país.⁶⁵

⁶³ **Fuente:** ARRIA, Diego, (1971), " Turismo y Desarrollo".Pág. 5. Mayo Ed. Arte Caracas.

⁶⁴ **Fuente:** VÁSQUEZ MIERES, ALFREDO, (2002), "Definición de la Conciencia Turística", Ed. México.

⁶⁵ **Fuente:** Sosa, Clifor, (2004), " Identidad Cultural y Conciencia Turística Pilares de Desarrollo" Pág. 85.

Objetivos de la Conciencia Turística

Desde el punto de vista social, es considerada como factor de identificación de la población con sus principales raíces culturales.

En el ámbito económico repercute directamente con la satisfacción de las necesidades de las corrientes turísticas haciéndolas repetitivas y aumentando su número y pernocte, lo que trae consigo la entrada de divisas, nuevas fuentes de empleo y por ende el desarrollo regional de los importantes centros turísticos

En el ámbito cultural, la concientización turística es muy importante punto de proyección de todos los elementos que conforman el patrimonio turístico, lo que motivará el desplazamiento de importantes corrientes turísticas potenciales nacionales e internacionales.

En cuanto a la oferta turística, puede decirse que ésta se verá ampliamente beneficiada, ya que provocará una sana competencia entre los prestadores de servicios turísticos por ganarse la preferencia del consumidor, lo cual, a largo plazo se reflejará en un servicio de calidad fundamentado en la creatividad y en la competitividad.⁶⁶

Recomendaciones a tener en cuenta en la conciencia turística:

- Calidad en la prestación de servicios turísticos:
 - Puntualidad.
 - Responsabilidad.
 - Amabilidad.
 - Respeto.
 - Tolerancia.
- Cobrar precios justos.
- Mantener una ciudad limpia y ordenada.
- Conocer los recursos turísticos que poseemos para brindar una información veraz y oportuna.
- Transformar una ciudad en una hermosa casa para el visitante.
- Crear una actitud de cuidado y preservación de nuestro patrimonio.
- Tener actitud de conocer nuestras riquezas, nuestra historia, nuestra música, nuestros valores.
- Transmitir y brindar al turista buenos modales.

Estrategias de concientización turísticas:

Mónica Balbuena Portillo, afirma que es necesario que se busquen mecanismos sociales que consigan crear esa conciencia en los individuos, así como la televisión, la radio, el Internet, etc.⁶⁷

⁶⁶ **Fuente:** Romero, Héctor, (1977), "Socio Psicología del Turismo". Pág. 17.

⁶⁷ **Fuente:** Balbuena, Mónica, (2002), "La conciencia, una Formación Educativa por Alternativas" Pág. 4.

En este caso, agregaríamos herramientas como, folletería, publicidades, participación a eventos típicos, reuniones, etc.

3. Educación y capacitación turística.

La educación y capacitación turística son esenciales en el desarrollo de la actividad turística en un destino y constituyen unas de las principales vías para impartir formación en el área.

El capital humano tiene especial relevancia en la actividad turística por tratarse de un sector de servicios, por ello la capacitación debe ser considerada como una inversión estratégica para elevar la competitividad del destino y de la oferta turística.⁶⁸

Los programas de capacitación turística consisten en poner en contacto a los sujetos con actividades de diversa índole (culturales, históricas, prácticas), para de esta manera transmitirles tanto conocimientos como experiencia relacionadas con el sector.⁶⁹

En los últimos dos años la ciudad de San Carlos de Bolívar ha incorporado dos carreras turísticas, como Guía en turismo (nivel terciario) y Lic. en turismo (a distancia).

Se cree que es un comienzo muy positivo para el desarrollo turístico sostenible en la ciudad, ya que la misma se dotará de profesionales en el área. Sin embargo, el turismo es una actividad que abarca una diversa variedad de actividades, y es por esto que se cree necesario, dotar a la ciudad de mayores conocimientos y educación referida a la actividad.

Algunas recomendaciones:

- ✓ Educación en niveles primarios. (La conciencia turística debe ser implementada en la población desde un primer momento, es decir, desde niños).
- ✓ Educación secundaria. (Se cree que sería efectivo, que los conocimientos sobre la actividad turística continuaran dictándose en niveles secundarios, para no perderlos).
- ✓ Promover la creación de educación hotelera, gastronómica, etc.
- ✓ Realizar seminarios sobre temas específicos, dirigidos a:
 - Empresarios turísticos.
 - Profesionales hoteleros, gastronómicos, etc.

⁶⁸ **Fuente:** Rendón Puertas, María Luisa, (2006), "El modelo de administración turística local". Tomo II. Lima, Perú.

⁶⁹ **Fuente:** Rendón Puertas, María Luisa, (2006), "El modelo de administración turística local". Tomo II. Lima, Perú.

CAPITULO VII

Presentación Pública del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico sostenible de la ciudad de Bolívar.



7. Presentación Pública del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico sostenible de la ciudad de Bolívar.

Constituye el acto final de esta fase y de terminación de la elaboración del plan.

A través de los diferentes medios de difusión (diario local, canal local, folletería, radios, etc.), se comunicará a la población local, empresarios, instituciones, sobre la puesta en práctica del mismo.

A su vez, se mantendrán informados diariamente a través de estos, sobre, novedades, noticias, recomendaciones, actualidades, capacitaciones, etc.

Se espera un impacto positivo en la comunidad y que la misma sea partícipe de la elaboración del plan.

CONCLUSIÓN

El turismo es una actividad, que indudablemente viene creciendo desde los años '50, generando a su vez, múltiples beneficios en diferentes ámbitos territoriales. Desde el ámbito local, según sus facultades legales y recursos que manejan, las municipalidades son los organismos indicados para el desarrollo de esta actividad.

Esta tesis, deja en claro que la ciudad de San Carlos de Bolívar, es un destino apto para impulsar el desarrollo sostenible de la actividad turística. Este puede convertirse en una fuente generadora de ingresos, contribuir al desarrollo social, cultural y la conservación medioambiental para esta ciudad.

Si retomamos los objetivos específicos podemos afirmar que la ciudad está preparada y dispuesta para aceptar el proyecto.

En primer lugar el intendente de la ciudad de San Carlos de Bolívar, se notó muy interesado en la propuesta, aceptándola, mostrándose dispuesto para llevarlo adelante y comprometiéndose a facilitar un espacio físico donde ponerlo en práctica. Así como también, la población local, dado que son éstos, los que percibirán el impacto provocado por el desarrollo de esta actividad.

Una serie de encuestas a los mismos arrojó datos muy positivos, avalando el proyecto y confirmando la continuación del mismo.

Por otra parte, el diagnóstico de la situación actual de la ciudad, planteado en el capítulo número tres, refleja que la ciudad, ocupa un punto geográfico óptimo para recibir a turistas de diferentes lugares, ya que se encuentra en el centro de la provincia, con sus diversas rutas, su variedad de recursos, oferta, infraestructura y futuros proyectos.

Con respecto a los recursos turísticos, vale resaltar que ninguno de ellos alcanzó la máxima categoría en calidad propuesta, y que la mayor parte de éstos ocupan la categoría más baja.

Queda en claro, que se deben mejorar cada uno de los recursos turístico con que cuenta la ciudad, y si bien, el análisis F.O.D.A. elaborado, muestra resultados positivos, éstos no fueron exagerados, lo que ratifica, que a pesar de ser una ciudad apta para incorporar la actividad turística, se debe trabajar mucho para lograr un turismo planificado, sostenible y gestionado en San Carlos de Bolívar.

RECOMENDACIONES

A continuación se exponen una serie de recomendaciones para el sector público, privado y el municipio, cuyo cumplimiento es básico para lograr una planificación y administración turística sostenible.

- Siendo las empresas privadas quienes, mayoritariamente, ofrecen los servicios turísticos y tienen contacto directo con el cliente deben centrarse en dirigir y operar de manera eficiente y eficaz el ámbito turístico empresarial y ser capaces de cooperar con el sector público en diferentes actividades (apoyar campañas de capacitación, organizar eventos, brindar información, veraz y consistente, conservar el medio ambiente, etc.).
- Es necesario que los municipios en general tomen conciencia y reconozcan la importancia que el turismo tiene para su localidad, lo asuman como un reto y de esta forma, lleven a cabo acciones dirigidas al desarrollo integral y sostenible de este sector.
- Es primordial contar con el sector público y privado para realizar un trabajo conjunto y coordinado.
- Es necesario que la población se integre de manera activa en la planificación y el control de la actividad turística local.
- Es fundamental que la comunidad conozca los recursos, el patrimonio histórico, cultural y natural de su localidad y, a partir de esto, desarrolle una conciencia de protección y conservación para que, junto con el municipio, vele por el cuidado de su ciudad y difunda sus atractivos.
- El staff de turismo deberá estar integrado por profesionales calificados en administración, planificación turística, urbana y territorial. Dicho staff, reunirá las siguientes características:
 - Ser amable, fomentar el buen trato y la educación en las relaciones con los visitantes.
 - Demostrar ética y firmeza para evitar actos de corrupción o falta de transparencia tanto pública como privada.
 - Ser sensibles y conocer la realidad local para fomentar la conservación del medio ambiente y del patrimonio.
 - Ser proactivos, emprendedores y estar actualizados en tendencias de mercado.

COMENTARIO FINAL

Se espera que esta tesis sirva como base para impulsar el desarrollo sostenible de la actividad turística en la ciudad.

Este trabajo demuestra que esta localidad reúne las condiciones necesarias para el desarrollo de esta actividad, y los beneficios que pueden llegar a obtener implementándola.

Como se expresó al comienzo de esta tesis, San Carlos de Bolívar ha visto crecer notablemente el arribo de turistas en los últimos diez años, debido a la realización de grandes eventos deportivos, obteniendo así la ciudad, una gran difusión en importantes medios de comunicación.

Se considera que no hay que desaprovechar esta oportunidad y quedarse con esto solamente, haciendo que suceda sin ningún tipo de control o planificación.

Se cree que aún estamos a tiempo de mejorar lo que la ciudad tiene, lo que está sucediendo y sacarle un mejor provecho, que sin duda, es mejor para todos y especialmente para San Carlos de Bolívar.

Bibliografía

- Boullon, Roberto C, (2003), *“Los Municipios Turísticos”*, editorial Trillas, México D.F.
- Rendón Puertas, María Luisa, (2006), *“El Municipio y el Desarrollo turístico Local”*, Primera Edición, Lima-Perú.
- Rendón Puertas, María Luisa, (2006), *“El modelo de administración turística local”*. Tomo II. Lima, Perú.
- Capece Gustavo R, (Octubre De 1997), Turismo Sostenido y Sustentable. *“Una visión Holística”*. Agencia periodística CID.
- Dennis R. Judd. *“El turismo urbano y la geografía de la ciudad”*.
- MINCETUR, (2006), *“Manual para la Formulación del Inventario de Recursos Turísticos a nivel Nacional”* .Fase I. CATEGORIZACIÓN. Perú.
- MINCETUR, (2006), *“Manual para la Formulación del Inventario de Recursos Turísticos a nivel Nacional”* . Fase II- JERARQUIZACIÓN. Perú.
- Boullon, Roberto, (1995), *“Planificación del Espacio Turístico”*, editorial Trillas. México.
- SECTUR, (2006), *“Planeación y Gestión para el Desarrollo Turístico Municipal”*. México.
- F. J. Blancas Peral y E. M. Buitrago Esquinas, (1991), *“Estructura y política turística de Sevilla”*, editorial Síntesis, Madrid.
- Krause, (1999), *“La demanda turística para destinos urbanos”*.
- Ramos G. (2005), *“El turismo de negocio en México”*.
- Ponce Talancón, H. (Septiembre 2006), *“La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales”*.
- Marvin Blanco M. (Noviembre, 2008), *“Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio”*. San José, Costa Rica.
- Crompton, J. L. (1979): *“An Assessment of the Image of Mexico as a Vacation Destination and the Influence of Geographical Location Upon that Image”*, *Journal of Travel Research*, spring, pp. 18-23.
- KOTLER, PHILLIP; HAIDER, DONALD H; REIN, IRVING, (1994), *“Mercadotecnia de localidades. Cómo atraer inversiones, industrias y turismo a ciudades, regiones, estados y países”*. México.
- Mauro Granados Maguiño, (2000), *“Rol de los Municipios en el Desarrollo del Turismo. Gestión en el Tercer Milenio*. Lima. Perú.
- Harold Koontz; Cyril O'Donnell, (1975), *“Elementos de administración moderna”*. Bogota, Colombia. McGraw-Hill.

Cristóbal Casanueva Rocha; Julio García del Junco; Francisco Javier Caro González, (2000.), "Organización y gestión de empresas turísticas". Edición Pirámides.

Eduardo Bustos Farias, (Junio de 2003), "Proceso administrativo".

ARRIA, Diego, (1971), " Turismo y Desarrollo".Pág. 5. Mayo Ed. Arte Caracas.

VÁSQUEZ MIERES, ALFREDO, (2002), "Definición de la Conciencia Turística", Ed. México.

Sosa, Clifor, (2004), " Identidad Cultural y Conciencia Turística Pilares de Desarrollo" Pág. 85.

Romero, Héctor, (1977), "Socio Psicología del Turismo". Pág. 17.

Balbuena, Mónica, (2002), "La conciencia, una Formación Educativa por Alternativas" Pág. 4.

Antonio González Molina, (2002), "*Rasgos caracterizadores del turismo activo y turismo deportivo e importancia económico-social y estructural de nuevas formas emergentes*". U.L.P.G.C. España.

SECTUR, (2001), "*Estudio de turismo cultural para México*", México.

Enric López Carrillo, Eugeni Osácar Marzal, (2006), "*Tourism Destination Placement*": La imagen de los destinos turísticos a través de los largometrajes. El caso Barcelona.

Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., Wanhill, S. (1997), "*Turismo, principios y práctica*", editorial Diana. México.

Organización Mundial del Turismo (OMT), .Conferencia de la OMT, documento principal 2005 página 1. Disponible en World- tourism.org/.

"*El desarrollo Local como eje de la Política Social*", (2006), Ministerio de Desarrollo Social- PNUD, Buenos Aires.

Recurso electrónico

<http://www.wikipedia.org>. Fecha de consulta 05/05/09

<http://www.obsturpr.ufpr.br/artigos/planurb06.pdf>. Fecha de consulta 04/06/09.

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/alba_m_al/capitulo2.pdf. Fecha de consulta 23/06/09.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Financiaci%C3%B3n>. Fecha de consulta 28/06/09.

<http://www.bolivarhoy.com.ar>. Fecha de consulta: 28/06/08.

<http://www.styd.gba.gob.ar/>. Fecha de consulta 28/06/09.

<http://www.tribctas.gba.gob.ar>. Fecha de consulta 3/07/09.

<http://www.gob.gba.gov.ar/legislacion/constitucion/cpppal.htm>. Fecha de consulta 03/07/09

“Barómetro de la OMT”, (2007), <http://www.vistaalmar.es/content/view/182/28/>. Fecha de consulta 20/06/09.

“Barómetro de la OMT”, (2008), <http://www.vistaalmar.es/content/view/182/28/>. Fecha de consulta 20/06/09.

“Barómetro de la OMT”, Junio (2009), <http://www.vistaalmar.es/content/view/182/28/>. Fecha de consulta 20/06/09.

Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre “La política turística y la cooperación entre los sectores público y privado”. Diario Oficial de la Unión Europea, 2005/C 74/02. Disponible en <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ.do?uri=Oj:C:2005074:0007:0014:ES:PD>.

<http://isla-delcerrito.com.ar/>. Fecha de consulta 10/09/09.

<http://www.corrientes.com.ar/pasodelapatria/>. Fecha de consulta 10/09/09.

<http://www.federacion.gov.ar/>. Fecha de consulta 10/09/09.

<http://www.irapescar.com/cochico/index.html>. Fecha de consulta 10/09/09.

<http://www.tango-tour.com.ar/itati.htm>. Fecha de consulta 11/09/09.

http://www.folkloretradiciones.com.ar/fiestas_criollas.htm. Fecha de consulta 11/09/09.

ÍNDICE ANEXO

CAPITULO I	Pág. n° 2
Autoridades del Municipio	Pág. n° 3
Ejemplos de atractivos turísticos	Pág. n° 4
Ejemplos de atractivos turísticos-pesca	Pág. n° 4-5
Ejemplos de atractivos turísticos-naturaleza	Pág. n° 5
Ejemplos de atractivos turísticos-religiosos	Pág. n° 6
Ejemplos de atractivos turísticos-culturales y folklore.	Pág. n° 7
CAPITULO II	Pág. n° 8
Concepto de encuesta	Pág. n° 9
Tamaño de la muestra	Pág. n° 9-10
Resultados de la encuesta	Pág. n° 10-11
Modelo de la encuesta	Pág. n° 12-13
CAPITULO III	Pág. n° 14
Conceptos de interés	Pág. n° 15
Ficha de relevamiento de recursos turísticos	Pág. n° 16
Criterios utilizados para confeccionar la ficha	Pág. n° 17
Fichas completas de relevamiento de recursos turísticos	Pág. n° 18-37
Criterios de evaluación de recursos turísticos	Pág. n° 38-39
Ficha de jerarquización de recursos turísticos	Pág. n° 40
Fichas completas de jerarquización de recursos turísticos	Pág. n° 40-46
Oferta turística	Pág. n° 47
Ficha de relevamiento de establecimientos hoteleros	Pág. n° 47-53
Ficha de relevamiento de establecimientos astronómicos	Pág. n° 53-59
Guía de servicios turísticos	Pág. n° 60-63
Infraestructura	Pág. n° 64-66
CAPITULO IV	Pág. n° 67
Encuesta a los huéspedes del Hotel Horizonte	Pág. n° 68
Representación escrita de los datos obtenidos	Pág. n° 69
Representación gráfica de los datos obtenidos	Pág. n° 70-71
CAPITULO V	Pág. n° 72
Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires	Pág. n° 73-74
Ley Orgánica de las Municipalidades	Pág. n° 75-76
Constitución de la Provincia de Buenos Aires	Pág. n° 77-78

ANEXO **CAPITULO I**

Creación de un espacio facilitador de prácticas de turismo sostenible en el ámbito municipal. (Secretaría de Turismo).



MUNICIPALIDAD DE BOLÍVAR

AUTORIDADES¹

- **Intendente Municipal:** Dr. Juan Carlos Simón
- **Secretario de Hacienda:** Cdora Susana Patti
- **Director de Personal:** Dr. Pablo César Palacios
- **Director de Cultura:** Prof. Miguel Vazquez
- **Director de Asuntos Legales:** Dr. Jorge Moroni
- **Contador Municipal:** Contador Carlos Morales
- **Tesorera Municipal:** Mirta Delportico
- **Jefe de Compras:** Oscar Piro
- **Directora de Salud:** Dra. Beatriz Contreras
- **Director de Rentas Municipal:** A/c Secretaría de Hacienda
- **Director de Obras Públicas:** Ing. Alberto Amado
- **Director de Planeamiento:** Arq Federico Rivadeneira
- **Director de Servicio:** Gustavo Etcheverry
- **Director Vial:** Raul Saenz
- **Director de Obras Sanitarias:** Ing. Marcelo Luit
- **Directora de Bienestar Social:** Profesora Griselda Iglesias
- **Sub-Directora de Discapacidad:** Silvia Gallego
- **Sub-Directora de Minoridad:** Lic. Mercedes García Choren
- **Director de Deportes y Recreación:** Profesor Marcelo Gomez
- **Director de Producción:** Dr. Hugo Goñi
- **Director de Bromatología:** Med. Vet. Adalberto Sardiña

¹ <http://bolivarhoy.com.ar>. Fecha de consulta 05/09/09.

EJEMPLOS DE DIFERENTES ATRACTIVOS TURÍSTICOS

EJEMPLO ATRACTIVO PESCA.

ISLA DEL CERRITO-CHACO.

Con su pasado histórico y su presente turístico, Isla del Cerrito es una válida opción para quien busca vivir momentos de intenso contacto con la naturaleza. Belleza paisajística, playas magníficas, imán para pescadores, aparece en el sureste de la provincia del Chaco seduciendo a veraneantes y consiguiendo una cada vez mayor afluencia.

Isla del Cerrito se encuentra situada en la ciudad de Resistencia, capital de la provincia, a una distancia de 54 kilómetros de los cuales 18 son asfaltados y 36 mejorados con ripio. Se emplaza en la confluencia de los ríos Paraná y Paraguay constituyéndose como un imán para pescadores, que llegan hasta sus costas deseosos de la captura del combativo dorado en el marco silencioso y tranquilo del lugar. Bosques, montes, parques dibujan la esencia de la isla haciendo visible su diversidad intrínseca tan apasionante a la hora de los recorridos paisajísticos, la práctica de deportes de riesgo y los safaris fotográficos.²



PASO DE LA PATRIA- CORRIENTES.

Paso de la Patria —coloquialmente conocida como **el Paso**— es una localidad y municipio de la provincia argentina de Corrientes, ubicada a unos 42 Km. de la capital provincial, en el departamento San Cosme. Es una de las principales villas turísticas de la región, siendo su principal atractivo el río Paraná, tanto por sus balnearios como por la pesca. Paso de la Patria se encuentra frente a la desembocadura del río Paraguay en el río Paraná, y cuenta con algunos acantilados que forman correntadas muy buscadas por los pescadores.

Es el centro turístico preferido de los habitantes del Gran Resistencia y el Gran Corrientes, quienes contribuyeron al enorme crecimiento edilicio del pueblo, en el cual se encuentran mayoritariamente casas de fin de semana. El gran influjo turístico acrecentó la oferta de servicios, lo cual convierte a Paso de la Patria en uno de los más importantes destinos turísticos de la región del Nordeste argentino.³



² <http://isla-delcerrito.com.ar/>. Fecha de consulta 10/09/09.

³ <http://www.corrientes.com.ar/pasodelapatria/>. Fecha de consulta 10/09/09.

GOYA- CORRIENTES.

Goya, ubicada en la orilla occidental del río Paraná, es visitada por una multitud de turistas, en busca de atractivos culturales, religiosos y principalmente por su pesca.

Del 27 de abril al 4 de mayo se celebra uno de los eventos de pesca deportiva más importantes del mundo, la Fiesta Nacional del Surubí.

Del 27 de abril al 4 de mayo



4 de mayo

EJEMPLO ATRACTIVO NATURALEZA

FEDERACIÓN- ENTRE RÍOS.

Federación esta situada en el nordeste de la provincia de entre ríos, sobre el embalse que la represa salto grande originó sobre el río Uruguay.

Una ciudad moderna, diseñada y constituida para reemplazar a la "vieja ciudad".

La distingue un paisaje único, donde es posible el encuentro con la naturaleza, exuberante vegetación, rodeada de aguas y playas. Una notable vida comercial y turística, se ha dado a partir de la explotación del agua termal.⁴



COCHICO- GUAMINI

Ubicada en la zona Oeste de la Provincia de Bs.As. más precisamente en el partido de Guaminí, forma parte de las encadenas del Oeste junto con la laguna de Alsina y la de Monte. Recibe sus aguas del arroyo Cochicó, descargando hacia la laguna Del Monte por un canal regulado con una compuerta.

Posee una variedad de actividades a desarrollar en su laguna, convocando a una gran variedad de turistas que llegan para disfrutar de la naturaleza, pesca, y diferentes actividades náuticas.⁵

⁴ <http://www.federacion.gov.ar/>. Fecha de consulta 10/09/09.

⁵ <http://www.irapescar.com/cochico/index.html>. Fecha de consulta 10/09/09.



EJEMPLO ATRACTIVO RELIGIOSO

LUJAN- BUENOS AIRES.

Luján es una ciudad de la provincia de Buenos Aires, cabecera del partido bonaerense homónimo. Su distancia a la ciudad de Buenos Aires es de 67 Km. Es la primera ciudad del interior, saliendo del Gran Buenos Aires. Su centro urbano se encuentra a orillas del río Luján.

Su principal fuente turística y de interés se basa en un centro religioso católico y de peregrinaciones al santuario de la enorme y neogótica basílica de Nuestra Señora de Luján en donde se encuentra desde el siglo XVII una célebre estatuilla de la Virgen María a la que se considera milagrosa por lo que anualmente se realizan peregrinaciones para rendir dulcía a dicha advocación.



ITATI- CORRIENTES

La Virgen de Itatí es una advocación mariana venerada en la ciudad de Itatí, provincia de Corrientes.

Hoy es la patrona de la provincia de Corrientes, y goza de gran devoción popular. La basílica de Itatí montada para sus fieles es uno de los principales centros de peregrinación católica del país.⁶



⁶ <http://www.tango-tour.com.ar/itati.htm>. Fecha de consulta 11/09/09.

EJEMPLO ATRACTIVO CULTURAL Y FOLKLORE

FIESTAS POPULARES EN EL PAÍS.⁷

Festival Leyenda y Tradición	Bragado. Primera quincena de Enero
Fiesta Nacional del Chancho asado con pelo	San A. de Giles. Febrero
Fiesta Nacional del Potrillo	Coronel Vidal. Partido de Mar Chiquita.- Febrero
Fiesta del 7 de Marzo	Carmen de Patagones. Marzo
Fiesta Nacional de la Guitarra	Dolores. Marzo
Agrupación Tradicionalista Gauchos de Lobería	Lobería. Segunda quincena de Marzo
Pasión según Mendoza	Generl Madaria en Marzo
Fiesta Internacional del Ternero y la Yerra	Ayacucho. Primera quincena de Abril
Semana de Santos Vega	Gral Lavalle del 4 al 6 de Mayo
Festival de la Torta Frita	Mercedes - Segunda quincena de Mayo
Atada de Areco, fiestas patronales y folklóricas	San Antonio de Areco. Semana del 13 de Junio
Encuentro danzas folklóricas el Río Salado	Castelli. Medios del mes de Julio
Fiesta del Salame Quintero	Mercedes. Primera Quincena de Agosto
Peregrinación gaucha a caballo	Lujan. Segunda quincena de Agosto
Fiesta provincial del mejor reservado	General Juan Madariagas. Septiembre
Fiesta Provincial del Caballo	Bragado. Primera quincena de Octubre
Fiesta Provincial de las Llanuras	Tercer Semana de Octubre en Coronel Dorrego
Tantanakuy Provincial de Artesanías y Folklore	Cnel Suarez. Primera quincena de Octubre
Fiesta del Reservado	Gral. Madariaga. Primera quincena de Noviembre
Fiesta Nacional de la Corvina Rubia	Mar de Ajó - 1º Quincena de Noviembre
Fiesta de la tradición	Bartolome Mitre (Arrecifes) Primera quincena de Noviembre
Fiesta de la tradición	Mercedes. Primera quincena de Noviembre
Festival folklórico	Benito Juarez. Primera quincena de noviembre
Fiesta de las mulitas y la tradición	25 de mayo. Primera quincena de Noviembre
Fiesta de la tradición en medanos	Villarino. Primera quincena de Noviembre
Fiesta de la tradición	San Antonio de Areco en Noviembre
Fiesta del Provinciano	Berisso. Durante Noviembre de cada año.
Semana de la tradición	Lobos. Primera quincena de Noviembre
Fiesta Nacional del Gaucho	Gral Madariaga. Primera quincena de Diciembre
Festival Precosquín	Azul. Primera quincena de Diciembre
Festival Precosquín	Alberti. Primer semana de Diciembre
Fiesta Nacional del Tango y el Folklore	Pehuajo- Primera quincena de Diciembre
Fiesta Provincial del Caballo Criollo	Gral guido. Primera quincena de Diciembre

⁷ http://www.folkloretradiciones.com.ar/fiestas_criollas.htm. Fecha de consulta 11/09/09.

ANEXO **CAPITULO II.**

Realizar un estudio del desarrollo turístico real y potencial de la zona.



Encuesta: parte o fracción representativa de un conjunto de una población, universo o colectivo, que ha sido obtenida con el fin de investigar ciertas características del mismo.

El problema principal consiste en asegurar que el subconjunto sea representativo de la población, de manera que permita generalizar al universo los resultados obtenidos sobre la muestra.⁸

Se empleó un enfoque de investigación de tipo cualitativo-cuantitativo a través de un estudio descriptivo⁹.

Se realizó un tipo de muestreo probabilístico, (En el **muestreo probabilístico**, todos los individuos o elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser incluidos en la muestra extraída, asegurándonos la representatividad de la misma).

El muestreo probabilístico puede ser **muestreo aleatorio simple**, cuando todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser seleccionados en la muestra y esta probabilidad es conocida.

Se utilizaron preguntas cerradas o dicotómicas, ya que estas a comparación de preguntas abiertas, requieren de un menor esfuerzo para el encuestado ya que no tienen que escribir o verbalizar pensamientos.

Tamaño de la muestra.

Debido a que se conoce la población de la ciudad de San Carlos de Bolívar, se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = Z_{\alpha}^2 \frac{N \cdot p \cdot q}{l^2 (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

en donde:

N = tamaño de la población

Z = nivel de confianza,

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q = probabilidad de fracaso

l = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción)

⁸**Fuente:** "Técnicas de Investigación Social". ANDER-EGG, Ezequiel. Ed. Humanistas. Buenos Aires.

Ver encuesta en anexo.

⁹ La **investigación cualitativa** es aquella que recoge información de carácter subjetivo, por lo que sus resultados siempre se traducen en apreciaciones conceptuales (en ideas o conceptos), pero de la más alta precisión o fidelidad posible con la realidad investigada. (Beltrán Neira, R.; página 7, año 2005)

La **investigación cuantitativa** recoge información empírica (de cosas o aspectos que se pueden contar, pesar o medir) objetiva y que por su naturaleza siempre arroja números como resultado. (Beltrán Neira, R.; página 7, año 2005)

El **estudio descriptivo** busca desarrollar una imagen o fiel representación (descripción) del fenómeno estudiado a partir de sus características. Implica medir variables o conceptos con el fin de especificar las propiedades importantes de comunidades, personas, grupos o fenómenos bajo análisis. (Tevni Grajales, G.)

Características	Encuestas
Universo	21350
Ámbito geográfico	Ciudad San Carlos de Bolívar
Tamaño de muestra	201
Error muestral	3%
Nivel de Confianza	Valor correspondiente a la distribución de Gauss 1,96 para $\alpha = 0,05$
Fecha de trabajo de campo	Junio-Julio 2009.

N= 21350 (INDEC 2001)

Total población del partido de Bolívar= 32348

Total población ciudad de San Carlos de Bolívar= 21350

Total población localidades pertenecientes al partido de Bolívar= 10998

Z= Z: nivel de confianza. Valor correspondiente a la distribución de Gauss 1,96 para $\alpha = 0,05$

P= Se asume que puede ser próxima al 95%, $p=0,05$.

Q= Probabilidad del fracaso. $1-p$ (Si $p= a 95\%$, $q= 5\%$).

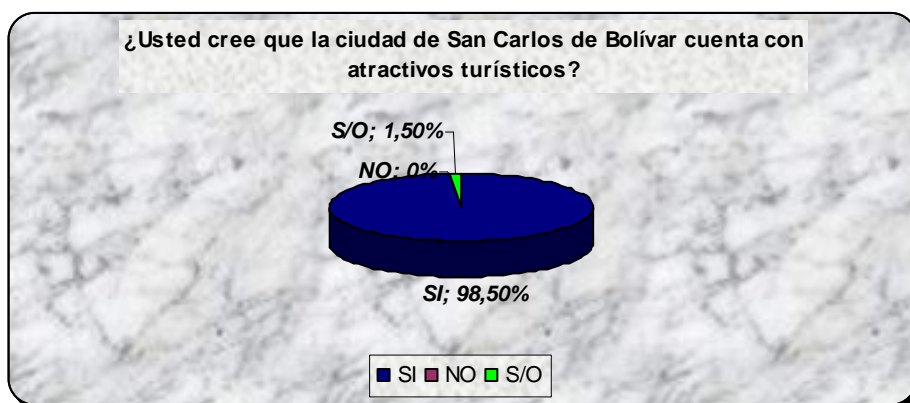
l= precisión (en este caso deseamos un 3%)

Resultados obtenidos de la encuesta.

Representación escrita de los datos.

El 74,6% de los encuestados, resultaron ser nativos de la ciudad de San Carlos de Bolívar y el 89,55% ha vivido por más de 20 años en la misma. Esto nos da un indicio, que los datos arrojados en esta encuesta, son de personas que realmente conocen a la ciudad, aman y quieren lo mejor para ella.

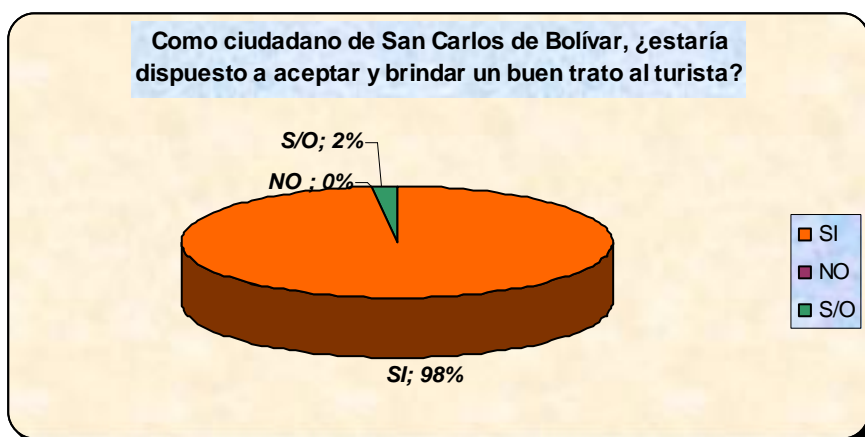
De 201 personas encuestadas, 198 creen que la ciudad posee atractivos turísticos, respondiendo los tres restantes (Sin opinión).



El 76,6%, piensa que la actividad turística no esta siendo desarrollada debidamente en la ciudad, y a su vez, ninguno de ellos conoce de la existencia de algún ente encargado de regular la actividad turística en la ciudad.

Por otra parte, el 97% cree que dicha actividad, con una adecuada gestión y planificación puede ser una fuente generadora de ingreso para la ciudad. El 98%, considera que la creación de una secretaría de turismo, podría ser el comienzo para activar el turismo en San Carlos de Bolívar.

Finalmente, un dato de mayor interés, es que el 98% estaría dispuesto a aceptar y brindar un buen trato al turista y que el 2% restante respondió (Sin opinión).



Encuesta realizada a la población local.

ENCUESTA

Es de conocimiento generalizado que el turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importante de nuestro país, y hoy en día, son las ciudades el escenario ideal para la práctica del turismo urbano y cultural.

Se cree que la ciudad de San Carlos de Bolívar, puede implementar de manera muy satisfactoria la actividad turística, y siendo usted ciudadano/a de ésta, queremos por medio de una serie de preguntas conocer su opinión.

(Responda de manera anónima y marque con una cruz la respuesta que considera correcta).

1. Sexo:

Femenino Masculino

2. ¿Es usted nativo/a de la ciudad de San Carlos de Bolívar?

Si No Sin opinión.

3. ¿Ha vivido por más de 20 años en esta ciudad?

Si No Sin opinión.

4. ¿Usted cree que la ciudad de San Carlos de Bolívar cuenta con atractivos turísticos?

Si No Sin opinión.

5. ¿Piensa que la actividad turística está siendo desarrollada adecuadamente en esta ciudad?

Si No Sin opinión.

6. ¿Conoce usted si la ciudad posee algún ente específico que se encargue de regular la actividad turística en la ciudad?

Si No Sin opinión.

7. ¿Cree que la actividad turística con un adecuado desarrollo sostenible, puede ser una fuente generadora de ingresos para la ciudad?

Si No Sin opinión.

8. ¿Considera que la creación de una secretaría de turismo en la ciudad de San Carlos de Bolívar, puede ser un interesante comienzo para activar la actividad turística en la misma?

Si No Sin opinión.

9. Como ciudadano de San Carlos de Bolívar, ¿estaría dispuesto a aceptar y brindar un buen trato al turista?

Si No Sin opinión.

Le agradecemos por completar esta encuesta y por el tiempo brindado.

ANEXO **CAPITULO III.**

Elaboración de diagnóstico de la situación turística actual de la ciudad.



Conceptos de Interés:

Recursos Turísticos: son aquellos elementos disponibles en el medio ambiente que permiten su utilización con fines productivos y pueden ser, según su origen, naturales, hidráulicos, forestales, económicos, humanos, etc. En sentido turístico, un recurso es un elemento con suficiente valor y potencial como para que una comunidad desarrolle actividades turísticas. Para ser empleado turísticamente debe tener dos características: aptitud y disponibilidad así como pasar por un proceso de puesta en valor y acondicionamiento para convertirse en atractivo,

Atractivos Turísticos: son aquellos puntos que generan una corriente de visitantes hacia su localización por diversas motivaciones. Se puede definir, desde la perspectiva turística, como un lugar o característica específica que tiene el poder de impulsar al cliente hacia determinado destino y a motivar su desplazamiento de un lugar a otro, promoviendo así, el desarrollo de actividades involucradas en el turismo. Estos pueden ser de tipo natural (creados sin la intervención humana), cultural o artificial (creados por el hombre).

Industria Turística: comprende establecimientos que proporcionan los servicios que necesita el turista antes, durante y después de su desplazamiento, como el hospedaje, la alimentación y la recreación para los visitantes, las agencias de viajes y otros servicios complementarios, los cuales conforman el producto turístico.

Producto Turístico: está constituido por un conjunto de prestaciones tangibles e intangibles (que incluyen aspectos involucrados en infraestructura, estructura y superestructura turística) las cuales se integran con el propósito de ofrecer un producto completo e integral que satisfaga las necesidades, deseos y expectativas del turista, proporcionándole todos los aspectos y facilidades que requiere para ser desarrollado.

Infraestructura: abarca el conjunto de obras, servicios e instalaciones que constituyen la base para promover el desarrollo socioeconómico general de la comunidad. Respecto al turismo, la infraestructura es primordial para facilitar el desarrollo de actividades que requieren para su realización: servicios básicos (suministro de energía eléctrica, agua, desagüe, desecho de desechos, etc.), servicios públicos (transporte, seguridad, etc.), vías de acceso y telecomunicaciones.¹⁰

¹⁰ Rendón Puertas, María Luisa, (2006), "El modelo de administración turística local". Tomo II. Lima, Perú.

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA.

Inventario de recursos turísticos.

Ficha de relevamiento de recursos turísticos.

Nombre del Recurso Turístico:		
Localización:		
Categoría	Sitios naturales.	
	Museos y manifestaciones culturales- históricos.	
	Folklore.	
	Acontecimientos programados.	
Uso de Suelo	Uso urbano	
	Uso rural	
	Uso natural	
	Uso de protección	
Accesibilidad	Carretera asfaltada	
	Carretera sin asfaltar	
	Sendero	
	Inaccesible	
Estado de Conservación	Excelente	
	Bueno	
	Regular	
	Malo	
Calidad del Entorno	Óptima	
	Buena	
	Regular	
	Baja	
Existencias de Equipamientos Turísticos	Suficientes equipamientos	
	Algunos	
	Pocos	
	Ninguna	
Señalización	Suficiente	
	Alguna	
	Insuficiente	
	Ninguna	
Nivel de Afluencia (visitantes).	Muy alto	
	Alto	
	Medio	
	Bajo	
Periodos de Visitas	Todo el año	
	Fines de semanas	
	Periodos festivos o vacacionales	
	De tres a nueve meses al año.	
Procedencia de Turistas	Internacional	
	Nacional	
	Provincial	
	Local	

Descripción del Recurso:	
---------------------------------	--

Los criterios utilizados para la ficha, fueron los siguientes:

Uso de suelo: Los recursos turísticos municipales deben estar clasificados según su uso, de la siguiente manera:

- **Uso urbano:** Cuando los recursos están dentro de ciudades o pueblos principales. Es el caso de edificios Históricos o monumentos, que tienen un uso cultural residencial, comercial, institucional, etc.
- **Uso rural:** Cuando fuera del límite urbano los recursos tienen un uso productivo, (agrícola, ganadero, minero, etc.)
- **Uso natural:** Cuando el recurso no cumple utilidad productiva, si no simplemente de conservación ambiental. (Bosques, selvas, lagos, montañas, cuevas etc.)
- **Uso de áreas naturales protegidas:** Cuando se trata de recursos controlados por leyes o reglamentos especiales, para garantizar su conservación (reservas naturales, áreas protegidas, parques nacionales, etc.).

Accesibilidad: Posibilidades de acceder al recurso: esto es de forma fácil, a través de carreteras o vías de buen estado, o difícil, cuando se trata de lugares aislados o inaccesibles.

Estados de conservación: Condiciones en las que se encuentra el recurso: si está bien preservado, es decir, limpio, libre de contaminación y sin alteraciones, o por si el contrario su estado natural se ha visto de forma negativa.

Calidad del Entorno: El recurso está aislado o se localiza en un sitio geográfico determinado, que también se debe revalorizar su atractivo, si este contexto está en mal estado, deteriorado, fuertemente intervenido por desarrollos urbanos mal planificados o simplemente contaminados, la calidad del entorno se resentirá. Si en cambio el entorno es armonioso, agradable y eleva el atractivo del recurso, su calidad será alta.

Existencias de Equipamientos: Un recurso puede contar con medios que contribuyan a su disfrute, por ejemplo: un puesto de información en un parque natural, zonas de campamento, una cafetería en un lugar de interés arqueológico, etc.

Señalización: Es preciso evaluar si los recursos pueden ser localizados por el turista con facilidad, gracias a las debidas indicaciones.

Nivel de Afluencia: Indica la cantidad de usuarios o visitantes al recurso: mostrándonos de este modo, si se trata de un recurso masivo con gran atractivo o un recurso de poco interés.

Periodo de Visitas: Determina la regularidad del uso del recurso. Si es muy visitado durante todo el año o de forma intensiva durante algunos meses, o solo se concentran turistas durante algunos días o semanas específicas del año.

Procedencias de Turistas: Señala la importancia del recurso para el turismo. Es decir, si los atractivos son de alcance internacional, nacional, provincial o local.

Descripción del Atractivo: una breve descripción del recurso, conociendo así un poco más de este.

Ficha de relevamiento de recursos turísticos completas.

Nombre del Recurso Turístico: Las Acollaradas		
Ubicación: Parque Municipal.		
Categoría	Sitios naturales.	X
	Museos y manifestaciones culturales- históricos.	
	Folklore.	
	Acontecimientos programados.	
Uso de Suelo	Uso urbano	X
	Uso rural	
	Uso natural	
	Uso de protección	
Accesibilidad	Carretera asfaltada	X
	Carretera sin asfaltar	
	Sendero	
	Inaccesible	
Estado de Conservación	Excelente	
	Bueno	
	Regular	X
	Malo	
Calidad del Entorno	Óptima	
	Buena	X
	Regular	
	Baja	
Existencias de Equipamientos Turísticos	Suficientes equipamientos	
	Algunos	
	Pocos	X
	Ninguna	
Señalización	Suficiente	
	Alguna	
	Insuficiente	X
	Ninguna	
Nivel de Afluencia (visitantes).	Muy alto	
	Alto	
	Medio	X
	Bajo	
Periodos de Visitas	Todo el año	X
	Fines de semanas	
	Periodos festivos o vacacionales	
	De tres a nueve meses al año.	
Procedencia de Turistas	Internacional	

	Nacional	
	Provincial	
	Local	X
Descripción del Recurso:	<p>La ciudad de San Carlos de Bolívar cuenta con un Parque Municipal denominado "Las Acollaradas", nombre que tenían las lagunas ubicadas en el sector, y de las cuales hoy queda solo una. Este espacio parqueizado posee cuarenta hectáreas cubiertas por una añosa arboleda que crea un ambiente plenamente natural. Además, dispone de fogones, mesas, juegos infantiles, baños, etc., que constituyen un magnífico lugar de recreación.</p> <p>La colectividad española hizo construir el suntuoso pórtico de entrada que forma un arco imponente en el acceso al mismo y como punto de remate de la principal avenida de la ciudad, Av. San Martín. Este pórtico de entrada le coloca un dique a la ciudad, como frontera entre el movimiento y la quietud, de lo artificial y natural.</p>	

Nombre del Recurso Turístico: Isla Las Acollaradas.....		
Localización: Parque Municipal.....		
Categoría	Sitios naturales.	X
	Museos y manifestaciones culturales- históricos.	
	Folklore.	
	Acontecimientos programados.	
Uso de Suelo	Uso urbano	X
	Uso rural	
	Uso natural	
	Uso de protección	
Accesibilidad	Carretera asfaltada	X
	Carretera sin asfaltar	
	Sendero	
	Inaccesible	
Estado de Conservación	Excelente	
	Bueno	
	Regular	X
	Malo	
Calidad del Entorno	Óptima	
	Buena	X
	Regular	
	Baja	
Existencias de Equipamientos Turísticos	Suficientes equipamientos	
	Algunos	
	Pocos	
	Ninguna	X
Señalización	Suficiente	
	Alguna	
	Insuficiente	
	Ninguna	X
Nivel de Afluencia (visitantes).	Muy alto	
	Alto	
	Medio	X

	Bajo	
Periodos de Visitas	Todo el año	X
	Fines de semanas	
	Periodos festivos o vacacionales	
	De tres a nueve meses al año.	
Procedencia de Turistas	Internacional	
	Nacional	
	Provincial	
	Local	X
Descripción del Recurso:	El hermoso Parque Las Acollaradas, cuenta con una isla lo que hace que este sea aun más pintoresco e interesante. Además para llegar a esta isla, solamente se puede, a través de un puente colgante de 50 metros, el cual conforma otro atractivo interesante para visitar	

Nombre del Recurso Turístico: Laguna San Luis.....		
Localización: .30 Km. al sudeste de Bolívar.....		
Categoría	Sitios naturales.	X
	Museos y manifestaciones culturales- históricos.	
	Folklore.	
	Acontecimientos programados.	
Uso de Suelo	Uso urbano	
	Uso rural	X
	Uso natural	
	Uso de protección	
Accesibilidad	Carretera asfaltada	
	Carretera sin asfaltar	X
	Sendero	
	Inaccesible	
Estado de Conservación	Excelente	
	Bueno	
	Regular	X
	Malo	
Calidad del Entorno	Óptima	
	Buena	X
	Regular	
	Baja	
Existencias de Equipamientos Turísticos	Suficientes equipamientos	
	Algunos	
	Pocos	X
	Ninguna	
Señalización	Suficiente	
	Alguna	
	Insuficiente	X
	Ninguna	
Nivel de Afluencia (visitantes).	Muy alto	
	Alto	
	Medio	
	Bajo	X
Periodos de Visitas	Todo el año	X
	Fines de semanas	
	Periodos festivos o vacacionales	

	De tres a nueve meses al año.	
Procedencia de Turistas	Internacional	
	Nacional	
	Provincial	
	Local	X
Descripción del Recurso:	A tan solo 30 Km. de la ciudad de Bolívar, se encuentra "Laguna San Luis", es un escenario ideal para ir a pescar y pasar un día en familia, con amigos, etc. Hoy en día se encuentra sin agua y completamente descuidada.	

Nombre del Recurso Turístico: Laguna Cabeza de Buey		
Localización: 7 Km. al noroeste de Bolívar.		
Categoría	Sitios naturales.	X
	Museos y manifestaciones culturales- históricos.	
	Folklore.	
	Acontecimientos programados.	
Uso de Suelo	Uso urbano	
	Uso rural	X
	Uso natural	
	Uso de protección	
Accesibilidad	Carretera asfaltada	
	Carretera sin asfaltar	X
	Sendero	
	Inaccesible	
Estado de Conservación	Excelente	
	Bueno	
	Regular	
	Malo	X
Calidad del Entorno	Óptima	
	Buena	X
	Regular	
	Baja	
Existencias de Equipamientos Turísticos	Suficientes equipamientos	
	Algunos	
	Pocos	
	Ninguna	X
Señalización	Suficiente	
	Alguna	
	Insuficiente	
	Ninguna	X
Nivel de Afluencia (visitantes).	Muy alto	
	Alto	
	Medio	
	Bajo	X
Periodos de Visitas	Todo el año	X
	Fines de semanas	
	Periodos festivos o vacacionales	
	De tres a nueve meses al año.	
Procedencia de Turistas	Internacional	
	Nacional	
	Provincial	

	Local	X
Descripción del Recurso:	Ésta laguna, ha permanecido sin uso turístico o recreativo alguno.	

Nombre del Recurso Turístico: Arroyo Vallimanca		
Localización: A 30 Km. al sudeste de Bolívar.		
Categoría	Sitios naturales.	X
	Museos y manifestaciones culturales- históricos.	
	Folklore.	
	Acontecimientos programados.	
Uso de Suelo	Uso urbano	
	Uso rural	X
	Uso natural	
	Uso de protección	
Accesibilidad	Carretera asfaltada	X
	Carretera sin asfaltar	
	Sendero	
	Inaccesible	
Estado de Conservación	Excelente	
	Bueno	X
	Regular	
	Malo	
Calidad del Entorno	Óptima	
	Buena	X
	Regular	
	Baja	
Existencias de Equipamientos Turísticos	Suficientes equipamientos	
	Algunos	
	Pocos	
	Ninguna	X
Señalización	Suficiente	
	Alguna	
	Insuficiente	X
	Ninguna	
Nivel de Afluencia (visitantes).	Muy alto	
	Alto	
	Medio	X
	Bajo	
Periodos de Visitas	Todo el año	X
	Fines de semanas	
	Periodos festivos o vacacionales	
	De tres a nueve meses al año.	
Procedencia de Turistas	Internacional	
	Nacional	
	Provincial	
	Local	X

Descripción del Recurso:	Este arroyo recorre el partido de Bolívar de sur a norte, pasando a pocos Km., de la ciudad, es sin duda el lugar indicado para pescadores de todas partes.
---------------------------------	---

Nombre del Recurso Turístico: Cementerio Municipal		
Localización: Av. Juan Manuel de Rosas		
Categoría	Sitios naturales.	
	Museos y manifestaciones culturales- históricos.	X
	Folklore.	
	Acontecimientos programados.	
Uso de Suelo	Uso urbano	X
	Uso rural	
	Uso natural	
	Uso de protección	
Accesibilidad	Carretera asfaltada	X
	Carretera sin asfaltar	
	Sendero	
	Inaccesible	
Estado de Conservación	Excelente	
	Bueno	X
	Regular	
	Malo	
Calidad del Entorno	Óptima	
	Buena	X
	Regular	
	Baja	
Existencias de Equipamientos Turísticos	Suficientes equipamientos	
	Algunos	
	Pocos	
	Ninguna	X
Señalización	Suficiente	
	Alguna	
	Insuficiente	X
	Ninguna	
Nivel de Afluencia (visitantes).	Muy alto	
	Alto	
	Medio	
	Bajo	X
Periodos de Visitas	Todo el año	X
	Fines de semanas	
	Periodos festivos o vacacionales	
	De tres a nueve meses al año.	
Procedencia de Turistas	Internacional	
	Nacional	
	Provincial	
	Local	X

Descripción del Recurso:	
---------------------------------	--

Nombre del Recurso Turístico: Natatorio Municipal		
Localización: Parque las Acollaradas.		
Categoría	Sitios naturales.	
	Museos y manifestaciones culturales- históricos.	X
	Folklore.	
	Acontecimientos programados.	
Uso de Suelo	Uso urbano	X
	Uso rural	
	Uso natural	
	Uso de protección	
Accesibilidad	Carretera asfaltada	X
	Carretera sin asfaltar	
	Sendero	
	Inaccesible	
Estado de Conservación	Excelente	
	Bueno	
	Regular	X
	Malo	
Calidad del Entorno	Óptima	
	Buena	X
	Regular	
	Baja	
Existencias de Equipamientos Turísticos	Suficientes equipamientos	
	Algunos	
	Pocos	X
	Ninguna	
Señalización	Suficiente	
	Alguna	
	Insuficiente	
	Ninguna	X
Nivel de Afluencia (visitantes).	Muy alto	
	Alto	
	Medio	
	Bajo	X
Periodos de Visitas	Todo el año	
	Fines de semanas	
	Periodos festivos o vacacionales	
	De tres a nueve meses al año.	X
Procedencia de Turistas	Internacional	
	Nacional	
	Provincial	
	Local	X

Descripción del Recurso:	“Las Acollaradas”, cuenta con un natatorio municipal que es abierto a la comunidad durante la temporada de verano, compuesto por una pileta grande y una mas chica, baños y terraza.
---------------------------------	--

Nombre del Recurso Turístico: Estadio Municipal		
Localización: Parque Las Acollaradas.		
Categoría	Sitios naturales.	
	Museos y manifestaciones culturales- históricos.	X
	Folklore.	
	Acontecimientos programados.	
Uso de Suelo	Uso urbano	X
	Uso rural	
	Uso natural	
	Uso de protección	
Accesibilidad	Carretera asfaltada	X
	Carretera sin asfaltar	
	Sendero	
	Inaccesible	
Estado de Conservación	Excelente	
	Bueno	X
	Regular	
	Malo	
Calidad del Entorno	Óptima	
	Buena	X
	Regular	
	Baja	
Existencias de Equipamientos Turísticos	Suficientes equipamientos	
	Algunos	
	Pocos	X
	Ninguna	
Señalización	Suficiente	
	Alguna	
	Insuficiente	X
	Ninguna	
Nivel de Afluencia (visitantes).	Muy alto	
	Alto	
	Medio	X
	Bajo	
Periodos de Visitas	Todo el año	X
	Fines de semanas	
	Periodos festivos o vacacionales	
	De tres a nueve meses al año.	
Procedencia de Turistas	Internacional	
	Nacional	
	Provincial	X
	Local	

Descripción del Recurso:	El "Estadio Municipal" se encuentra dentro del Parque. Es el escenario ideal para la realización de actividades deportivas, culturales y recreativas
---------------------------------	--

Nombre del Recurso Turístico: Cristo		
Localización: Parque Municipal		
Categoría	Sitios naturales.	
	Museos y manifestaciones culturales- históricos.	X
	Folklore.	
	Acontecimientos programados.	
Uso de Suelo	Uso urbano	X
	Uso rural	
	Uso natural	
	Uso de protección	
Accesibilidad	Carretera asfaltada	X
	Carretera sin asfaltar	
	Sendero	
	Inaccesible	
Estado de Conservación	Excelente	
	Bueno	X
	Regular	
	Malo	
Calidad del Entorno	Óptima	
	Buena	X
	Regular	
	Baja	
Existencias de Equipamientos Turísticos	Suficientes equipamientos	
	Algunos	
	Pocos	
	Ninguna	X
Señalización	Suficiente	
	Alguna	
	Insuficiente	
	Ninguna	X
Nivel de Afluencia (visitantes).	Muy alto	
	Alto	
	Medio	
	Bajo	X
Periodos de Visitas	Todo el año	X
	Fines de semanas	
	Periodos festivos o vacacionales	
	De tres a nueve meses al año.	
Procedencia de Turistas	Internacional	
	Nacional	
	Provincial	
	Local	X

Descripción del Recurso:	Es una impresionante obra que congrega a peregrinos para las festividades, siendo una pintoresca vista para el visitante que ingresa al parque municipal.
---------------------------------	---

Nombre del Recurso Turístico: Paseo Tinelli		
Localización: Calle Paseo Tinelli		
Categoría	Sitios naturales.	
	Museos y manifestaciones culturales- históricos.	X
	Folklore.	
	Acontecimientos programados.	
Uso de Suelo	Uso urbano	X
	Uso rural	
	Uso natural	
	Uso de protección	
Accesibilidad	Carretera asfaltada	X
	Carretera sin asfaltar	
	Sendero	
	Inaccesible	
Estado de Conservación	Excelente	
	Bueno	X
	Regular	
	Malo	
Calidad del Entorno	Óptima	
	Buena	X
	Regular	
	Baja	
Existencias de Equipamientos Turísticos	Suficientes equipamientos	
	Algunos	
	Pocos	X
	Ninguna	
Señalización	Suficiente	
	Alguna	
	Insuficiente	X
	Ninguna	
Nivel de Afluencia (visitantes).	Muy alto	
	Alto	
	Medio	
	Bajo	X
Periodos de Visitas	Todo el año	X
	Fines de semanas	
	Periodos festivos o vacacionales	
	De tres a nueve meses al año.	
Procedencia de Turistas	Internacional	
	Nacional	X
	Provincial	
	Local	

Descripción del Recurso:	La antigua casa de Marcelo Hugo Tinelli se encontraba en la calle Alvear. La cuadra donde esta se encuentra paso a llamarse Paseo Tinelli. Lugar además, por donde se corre la maratón.
---------------------------------	---

Nombre del Recurso Turístico: Museo Florentino Ameghino		
Localización: Av. San Martín 601		
Categoría	Sitios naturales.	
	Museos y manifestaciones culturales- históricos.	X
	Folklore.	
	Acontecimientos programados.	
Uso de Suelo	Uso urbano	X
	Uso rural	
	Uso natural	
	Uso de protección	
Accesibilidad	Carretera asfaltada	X
	Carretera sin asfaltar	
	Sendero	
	Inaccesible	
Estado de Conservación	Excelente	
	Bueno	X
	Regular	
	Malo	
Calidad del Entorno	Óptima	
	Buena	X
	Regular	
	Baja	
Existencias de Equipamientos Turísticos	Suficientes equipamientos	
	Algunos	
	Pocos	X
	Ninguna	
Señalización	Suficiente	
	Alguna	
	Insuficiente	X
	Ninguna	
Nivel de Afluencia (visitantes).	Muy alto	
	Alto	
	Medio	
	Bajo	X
Periodos de Visitas	Todo el año	X
	Fines de semanas	
	Periodos festivos o vacacionales	
	De tres a nueve meses al año.	
Procedencia de Turistas	Internacional	
	Nacional	
	Provincial	
	Local	X

Descripción del Recurso:	Ubicado en la Av. San Martín 601 y creado en 1915 tiene material de alto valor arqueológico de la zona y exponentes históricos de la vida cotidiana; cuenta con un Área de Ciencias Naturales, Área Histórico, Área Periodística, Sala de Paleontología y en preparación Área Numismática y Centro de Estudios Históricos.
---------------------------------	--

Nombre del Recurso Turístico: Teatro Coliseo Español		
Localización: Av. San Martín 650		
Categoría	Sitios naturales.	
	Museos y manifestaciones culturales- históricos.	X
	Folklore.	
	Acontecimientos programados.	
Uso de Suelo	Uso urbano	X
	Uso rural	
	Uso natural	
	Uso de protección	
Accesibilidad	Carretera asfaltada	X
	Carretera sin asfaltar	
	Sendero	
	Inaccesible	
Estado de Conservación	Excelente	
	Bueno	X
	Regular	
	Malo	
Calidad del Entorno	Óptima	
	Buena	X
	Regular	
	Baja	
Existencias de Equipamientos Turísticos	Suficientes equipamientos	
	Algunos	
	Pocos	X
	Ninguna	
Señalización	Suficiente	
	Alguna	
	Insuficiente	X
	Ninguna	
Nivel de Afluencia (visitantes).	Muy alto	
	Alto	
	Medio	X
	Bajo	
Periodos de Visitas	Todo el año	X
	Fines de semanas	
	Periodos festivos o vacacionales	
	De tres a nueve meses al año.	
Procedencia de Turistas	Internacional	
	Nacional	
	Provincial	X
	Local	

Descripción del Recurso:	Ubicado en la Av. San Martín 650 y construido en 1901, es una sala de hermosa arquitectura, cuidado ornamento y envidiable acústica alabada por artistas de renombre. Allí se realizan los encuentros de Coros, encuentros regionales de Teatro, encuentros del área Cultura de los Torneos Bonaerenses, muestras y pequeñas exposiciones. En la actualidad el edificio desarrolla distintas actividades, luego de haber sido refaccionada y restaurada su construcción. Las bibliotecas populares Bernardino Rivadavia, Domingo F. Sarmiento, Alcira Cabrera en Bolívar y D.F. Sarmiento en Urdampilleta, no sólo son importantes acopios de variado material impreso, sino también potencial sedes para conferencias y talleres
---------------------------------	--

Nombre del Recurso Turístico: Festival Canta Bolívar		
Localización: Parque Municipal		
Categoría	Sitios naturales.	
	Museos y manifestaciones culturales- históricos.	
	Folklore.	X
	Acontecimientos programados.	
Uso de Suelo	Uso urbano	X
	Uso rural	
	Uso natural	
	Uso de protección	
Accesibilidad	Carretera asfaltada	X
	Carretera sin asfaltar	
	Sendero	
	Inaccesible	
Estado de Conservación	Excelente	
	Bueno	X
	Regular	
	Malo	
Calidad del Entorno	Óptima	
	Buena	X
	Regular	
	Baja	
Existencias de Equipamientos Turísticos	Suficientes equipamientos	
	Algunos	X
	Pocos	
	Ninguna	
Señalización	Suficiente	
	Alguna	
	Insuficiente	X
	Ninguna	
Nivel de Afluencia (visitantes).	Muy alto	
	Alto	X
	Medio	
	Bajo	
Periodos de Visitas	Todo el año	
	Fines de semanas	
	Periodos festivos o vacacionales	X
	De tres a nueve meses al año.	

Procedencia de Turistas	Internacional	
	Nacional	X
	Provincial	
	Local	
Descripción del Recurso:	El último fin de semana de febrero se lleva a cabo en el Parque Municipal Las Acollaradas, el Festival Canta-Bolívar. El mismo constituye una amplia convocatoria que reúne durante sus noches a manualistas, artesanos, escritores, coleccionistas, artistas plásticos, historiadores, bailarines y músicos.	

Nombre del Recurso Turístico: Café Literario		
Localización: Parque Municipal		
Categoría	Sitios naturales.	
	Museos y manifestaciones culturales- históricos.	
	Folklore.	X
	Acontecimientos programados.	
Uso de Suelo	Uso urbano	X
	Uso rural	
	Uso natural	
	Uso de protección	
Accesibilidad	Carretera asfaltada	X
	Carretera sin asfaltar	
	Sendero	
	Inaccesible	
Estado de Conservación	Excelente	
	Bueno	X
	Regular	
	Malo	
Calidad del Entorno	Óptima	
	Buena	X
	Regular	
	Baja	
Existencias de Equipamientos Turísticos	Suficientes equipamientos	
	Algunos	
	Pocos	X
	Ninguna	
Señalización	Suficiente	
	Alguna	
	Insuficiente	X
	Ninguna	
Nivel de Afluencia (visitantes).	Muy alto	
	Alto	
	Medio	X
	Bajo	
Periodos de Visitas	Todo el año	X
	Fines de semanas	
	Periodos festivos o vacacionales	
	De tres a nueve meses al año.	
Procedencia de Turistas	Internacional	
	Nacional	
	Provincial	
	Local	X

Descripción del Recurso:	Inaugurado el 11 de septiembre del 2003 el Café Literario representa, en el marco de la belleza natural del Parque Municipal, un espacio único donde convergen las letras, música y variados espectáculos, creados desde la simple intención de constituirse en un lugar para compartir.
---------------------------------	--

Nombre del Recurso Turístico: Maratón Internacional "Dino Hugo Tinelli"		
Localización: Centro de la Ciudad de Bolívar.		
Categoría	Sitios naturales.	
	Museos y manifestaciones culturales- históricos.	
	Folklore.	
	Acontecimientos programados.	X
Uso de Suelo	Uso urbano	X
	Uso rural	
	Uso natural	
	Uso de protección	
Accesibilidad	Carretera asfaltada	X
	Carretera sin asfaltar	
	Sendero	
	Inaccesible	
Estado de Conservación	Excelente	X
	Bueno	
	Regular	
	Malo	
Calidad del Entorno	Óptima	
	Buena	X
	Regular	
	Baja	
Existencias de Equipamientos Turísticos	Suficientes equipamientos	
	Algunos	X
	Pocos	
	Ninguna	
Señalización..... Promoción, difusión.	Suficiente	X
	Alguna	
	Insuficiente	
	Ninguna	
Nivel de Afluencia (visitantes).	Muy alto	X
	Alto	
	Medio	
	Bajo	
Periodos de Visitas	Todo el año	
	Fines de semanas	X
	Periodos festivos o vacacionales	
	De tres a nueve meses al año.	
Procedencia de Turistas	Internacional	X
	Nacional	
	Provincial	
	Local	

Descripción del Recurso:	La fiesta deportiva que se vive en Bolívar cada año, nació en 1999 a partir de una idea acercada por el conductor televisivo Marcelo Tinelli a las autoridades municipales. Desde ese momento se fue trabajando hasta conseguir tener en Bolívar lo mejor del atletismo internacional, a lo que se le suma la presencia de los medios periodísticos más destacados a nivel nacional y la convocatoria popular que la fiesta implica.
---------------------------------	--

Nombre del Recurso Turístico: Exposición de la Sociedad Rural		
Localización: Sociedad Rural de Bolívar		
Categoría	Sitios naturales.	
	Museos y manifestaciones culturales- históricos.	
	Folklore.	
	Acontecimientos programados.	X
Uso de Suelo	Uso urbano	X
	Uso rural	
	Uso natural	
	Uso de protección	
Accesibilidad	Carretera asfaltada	X
	Carretera sin asfaltar	
	Sendero	
	Inaccesible	
Estado de Conservación	Excelente	X
	Bueno	
	Regular	
	Malo	
Calidad del Entorno	Óptima	
	Buena	X
	Regular	
	Baja	
Existencias de Equipamientos Turísticos	Suficientes equipamientos	
	Algunos	X
	Pocos	
	Ninguna	
Señalización	Suficiente	
	Alguna	
	Insuficiente	X
	Ninguna	
Nivel de Afluencia (visitantes).	Muy alto	X
	Alto	
	Medio	
	Bajo	
Periodos de Visitas	Todo el año	
	Fines de semanas	
	Periodos festivos o vacacionales	X
	De tres a nueve meses al año.	
Procedencia de Turistas	Internacional	
	Nacional	X
	Provincial	
	Local	

Descripción del Recurso:	<p>Realizada cada mes de septiembre y considerada por su estructura edilicia, ubicación geográfica y magnitud de la muestra desde hace muchos años como “Palermo chico”, o lo que es igual considerarla como la segunda exposición en importancia en el país.</p> <p>Se trata de una fiesta popular, destinada al reconocimiento y homenaje al hombre de trabajo.</p> <p>La fiesta se desarrolla en el predio de la Sociedad Rural, entidad organizadora, donde se realizan concursos ganaderos, doma y demostraciones ecuestres, exposición de reproductores bovinos, ovinos, porcinos y de granja; muestra de maquinarias agrícolas y automotores, exposiciones comerciales e industriales, espectáculos artísticos, desfiles de moda, elección de la reina, actividades para chicos, y demás.</p>
---------------------------------	--

Nombre del Recurso Turístico: Liga Profesional de Voley		
Localización: Club Ciudad de Bolívar		
Categoría	Sitios naturales.	
	Museos y manifestaciones culturales- históricos.	
	Folklore.	
	Acontecimientos programados.	X
Uso de Suelo	Uso urbano	X
	Uso rural	
	Uso natural	
	Uso de protección	
Accesibilidad	Carretera asfaltada	X
	Carretera sin asfaltar	
	Sendero	
	Inaccesible	
Estado de Conservación	Excelente	X
	Bueno	
	Regular	
	Malo	
Calidad del Entorno	Óptima	
	Buena	X
	Regular	
	Baja	
Existencias de Equipamientos Turísticos	Suficientes equipamientos	
	Algunos	
	Pocos	X
	Ninguna	
Señalización	Suficiente	
	Alguna	
	Insuficiente	X
	Ninguna	
Nivel de Afluencia (visitantes).	Muy alto	
	Alto	X
	Medio	
	Bajo	
Periodos de Visitas	Todo el año	X
	Fines de semanas	

	Periodos festivos o vacacionales De tres a nueve meses al año.	
Procedencia de Turistas	Internacional	X
	Nacional	
	Provincial	
	Local	
Descripción del Recurso:	Es uno de los eventos deportivos más importante de la ciudad, que despertó un gran interés y fanatismo en los bolivarenses.	

Nombre del Recurso Turístico: Hipódromo		
Localización: Parque Municipal		
Categoría	Sitios naturales.	
	Museos y manifestaciones culturales- históricos.	
	Folklore.	
	Acontecimientos programados.	X
Uso de Suelo	Uso urbano	X
	Uso rural	
	Uso natural	
	Uso de protección	
Accesibilidad	Carretera asfaltada	X
	Carretera sin asfaltar	
	Sendero	
	Inaccesible	
Estado de Conservación	Excelente	
	Bueno	
	Regular	X
	Malo	
Calidad del Entorno	Óptima	
	Buena	X
	Regular	
	Baja	
Existencias de Equipamientos Turísticos	Suficientes equipamientos	
	Algunos	
	Pocos	X
	Ninguna	
Señalización	Suficiente	
	Alguna	
	Insuficiente	
	Ninguna	X
Nivel de Afluencia (visitantes).	Muy alto	
	Alto	
	Medio	X
	Bajo	
Periodos de Visitas	Todo el año	X
	Fines de semanas	
	Periodos festivos o vacacionales De tres a nueve meses al año.	
Procedencia de Turistas	Internacional	
	Nacional	

	Provincial	
	Local	X
Descripción del Recurso:		

Nombre del Recurso Turístico: Liga de Golf		
Localización: Cancha de Golf ""		
Categoría	Sitios naturales.	
	Museos y manifestaciones culturales- históricos.	
	Folklore.	
	Acontecimientos programados.	X
Uso de Suelo	Uso urbano	X
	Uso rural	
	Uso natural	
	Uso de protección	
Accesibilidad	Carretera asfaltada	
	Carretera sin asfaltar	X
	Sendero	
	Inaccesible	
Estado de Conservación	Excelente	
	Bueno	
	Regular	X
	Malo	
Calidad del Entorno	Óptima	
	Buena	X
	Regular	
	Baja	
Existencias de Equipamientos Turísticos	Suficientes equipamientos	
	Algunos	
	Pocos	X
	Ninguna	
Señalización	Suficiente	
	Alguna	
	Insuficiente	
	Ninguna	X
Nivel de Afluencia (visitantes).	Muy alto	
	Alto	
	Medio	
	Bajo	X
Periodos de Visitas	Todo el año	X
	Fines de semanas	
	Periodos festivos o vacacionales	
	De tres a nueve meses al año.	
Procedencia de Turistas	Internacional	
	Nacional	
	Provincial	X
	Local	

Descripción del Recurso:	
---------------------------------	--

Criterios de Evaluación de Recursos Turísticos.

A. Accesibilidad.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN
Carretera asfaltada	4
Carretera sin asfaltar	3
Sendero	2
Inaccesible	1

B. Estado de conservación.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN
Excelente	4
Bueno	3
Regular	2
Malo	1

C. Promoción.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN
Muy bueno	4
Bueno	3
Regular	2
Baja	1

D. Existencia de equipamientos turísticos.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN
Suficientes	4
Algunos	3
Pocos	2
Ninguna	1

E. Señalización.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN
Suficiente	4
Alguna	3
Insuficiente	2
Ninguna	1

F. Nivel de afluencia (visitantes).

CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN
Muy alto	4
Alto	3
Medio	2
Bajo	1

G. Periodos de visitas.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN
Todo el año	4
De tres a nueve meses del año	3
Fines de semanas	2
Periodos festivos o vacacionales	1

H. Procedencia de turistas.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN
Internacional	4
Nacional	3
Regional	2
Local	1

Fichas de Jerarquización de Recursos Turísticos.

FICHA DE JERARQUIZACIÓN				N°
Nombre del recurso turístico:				
CODIGO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR ASIGNADO	PONDERACIÓN	SUB TOTAL
A	Accesibilidad		1	
B	Estado de Conservación		1	
C	Calidad del entorno		0,5	
D	Existencia de equipamientos turísticos		0,5	
E	Señalización suficiente		0,5	
F	Nivel de afluencia		1,5	
G	Periodos de visitas		1,5	
H	Procedencia de turistas		2	
TOTAL				
JERARQUÍA				

Fichas de Jerarquización de Recursos Turísticos completa.

FICHA DE JERARQUIZACIÓN				N° 1
Nombre del recurso turístico: Parque Municipal "Las Acollaradas"				
CODIGO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR ASIGNADO	PONDERACIÓN	SUB TOTAL
A	Accesibilidad	4	1	4
B	Estado de Conservación	2	1	2
C	Calidad del entorno	2	0,5	1
D	Existencia de equipamientos turísticos	2	0,5	1
E	Señalización suficiente	2	0,5	1
F	Nivel de afluencia	3	1,5	4,5
G	Periodos de visitas	2	1,5	3
H	Procedencia de turistas	1	2	2
TOTAL				18,5
JERARQUÍA				2

FICHA DE JERARQUIZACIÓN				N° 2
Nombre del recurso turístico: "Isla Las Acollaradas"				
CODIGO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR ASIGNADO	PONDERACIÓN	SUB TOTAL
A	Accesibilidad	4	1	4
B	Estado de Conservación	1	1	1
C	Calidad del entorno	1	0,5	0,5
D	Existencia de equipamientos turísticos	1	0,5	0,5
E	Señalización suficiente	1	0,5	0,5

F	Nivel de afluencia	1	1,5	1,5
G	Periodos de visitas	2	1,5	3
H	Procedencia de turistas	1	2	2
TOTAL				13
JERARQUÍA				1

FICHA DE JERARQUIZACIÓN				N° 3
Nombre del recurso turístico: Laguna "San Luis"				
CODIGO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR ASIGNADO	PONDERACIÓN	SUB TOTAL
A	Accesibilidad	3	1	3
B	Estado de Conservación	1	1	1
C	Calidad del entorno	2	0,5	1
D	Existencia de equipamientos turísticos	2	0,5	1
E	Señalización suficiente	2	0,5	1
F	Nivel de afluencia	1	1,5	1,5
G	Periodos de visitas	2	1,5	3
H	Procedencia de turistas	2	2	4
TOTAL				15,5
JERARQUÍA				1

FICHA DE JERARQUIZACIÓN				N° 4
Nombre del recurso turístico: Laguna "Cabeza de Buey"				
CODIGO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR ASIGNADO	PONDERACIÓN	SUB TOTAL
A	Accesibilidad	3	1	3
B	Estado de Conservación	1	1	1
C	Calidad del entorno	1	0,5	0,5
D	Existencia de equipamientos turísticos	1	0,5	0,5
E	Señalización suficiente	1	0,5	0,5
F	Nivel de afluencia	1	1,5	1,5
G	Periodos de visitas	2	1,5	3
H	Procedencia de turistas	1	2	2
TOTAL				12
JERARQUÍA				1

FICHA DE JERARQUIZACIÓN				N° 5
Nombre del recurso turístico: "Arroyo Vallimanca"				
CODIGO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR ASIGNADO	PONDERACIÓN	SUB TOTAL
A	Accesibilidad	4	1	4
B	Estado de Conservación	2	1	2
C	Calidad del entorno	1	0,5	0,5
D	Existencia de equipamientos turísticos	1	0,5	0,5

E	Señalización suficiente	2	0,5	1
F	Nivel de afluencia	1	1,5	1,5
G	Periodos de visitas	2	1,5	3
H	Procedencia de turistas	1	2	2
TOTAL				14,5
JERARQUÍA				1

FICHA DE JERARQUIZACIÓN				N° 6
Nombre del recurso turístico: "Natatorio Municipal"				
CODIGO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR ASIGNADO	PONDERACIÓN	SUB TOTAL
A	Accesibilidad	4	1	4
B	Estado de Conservación	2	1	2
C	Calidad del entorno	1	0,5	0,5
D	Existencia de equipamientos turísticos	2	0,5	1
E	Señalización suficiente	1	0,5	0,5
F	Nivel de afluencia	1	1,5	1,5
G	Periodos de visitas	1	1,5	1,5
H	Procedencia de turistas	1	2	2
TOTAL				13
JERARQUÍA				1

FICHA DE JERARQUIZACIÓN				N° 7
Nombre del recurso turístico: "Estadio Municipal"				
CODIGO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR ASIGNADO	PONDERACIÓN	SUB TOTAL
A	Accesibilidad	4	1	4
B	Estado de Conservación	3	1	3
C	Calidad del entorno	2	0,5	1
D	Existencia de equipamientos turísticos	2	0,5	1
E	Señalización suficiente	2	0,5	1
F	Nivel de afluencia	2	1,5	3
G	Periodos de visitas	2	1,5	3
H	Procedencia de turistas	2	2	4
TOTAL				20
JERARQUÍA				2

FICHA DE JERARQUIZACIÓN				N° 8
Nombre del recurso turístico: "Cristo"				
CODIGO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR ASIGNADO	PONDERACIÓN	SUB TOTAL
A	Accesibilidad	4	1	4
B	Estado de Conservación	2	1	2
C	Calidad del entorno	2	0,5	1
D	Existencia de equipamientos	1	0,5	0,5

	turísticos			
E	Señalización suficiente	1	0,5	0,5
F	Nivel de afluencia	2	1,5	3
G	Periodos de visitas	2	1,5	3
H	Procedencia de turistas	1	2	2
TOTAL				16
JERARQUÍA				1

FICHA DE JERARQUIZACIÓN				N° 9
Nombre del recurso turístico: Museo "Florentino Ameghino"				
CODIGO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR ASIGNADO	PONDERACIÓN	SUB TOTAL
A	Accesibilidad	4	1	4
B	Estado de Conservación	2	1	2
C	Calidad del entorno	2	0,5	1
D	Existencia de equipamientos turísticos	1	0,5	0,5
E	Señalización suficiente	2	0,5	1
F	Nivel de afluencia	1	1,5	1,5
G	Periodos de visitas	2	1,5	3
H	Procedencia de turistas	1	2	2
TOTAL				12
JERARQUÍA				1

FICHA DE JERARQUIZACIÓN				N° 10
Nombre del recurso turístico: "Coliseo Español"				
CODIGO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR ASIGNADO	PONDERACIÓN	SUB TOTAL
A	Accesibilidad	4	1	4
B	Estado de Conservación	3	1	3
C	Calidad del entorno	3	0,5	1,5
D	Existencia de equipamientos turísticos	3	0,5	1,5
E	Señalización suficiente	2	0,5	1
F	Nivel de afluencia	3	1,5	4,5
G	Periodos de visitas	4	1,5	6
H	Procedencia de turistas	3	2	6
TOTAL				27,5
JERARQUÍA				4

FICHA DE JERARQUIZACIÓN				N° 11
Nombre del recurso turístico: "Paseo Tinelli"				
CODIGO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR ASIGNADO	PONDERACIÓN	SUB TOTAL
A	Accesibilidad	4	1	4
B	Estado de Conservación	3	1	3
C	Calidad del entorno	2	0,5	1
D	Existencia de	1	0,5	0,5

	equipamientos turísticos			
E	Señalización suficiente	2	0,5	1
F	Nivel de afluencia	1	1,5	1,5
G	Periodos de visitas	1	1,5	1,5
H	Procedencia de turistas	4	2	8
TOTAL				20,5
JERARQUÍA				3

FICHA DE JERARQUIZACIÓN				N° 12
Nombre del recurso turístico: "Cementerio Municipal"				
CODIGO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR ASIGNADO	PONDERACIÓN	SUB TOTAL
A	Accesibilidad	4	1	4
B	Estado de Conservación	2	1	2
C	Calidad del entorno	1	0,5	0,5
D	Existencia de equipamientos turísticos	1	0,5	0,5
E	Señalización suficiente	2	0,5	1
F	Nivel de afluencia	1	1,5	1,5
G	Periodos de visitas	4	1,5	6
H	Procedencia de turistas	1	2	2
TOTAL				17,5
JERARQUÍA				2

FICHA DE JERARQUIZACIÓN				N° 13
Nombre del recurso turístico: Festival "Cantabolívar"				
CODIGO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR ASIGNADO	PONDERACIÓN	SUB TOTAL
A	Accesibilidad	4	1	4
B	Estado de Conservación	3	1	3
C	Calidad del entorno	3	0,5	1,5
D	Existencia de equipamientos turísticos	3	0,5	1,5
E	Señalización suficiente	1	0,5	0,5
F	Nivel de afluencia	3	1,5	4,5
G	Periodos de visitas	1	1,5	1,5
H	Procedencia de turistas	3	2	6
TOTAL				22,5
JERARQUÍA				3

FICHA DE JERARQUIZACIÓN				N° 14
Nombre del recurso turístico: "Café Literario"				
CODIGO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR ASIGNADO	PONDERACIÓN	SUB TOTAL
A	Accesibilidad	4	1	4
B	Estado de Conservación	2	1	2

C	Calidad del entorno	2	0,5	1
D	Existencia de equipamientos turísticos	2	0,5	1
E	Señalización suficiente	2	0,5	1
F	Nivel de afluencia	2	1,5	3
G	Periodos de visitas	2	1,5	3
H	Procedencia de turistas	1	2	2
TOTAL				17
JERARQUÍA				2

FICHA DE JERARQUIZACIÓN				N° 15
Nombre del recurso turístico: Maratón Internacional “Dino Hugo Tinelli”				
CODIGO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR ASIGNADO	PONDERACIÓN	SUB TOTAL
A	Accesibilidad	4	1	4
B	Estado de Conservación	4	1	4
C	Calidad del entorno	4	0,5	2
D	Existencia de equipamientos turísticos	3	0,5	1,5
E	Señalización suficiente	2	0,5	1
F	Nivel de afluencia	3	1,5	4,5
G	Periodos de visitas	1	1,5	1,5
H	Procedencia de turistas	4	2	8
TOTAL				26,5
JERARQUÍA				4

FICHA DE JERARQUIZACIÓN				N° 16
Nombre del recurso turístico: Exposición “Sociedad Rural de Bolívar”				
CODIGO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR ASIGNADO	PONDERACIÓN	SUB TOTAL
A	Accesibilidad	4	1	4
B	Estado de Conservación	4	1	4
C	Calidad del entorno	4	0,5	2
D	Existencia de equipamientos turísticos	3	0,5	1,5
E	Señalización suficiente	2	0,5	1
F	Nivel de afluencia	4	1,5	6
G	Periodos de visitas	1	1,5	1,5
H	Procedencia de turistas	4	2	8
TOTAL				28
JERARQUÍA				4

FICHA DE JERARQUIZACIÓN				N° 17
Nombre del recurso turístico: “Liga Profesional de Voley”				
CODIGO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR ASIGNADO	PONDERACIÓN	SUB TOTAL
A	Accesibilidad	4	1	4
B	Estado de	3	1	3

	Conservación			
C	Calidad del entorno	4	0,5	2
D	Existencia de equipamientos turísticos	2	0,5	1
E	Señalización suficiente	2	0,5	1
F	Nivel de afluencia	3	1,5	4,5
G	Periodos de visitas	3	1,5	4,5
H	Procedencia de turistas	4	2	8
TOTAL				28
JERARQUÍA				4

FICHA DE JERARQUIZACIÓN				N°: 18
Nombre del recurso turístico: "Hipódromo"				
CODIGO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR ASIGNADO	PONDERACIÓN	SUB TOTAL
A	Accesibilidad	3	1	3
B	Estado de Conservación	2	1	2
C	Calidad del entorno	2	0,5	1
D	Existencia de equipamientos turísticos	1	0,5	0,5
E	Señalización suficiente	1	0,5	0,5
F	Nivel de afluencia	2	1,5	3
G	Periodos de visitas	2	1,5	3
H	Procedencia de turistas	2	2	4
TOTAL				17
JERARQUÍA				2

FICHA DE JERARQUIZACIÓN				N°: 19
Nombre del recurso turístico: "Cancha de Golf"				
CODIGO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR ASIGNADO	PONDERACIÓN	SUB TOTAL
A	Accesibilidad	3	1	3
B	Estado de Conservación	2	1	2
C	Calidad del entorno	2	0,5	1
D	Existencia de equipamientos turísticos	1	0,5	0,5
E	Señalización suficiente	2	0,5	1
F	Nivel de afluencia	1	1,5	1,5
G	Periodos de visitas	3	1,5	4,5
H	Procedencia de turistas	3	2	6
TOTAL				19,5
JERARQUÍA				2

OFERTA TURISTICA.

Ficha de relevamiento de establecimientos hoteleros.

Nombre del establecimiento:				
Dirección:				
E-mail:				
Teléfono:				
Características físicas del edificio				
Tipo de establecimiento	Hotel		CATEGORÍA	
	Motel		*5	
	Pensión		*4	
	Albergue		*3	
	Campamento		*2	
	Vivienda vacacional		*1	
Habitaciones			C/ baño	S/ baño
	Individuales			
	Dobles			
	Triples			
	Cuádruples			
	Suites			
Equipamientos y Servicios Generales.	Restaurante		Sala de banquetes	
	Bar		Piscina	
	Discoteca		Sala de reuniones	
	Parking		Instalaciones deportivas	
	Jardines		Cochera	
Servicio de Habitaciones	Teléfono		Caja fuerte	
	TV		Aire acondicionado	
	Radio		Otras:	
	Mini bar			
Período de Funcionamiento	Todo el año			
	Temporada alta			
	Períodos concretos			
	Otros:			
Media de Ocupación Anual	...			

Fichas completa de establecimientos hoteleros.

Nombre del establecimiento: Hotel Horizonte			
Dirección: Av. Almirante Brown 224			
E-mail: horizonteba@speedy.com.ar; www.horizontehotel.com.ar			
Teléfono: 02314- 428963			
Características físicas del edificio			
Tipo de establecimiento	Hotel	X	CATEGORÍA
	Motel		*5
	Pensión		*4
	Albergue		*3
	Campamento		*2
	Vivienda vacacional		*1
Habitaciones			C/ baño
			S/ baño
	Individuales	X	X
	Dobles	X	X
	Triples	X	X
	Cuádruples	X	X
Equipamientos y Servicios Generales.	Suites	X	X
	Restaurante	X	Sala de banquetes
	Bar	X	Piscina
	Discoteca		Sala de reuniones
	Parking		Instalaciones deportivas
	Jardines		Cochera
Servicio de Habitaciones	Teléfono	X	Caja fuerte
	TV	X	Aire acondicionado
	Radio	X	Otras:
	Mini bar	X	
Período de Funcionamiento	Todo el año	X	
	Temporada alta		
	Períodos concretos		
	Otros:		
Media de Ocupación Anual	...70%		

Nombre del establecimiento: Hotel San Carlos			
Dirección: Av. Almirante Brown y Av. Alsina			
E-mail: sancarloshotelbolivar@hotmail.com; www.sancarloshotel.com.ar			
Teléfono: 02314- 420021			
Características físicas del edificio			
Tipo de establecimiento	Hotel	X	CATEGORÍA
	Motel		*5
	Pensión		*4
	Albergue		*3
	Campamento		*2

	Vivienda vacacional		*1	
Habitaciones			C/ baño	S/ baño
	Individuales	X	X	
	Dobles	X	X	
	Triples	X	X	
	Cuádruples	X	X	
	Suites			
Equipamientos y Servicios Generales.	Restaurante	X	Sala de banquetes	
	Bar	X	Piscina	
	Discoteca		Sala de reuniones	X
	Parking		Instalaciones deportivas	
	Jardines		Cochera	X
Servicio de Habitaciones	Teléfono	X	Caja fuerte	X
	TV	X	Aire acondicionado	X
	Radio	X	Otras:	
	Mini bar	X		
Período de Funcionamiento	Todo el año	X		
	Temporada alta			
	Períodos concretos			
	Otros:			
Media de Ocupación Anual	...70%			
Otras Observaciones				

Nombre del establecimiento: La Posada Hotel				
Dirección: Ruta 226. Km. 400				
E-mail: www.hotellaposada.com.ar				
Teléfono: 02314- 42021				
Características físicas del edificio				
Tipo de establecimiento	Hotel	X	CATEGORÍA	
	Motel		*5	
	Pensión		*4	
	Albergue		*3	X
	Campamento		*2	
	Vivienda vacacional		*1	
Habitaciones			C/ baño	S/ baño
	Individuales	X	X	
	Dobles	X	X	
	Triples	X	X	
	Cuádruples			
	Suites	X	X	
Equipamientos y Servicios Generales.	Restaurante	X	Sala de banquetes	
	Bar	X	Piscina	X
	Discoteca		Sala de reuniones	X
	Parking		Instalaciones	

			deportivas	
	Jardines	X	Cochera	X
Servicio de Habitaciones	Teléfono	X	Caja fuerte	X
	TV	X	Aire acondicionado	X
	Radio	X	Otras:	
	Mini bar	X		
Período de Funcionamiento	Todo el año	X		
	Temporada alta			
	Períodos concretos			
	Otros:			
Media de Ocupación Anual	75%			
Otras Observaciones				

Nombre del establecimiento: La Zamorana				
Dirección: Bartolomé Mitre 272				
E-mail: lazamoranadiez@hotmail.com				
Teléfono: 02314- 428665				
Características físicas del edificio				
Tipo de establecimiento	Hotel	X	CATEGORÍA	
	Motel		*5	
	Pensión		*4	
	Albergue		*3	
	Campamento		*2	X
	Vivienda vacacional		*1	
Habitaciones			C/ baño	S/ baño
	Individuales	X	X	
	Dobles	X	X	
	Triples	X	X	
	Cuádruples	X	X	
	Suites			
Equipamientos y Servicios Generales.	Restaurante		Sala de banquetes	
	Bar		Piscina	
	Discoteca		Sala de reuniones	
	Parking		Instalaciones deportivas	
	Jardines		Cochera	
Servicio de Habitaciones	Teléfono	X	Caja fuerte	
	TV	X	Aire acondicionado	X
	Radio	X	Otras:	
	Mini bar	X		
Período de Funcionamiento	Todo el año	X		
	Temporada alta			
	Períodos concretos			
	Otros:			
Media de Ocupación	70%			

Anual		
Otras Observaciones		

Nombre del establecimiento: Goitias			
Dirección: Av. San Martín 128			
E-mail: -			
Teléfono: 02314- 420950			
Características físicas del edificio			
Tipo de establecimiento	Hotel	X	CATEGORÍA
	Motel		*5
	Pensión		*4
	Albergue		*3
	Campamento		*2
	Vivienda vacacional		*1
Habitaciones			C/ baño
			S/ baño
	Individuales	X	X
	Dobles	X	X
	Triples	X	X
	Cuádruples		
Equipamientos y Servicios Generales.	Suites		
	Restaurante		Sala de banquetes
	Bar	X	Piscina
	Discoteca		Sala de reuniones
	Parking		Instalaciones deportivas
	Jardines		Cochera
Servicio de Habitaciones	Teléfono	X	Caja fuerte
	TV	X	Aire acondicionado
	Radio	X	Otras:
	Mini bar	X	
Período de Funcionamiento	Todo el año	X	
	Temporada alta		
	Períodos concretos		
	Otros:		
Media de Ocupación Anual	70%		
Otras Observaciones			

Nombre del establecimiento: Hotel Diego			
Dirección: Bartolomé Mitre 290			
E-mail:-			
Teléfono: 02314- 424982			
Características físicas del edificio			
Tipo de establecimiento	Hotel	X	CATEGORÍA
	Motel		*5
	Pensión		*4

	Albergue		*3	
	Campamento		*2	X
	Vivienda vacacional		*1	
Habitaciones			C/ baño	S/ baño
	Individuales	X	X	
	Dobles	X	X	
	Triples	X	X	
	Cuádruples			
	Suites			
Equipamientos y Servicios Generales.	Restaurante		Sala de banquetes	
	Bar		Piscina	
	Discoteca		Sala de reuniones	
	Parking		Instalaciones deportivas	
	Jardines		Cochera	
Servicio de Habitaciones	Teléfono	X	Caja fuerte	X
	TV	X	Aire acondicionado	X
	Radio	X	Otras:	
	Mini bar	X		
Período de Funcionamiento	Todo el año	X		
	Temporada alta			
	Períodos concretos			
	Otros:			
Media de Ocupación Anual	70%			
Otras Observaciones				

Nombre del establecimiento: Las Cavas				
Dirección: Ruta 226. KM 398				
E-mail:-				
Teléfono:-				
Características físicas del edificio				
Tipo de establecimiento	Hotel	X	CATEGORÍA	
	Motel		*5	
	Pensión		*4	
	Albergue		*3	X
	Campamento		*2	
	Vivienda vacacional		*1	
Habitaciones			C/ baño	S/ baño
	Individuales	X	X	
	Dobles	X	X	
	Triples	X	X	
	Cuádruples			
	Suites			
Equipamientos y Servicios Generales.	Restaurante	X	Sala de banquetes	
	Bar	X	Piscina	
	Discoteca		Sala de	

			reuniones	
	Parking		Instalaciones deportivas	
	Jardines		Cochera	X
Servicio de Habitaciones	Teléfono	X	Caja fuerte	X
	TV	X	Aire acondicionado	X
	Radio	X	Otras:	
	Mini bar	X		
Período de Funcionamiento	Todo el año	X		
	Temporada alta			
	Períodos concretos			
	Otros:			
Media de Ocupación Anual	80%			
Otras Observaciones				

Ficha de relevamiento de establecimientos gastronómicos.

Nombre de la empresa		
Dirección		
Teléfono		
E-mail		
Categoría	Restaurante	
	Pizzería	
	Parrilla	
	Tenedor Libre	
	Otros:	
Capacidad	Mas de 100 personas	
	Entre 80 y 100	
	50 y 80	
	Menos de 50	
Periodo de funcionamiento	Todo el año	
	Temporada alta	
	Fines de semanas	
	Períodos concretos	
	Otros:	
Comodidades	Calefacción	
	Aire acondicionado	
	TV	

Fichas completa de establecimientos gastronómicos.

Nombre de la empresa: Don Filipo
Dirección: Av. San Martín 83

Teléfono: 02314- 42		
E-mail: -		
Categoría	Restaurante	X
	Pizzería	
	Parrilla	
	Tenedor Libre	
	Otros:	
Capacidad	Mas de 100 personas	
	Entre 80 y 100	
	50 y 80	X
	Menos de 50	
Periodo de funcionamiento	Todo el año	X
	Temporada alta	
	Fines de semanas	
	Períodos concretos	
	Otros:	
Comodidades	Calefacción	X
	Aire acondicionado	X
	TV	X

Nombre de la empresa: Antojos		
Dirección: Av. Almirante Brown 355		
Teléfono: 02314- 42		
E-mail: -		
Categoría	Restaurante	X
	Pizzería	
	Parrilla	
	Tenedor Libre	
	Otros:	
Capacidad	Mas de 100 personas	
	Entre 80 y 100	
	50 y 80	
	Menos de 50	X
Periodo de funcionamiento	Todo el año	X
	Temporada alta	
	Fines de semanas	
	Períodos concretos	
	Otros:	
Comodidades	Calefacción	X
	Aire acondicionado	X
	TV	X

Nombre de la empresa: Confiésate Antonia		
Dirección: Av. Alsina 765		
Teléfono: 02314- 420480		
E-mail: -		
Categoría	Restaurante	
	Pizzería	X
	Parrilla	

	Tenedor Libre	
	Otros:	
Capacidad	Mas de 100 personas	X
	Entre 80 y 100	
	50 y 80	
	Menos de 50	
Periodo de funcionamiento	Todo el año	X
	Temporada alta	
	Fines de semanas	
	Períodos concretos	
	Otros:	
Comodidades	Calefacción	X
	Aire acondicionado	X
	TV	X

Nombre de la empresa: La Choza		
Dirección: Av. Almirante Brown 120		
Teléfono: 02314- 15463740		
E-mail: -		
Categoría	Restaurante	X
	Pizzería	
	Parrilla	X
	Tenedor Libre	
	Otros:	
Capacidad	Mas de 100 personas	
	Entre 80 y 100	
	50 y 80	X
	Menos de 50	
Periodo de funcionamiento	Todo el año	X
	Temporada alta	
	Fines de semanas	
	Períodos concretos	
	Otros:	
Comodidades	Calefacción	X
	Aire acondicionado	X
	TV	X

Nombre de la empresa: Zoom		
Dirección: Av. Almirante Brown 255		
Teléfono: 02314- 420543		
E-mail:-		
Categoría	Restaurante	X
	Pizzería	
	Parrilla	
	Tenedor Libre	
	Otros:	
Capacidad	Mas de 100 personas	
	Entre 80 y 100	
	50 y 80	X
	Menos de 50	
Periodo de	Todo el año	X

funcionamiento	Temporada alta	
	Fines de semanas	
	Períodos concretos	
	Otros:	
Comodidades	Calefacción	X
	Aire acondicionado	X
	TV	X

Nombre de la empresa: Pizzería Manolo		
Dirección: Av. San Martín 248		
Teléfono: 02314- 420544		
E-mail: -		
Categoría	Restaurante	
	Pizzería	X
	Parrilla	
	Tenedor Libre	
	Otros:	
Capacidad	Mas de 100 personas	
	Entre 80 y 100	
	50 y 80	X
	Menos de 50	
Periodo de funcionamiento	Todo el año	X
	Temporada alta	
	Fines de semanas	
	Períodos concretos	
	Otros:	
Comodidades	Calefacción	X
	Aire acondicionado	X
	TV	X

Nombre de la empresa: La Cabaña		
Dirección: Ruta 226. Km. 402		
Teléfono: 02314- 15443407		
E-mail:-		
Categoría	Restaurante	X
	Pizzería	
	Parrilla	X
	Tenedor Libre	
	Otros:	
Capacidad	Mas de 100 personas	X
	Entre 80 y 100	
	50 y 80	
	Menos de 50	
Periodo de funcionamiento	Todo el año	X
	Temporada alta	
	Fines de semanas	
	Períodos concretos	
	Otros:	
Comodidades	Calefacción	X
	Aire acondicionado	X
	TV	X

Nombre de la empresa: El Parador		
Dirección: Ruta 226. Km. 400		
Teléfono: -		
E-mail: -		
Categoría	Restaurante	
	Pizzería	
	Parrilla	X
	Tenedor Libre	
	Otros:	
Capacidad	Mas de 100 personas	X
	Entre 80 y 100	
	50 y 80	
	Menos de 50	
Periodo de funcionamiento	Todo el año	X
	Temporada alta	
	Fines de semanas	
	Períodos concretos	
	Otros:	
Comodidades	Calefacción	X
	Aire acondicionado	X
	TV	X

Nombre de la empresa: La Tablita		
Dirección: Ruta 226. Km. 399		
Teléfono: 02314- 15470812		
E-mail:-		
Categoría	Restaurante	
	Pizzería	
	Parrilla	X
	Tenedor Libre	
	Otros:	
Capacidad	Mas de 100 personas	
	Entre 80 y 100	X
	50 y 80	
	Menos de 50	
Periodo de funcionamiento	Todo el año	X
	Temporada alta	
	Fines de semanas	
	Períodos concretos	
	Otros:	
Comodidades	Calefacción	X
	Aire acondicionado	X
	TV	X

Nombre de la empresa: El Correcaminos I		
Dirección: Saavedra 743		
Teléfono: 02314- 426344		
E-mail:-		

Categoría	Restaurante	
	Pizzería	X
	Parrilla	
	Tenedor Libre	
	Otros:	
Capacidad	Mas de 100 personas	
	Entre 80 y 100	
	50 y 80	
	Menos de 50	X
Periodo de funcionamiento	Todo el año	X
	Temporada alta	
	Fines de semanas	
	Períodos concretos	
	Otros:	
Comodidades	Calefacción	X
	Aire acondicionado	X
	TV	X

Nombre de la empresa: El Correcaminos II		
Dirección: Av. San Martín 479		
Teléfono: 02314- 426344		
E-mail: -		
Categoría	Restaurante	
	Pizzería	X
	Parrilla	
	Tenedor Libre	
	Otros:	
Capacidad	Mas de 100 personas	
	Entre 80 y 100	
	50 y 80	
	Menos de 50	X
Periodo de funcionamiento	Todo el año	X
	Temporada alta	
	Fines de semanas	
	Períodos concretos	
	Otros:	
Comodidades	Calefacción	X
	Aire acondicionado	X
	TV	X

Nombre de la empresa: Ruta 65		
Dirección: Ruta 65		
Teléfono: 02314- 420200		
E-mail:-		
Categoría	Restaurante	X
	Pizzería	
	Parrilla	X
	Tenedor Libre	
	Otros:	
Capacidad	Mas de 100 personas	
	Entre 80 y 100	X

	50 y 80	
	Menos de 50	
Periodo de funcionamiento	Todo el año	X
	Temporada alta	
	Fines de semanas	
	Períodos concretos	
	Otros:	
Comodidades	Calefacción	X
	Aire acondicionado	X
	TV	X

Nombre de la empresa: La Nueva Fuente		
Dirección: Galería Prada – Locales 3, 4 y 5.		
Teléfono: 02314- 428782		
E-mail: -		
Categoría	Restaurante	X
	Pizzería	
	Parrilla	
	Tenedor Libre	
	Otros:	
Capacidad	Mas de 100 personas	
	Entre 80 y 100	
	50 y 80	X
	Menos de 50	
Periodo de funcionamiento	Todo el año	X
	Temporada alta	
	Fines de semanas	
	Períodos concretos	
	Otros:	
Comodidades	Calefacción	X
	Aire acondicionado	X
	TV	X

Guía de servicios turísticos.

Alojamientos.

Establecimiento	Dirección	Tel. Pagina Web. E-Mail.	Características.
Hotel Horizonte	Av. Alte. Brown 224.	02314-428963. horizonteba@speedy.com.ar www.horizontehotel.com.ar	Habitaciones: Singles - Dobles - Triples - Cuádruples y Suites. Deptos. de 2 a 7 personas, totalmente equipados, Teléfono- TV- Aire acondicionado- calefacción central- desayuno- Salón de conferencia, Wi Fi, Est. Propio.
Hotel San Carlos	Av. Alte. Brown y Av. Alsina.	02314- 42-0021 sancarloshotelbolivar@hotmail.com www.sancarloshotel.com.ar	Room Service las 24 hs, Servicio de Mucama, Lavandería y tintorería, Cocheras, Internet Wi-Fi.
Hotel La Posada	Ruta 226. Km. 400.	02314- 42-8665 www.hotelaposada.com.ar	Room Service, lavandería, cochera, Wi-Fi.
Hotel La Zamorana	B. Mitre 272	(02314) 42-8665 lazamoranadiez@hotmail.com	Habitaciones: Singles - Dobles – Triples. Teléfono- Aire- TV.
Hotel Goitia	Av. San Martín 128.	02314- 420950.	Habitaciones: Singles - Dobles – Triples. Teléfono- Aire- TV.
Hotel Diego	B. Mitre 290.	02314- 424982	Habitaciones: Singles - Dobles – Triples. Teléfono- Aire- TV.
Hotel Las Cavas	Ruta 226. Km. 398.	02314- 428877	Room Service, Habitaciones: Singles – Dobles- Teléfono- Aire- TV

Oferta complementaria

Gastronomía.

Establecimiento	Categoría	Capacidad	Periodo de Funcionamiento	Dirección	Teléfono
Don Filippo	Restaurante	Entre 50 y 80	Todo el año	Av. San Martín 83	(02314) 42-
Antojos	Restaurante	Menos de 50	Todo el año	Av. Alte. Brown 355	(02314) 42-
Confíesate Antonia	Pizzería	Más de 100	Todo el año	Alsina 765	(02314) 42-0480
La Choza	Restaurante – Parrilla	Entre 50 y 80	Todo el año	Av. Brown 120	(02314) 15463740
Zoom	Restaurante	Entre 50 y 80	Todo el año	Av. Alte Brown 255	(02314) 420543 /15616752

Pizzería Manolo	Pizzería	Entre 50 y 80	Todo el año	Av. San Martín 248	(02314) 42-0544
La Cabaña	Parrilla	Más de 100	Todo el año	Ruta 226 Km 402	(02314) 15443407
El Parador	Parrilla	Más de 100	Todo el año	Ruta 226 Km 400	
La Tablita	Parrilla	Entre 50 y 80	Todo el año	Ruta 226 Km 399	(02314) 15470812
El Correccaminos 1	Pizzería	Menos de 50	Todo el año	Saavedra 743	(02314) 42-6344 / 42-1717 / 15623426
El Correccaminos 2	Pizzería	Menos de 50	Todo el año	Av. San Martín 479	(02314) 42-6344 / 42-1717 / 15623426
Ruta 65	Parrilla	Entre 80 y 100	Todo el año	ruta 65	(02314) 42-0200
La Nueva Fuente	Restaurante	Entre 50 y 80	Todo el año	Galería Prada-locales 3, 4 y 5	(02314) 15403080 - 428782

Bares, Confiterías y Pubs.

Nombre	Dirección
La Vizcaína	Av. Brown y Sarmiento
La Roca	Av. Brown e/ Ignacio Rivas y Av. Venezuela.
Miró Café	Av. San Martín e/ Las Heras y Av. Gral. Paz
Alcatraz	Av. Brown y Av. Venezuela
Loft Disco	Av. Alte. Brown y Sarmiento
El Barco	Ignacio Rivas 15
Cronos	Av. San Martín e/ Alvear y Rondeau
Surprise	Galería Horizonte-local 9
Dublin	Av. Alsina e/ Av. Belgrano y Av. Brown.
Petróleo	Av. Alsina y Arenales

Agencias de viajes.

Nombre	Dirección	Teléfono
Ankour Tour	San Martín 355.	(02314) 42-1375
Yo Soy Tour	Alvear 77.	(02314) 42-6342

Transporte.

Nombre	Dirección	Teléfono
AZ-Tour	Boer 580.	(02314) 42-0342

Mini-bus "Mahual"	Las Heras 702.	(02314) 42-0112/42-7621
Sol-Tour	Ushuaia esquina isla Soledad	(02314) 42-0088
Luro Combi-Luro bus	Larrea 45.	(02314) 42-4909 15510197 /15401312 (colectivo)

Empresas de Transporte de Ómnibus.

Empresa de transportes	Teléfono
Estación de ferrocarril	Av. 25 de Mayo. (02314) 42-0862
Estación Terminal: María Teresa Josefa Rodríguez del Toro y Alaiza.	Fabrés García 750
El Rápido Argentino	(02314) 42-4534
El Rápido	(02314) 42-0116
Chevalier.	(02314) 42-7818
Pullman Gral. Belgrano	(02314) 42-4529
Nandú del Sur.	
Plaza, Plus Ultra Merco Bus, San Juan- Mar del Plata	(02314) 42-4534

Artículos Regionales

Nombre	Dirección	Teléfono	Pagina Web/e-mail
Caramelo (bombones- chocolates- recuerdos de bolívar en cerámica rústica)	Avda. San Martín 1001	02314-156288/45	caramelobolivar@hotmail.com
El Resero- Art. Regionales Marroquinería- Talabartería	Avda. Lavalle 620	02314-15620707	sergio10f@hotmail.com
Estilo Campo	R. Hernández 172	02314-427502	
La casa del turista	Av. Lavalle e/ Mitre y Roca		
Pilchas gauchas	Av. San Martín 1302		
Aires de Bolívar	San Martín 1335		

Clubes.

Establecimiento	Dirección	Teléfono
Empleados de Comercio	Av. Lavalle 201	(02314) 42-6586
Alem	Gral. Paz 140	(02314) 42-7518
Atlético Independiente	Av. Unzue s/n	(02314) 42-4748 / 42-7548
Talleres	Fabres García 210	(02314) 42-7340
Club Buenos Aires	Güemes 35	(02314) 42-7511
Club Argentino	Av. San Martín 1450	
Club Ciudad de Bolívar	Av. Pedro Vignau 1779.	(02314) 42-6779 / 42-0738
Club Deportivo La Rural	Av. Almirante Brown 599.	(02314) 42-8788
Club El Fortín	Urquiza 503.	(02314) 42-9661
Club Estudiantes de Bolívar	Av. Lavalle s/n.	(02314) 42-8584
Club Social	Av. San Martín 842.	(02314) 42-7590
Club Sportivo Barracas Bolívar	Av. San Martín 230	

Estaciones de Servicios

Nombre	Dirección	Teléfono	Pagina Web/ e-mail.
Eg3	Ruta 65. Km.335.	(02314) 42-0200	
Esso	Av. Gral. Paz 191.	(02314) 42-7329	servicentrobolivar@speedy.com.ar
Las Cavas	Ruta 226.	(02314) 42-8877	lascavas@speedy.com.ar
Petrobras	Av. Almirante Brown 399.	(02314) 42-5076	
Petrobras San Martín	Av. San Martín 901.	(02314) 42-8294	petrobrassanmartin@speedy.com.ar
Shell	Ruta 226. Km. 400	(02314) 42-8198	
Estación YPF Las Cavas	Ruta 226. Km. 398	(02314) 42-8198	
YPF Don Panta	Av. M. Unzue 251	(02314) 42-8367	
Estación GNC	3 de febrero y Olavarría		

Bancos.

Establecimiento	Dirección	Teléfono
Banco Galicia	Av. San Martín 506.	(02314) 42-5079
Banco Nación	Av. San Martín 501	(02314) 42-0231
Banco Provincia	Av. San Martín 601.	(02314) 42-0238 / 42-0752
Banco Credicoop	Gral. Paz 40.	(02314) 42-0295

INFRAESTRUCTURA

Guía de servicios.

Salud

Establecimiento	Dirección	Teléfono
Hospital regional Miguel L. Capredoni	Av. Calfucura s/n	(02314) 42-7015 Tel. Guardia: (02314) 42-7515
IE Emergencias Bolívar	Av. Belgrano 396.	Tel. (02314) 42-5004 / 42-5001
Clínica Modelo	Av. Belgrano 299.	02314) 42-7573 / 42-1272

OTROS SERVICIOS

Bomberos Voluntarios	Ignacio Rivas 141	(02314) 42-7325
Policía	Arenales 56.	(02314) 42-0495 /42-0496 /42-1774
Municipalidad	Belgrano 12.	(02314) 42-1272
Cooperativa eléctrica	Av. 25 de Mayo 451.	(02314) 42-0246
Sociedad Rural de Bolívar	Av. Unzue s/n.	(02314) 42-8679
Cablevisión	Avellaneda 760.	(02314) 42-8037
C4 Televisión	Rodeau 120	

DIARIOS

Nombre	Dirección	Teléfono	Página Web/ e-mail
La Mañana	Av. Venezuela 159.	(02314) 42-4600	diariolamana@speedy.com.ar www.diariolamana.com.ar
La Noticia	San Martín 866.	(02314) 42-8719	www.dlnweb.com.ar

RADIOS

Nombre	Dirección	Teléfono	Página Web/e-mail
FM 106.1	Dorrego 302.	(02314) 42-6979	
FM Espacio	Alvear 71.	(02314) 42-4689	
Radio Activa	Av. Almirante Brown 82. Piso 1.	(02314) 42-7122	aicontenidos@speedy.com.ar

FARMACIAS

Nombre	Dirección	Teléfono	Página Web/e-mail
Albanese	Av. Lavalle 374	(02314) 42-8142	
Comas	Av. San Martín 600.	(02314) 42-8430	
Fal	Av. San Martín 500.	(02314) 42-7480	
Galiardi	Av. San Martín 302.	(02314) 42-7426	
Gómez-Arrospide	Av. Calfucura y 3 de Febrero.	(02314) 42-7295	
Iglesias	Av. Venezuela 546.	(02314) 42-6205	silvinaiglesias@speedy.com.ar
López	Av. San Martín 897.	(02314) 42-1050	farmacialopez@speedy.com.ar
Pasteur	Gral. Paz 60.	(02314) 42-7430	
Sudiro	Av. Almirante Brown 300. Esquina Boer.	(02314) 42-8626	

ESTABLECIMIENTOS EDUCATIVOS.

Jardín de Infantes

Jardín de Infantes	Domicilio	Teléfono
N° 901	Av. Alsina e/ Balcarce y Dorrego.	02314- 426366
N° 904	Sáenz Peña 453	02314- 426830
N° 905	Alvear 360	02314- 425250
N° 908	B° Coop. De Vivienda S/N	02314- 424407
N° 909	Leiria 249	02314- 420381
N° 910	Juan Berton S/N	02314- 424495
N° 911	Av. Calfucurá S/N	02314- 424774

EGB.

EGB	Domicilio	Teléfono
N° 1. "Domingo F. Sarmiento".	Alsina y Belgrano	02314- 428630
N° 2. "Tte. Gral. José F. Uriburu".	Edison 401	02314- 427332
N° 6. "Carlos Antonio López".	Urquiza 465	02314- 427489
N° 7. "José de San Martín".	Sáenz Peña 450	02314- 427366
N° 9. "Juan Bautista Alberdi".	Leiria 243.	02314- 428654
N° 18. "Maineri Cogo".	Cementerio S/N	02314- 424774
N° 40. "Patricias Argentinas".	Av. Unzué S/N	02314- 424266
N° 51. "Ing. Emilio Mitre".	Carlos Gardel S/N	02314- 424268

Polimodal.

Polimodal	Domicilio	Teléfono
N°1	Av. Centenario S/N	02314- 427310.
Instituto Jesús Sacramentado	Av. San Martín 583	02314- 427519.
Colegio Cervantes.	Av. Venezuela 425	02314- 420262.

Educación Adultos.

Educ. Adultos.	Domicilio	Teléfono
Centro de Formación Profesional 401	Centenario y Almafuerde	02314- 420417.

Educación Superior.

Educación Superior	Domicilio	Teléfono
Instituto Sup. Formación Doc. Y Téc. 27	Güemes 62	02314- 425248.

Educación Especial.

Educación Superior	Domicilio	Teléfono
N° 501. "Dr. C. S. Daroqui"	Gral. Paz 655.	02314- 427500

Educación Universitaria

Educación Universitaria	Domicilio	Teléfono
Centro Regional Universitario de Bolívar	Av. San Martín 961	02314- 425488

ANEXO CAPITULO IV

Formulación del Plan de Acción Turística



ENCUESTA.

LUGAR: Hotel Horizonte

CIUDAD: San Carlos de Bolívar

DOMICILIO: Av. Alte. Brown y Ignacio Rivas.

FECHA: 1/06/09 al 15/06/09

(Responda de manera anónima y marque con una cruz la respuesta que considera correcta).

1. SEXO.

Femenino

Masculino

2. NACIONALIDAD.

Argentina

Otro

Cual:.....

3. ¿En que ciudad reside?.....

4. ¿Cuál es el motivo de su visita?

Negocio

Deportes

Visitas, amigos y/o familiares

Ocio

Otros

Cual:

5. ¿Considera a la ciudad de San Carlos de Bolívar atractiva?

SI

NO

6. ¿Qué es lo que más le atrae de esta ciudad?

Deportes

Negocios

Naturaleza

Cultura

Otros

Cual:

7. ¿Visita/ó la ciudad para alguna fecha o evento en especial?

SI

NO

Cual:

Representación escrita de los datos obtenidos.

La encuesta fue realizada en el hotel horizonte de la ciudad de San Carlos de Bolívar, ya que se cree que es este, el elegido por la mayoría de los visitantes o turistas. El cuestionario fue entregado al azar a los huéspedes que visitaron el hotel durante la primera quincena del mes de junio del 2009 y los resultados obtenidos fueron:

RESULTADOS:

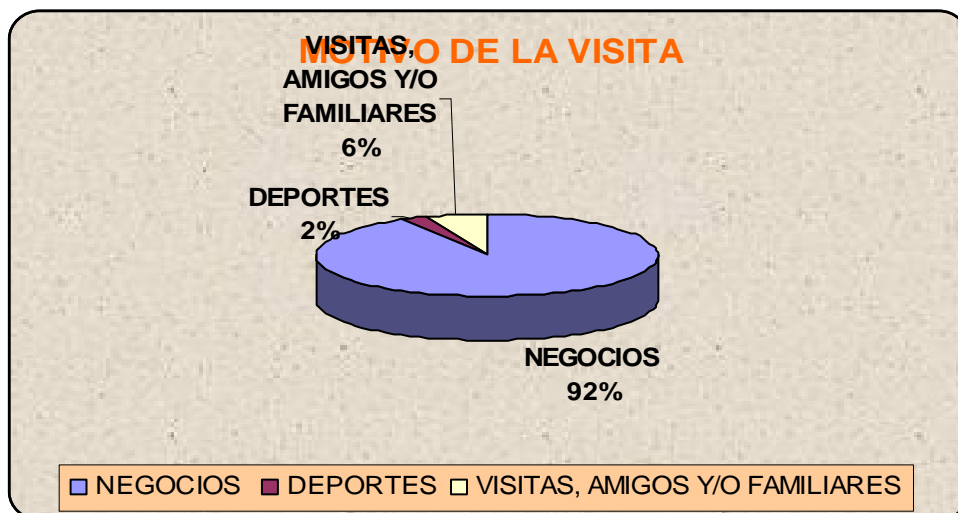
1. SEXO FEMENINO: 50.
SEXO MASCULINO: 34
TOTAL ENCUESTADOS: 84
2. NACIONALIDAD ARGENTINOS: 82
NACIONALIDAD OTRA: 2 (BARBADOS)
3. PROVINCIA: Buenos Aires: 77
Córdoba: 5
Ciudad Bridgetown (Barbados): 2
4. MOTIVO DE LA VISITA: NEGOCIOS: 77
DEPORTES: 2
VISITAS AMIGO Y/O FAMILIARES: 5
5. ¿CONSIDERA LA CIUDAD ATRACTIVA? SI: 84
NO: 0
6. ¿QUÉ ES LO QUE MÁS LE ATRAE DE LA CIUDAD?
(En esta pregunta varios optaron por responder por varias alternativas)
NEGOCIO: 78
DEPORTES: 48
NATURALEZA: 21
CULTURAL: 13
OTROS: 33 (12 personas respondieron que los que les atrae de la ciudad es la tranquilidad y calidez de la misma. A su vez, a 21 personas les atrae la hospitalidad de la gente).
7. ¿VISITA/Ó LA CIUDAD PARA ALGUNA FECHA O EVENTO EN ESPECIAL?
SI: 57.
NO: 27.

De las 57 personas que respondieron si:

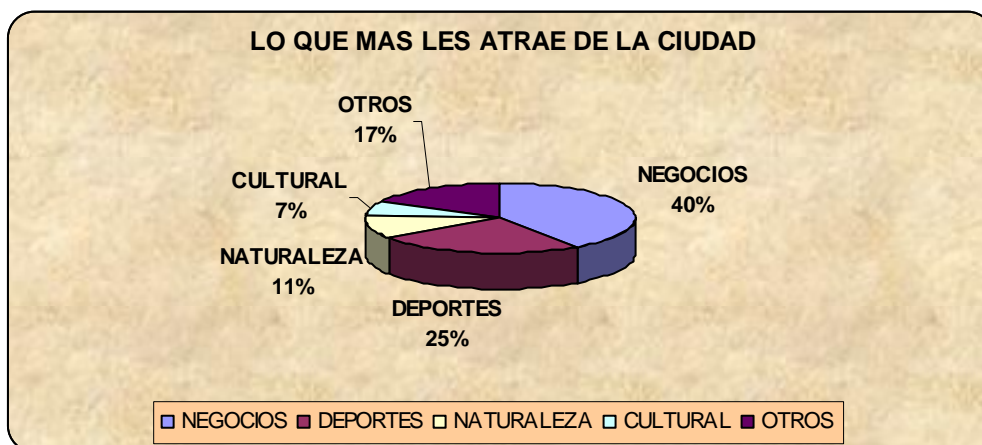
- Exposición de la Sociedad Rural de San Carlos de Bolívar: 19
- Maratón Internacional Dino Hugo Tinelli: 15
- Festival Folklórico Cantabolivar: 11
- Liga Profesional de Voley: 6
- Obras y teatros. 6.

Representación gráfica de los datos obtenidos.

MOTIVO DE LA VISITA: NEGOCIOS: 77 = 91,66%
 DEPORTES: 2 = 2,38%
 VISITAS AMIGO Y/O FAMILIARES: 5 = 5,95%



LO QUE MÁS LES ATRAE DE LA CIUDAD: NEGOCIOS: 78 = 40,41%
 DEPORTES: 48 = 24,87%
 NATURALEZA: 21 = 10,88%
 CULTURAL: 13 = 6,73%
 OTROS: 33 = 17,09%



HUÉSPEDES QUE HAN VISITADO LA CIUDAD:

Exposición de la Sociedad Rural de Bolívar: 19 = 33,33%

Maratón Internacional Dino Hugo Tineli: 15 = 26, 31%

Festival Folklórico Cantabolivar: 11 = 19, 30%

Liga Profesional de Voley: 6 = 10,52%

Obras y teatros: 6 = 10,52%



ANEXO CAPITULO V

Elaboración de un modelo de gestión.



SECRETARÍA DE TURISMO DE LA PCIA. DE BUENOS AIRES.¹¹

La secretaría de turismo de la provincia de Buenos Aires, tiene a su cargo la promoción, asistencia, fiscalización y ejecución de planes vinculados con las actividades turísticas y recreativas, en todas sus expresiones.

Que el desarrollo sustentable del turismo en la provincia de Buenos Aires conllevará al fortalecimiento de los destinos turísticos, a la mejora de la calidad de las prestaciones de servicios turísticos, a la inserción de la provincia en el mercado de los viajes y turismo mundial, produciendo efectos positivos en materia de empleo calidad de vida e incremento de la actividad productiva de los municipios involucrados.

Que la posibilidad de disfrute del tiempo libre es un derecho fundamental de los habitantes de la provincia de Bs. As. y que este derecho debe ser ejercido por todos por igual, debiendo existir oportunidades de recreación y turismo acordes a cada grupo social.

INVERSIONES.

Programa de financiamiento de obras para el impulso de la actividad turística.

Fundamento.

El desarrollo turístico de la provincia de buenos aires, plantea a la gestión turística provincial, el desafío de atender las necesidades de los municipios en materia de inversión o reinversión en su planta turística, la que por las problemáticas coyunturales del país en general y de las localidades en particular han quedado relegadas en cuanto a su mantenimiento, innovación o adecuación a las necesidades y exigencias de la demanda turística y recreacional.

Así mismo, resulta un imperativo para la cual administración turística provincial, el propender a una planificación concertada en la inversión pública con los municipios, que tienen jurisdicción sobre la utilización de los recursos con capacidad turística del patrimonio natural y cultural.

Fundamenta estas actuaciones el diseño de una política orientada al desarrollo sustentable local, regional y provincial, mediante el financiamiento de obras cuya ejecución propicie la mejora de la competitividad del destino y la calidad de la experiencia turística, concebida con la satisfacción del visitante en la sumatoria de recursos y prestaciones que le son brindadas.

Objetivo: incrementar, ampliar y optimizar las instalaciones y equipamientos que sustentan el proyecto de los recursos con capacidad turística del patrimonio natural y cultural de los municipios, con la finalidad que reducen en el mejoramiento de la oferta y experiencia turística del visitante.

Atender financieramente a través del otorgamiento de subsidios, obras públicas municipales para instalaciones y equipamientos turísticos recreativos.

Comprometer la participación activa del municipio en la concreción de las obras.

¹¹ **Fuente:** <http://www.styd.gba.gob.ar/>. Fecha de consulta 28/06/09.

Tipos de Obras:

- Oficinas de información turística.
- Señalización turística (urbana y de accesos a las localidades).
- Puesta en valor de sitios (urbanos, culturales, históricos, naturales).
- Rampas, baños, e instalaciones en general para personas discapacitadas.

LEY ORGANICA DE LAS MUNICIPALIDADES.¹²

CAPITULO VI
DE LOS RECURSOS MUNICIPALES

ARTICULO 226°: Constituyen recursos municipales los siguientes impuestos, tasas, derechos, licencias, contribuciones, retribuciones de servicios y rentas: 1° (texto según art. 44 Ley 13154): Alumbrado, limpieza, riego y barrido, con excepción de los casos en que la prestación se haga efectiva sobre inmuebles pertenecientes al dominio de la Provincia, destinados a servicios educativos, de salud, de justicia y de seguridad. 2° Derecho de faenamiento e inspección veterinaria, que se abonará en el municipio donde se consuman las reses y demás artículos destinados al sustento de la población, cualquiera sea su naturaleza. No podrá cobrarse más derecho a la carne o subproductos, frutas, verduras, aves y otros artículos que se introduzcan de otros partidos, que los que paguen los abastecedores locales ni prohibir la introducción de los mismos. 3° Inspección y contraste anual de pesas y medidas. 4° Venta y arrendamiento de los bienes municipales; permisos de uso de playas y riberas en jurisdicción municipal; producido de hospitales u otras instituciones y servicios municipales que produzcan ingresos. 5° (Texto según Dec-Ley 9926/83) En jurisdicción municipal, explotación de canteras, extracción de arena, cascajo, pedregullo, sal y demás minerales. 6° Reparación y conservación de pavimentos, calles y caminos. 7° Edificación, refecciones, delineación, nivelación y construcción de cercos y aceras. 8° Colocación de avisos en el interior y exterior de tranvías, vehículos en general, estaciones de ferrocarril, teatros, cafés, cinematógrafos, y demás establecimientos públicos, colocación, inscripción o circulación de avisos, letreros, chapas, banderas de remates, escudos, volantes, y toda otra publicidad o propaganda escrita u oral hecha o visible en la vía pública con fines lucrativos y comerciales. 9° Patentes de billares, bolos, bochas, canchas de pelota y otros juegos permitidos; rifas autorizadas con fines comerciales; teatros, cinematógrafos, circos y salas de espectáculos en general. 10° Patentes de vehículos automotores, para el transporte de pasajeros y carga, de carruajes, carros, tranvías y en general todo vehículo de tracción mecánica o a sangre y el derecho de registro de conductores. 11° Patente de animales domésticos. 12° De mercados y puestos de abasto. 13° Patentes y sisas de vendedores ambulantes en general. 14° Patentes de cabarets. 15° Derecho de piso en los mercados de frutos del país y ganado. 16° Funciones, bailes, fútbol y boxeo profesional y espectáculos públicos en general. 17° Inscripción e inspección de mercados, puestos de abasto, negocios que expendan bebidas alcohólicas y cualquier clase de industria o comercio. 18° Desinfecciones. 19° Fraccionamiento de tierras, catastro y subdivisión en lotes. 20° Colocación o instalación de cables o líneas telegráficas, telefónicas, de luz eléctrica, aguas corrientes, obras sanitarias, tranvías o ferrocarriles, estacionamiento de vehículos y toda ocupación de la vía pública y su subsuelo, en general. 21° Inscripción e inspección de inquilinatos, casas de vecindad, de departamentos, cabarets, garajes de alquiler y establos. 22° Derechos de oficina y sellado a las actuaciones municipales, copias, firmas de protestos. 23° Derechos de cementerio y servicios fúnebres. 24° (Texto según Dec-ley 9117/78) Registros de guías y certificados de ganados, boletos de marca o señal, sus transferencias, certificaciones o duplicados y la inspección y contralor del transporte de la producción local de cereales en caminos de jurisdicción municipal 25° Licencias de Caza y pesca con fines comerciales. 26° Inspección y contraste de medidores, motores, generadores

¹² Fuente: <http://www.tribctas.gba.gob.ar>. Fecha de consulta 3/07/09.

de vapor o energía eléctrica, calderas y demás instalaciones que por razones de seguridad pública se declaren sujetas al contralor municipal. 27° Porcentajes asignados a la Municipalidad por las leyes impositivas de la Provincia y los que le correspondan por la participación que a ésta se le otorgue sobre el producido de impuestos nacionales. 28° Derechos y multas que por disposición de la ley correspondan a la Municipalidad y la que ésta establezca por infracción a sus ordenanzas. 29° Contribución de las empresas que gocen de concesiones municipales. 30° Las donaciones, legados o subvenciones que acepten los concejos deliberantes. 31° Cualquier otra contribución, tasa, derecho o gravamen que imponga la Municipalidad con arreglo a las disposiciones de la Constitución.

ARTICULO 227°: La denominación "Impuestos" es genérica y comprende todas las contribuciones, tasas, derechos y demás obligaciones que el municipio imponga al vecindario en sus ordenanzas, respetando los límites establecidos en esta ley y los principios generales de la Constitución.

ARTICULO 228°: La percepción de impuestos municipales es legítima en virtud de la satisfacción de las necesidades colectivas que con ella se procura. Los órganos del gobierno municipal tienen por lo tanto amplias atribuciones para especificar los gastos que deban pagarse con el producto de aquellos impuestos, sin más limitaciones que las que resultan de la aplicación de los mismos a la atención de las aludidas necesidades colectivas. En esta materia, las facultades del gobierno municipal son irrenunciables e intransferibles y en consecuencia, ninguna autoridad podrá imponer a las comunas gastos que ellas mismas no hayan autorizado, ni privarlas del derecho de invertir sus recursos en la forma que dispongan sus poderes legalmente constituidos.

ARTICULO 229°: Las rentas o recursos municipales, cualquiera que sea su origen o naturaleza, dado su destino especial para la atención de los servicios públicos son inembargables. Sólo podrá trabarse embargo sobre el superávit efectivo establecido al cierre de cada ejercicio y sobre las rentas o recursos destinados a atender un servicio público determinado, al solo efecto de saldar créditos emergentes de su adquisición o explotación.

Constitución de la Provincia de Buenos Aires 1994

SECCIÓN VII Del Régimen Municipal

CAPÍTULO ÚNICO.¹³

Artículo 192.- Son atribuciones inherentes al régimen municipal, las siguientes:

1. Convocar a los electores del distrito para elegir municipales y consejeros escolares, con quince días de anticipación por lo menos, cuando el Poder Ejecutivo dejare transcurrir los términos legales sin hacerlo.
2. Proponer al Poder Ejecutivo, en la época que corresponda, las ternas para nombramientos de jueces de Paz y suplentes.
3. Nombrar los funcionarios municipales.
4. Tener a su cargo el ornato y salubridad, los establecimientos de beneficencia que no estén a cargo de sociedades particulares, asilos de inmigrantes que sostenga la Provincia, las cárceles locales de detenidos y la vialidad pública.
5. Votar anualmente su presupuesto y los recursos para costearlo; administrar los bienes raíces municipales, con facultad de enajenar tanto éstos como los diversos ramos de las rentas del año corriente; examinar y resolver sobre cuentas del año vencido, remitiéndolas enseguida al Tribunal de Cuentas.
Vencido el ejercicio administrativo sin que el Concejo Deliberante sancione el presupuesto de gastos, el intendente deberá regirse por el sancionado para el año anterior. Las ordenanzas impositivas mantendrán su vigencia hasta que sean modificadas o derogadas por otras. El presupuesto será proyectado por el departamento ejecutivo y el deliberativo no está facultado para aumentar su monto total. Si aquél no lo remitiera antes del 31 de octubre, el Concejo Deliberante podrá proyectarlo y sancionarlo, pero su monto no podrá exceder del total de la recaudación habida en el año inmediato anterior. En caso de veto total o parcial, si el Concejo Deliberante insistiera por dos tercios de votos, el intendente estará obligado a promulgarlo.
Toda ordenanza especial que autorice gastos no previstos en el presupuesto, deberá establecer los recursos con que han de ser cubiertos.
6. Dictar ordenanzas y reglamentos dentro de estas atribuciones.
7. Recaudar, distribuir y obrar en la Tesorería del Estado las contribuciones que la Legislatura imponga al distrito para las necesidades generales, sin perjuicio de que el Poder Ejecutivo nombre funcionarios especiales para este objeto, si lo cree más conveniente.
8. Constituir consorcios de municipalidades y cooperativas de vecinos a los fines de la creación de superusinas generadoras de energía eléctrica.

¹³ **Fuente:** <http://www.gob.gba.gov.ar/legislacion/constitucion/cpppal.htm>. Fecha de consulta 03/07/09

Artículo 193.- Las atribuciones expresadas tienen las siguientes limitaciones:

1. Dar publicidad por la prensa a todos sus actos, reseñándolos en una memoria anual, en la que se hará constar detalladamente la percepción e inversión de sus rentas.
2. Todo aumento o creación de impuestos o contribución de mejoras, necesita ser sancionado por mayoría absoluta de votos de una asamblea compuesta por los miembros del Concejo Deliberante y un número igual de mayores contribuyentes de impuestos municipales.
3. No podrá autorizarse empréstito alguno sobre el crédito general de la Municipalidad, sino por ordenanza sancionada en la forma que determina el inciso anterior; pero en ningún caso podrá sancionarse ordenanza de esta clase cuando el total de los servicios de amortización e intereses, afecte en más del 25 por ciento los recursos ordinarios de la Municipalidad. Cuando se trate de contratar empréstitos en el extranjero o enajenar o grabar los edificios municipales, se requerirá, además, autorización legislativa.
4. Siempre que se haga uso del crédito será para obras señaladas de mejoramiento o para casos eventuales, y se votará una suma anual para el servicio de la deuda, no pudiendo aplicarse los fondos a otro objeto que el indicado.
5. Las enajenaciones sólo podrán hacerse en remate público.
6. Siempre que hubiere de construirse una obra municipal, de cualquier género que fuere, en la que hubieren de invertirse fondos del común, la Municipalidad nombrará una comisión de propietarios electores del distrito, para que la fiscalice.
7. Las obras públicas cuyo importe exceda de mil pesos nacionales, deberán sacarse siempre a licitación.

ANEXO **CAPITULO VI**

Elaboración del plan de capacitación



Entrevistas realizadas a establecimientos hoteleros de San Carlos de Bolívar

Para la confección de las siguientes entrevistas se optó por mantener de manera anónima tanto el establecimiento hotelero, como a la persona entrevistada, evitando de esta manera comprometerlos y dándole mayor libertad en sus respuestas.

Estructura de la entrevista.

El motivo de la entrevista es conocer los estudios que poseen las personas responsables de brindar servicios turísticos, es decir, aquellas que mantienen un contacto directo con el turista, a fin de brindarles la posibilidad de perfeccionarlos.

1. Con respecto al personal que realiza la labor de mucama.

- A) ¿Cuántas mucamas trabajan en la empresa?
- B) ¿Alguna de ellas posee estudios, respecto a la tarea que desempeña?

2. Referido al personal que desempeña la labor de conserje.

- A) ¿Cuántos conserjes trabajan en la empresa?
- B) ¿Poseen estudios, respecto a la tarea que desempeñan?

3. Referido al personal que desempeña la labor de camarero

- A) ¿Cuántos camareros trabajan en la empresa?
- B) ¿Poseen estudios, respecto a la tarea que desempeñan?

Resultados obtenidos

HOTEL N° 1.

Pregunta n° 1:

- A) 6 mucamas.
- B) Ninguna de ellas posee estudios referido a su tarea.

Pregunta n° 2:

- A) 3 Conserjes. 3 Franqueros.
- B) 1 posee estudio de turismo y hotelería.

Pregunta n° 3:

- A) 2 Camareros.
- B) Ninguno posee estudios respecto de la tarea que desarrollo.

HOTEL N° 2:

Pregunta n° 1:

- A) 5 Mucamas.
- B) Ninguna de ellas posee estudios referido a su tarea.

Pregunta n° 2:

- A) 3 Conserjes. 1 Franquero.
- B) Ninguno posee estudios respecto de la tarea que desarrolla.

Pregunta n° 3:

- A) 2 Camareros.
- B) 2 poseen estudios respecto de la tarea que desarrollan.

HOTEL N° 3:

Pregunta n° 1:

- A) 3 Mucamas.
- B) Ninguna de ellas posee estudios referido a su tarea.

Pregunta n° 2:

- A) 3 Conserjes. 2 Franquero.
- B) Ninguno posee estudios respecto de la tarea que desarrolla.

Pregunta nº 3:

- A) 2 Camareros.
- B) 1 posee estudios respecto de la tarea que desarrollo.

DATOS OBTENIDOS.

- I. Del 100% de mucamas, el 0% posee estudios respecto a la tarea que desarrollan.
- II. Del total de personal que desempeña tareas de conserje solamente uno, posee estudios respecto al cargo desempeñado.
- III. Del total de personal que desempeña el cargo de camarero, el 50% posee estudios respecto a ese cargo.

Entrevistas realizadas a establecimientos gastronómicos de San Carlos de Bolívar

Para la confección de las siguientes entrevistas se optó por mantener de manera anónima tanto el establecimiento hotelero, como a la persona entrevistada, evitando de esta manera comprometerlos y dándole mayor libertad en sus respuestas.

Estructura de la entrevista.

El motivo de la entrevista es conocer los estudios que poseen las personas responsables de brindar servicios turísticos, es decir, aquellas que mantienen un contacto directo con el turista, a fin de brindarles la posibilidad de perfeccionarlos.

1. Referido al personal que desempeña la labor en el sector de cocina.

- ¿Posee personal con estudio en gastronomía?

2. Referido al personal que desempeña la labor de encargado de salón.

- ¿Posee personal con estudios en gastronomía y/o turismo?

Datos obtenidos:

Gastronomía:

Del total (5) de establecimientos gastronómicos entrevistados, solamente 2, posee personal con estudios gastronómicos en el área de cocina y solamente 1 establecimiento gastronómico cuenta con personal con estudio gastronómico en el área de salón.