



Facultad de
Ciencias Económicas



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE LA PLATA

LICENCIATURA EN TURISMO
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

TESIS DE GRADO

Año: 2023

Alberti: Turismo y posibilidades de desarrollo.
“Visiones para un crecimiento conjunto y sustentable en la ciudad de
Alberti, prov. de Buenos Aires”.

Agradecimientos

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

A mi directora, por su compromiso, apoyo y dedicación, como guía en este trabajo.

A mis colegas de la carrera, que me acompañaron y me apoyaron a lo largo de este camino.

A todos los profesores por su entrega, compromiso y enseñanzas tanto profesionales como humanas.

A todos aquellos que han estado presente a lo largo de todos estos años.

Lo último y no menos importante quiero agradecerme a mí, por creer en mí, por trabajar duro y por no renunciar nunca a este objetivo.

Gracias.

RESUMEN

El territorio estudiado en el presente trabajo corresponde a la ciudad de Alberti ubicada en el noroeste de la Provincia de Buenos Aires. En él se buscó describir, estudiar y entender la viabilidad y las potencialidades de la actividad turística dentro de este territorio y sus alrededores con el objetivo de buscar un desarrollo turístico local.

Con el objeto de esto se presenta una evaluación, describiendo sus atractivos, oferta, Infraestructura, competencia y la demanda de la región. Tomando además como indicador las percepciones de la comunidad local para determinar el diseño de una estrategia de desarrollo turístico que aumente el potencial de la actividad y de los propios recursos.

A través de una Matriz FODA se determinó el diagnóstico de la situación actual en materia de desarrollo turístico, como también los posibles lineamientos de actuación dentro de la gestión del turismo en dicha localidad.

Por último, se establecen una serie de recomendaciones para el destino en cuanto a la gestión pública y privada, además de plantear conclusiones generales cuyo principal objetivo fue conocer el estado actual de la actividad turística en la localidad.

ÍNDICE GENERAL

CAPITULO I	1
Introducción	1
Estado de la cuestión.....	2
Fundamentación.....	4
Objetivos.....	4
Finalidad.....	4
Objetivo General.....	4
Objetivos Específicos.....	4
Metodología a Emplear.....	5
CAPÍTULO II	9
Marco Teórico.....	9
Planificación estratégica integral.....	10
Desarrollo sustentable integral.....	11
Turismo.....	12
Sostenibilidad del turismo	14
Desarrollo local	16
Desarrollo local y turismo.....	17
CAPÍTULO III	20
Diagnóstico Situacional de Alberti.....	20
Caracterización general del caso de estudio.....	21
Infraestructura.....	26
Competencia a nivel provincial	29
CAPÍTULO IV	32
Diagnóstico turístico de Alberti.....	32
Evaluación del potencial turístico de Alberti.....	33
Atractivos turísticos locales.....	33
Oferta local	40
Oferta de Alojamiento	40
Oferta de Restauración.....	42
Demanda local.....	43
Percepción local de cara al turismo.....	44
Perfil de los encuestados.....	44
Percepciones de los encuestados respecto al turismo y al desarrollo turístico en Alberti.....	45
CAPÍTULO V	53
DIAGNÓSTICO EVALUATIVO	53
Potenciales criterios de acción.....	53
Justificación metodológica.....	54
Análisis externo: Oportunidades y Amenazas.....	54
Análisis interno: Fortalezas y Debilidades.....	55
Probables Lineamientos de trabajo.....	60
Recomendaciones	60
CAPITULO VI	62
CONSIDERACIONES FINALES	62
Conclusiones	63
BIBLIOGRAFIA	66
ANEXOS	¡Error! Marcador no definido.
Tamaño de la muestra	71
Entrevistas.....	72
Entrevista N°1:.....	72
Entrevista N°2:.....	76

Encuestas.....	79
Encuesta a población local:	79
Encuesta a la oferta gastronómica:.....	80
Encuesta a la oferta Hotelera:.....	81
Localización de Alberti.....	83
Imágenes de Alberti.....	85

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1. Dimensiones del desarrollo sustentable	12
Ilustración 2. Mapa de la provincia de Buenos Aires.	21
Ilustración 3. Museo Andrés Vacarezza	22
Ilustración 4. Coronel Mon.	23
Ilustración 5. Achupallas.	23
Ilustración 6. Estación ferrocarril Andrés Vacarezza.	24
Ilustración 7. Cartel de ingreso a la ciudad	24
Ilustración 8. Municipalidad de Alberti.	26
Ilustración 9. Mapa turístico de la localidad de Alberti.	34

Capítulo I

Introducción

El siguiente capítulo tiene como propósito adentrarse en la significación de un conjunto de términos que nutren al concepto clave de esta investigación, como el desarrollo local. Seguidamente se presentarán definiciones, puntos de vista de diferentes autores y aspectos íntimamente vinculados con los conceptos de desarrollo turístico, se utilizarán términos que se relacionan implícitamente con la actividad turística de la localidad de Alberti y se establecerá la fundamentación, los objetivos y la metodología de trabajo de investigación que resultan de suma importancia para su previa comprensión y luego permitan efectuar la interpretación del análisis de datos.

Estado de la cuestión

El desarrollo local no debe ser comprendido sólo desde una perspectiva económica, sino también social, cultural y ambiental, ya que se trata de un proceso dinámico de ampliación de capacidades locales que permite trabajar en mejorar la calidad de vida de todos los integrantes de la población (Flores, 2008).

Estas formas de pensar el desarrollo adjudican una importancia central a la participación de la población local buscando involucrarla en las instancias de decisión y gestión, y también señalándola como destinataria de los beneficios que se generarían por el turismo (Troncoso, 2008). Tal es el caso de la investigación presente que describe los recursos y las potencialidades turísticas de la localidad de Alberti ubicada en la provincia de Buenos Aires, con el objetivo de comprender el desarrollo turístico con una visión más participativa del conjunto de la sociedad.

Desde las últimas décadas los principios y metas vinculados con el desarrollo local y el desarrollo sustentable abordan la relación con el turismo, y específicamente la idea del turismo como actividad que puede contribuir a este último (Troncoso; 2008). La única manera de confirmar que un territorio posee verdaderamente un potencial de desarrollo turístico que justifique unas determinadas inversiones es a través de una evaluación rigurosa que tenga en cuenta los atractivos del territorio, la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado (Murillo, 2008). Y sobre todo el interés de la comunidad local por formar parte de dicho desarrollo. Por lo tanto, la importancia de este trabajo es la búsqueda de primeras aproximaciones que permitan sentar las bases no solo de una construcción conjunta sino también de una búsqueda constante de un desarrollo sustentable.

Esta investigación consiste en conocer no solo la participación de los diferentes actores locales y la puesta en valor de los recursos en Alberti sino también poder determinar si existe una posibilidad concreta de un desarrollo turístico dentro de la localidad. A su vez este trabajo sostiene que la valorización de los diferentes actores, en materia de turismo pueda dar lugar a un sostenimiento en el tiempo de una nueva actividad en el área de servicios que permita generar nuevos ingresos a la ciudad. Para eso, se caracterizan los diferentes conceptos concretos como turismo, desarrollo sustentable y local; turismo y desarrollo.

Para luego, continuar con un diagnóstico turístico de Alberti donde se describirán en detalles la infraestructura de la ciudad en cuanto a sus servicios, recursos, atractivos, competencia y la demanda de la región como también a través de entrevistas se conocerá la opinión de la población sobre la actividad turística, donde por último se pueda realizar un diagnóstico evaluativo de la situación y para establecer potenciales criterios de acción.

El tema de este trabajo fue abordado en cuatro materias de la carrera, Políticas Turísticas, Patrimonio Turístico, Geografía y Crecimiento Económico y Medioambiente. En la primera se utilizaron muchos conceptos vertidos en dicha materia permitiendo caracterizar y comprender mejor el panorama turístico local de la localidad en cuestión.

Me resultó interesante seguir indagando sobre estos términos y cómo se trabaja en la comunidad, relacionándolo con la investigación.

En la segunda, se analizaron los conceptos de sustentabilidad como una manera de repensar la actividad turística, en base a la tendencia de crecimiento turístico que genera una amenaza no sólo para el bienestar de las comunidades receptoras sino también del desarrollo de la propia actividad. Resulta importante hacer una mayor profundización en el tema debido a la jerarquización que tiene esta tipología de turismo para el desarrollo de las comunidades locales, en tanto puede generar mayores oportunidades económicas y sociales.

Con respecto a Patrimonio Turístico se relaciona básicamente en la pretensión de conocer los componentes del patrimonio de la localidad en todas sus expresiones y naturaleza de sus componentes, también sobre las posibilidades reales y potenciales de desarrollo de la actividad turística a partir de la identificación de los recursos naturales y culturales con que cuentan las diferentes zonas del partido de Alberti. Como también conocerlos y poder gestionarlos como el patrimonio propio de la localidad y su afectación al uso turístico en el marco de la preservación de sus valores y en la generación de un conocimiento acerca de las implicancias económicas, ambientales, sociales y culturales del uso turístico del patrimonio.

En cuanto a Geografía se relaciona en el comprender y el vincular los aportes entre la disciplina Geográfica y el campo del Turismo. En este sentido, se caracterizan diferentes regiones turísticas de Argentina y sobre todo de la provincia de Buenos Aires donde se encuentra esta localidad identificando sus atractivos naturales y culturales. A su vez pudiendo reconocer la incidencia de la práctica turística en el territorio, reconociendo las diferentes modalidades de turismo y analizando sus componentes, como los fenómenos sociales y fenómenos turísticos desde una perspectiva geográfica.

Es importante investigar cómo se da la participación de la función pública y la puesta en valor de los recursos locales indagando en el municipio de Alberti, como también la participación de la misma comunidad residente. Asimismo, analizar la actividad en la actualidad, ya que en los últimos años se ha comenzado a darle una mayor importancia desde el gobierno municipal a la actividad turística, creándose recientemente la Subdirección para la promoción del Patrimonio con injerencia en políticas turísticas.

En este sentido se creó un lema con un isologotipo de identificación, además de incorporar información sobre turismo en las redes sociales de la municipalidad. Es por ello, que se considera importante dar a conocer cómo se trabaja en la ciudad ya que, si bien han hecho intentos para desarrollar la actividad turística, no ha alcanzado la relevancia esperada. Además, de no encontrarse investigaciones de este tipo ya que no se han realizado indagaciones en trabajos anteriores que permitan tomar conocimientos del turismo en la localidad.

A su vez, este trabajo, podría ser un aporte para la subdirección de Promoción del Patrimonio de la Municipalidad de Alberti, cuyo objetivo consiste en aportar información; a partir de este estudio, sobre la importancia de la comunidad local y la participación de los diferentes actores, que permitan poner en valor los recursos de la comunidad.

Esta investigación se llevó a cabo utilizando una metodología cualitativa y cuantitativa, mediante la realización de encuestas y entrevistas a integrantes de la comunidad local sobre el grado de participación en la actividad y sus percepciones para su posterior análisis de la actividad en la localidad. En base a los objetivos establecidos, las entrevistas y las encuestas fueron la manera más adecuada para conocer la opinión de la comunidad y también de cómo se asocian con los demás actores. En este sentido, se entrevistó al subdirector de Promoción del Patrimonio de Alberti quien brindó información en relación al desarrollo de la actividad. También se entrevistó a informantes

claves como la presidenta de la Cámara de Comercio e Industria de Alberti y a propietarias de hospedajes y de establecimientos gastronómicos. A partir de las entrevistas y encuestas efectuadas se pudo conocer cómo es el trabajo de la municipalidad, la opinión de los residentes y el rol que ocupan los diferentes actores locales, como también cuáles son los factores que pueden estar perjudicando el desarrollo del turismo.

Fundamentación.

Este trabajo de investigación describe la situación actual de Alberti como un posible destino turístico por lo que se planificó y realizó un diagnóstico a fin de generar políticas que permitan aprovechar todo su potencial para el desarrollo del turismo a nivel local de una manera conjunta con los diferentes sectores y actores de la sociedad. En cuanto a las implicancias del estudio que puedan ser aplicables, se pretendió brindar información precisa y de utilidad para posibles acciones futuras de acuerdo a decisiones sobre la planificación y la organización de políticas públicas dentro de la actividad turística en la localidad, entendiendo la importancia del desarrollo turístico local y principalmente considerando a los diferentes actores de la población para un trabajo participativo y conjunto.

Además, la presente investigación intentó no solo realizar un aporte a la actividad turística de Alberti, sino que además procuró mostrar que la participación de la comunidad local unida a una planificación para el desarrollo local, puede vehicular una nueva actividad económica, obteniendo beneficios para los habitantes de la misma. También se determinaron todos aquellos recursos que posee la localidad ya sean naturales, culturales, patrimoniales, intangibles que sean propios de identificación para la comunidad. Por último, es puesto a disposición para quien lo requiera no solo como información primaria sobre atractivos, oferta, demandas e infraestructura y competencia sino también como una hoja de ruta para posibles toma de decisiones a futuro en lo que se refiere a políticas turísticas sobre planificación y organización propias de la actividad. Es importante remarcar que la participación local en el desarrollo de la actividad turística es de suma importancia para considerar a todos los actores de la comunidad.

Por último, es un trabajo de investigación que involucra a los diferentes actores de la localidad, basado en la utilización de una serie de herramientas que permitan obtener información detallada y fidedigna con una participación activa y colaborativa.

Objetivos

Finalidad

Aportar al desarrollo integral y sustentable de la ciudad de Alberti conjuntamente con su zona de influencia, mediante el uso factible, sostenido y con la optimización de los recursos turísticos.

Objetivo General

Analizar los recursos turísticos reales y potenciales en la actualidad de la ciudad de Alberti, a fin de contribuir al diseño de una estrategia de desarrollo turístico.

Objetivos Específicos

- i. Describir el potencial turístico de la ciudad y regiones de cercanía.

- ii. Exponer un diagnóstico de la situación actual de la actividad turística en Alberti
- iii. Indagar y analizar la participación y las percepciones de la comunidad local sobre el desarrollo de la actividad turística en la localidad.
- iv. Identificar tanto el patrimonio tangible e intangible como el natural y el cultural, como recursos turísticos, aplicado al desarrollo territorial.
- v. Enunciar recomendaciones para la implementación de políticas públicas apropiadas.

Metodología a Emplear

En el presente trabajo de investigación se combinan las perspectivas cualitativas y cuantitativas para una mejor comprensión del problema de investigación, siendo los dos útiles, válidas y no se excluyen mutuamente, haciendo posible usar ambos métodos en una misma investigación Best & Kahn (1989, como se citó en Blaxter Hughes y Tight, 2007). Por investigación cualitativa entendida como a aquella que describe científicamente a las personas, acontecimientos, etcétera, sin usar datos numéricos (Best & Kahn, 1989 citado en Blaxter, et al. 2007 p 91). Como sostiene Ruiz (2012) los métodos cualitativos son los que enfatizan conocer la realidad captando el significado particular que a cada hecho atribuye su propio protagonista y contemplando estas piezas como un conjunto sistemático. Y por investigación cuantitativa la que incumbe en la recolección y análisis de datos en forma numérica (Blaxter, et al. 2007). La utilización de distintos y variados instrumentos para obtener la información pertinente para el trabajo, nos permitirá obtener mejores resultados. Considerando los objetivos propuestos, se realizaron las siguientes actividades para poder alcanzarlos, como:

- a) Análisis documental sobre los recursos turísticos de la ciudad.
- b) Realizar encuestas y entrevistas a integrantes de la comunidad local sobre el grado de participación en la actividad y sus percepciones para su posterior análisis de la actividad en la localidad.
- c) Identificar los atractivos reales y potenciales a partir del reconocimiento y valoración de la comunidad local.
- d) Describir toda la oferta turística local, como alojamiento, restauración.
- e) Especificar la demanda real para determinar una aproximación de la potencial.
- f) Describir y exponer la infraestructura de Alberti como servicios básicos, transporte, caminos, entre otros.
- g) Exponer los principales destinos competidores.

Además, se define el diseño de la investigación, utilizando los datos recolectados de diferentes instrumentos. El término “diseño” se refiere al plan o estrategia concebida para responder a las preguntas de investigación Sampieri, (2002 como se citó en García de Ceretto y Giacobbe, 2022). Con respecto a esta investigación la principal pregunta a responder es, ¿Cómo se desarrolla actualmente el turismo en la localidad de Alberti y de qué manera se podría llevar a cabo una propuesta de desarrollo turístico que incluya a la comunidad en su conjunto, en base a esto se busca no solo responder sino encontrar las herramientas que permitan diseñar una estrategia, que permita un desarrollo turístico sostenido en el tiempo?

Por lo tanto, para responder esta cuestión, los datos se recolectaron utilizando los siguientes instrumentos:

1. Análisis documental, es la tradicional técnica de recopilación documental, presente en todo trabajo de investigación (Toyos y Massafra, 2009). Para el análisis de la familiarización con el objeto de estudio, esta herramienta es clave para inventariar tanto los atractivos turísticos como también para la descripción de la demanda, de la oferta local y la infraestructura. La principal fuente de información utilizada es la brindada por la Dirección de Patrimonio de la ciudad de Alberti, conjuntamente con un relevamiento del lugar.

2. Encuestas, su función es recabar información verídica y pertinente sobre un fenómeno social, por lo general, sobre un grupo o colectivo de personas (universo o población estadística) mediante la aplicación y evaluación de un cuestionario (Dieterich, 1999). Aquí se trabajó de manera presencial con una muestra representativa de residentes mayores a los 18 años y con ciertos representantes de la oferta turística local. Los cuestionarios están centrados en variables de percepción y de interés, con preguntas abiertas y cerradas.

3. Entrevistas, se utiliza como la estrategia fundamental para detectar las características de la situación que se estudia, con la finalidad de configurar el mapa de los diferentes puntos de vista de quienes en ella participan (Sancho, Hernández, Carbonell, Tort, Sánchez y Simó, 1998). Es un instrumento para obtener información a través de la conversación con un profesional o representante de la comunidad para la investigación. En este caso, se entrevistó al Subdirector de Patrimonio de la Municipalidad y a la presidenta de la Cámara de Comercio e Industria. La tipología de entrevista utilizada es personal semiestructurada, con preguntas preestablecidas, pero dejando la posibilidad que surjan datos e información no supuestos ni imaginados.

Tratándose de un trabajo de campo, se buscó recolectar aquellos datos e información necesarios para obtener resultados confiables y certeros al momento de realizar la investigación.

Con el propósito de interpretar y analizar la realidad de manera integral, se aplica el análisis FODA. En este sentido, Lai y Hitchcock (2015) plantean que el análisis FODA es un método comúnmente utilizado para analizar y posicionar los recursos y el entorno de una organización en cuatro regiones: fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Las fortalezas y las debilidades son factores internos (controlables) que apoyan y obstruyen a las organizaciones para lograr su misión respectivamente. Mientras que las oportunidades y las amenazas son los factores externos (incontrolables) que permiten y deshabilitan a las organizaciones de cumplir su misión. Al identificar los factores en estos cuatro campos, la organización puede reconocer su núcleo de competencias para la toma de decisiones, la planificación y la construcción de estrategias

La principal ventaja del análisis FODA es su simplicidad. Esta herramienta tiene mucha utilidad y tiene mucho uso en empresas líderes como en comunidades académicas desde que se desarrolló en la década de 1960. Los pasos principales de estos enfoques se pueden resumir de la siguiente forma: Primero, el análisis FODA se lleva a cabo a través de una lluvia de ideas para identificar los factores FODA en cada grupo. Luego, se determina la importancia relativa del factor FODA a través de la comparación por pares dentro y entre los grupos. Finalmente, el grado de importancia de los factores FODA se calcula con base en la matriz de comparación. (Lai y Hitchcock, 2015).

El análisis FODA es más que un ejercicio de elaboración de cuatro listas. La parte realmente valiosa de FODA es que dicho análisis determina qué historia cuentan las cuatro listas sobre la situación de las organizaciones y pensar en ellas qué acciones son necesarias. En resumen, la suposición básica de un análisis FODA es que una

organización debe alinear las actividades internas con las realidades externas para tener éxito. El análisis FODA proporciona un marco para analizar fortalezas y debilidades -internas- y oportunidades y amenazas -externas-. Ayuda a concentrarse en minimizar las debilidades y aprovechando al máximo las oportunidades disponibles. Como resultado, considerar los factores externos e internos es esencial porque aclaran el mundo en el que el negocio u opera la unidad, lo que le permite obtener una mejor visión del futuro deseado.

La matriz FODA es una herramienta importante que también puede aplicarse en el ámbito de la investigación y del turismo a fin de generar estrategias que permitan el desarrollo sostenible de los pueblos y por ende el acceso de la población a mejores bienes y servicios.

Por otro lado, McLeod (2014) destaca que la escala de Likert fue diseñada para medir 'actitud' en un sentido científicamente aceptado y validado en 1932. Una actitud se puede definir como formas preferenciales de comportarse o reaccionar en una circunstancia específica arraigada de creencias e ideas (alrededor de un objeto, un sujeto o un concepto) adquirido a través de las interacciones sociales. Las actitudes se miden a través de instrumentos tipo cuestionarios y se aplican las escalas de Likert como formas de opciones a fin de medir estas características e interpretar los resultados.

De tal manera que los elementos asociados a la (cognición), sentimiento (afectivo) y acción (psicomotricidad) constituyen la entrega de actitud en una condición específica. La cuestión radica en cómo cuantificar estos pensamientos preferenciales subjetivos, sentimientos y acción de una manera validada y confiable, de ahí surge la escala de Likert. A este respecto, McLeod (2014) señala que dicha escala original es un conjunto de afirmaciones (artículos) ofrecidos para una situación real o hipotética bajo estudio. Se pide a los participantes que muestren su nivel de acuerdo (desde totalmente en desacuerdo hasta totalmente de acuerdo) con la declaración dada (elementos) en una escala métrica. Aquí todas las declaraciones en combinación revelan la dimensión específica de la actitud hacia el tema, por lo tanto, necesariamente interrelacionados entre sí a fin de generar los análisis e interpretación correspondiente.

Asimismo, en este estudio se realiza un diagnóstico con el fin de detectar disfuncionalidades que puedan ser subsanadas con estrategias directas para contribuir con el desarrollo local del destino turístico en estudio. A este respecto, Hoover (2010) señala que el diagnóstico social es "social" por dos razones: primero, conecta una enfermedad y el acto de diagnosticar esa enfermedad a un conjunto de políticas, condiciones o factores económicos, culturales y sociales; segundo, el diagnóstico es realizado por diferentes actores sociales, y las acciones de un grupo de partes interesadas a menudo se desbordan para afectar las acciones de otros actores.

El diagnóstico social es una forma de ampliar el lente de la salud pública, los problemas de infraestructura, los problemas con la educación y establecimiento de mecanismos y factores que incidan con el desarrollo local y la sostenibilidad de las actividades productivas, como es el caso del turismo. Por lo tanto, el diagnóstico proporciona un contexto más amplio para que los profesionales de distintas áreas, los investigadores sociales y los científicos entiendan el problema y propicien estrategias de desarrollo.

En este estudio se aplican los principios metodológicos de un diagnóstico social aplicado al campo del turismo a fin de detectar posibles problemas en el marco del desarrollo y sostenibilidad local con el propósito de recomendar los lineamientos necesarios para fortalecer las bondades identificadas.

Por otro lado, Bryson (2017) señala que una estrategia de posicionamiento es un plan de marketing estratégico que ayuda a determinar dónde se encuentra la empresa en el mercado y cómo debe posicionarse para atraer a más clientes. Es una estrategia de marketing enfocada en distinguir una marca de los competidores.

Una estrategia de posicionamiento tiene como objetivo establecer la característica definitoria de una marca en la mente del consumidor para influir en la percepción del cliente para comunicar la ventaja competitiva de una marca de manera efectiva.

Se trata de mostrar a la audiencia cómo una marca quiere ser percibida en la mente de los clientes en relación con las marcas de la competencia. En tal sentido, los beneficios del Posicionamiento Estratégico se enmarcan en el diagnóstico pues se identifican las fortalezas y debilidades de la organización, las necesidades del cliente y los reclamos de los competidores.

Por consiguiente, Bryson (2017) destaca que el posicionamiento estratégico propicia el crecimiento puesto que garantiza que las tácticas de marketing de una organización tengan un impacto en los clientes, instándolos a tomar medidas. Es de destacar que en este estudio se aplica un posicionamiento estratégico, pero no a nivel empresarial sino en el marco del desarrollo del turismo y en vez de clientes se enmarca en beneficiarios de las políticas de desarrollo tanto emprendedores del turismo como los visitantes y por ende la economía local en general.

Luego de procesar esa información se describió la situación actual de Alberti y las posibles estrategias de acción. Es decir, la metodología de la investigación tiene un carácter activo y participativo donde los actores turísticos de la localidad tienen el mayor protagonismo.

Por último, a modo de aclaración la elección de la localidad de Alberti como caso de estudio es producto de ser ciudad natal del autor del presente trabajo y la intención de hacer un aporte en materia turística, además de la posibilidad de acceder a fuentes de información y al público garantizando no solo la factibilidad sino la viabilidad de dicha investigación.

CAPÍTULO II
Marco Teórico

En el presente capítulo, se explicitarán los conceptos claves ubicados en tiempo y espacio por diferentes autores que dan sustento al tema y orientan el estudio. Dichos conceptos, tales como, planificación estratégica integral, desarrollo sustentable, turismo, sostenibilidad del turismo, desarrollo local, recursos turísticos y por último el desarrollo local y turismo contribuyen, al análisis del partido de Alberti, de los operadores turísticos locales y de la comunidad residente.

Es importante destacar también; que para que exista una planificación estratégica que sea de manera sostenible e integral y que se acople a la realidad de la zona, cada componente debe ser amparado en políticas del estado, de la cual; el actual gobierno, desde su intendencia, promueva y permita ser aplicadas a través de un trabajo mancomunado de las secretarías intervinientes.

Planificación estratégica integral

La planeación estratégica integral como tal, es el proceso de una organización para definir una estrategia, o dirección, y tomando decisiones sobre la asignación de recursos para lograr alcanzar los objetivos de alguna organización. Para determinar la dirección de la organización, es necesario comprender su posición actual y las posibles vías a través de las cuales puede seguir un curso de acción particular. (Cooper y Schindler, 2008).

Es de destacar que la planificación estratégica es aplicable a todo tipo de organizaciones, ya sean públicas o privadas, asimismo a nivel de gestiones de gobierno a fin de generar los planes de políticas públicas en un periodo determinado. A esta realidad no escapa la gestión del turismo.

A este respecto, Toselli (2015) señala que la planificación estratégica es una metodología muy aplicable en el campo del turismo puesto que en diversas áreas ha mostrado su utilidad para generar políticas cónsonas con el desarrollo social y económico de muchos países y localidades. De ahí que surge la necesidad de la contextualización de esta herramienta con sus bondades para propiciar la administración de recursos, optimización de espacios, promoción de trabajo mancomunado a fin de convertir al turismo en una oportunidad importante para el desarrollo local

La planificación estratégica permite lidiar con la incertidumbre en medio de un mundo cada vez más competitivo y cambiante, de ahí la importancia de la flexibilidad con que se realizan los planes y estrategias de desarrollo. La planificación estratégica permite delinear objetivos claros, medibles, metodología exacta para alcanzar las metas y en un tiempo determinado. Es de destacar que los gobiernos en sus diferentes posiciones utilizan la planificación estratégica como un instrumento para alcanzar y medir los objetivos sociales, económicos, educativos, culturales, entre otros que se formulan en el Estado.

En este mismo orden de ideas, Toselli (2015) destaca que a nivel de gobierno se ha discutido acerca de la participación de diversos actores locales para la generación de políticas públicas que fomenten el desarrollo sostenible a nivel local. Esta autora resalta la importancia de propiciar la participación de la comunidad en la generación de políticas públicas en el campo del turismo puesto que ellos mismos serían los beneficiarios de tales propuestas y pueden comprometerse aún más para su implementación y seguimiento en aras de la contraloría social.

De tal manera que la estrategia de promover espacios de planificación con las comunidades locales en el turismo ha generado la expresión de diversos actores lo cual ha permitido obtener información valiosa acerca de las necesidades y preocupaciones

latentes, la socialización de puntos de vista, de conocimientos y la participación activa con el compromiso de contribuir con los cambios propuestos y los proyectos de desarrollo local.

Desarrollo sustentable

En cuanto al desarrollo sustentable, la sustentabilidad puede ser interpretada como un proceso de desenvolvimiento social basado en la interacción constructiva y sinérgica de las dimensiones ambientales, económicas, productivas, socio-cultural y políticas, sobre la base tecnológica e institucional de la sociedad, respetando y motivando las diferencias culturales, enriquecidas a través de la comunicación (Rossi et al. 2018).

Como menciona Guimarães (2002) en su libro “La ética de la sustentabilidad y la formulación de políticas de desarrollo”, la noción de desarrollo sustentable tiene su origen en el debate iniciado en 1972 en Estocolmo y consolidado veinte años más tarde en Rio de Janeiro. Pese a la variedad de interpretaciones existentes en la literatura y en el discurso político, se ha adoptado internacionalmente la definición sugerida por la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo, presidida por la entonces Primera Ministra de Noruega, Gro Brundtland en el año 1987. “El desarrollo sustentable es aquel que satisface las necesidades de las generaciones presentes, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”.

Desde otra óptica, Gallopin (2003, citado en Rossi, et al. 2018) realiza un abordaje conceptual desde el enfoque sistémico y desde allí diferencia distintas posturas frente a la sustentabilidad: los que prestan atención al sistema social o socioeconómico y los que privilegian únicamente la sustentabilidad de la naturaleza y los relaciona con la sustentabilidad muy débil y muy fuerte respectivamente. Plantea una tercera postura que es intermedia la sostenibilidad del sistema “socio-ecológico total”, siendo este último un sistema formado por un componente societal que interacciona con un componente ecológico, que puede ser urbano o rural.

La búsqueda del entendimiento en estas cuestiones, resulta vital para enfocarse en un desarrollo sustentable; entendiendo a la sustentabilidad no solamente por sus dimensiones económicas sino también por las sociales, culturales, ambientales y políticas (Guimarães, 2002).



Ilustración 1. Dimensiones del desarrollo sustentable. Fuente: Guevara, Téllez y Flores (2014)

Es fundamental que exista dentro del turismo un equilibrio entre lo económico, lo social y lo ambiental; también un diagnóstico que no perjudique el equilibrio de la comunidad con el propósito que puedan sentarse las bases para el desarrollo integral de forma sustentable.

Turismo

Es imprescindible conceptualizar brevemente los principales términos utilizados por diferentes autores en la materia como base.

En principio, teniendo en cuenta el campo y el tema de la investigación es válido definir en primera instancia el término turismo, la Organización Mundial del Turismo (OMT) (2022) lo define como un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico.

Por otra parte, Schweitzer (2008) sostiene que el turismo puede pensarse como una importación de consumidores temporales, caracterizados por un interés en el disfrute del tiempo libre, las experiencias culturales, el consumo de bienes, servicios y paisajes.

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

A modo de resumen, se puede plantear que, dentro de la actividad turística existen cinco elementos fundamentales, es decir el turismo comprendido a través de la demanda, como el conjunto de necesidades y motivaciones que llevan a las personas a visitar un determinado lugar; a través de la oferta, el conjunto de bienes y servicios puestos en el mercado para satisfacer la demanda; a través de los Recursos turísticos, que conforman la materia prima del atractivo, como todos aquellos recursos (históricos, culturales, naturales, monumentos y folclore) que movilizan a las personas a conocer un lugar; pudiendo ser estos recursos naturales y/o culturales, tangibles e intangibles, festivos, entre otros; a través de la infraestructura siendo esta la que incluye los bienes y los servicios con los que está dotada la localidad para sostenerse socialmente. Como los servicios de salud, las comunicaciones, los transportes, las comunicaciones, la vivienda y la energía; y por último la comunidad local, que constituye un actor relevante en el proceso de desarrollo turístico, no solo como anfitriones, sino también resignificando lo patrimonial en los procesos de validación. Además, dicha comunidad posee un control sustancial ya que participa activamente en su desarrollo y en el manejo, donde una importante proporción de los beneficios se quedan en la comunidad siendo la protagonista en el diseño de esta actividad. (Rossi, et al. 2018)

Pero no son los únicos elementos, a su vez para comprender la complejidad sobre el fenómeno turístico, es preciso remitirse a Morin (1994, citado en Rossi, et al. 2018) cuando se refiere a la complejidad como a lo “enredado, al desorden, a la ambigüedad, a la incertidumbre, lo que implica la necesidad de un pensamiento múltiple y diverso que permita su abordaje”. Entiende que existe una transformación fundamental sobre la forma de interpretar al mundo que se interrelaciona no solo con los pensamientos sino con todos aquellos fenómenos y procesos inmersos en los diferentes contextos, asumiendo su interdependencia recíproca.

Abordar el turismo desde la perspectiva de la complejidad, permite repensar la actividad donde interactúan intereses, elementos y variables complejas y sistemas con diversas dimensiones sociales, económicas, políticas, culturales que atentan contra las lógicas de trabajo, funcionamiento, estándares de legitimación y patrones de utilidad. Además, es necesario considerar los conflictos como aquellos que se pueden generar por choques de intereses entre los causantes y los damnificados, o por desacuerdo o disputa en la distribución y uso de los recursos naturales entre los pobladores de un territorio determinado (Rossi, et al. 2018)

Para conceptualizar a la actividad turística, también debemos mencionar los beneficios y amenazas que conlleva realizar esta actividad dentro de la economía, en lo social y ambiental. Estos impactos de manera resumida se pueden observar en el siguiente cuadro:

Impactos del turismo

Impactos	En la economía	En la sociedad	En el ambiente
	<ul style="list-style-type: none"> - Generación de empleo (a tiempo completo, estacional, a tiempo parcial, baja cualificación); - Aumento de divisas y de recursos económicos; 	<ul style="list-style-type: none"> - Corrientes migratorias internas; - Mejoras en el nivel de vida de la población (mejores ingresos, 	<ul style="list-style-type: none"> - Favorecimiento para la identificación del patrimonio local; - Valoración, conservación y

Positivos	<ul style="list-style-type: none"> - Dinamización de la economía debido a los efectos multiplicadores que origina. - Uso de la infraestructura existente; - Uso de productos locales; - Facilita y complementa el desarrollo económico con otras actividades económicas. 	<p>servicios e infraestructura);</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mejora la educación. - Una nueva conciencia turística con una mayor participación de la comunidad local; - Reduce barreras lingüísticas, socioculturales, raciales, políticas y religiosas - Promueve el entendimiento internacional y la paz; - Promueve el cosmopolitismo y la participación en la comunidad global. 	<p>preservación del patrimonio;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Refuerza el mantenimiento de la cultura y el patrimonio.
Negativos	<ul style="list-style-type: none"> - Causa inflación; -Crea estacionalidad y contribuye al desempleo; -Aumenta importaciones superfluas - Susceptible a cambios, rumores, epidemias, fluctuaciones económicas; - Desarrollo desequilibrado; - Destruye recursos y crea contaminación visual. - Aumento en los valores del mercado. (especulación inmobiliaria) 	<ul style="list-style-type: none"> - Potencial proceso de aculturación; genera estereotipos - Los actores locales se ponen en función de las expectativas del turismo; - Contribuye a crear barreras de comunicación; - Polución social; - Puede incrementar la delincuencia; contribuye a la prostitución, - Puede generar conflictos en las comunidades de acogida. 	<ul style="list-style-type: none"> - Alteración y pérdida de autenticidad a causa del exceso de la capacidad de carga en los sitios que forman parte del atractivo turístico; - Alteración o destrucción del patrimonio; - Alteración en valores y significados del patrimonio. - Mercantilización de comunidades y de su cultura, religión, artes y demás

Fuente: El turismo como disciplina científica. Jafar Jafari.

Sostenibilidad del turismo

A medida que se comprende mejor el impacto del desarrollo sostenible en el futuro del mundo, cada industria trata de encontrar una solución para la sostenibilidad en su propio campo. La sostenibilidad pone su atención a un conjunto de valores y principios éticos, que orientan la acción de manera responsable y armoniosa, incorporando las consecuencias ambientales y sociales de las acciones, así como objetivos económicos.

Así, la sostenibilidad se ha convertido en uno de los temas estratégicos más importantes para muchos sectores, por ejemplo el turismo, que es una actividad de rápido crecimiento en el mundo, trata de avanzar hacia la sostenibilidad y prácticas responsables. Considerada entonces, indispensable para el desarrollo económico y social, con efectos positivos en el empleo, los ingresos brutos y la producción. Es preciso aclarar que es un término que ha sido incorporado en todas las estructuras discursivas,

ya sean políticas, de organizaciones sociales, sindicales e inclusive académicas, como una palabra mágica que conduce al mejoramiento de la calidad de vida. Conduciendo, de esta manera, a la banalización del concepto y sus ambigüedades. (Rossi et al, 2018)

En este sentido, Nowacki, Kowalczyk-Anioł, Królikowska y Awedyk (2018) señalan que, si el turismo no es adecuadamente planificado y gestionado, puede causar daños permanentes a los bienes físicos, sociales, culturales y entorno económico de un destino turístico. Por eso es importante centrarse en la sostenibilidad puesto que el turismo se afecta en gran manera con la perturbación del equilibrio ecológico debido al calentamiento global, la pérdida de valores sociales y la falta de preservación natural, histórica, social y cultural, activos hacen del turismo sostenible una necesidad.

Sin embargo, para lograr una forma de turismo más sostenible, es necesario un enfoque más holístico que permite considerar todos los sectores y recursos en los que se basa el turismo. Además, el turismo sostenible tiene una amplia variedad de definiciones. Por ejemplo, el turismo sostenible puede definirse como “el turismo que tiene plenamente en cuenta su actual y futuro desarrollo económico, social, e impactos ambientales, abordando las necesidades de los visitantes, la industria, el medio ambiente y comunidades de acogida”. (Butler, 2017, p.24). De esta manera, el turismo sostenible debe asegurar un uso óptimo de recursos ambientales, respetar las características socioculturales de las comunidades locales y proporcionar utilidad socioeconómica a las partes interesadas.

De manera similar, Nowacki, et al. (2018) señalan que el objetivo del turismo sostenible es “influir en la salud económica, el bienestar subjetivo de los lugareños, protección de los recursos, cultura saludable y satisfacción óptima del huésped”. (p.45). Otra definición de turismo sostenible es la proporcionada por Hall (2013), quien definió el turismo sostenible como “un paradigma adaptativo que legitima una variedad de enfoques según las circunstancias específicas”. (p.25).

En este mismo orden de ideas, Sharpley (2009) destaca que el turismo sostenible es “toda forma de actividad, gestión y desarrollo del turismo que preserve los recursos naturales, económicos, e integridad social y garantizar el mantenimiento de los recursos naturales y culturales”. (p.21). La mayoría de estas definiciones enfatizan que las personas son responsables de respetar y preservar el patrimonio económico, equilibrios ambientales y socioculturales.

Según la Organización Mundial del Turismo (2017), los principios de desarrollo sostenible se relacionan con el medio ambiente, aspectos económicos y socioculturales del desarrollo turístico, y el equilibrio adecuado entre estos tres las dimensiones deben ser mantenidas para garantizar su sostenibilidad a largo plazo. De acuerdo con esto, en primer lugar el turismo sostenible debería: usar de manera óptima los recursos ambientales que son un elemento clave en el desarrollo del turismo, mantener los procesos ecológicos básicos y contribuir a la preservación de la diversidad de los recursos naturales y biológicos.

En segundo lugar, respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades receptoras de la zona, guardar su material y patrimonio cultural vivo, valores tradicionales y contribuir al entendimiento intercultural y tolerancia; y por último, salvaguardar la operación vital y a largo plazo de la economía, proporcionando beneficios socioeconómicos para todas las partes interesadas, incluido el empleo estable, los ingresos y los servicios sociales para comunidades del área de acogida y contribuir a la reducción de la pobreza.

El desarrollo sostenible del turismo requiere la acción consciente de todas las partes interesadas, así como como un fuerte liderazgo político, a fin de garantizar una amplia participación de las partes interesadas y llegar a un consenso entre ellos. Lograr un

turismo sostenible es un proceso que requiere un seguimiento continuo de los cambios que conlleva, la introducción de las necesarias medidas preventivas y, en su caso, correctivas.

Sobre esto, Casado y Reinhard (2014) destacan que la planificación estratégica debe ser integral y sostenible puesto que los enfoques de desarrollo integrado deben ser transversalizados en cada etapa del proceso nacional de planificación, es decir, el proceso de planificación nacional comprende todas las actividades y decisiones realizadas a nivel nacional, subnacional y sectorial por diversas partes interesadas para desarrollar e implementar políticas, estrategias, planes y proyectos.

Esta planificación estratégica integral y sostenible debe estar respaldada por la legislación e incluye los siguientes componentes de la planificación estratégica: participación de las partes interesadas y coordinación para establecer visiones y metas; evaluaciones integradas para comprender los impactos ambientales, sociales y económicas (positivos o negativos) de diferentes opciones políticas en diferentes sectores.

Cabe señalar que estas acciones son importantes para generar transformaciones profundas en los entornos turísticos, de ahí la importancia que se propicie la participación de todos los actores involucrados en el proceso. A este respecto, Velásquez (2007) señala que se debe aplicar la planificación estratégica a nivel sostenible e integral con el propósito de generar alternativas de solución, como lo son estrategias de desarrollo sostenible a los responsables de tomar las decisiones públicas con el propósito de buscar la viabilidad a fin de lograr la estabilidad y equilibrio entre las dimensiones ambiental, económica y social.

En tal sentido, este mismo autor destaca que para alcanzar el equilibrio entre las dimensiones es necesario fomentar la participación social, es decir promover que la ciudadanía involucrada pueda participar en la mejora de su propio destino a través de la formulación de propuestas que deben ser analizadas por las autoridades del poder público. La participación ciudadana es clave para el fomento del desarrollo sostenible integral.

Otro aspecto que debe tomarse en cuenta para asegurar el equilibrio entre las dimensiones es la descentralización. Es decir, cuando se propicia la participación ciudadana se deben tomar decisiones rápidas desde el mismo poder local sin que intervengan de una forma directa las autoridades nacionales que pueda retrasar la puesta en marcha de los proyectos para el bien de la colectividad. Por tanto, para el fomento de un desarrollo integral sostenible es necesaria la participación de las comunidades y de la descentralización para hacer más eficientes las decisiones.

La implementación de dichas acciones y procesos pueden promover los inicios de un desarrollo sustentable.

A continuación, analizamos conceptos entendiéndose que cada componente que se explica, conforma finalmente lo que denominamos un paso final fundamental que es una planificación estratégica, sostenible e integral y como tal debe existir:

Desarrollo local

Como resalta Arocena (2013, citado en Rossi, et al. 2018) los procesos de desarrollo local significan la afirmación de la diferencia; no de una diferencia impuesta desde afuera sino de aquella generada en el espesor de cada proceso histórico, donde la identidad no puede ser “nostálgica” sino que debe jugar un papel activo, dinamizador. El autor aclara que, “la dimensión local puede aparecer como un lugar privilegiado de

articulación entre la racionalidad propia de los procesos de desarrollo y las identidades locales necesarias para dinamizar esos procesos” (p. 44).

Además, continua con otro concepto clave como el actor local, el mismo autor, explicita el término, a partir de la relación con el ámbito social como “Individuos, grupos o instituciones cuyo sistema de acción coincide con los límites de la sociedad local”. Y por último se lo relaciona al desarrollo local, en relación al tipo de aporte que realiza y distinguiéndose tres categorías de “actor local”: • los ligados a la toma de decisiones (político-institucionales), • los ligados a técnicas particulares (expertos-profesionales), • los ligados a la acción sobre el terreno (la población y sus expresiones activas) (Rossi, et al. 2018, p 23).

Estos últimos, por su importancia, son los tomados en consideración para el presente trabajo son los intérpretes del desarrollo local, motivados por la actividad turística.

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

Por otro lado, Villar (2007,citado en Schweitzer; 2008) menciona que el desarrollo local es la capacidad de llevar un proyecto de desarrollo sustentable en el que se aprovechen las capacidades territoriales (sociales, naturales, técnicas, económicas, institucionales, etc.); donde los empresarios locales organicen los factores productivos con rendimiento suficiente para ser competitivos en el mercado; y que los valores e instituciones locales sirvan como base de apoyo al proceso de desarrollo y las políticas administrativas territoriales permiten crear un entorno económico favorable.

Se tiene en cuenta, además que una de las premisas centrales del desarrollo local refiere al rol de la sociedad local, considerada no sólo como destinataria de los beneficios de dicho desarrollo, sino también como actor fundamental para su desenvolvimiento, teniendo en cuenta sus potencialidades y su capacidad de actuar: atributos que la planificación debería reconocer e incentivar. (Troncoso, 2008)

A modo de conclusión, el desarrollo local debe ser contemplado como una estrategia insustituible de construcción conjunta a través de un trabajo mancomunado de los diferentes sectores de la sociedad con visión estratégica a futuro no solo potenciando los recursos de manera sustentable, sino que también de manera descentralizada.

Desarrollo local y turismo

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

El turismo debe ser visto como un elemento alternativo para cualquier economía local; lógicamente pensado con la noción de sustentabilidad. Es decir que pensar en un desarrollo turístico sustentable a nivel local ya no es importante sino necesario. En primer lugar, como se mencionó con anterioridad se debe realizar un diagnóstico de la situación actual, para luego establecer estrategias y políticas acordes que sean medibles en el tiempo.

La actividad turística y el desarrollo local bajo el concepto de la sustentabilidad no deben verse por separado, sino que juntos permiten sumar otra herramienta para el desarrollo de las economías regionales y locales. Bajo este concepto el turismo puede ser un

importante contribuyente para el desarrollo local. Este sector en auge permite dinamizar las actividades económicas tradicionales y valorizar las particularidades culturales locales, ofreciendo al mismo tiempo oportunidades de empleo. (Murillo, 2008).

Por lo tanto, el turismo contribuye al desarrollo local, pero no como el epicentro del crecimiento económico, sino simplemente como un instrumento alternativo que una comunidad puede emplear con el fin de generar crecimiento y desarrollo. (Castro, 2011).

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

En cuanto a la participación de la sociedad en la gestión del desarrollo, es un concepto que aparece con distintos enfoques teóricos y experiencias, como estado esencial para lograr el éxito de este tipo de proceso. El concepto vertido por Arqueros y Manzanal (2007, citado en Rossi, et al. 2018) mencionan que:

...las diversas y variadas formas de participación de la población local, reclamando y expresando sus demandas sociales y económicas en forma organizada, articulándose con otras organizaciones, son una condición necesaria para la generación, promoción y sostenimiento de un modelo de desarrollo territorial, regional o rural alternativo- eficiente, productivo, distributivo, sostenible y transparente. (p.2).

La participación ciudadana, en los procesos de desarrollo local, debe ir adquiriendo gradualmente mayores niveles de intensidad, hacia una presencia activa que se traduce en la fijación de prioridades, formulación de objetivos, definición de proyectos y control de la acción gubernamental. (Rossi, et al. 2018).

Por último, hacer una mención que permita definir al recurso turístico existen muchas categorías conceptuales de recurso turístico y atractivo turístico. Nos centramos como recurso turístico a los “Bienes (naturales, culturales y humanos, tangibles e intangibles, muebles e inmuebles) con características relevantes” (Navarro, 2015, p. 341) A fin de facilitar su identificación y gestión, se propone aquí luego una clasificación formal de recursos turísticos que combina la clasificación desarrollada del Subsistema de Destino y la clasificación de patrimonio de la UNESCO:

Clasificación formal de recursos turísticos:

Origen	Materialidad	Movilidad	Ejemplo
Natural	Tangible	Mueble	Cóndor, Ballena Franca Austral
		Inmueble	Cataratas del Iguazú, Lago Nahuel Huapi
	Intangible		Viento Patagónico
Cultural	Tangible	Mueble	Tren a las Nubes
		Inmueble	Teatro Colón

	Intangible		Tango, fútbol, elaboración del vino Malbec
Humano	Tangible	Mueble	Reina Máxima, Gaucho
		Inmueble	Despojos de Eva Perón, Momias intactas
	Intangible		Memoria del Gral. San Martín, Corto Maltés

Fuente: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura), Convención para la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural, París, 1972.

Por lo tanto, las características del recurso turístico definen el tipo de vínculo posible con el visitante y provocarán una determinada actitud. Aquéllos relevantes por su capacidad de impresionar los sentidos establecerán vínculos sensoriales e invitarán a la contemplación; aquéllos interesantes por la información que brindan determinarán vínculos intelectuales y demandarán su interpretación. En la realidad, abundan los casos mixtos. (Navarro, 2015)

Para el caso de los atractivos turísticos, a diferencia de los recursos que son bienes utilizados para satisfacer una necesidad, connotan la idea de bienes en estado original, pero para los atractivos los consideraremos como "Representaciones y/o recursos turísticos creados o convertidos (contemplación, interpretación, participación) para facilitar la experiencia turística". (Navarro, 2005, p. 354). Tras considerar las definiciones oficiales de los términos recursos y atractivos se arribó a una diferenciación entre ambos a partir del procedimiento de la «conversión», propia de los últimos. Es decir, Registrar un recurso, se denomina identificación, supone acciones de reconocimiento y valoración. Hacer visitable un recurso se refiere a una conversión, implica la provisión de instalaciones y/o el desarrollo de un relato (y aún de actividades), desde el ámbito público o del privado. En consecuencia, los atractivos turísticos son recursos turísticos convertidos. (Navarro, 2005)

Para concluir este capítulo, se puede apreciar una descripción de todos los conceptos que serán evaluados, para el desarrollo del presente trabajo se trató de incluir la mayor cantidad de exponentes que permitan tener una idea más acabada de la situación actual de la localidad a fin de poder realizar una investigación lo más abarcativa posible.

CAPÍTULO III
Diagnóstico Situacional de Alberti

En el presente capítulo se presentará en detalle a la localidad en un contexto actual, para tomar referencia de cómo es la situación actual de la misma y poder comprender mejor sus posibilidades de desarrollo según criterios objetivos. Así mismo se hará una presentación de Alberti no solo en cuanto a su historia a lo largo del tiempo sino también, se hará una breve descripción de su infraestructura, su ubicación geográfica y su competencia para darle un marco de contexto a su ubicación dentro de la provincia de Buenos Aires.

Caracterización general del caso de estudio.

Coordenadas geográficas de Alberti	Latitud: -35.0331 , 35° 1' 59" Sur, 60° 16' 0" Oeste	Longitud: -60.2667
Superficie de Alberti	113.000 1.130,00 km ²	hectáreas
Altitud de Alberti	46 m	
Clima de Alberti	Clima subtropical húmedo (Clasificación climática de Köppen: Cfa) (Alberti.gov 14/08/22)	

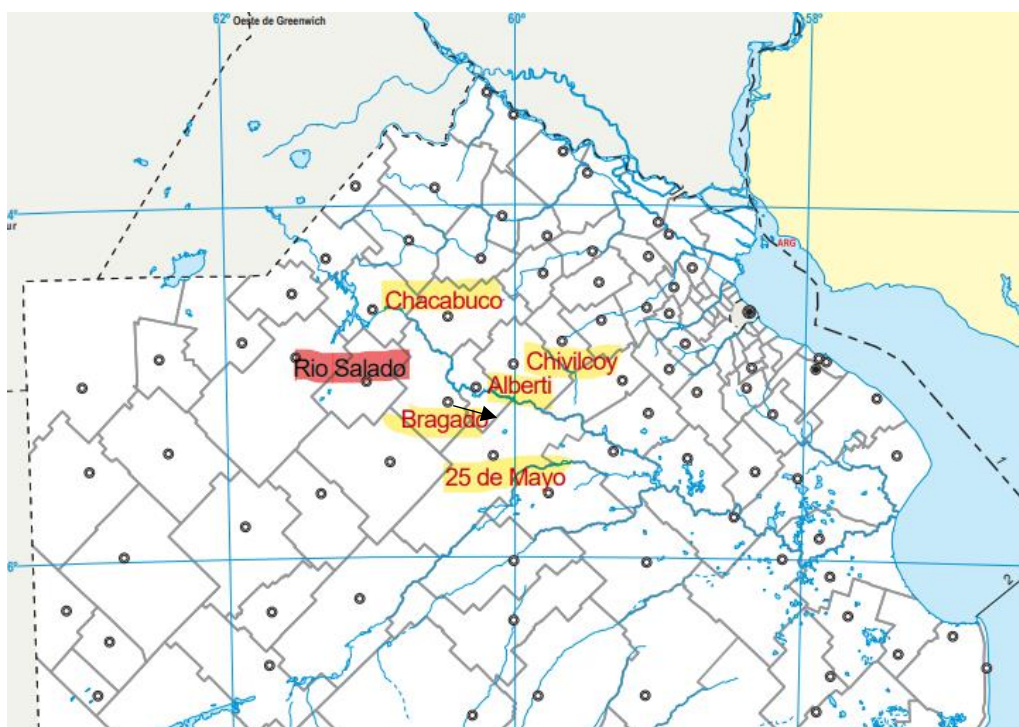


Ilustración 2. Mapa de la provincia de Buenos Aires .Fuente: Mapas Escolares | Instituto Geográfico Nacional extraído:<https://www.ign.gov.ar/>

El partido de Alberti se encuentra situado en la región noroeste de la Provincia de Buenos Aires, su pueblo cabecera Alberti dista a 189 km de la capital federal, teniendo una población de 10 654 Habitantes con una superficie de 1130,00 km² (Mapa Poblacionales, 15/11/22). Limita al norte con el partido de Chacabuco, al sur con el de 25 de mayo, al este con el de Chivilcoy y al oeste con el de Bragado.

El partido de Alberti, se coloca dentro de la cuenca del Río Salado, la cual se desarrolla en la zona central y norte de la provincia de Buenos Aires, extendiéndose por la unión de cuencas arreas asociadas, hasta el oeste y sudoeste provincia.

Su historia se confunde con la de esta región, y en particular con estos dos últimos partidos, cuyos nombres están arraigados con la tradición bonaerense. Todos ellos forman parte de un mismo núcleo histórico-geográfico, sometidos a similares circunstancias y de características semejantes: la región del Río Salado. Las primeras poblaciones instaladas en la región del Río Salado, a la altura del partido, datan del año 1871(sitio web de la Municipalidad de Alberti, consultado el 12/10/2022).

El 8 de agosto de 1870 el matrimonio conformado por Andrés Vacarezza y catalina Ottonello adquieren un campo en el partido de Chivilcoy, con una superficie de 337 hectáreas, una vez en posesión de las tierras, que hoy se constituyen la plata urbana del pueblo de Alberti, crean una colonia agrícola-industrial, estableciendo un importante molino harinero, cuya construcción se termina en 1871(sitio web de la Municipalidad de Alberti, consultado el 12/10/2022).



Ilustración 3. Museo Andrés Vacarezza. Fuente: <https://regional.diariotiempodigital.com/>

En ese mismo año se considera la fundación del pueblo ya que ese año se instalaron numerosas familias, que trabajaban en ese mismo molino de Don Andrés. Luego en 1877 con la llegada del ferrocarril adquiere un fuerte impulso, donde muchos de estos terrenos pasaron a ser propiedad de nativos y de extranjeros, particularmente de italianos y de españoles que se incorporaban al pueblo (sitio web de la Municipalidad de Alberti, consultado el 12/10/2022)

Ya para 1887 el centro urbano ya contaba con 800 habitantes, que para 1894 ya se había triplicado y la planta urbana contaba con 280 edificios y 23 casas dedicadas al comercio e industrias como la zapatería, sastrerías entre otras. Es ese mismo año un grupo de pobladores se entrevistó con el vicegobernador coronel José I. Arias para mostrarle el nuevo proyecto de un nuevo partido. Pero recién para el 10 de junio 1910, es cuando se promulga la ley de la creación del partido de Alberti. Esta ley promulgada por dicho gobernador era vecino del nuevo distrito donde tenía una importante propiedad (sitio web de la Municipalidad de Alberti, consultado el 12/10/2022)

En la superficie del partido de Alberti se encuentran las localidades de Villa Ortiz (Estación Coronel Mon), Villa María, Coronel Seguí, Villa Grisolia (Estación Achupallas), Plá, Mechita, Baudrix, Presidente Quintana, Emita y Palantelén.



Ilustración 4. Coronel Mon. Fuente: <https://www.conocelaprovincia.com>.



Ilustración 5. Achupallas. Fuente: <https://www.conocelaprovincia.com>.

El nombre fue otorgado por el ferrocarril del Oeste el 25 de junio de 1877 que designo con el nombre del prócer Manuel Alberti a la estación ferroviaria, donde en 1967 cambio su nombre por el de Andrés Vacarezza fundador de la localidad. Fue entonces que el 10 de junio de 1973, el entonces diputado Antonio Matttocio gestiono la declaratoria de ciudad de Alberti al pueblo cabecera del partido del mismo nombre (sitio web de la Municipalidad de Alberti, consultado el 12/10/2022). Estos acontecimientos motivaron a festejar la fiesta de la Harina que se desarrolla todos los años en la misma fecha que se desarrolla el festival del Pre Cosquín.



Ilustración 6. Estación ferrocarril Andrés Vacarezza. Fuente: <https://regional.diariotiempodigital.com>

El acceso principal a la localidad de Alberti es a través de la ruta nacional n 5 donde se comunica al resto del país con las rutas Provinciales 46 y 51, el ramal ferroviario ex línea Sarmiento, con empresas de transporte de pasajeros de media y larga distancia, y servicios de combis.



Ilustración 7. Cartel de ingreso a la ciudad. Fuente. <https://www.conocelaprovincia.com>.

Dentro la misma existen variedad de industrias, comercios, instituciones y entidades bancarias, también bibliotecas, por otro lado museos importantes para la localidad como el llamado Raúl Loza que posee sus obras, además el de la casa fundacional convertida en museo, lugares de interés histórico, arquitectónicos y turístico como las obras de Francisco Salamone siendo uno de los arquitectos más importantes de la provincia de Buenos Aires, hoteles, el cine en renovación, teatros y un grupo de clubes que cumplen con las actividades deportivas, recreación y de esparcimiento (sitio web de la Municipalidad de Alberti, consultado el 12/10/2022).

Al ser un pueblo inmerso en la llanura pampeana claramente la principal actividad económica está basada fundamentalmente en la producción agrícola-ganadera; aunque se pueden encontrar otras industrias con una importancia significativa como molinos harineros, semilleros, fábricas de alimentos balanceados, industrias plásticas, químicos de almacenaje de alimentos (silicagel), frigoríficos, construcción, industrias lácteas, metalúrgicas, cerealeras e insumos para el sector agropecuario.

Posee todos los servicios indispensables para su infraestructura como ser el agua corriente, luz eléctrica, gas natural, cloacas, oficinas administrativas, de seguridad y cuenta con el cuartel de bomberos más moderno y mejor equipado de toda la provincia donde se realizan capacitaciones para el resto de las dotaciones de la provincia.

Los últimos años desde el municipio con diferentes altibajos se está tratando de promover al turismo como una iniciativa para una nueva actividad económica dentro de la localidad. En el año 2010 se creó la Dirección de Turismo con el objetivo no solo de iniciar el turismo en la ciudad sino también de promoverlos con acciones concretas, pero a finales del 2014 se disolvió esa dirección. En la actualidad el intendente que fue reelecto en 2019, oficializó una Subdirección para la Promoción del Patrimonio que forma parte de la Secretaría de Cultura. Dentro de la misma se encuentra el subdirector encargado también del área de turismo a cargo del Señor Hernán Cristóbal. Recibiendo aportes y presupuesto para la promoción de la actividad turística, ejemplo de ello fue la adquisición de un ómnibus para paseos, como también el desarrollo del isologotipo como una especie de marca para la localidad (sitio web de la Municipalidad de Alberti, consultado el 12/10/2022).

Por lo tanto, hoy existe una política un poco más comprometida para el desarrollo de esta actividad en materia turística.



Ilustración 8. Municipalidad de Alberti. Fuente: <https://www.cuartopolitico.com>

Infraestructura

La infraestructura determinada como todos los bienes y servicios que posee un territorio para mantener sus estructuras sociales, educativas y productivas.

Los componentes más importantes que conforman la infraestructura de la localidad de Alberti son:

Categoría	Tipo	Subtipo	Características
Salud	Hospitales		Hospital Municipal Nuestra Sra. de la Merced. Cuenta con ambulancias. Centro Médico Alberti es una Clínica privada. Cuenta con ambulancias.
	Farmacias		Cuenta con 6 farmacia en su casco urbano
Comunicaciones	Correo		Existe una sucursal del Correo Argentino y otra de Oca, ambos ubicados en el centro de la ciudad.
	Radio		FM Centro 91.1, FM Genesis 92.3, FM PUNTO CERO 94.1.
	Televisión		Canal 5 es la señal local del Cable. Auspicia como empresa de este servicio televisión por cable.
	Internet		Servicios de Speedy servicio de internet digital (MOBI Internet wi fi)
	Telefónica		Servicio único de Telefónica Argentina

Servicios básicos	Red de Agua		-Secretaría de Servicios Cloacales y Agua Corriente (Ex Obras Sanitarias)
	Red de Electricidad		-EDEM S. A
	Recolección de Residuos		-Secretaría de Servicios Públicos
	Red de Gas		-Camuzzi Gas Pampeana
Transporte	Terrestre	Red de Carreteras	Ruta Nacional N°5 y Rutas Provinciales N° 41 y 51. Todas ellas asfaltadas en su totalidad. Actualmente, la Ruta Nacional está siendo ensanchada.
		Servicios de transporte	A la ciudad solo ingresa la empresa de ómnibus la empresa TALP desde y hacia La Plata con sus paradas intermedias como a Chivilcoy o mercedes conectando con ciudades cercanas. El resto de las empresas de transporte solo depositan a pasajeros sobre el acceso a la ciudad. (Chevallier, Pullman Gral. Belgrano, entre otras) Existen servicios de combis desde y hacia Capital Federal, ellas son Santorini y la empresa 21900. El servicio de estas combis se realiza en la YPF de la ruta n 5.
		Terminal de ómnibus	Se encuentra ubicada en el casco urbano de la ciudad, a una cuadra de la plaza principal. (cerrada por el momento)
		Terminal ferroviaria	El tren de pasajeros del Ferrocarril Sarmiento, la cual sale desde Once (Capital Federal).
Otros Servicios	Bomberos		Bomberos Voluntarios de Alberti.
	Policía		Comisaría local
Educativas	EEM n2		Primario y secundario
	ISVN		Primario y secundario
	Escuela Agraria		Secundario
	Escuela Técnica		Primario y secundario
	Escuela n 4		Primario
	Escuela n 1		Primario
	Instituto Superior ISVN		Superior y terciario
	Escuela especial n 501		Educación especial
	Jardín de infantes n 901, n 903 y n 904		Jardín de infantes

Fuente: Elaboración propia.

Sobre la información acumulada de la infraestructura local, se puede determinar que cuenta con los servicios básicos para cubrir las necesidades satisfactoriamente.

En cuanto al agua corriente, se encuentra a cargo de la Secretaría de Servicios Cloacales y Agua Corriente (Ex Obras Sanitarias) de la municipalidad. En la búsqueda

permanente de nuevos pozos para mejorar la calidad del agua de la ciudad (sitio web de la Municipalidad de Alberti, consultado el 14/10/2022)

Con respecto a la recolección de basuras se realiza de manera diaria por toda la ciudad, a cargo del área de la Secretaría de Servicios Públicos. Hoy en día el municipio logró desarrollar una política de tratamiento para los mismos con una planta de tratamiento de residuos sólidos haciendo un mix con la empresa ECOPLAN que da trabajo a casi una veintena de familias (sitio web de la Municipalidad de Alberti, consultado el 14/10/2022). Sobre la red de electricidad y el gas, la primera es abastecida totalmente por EDEN (Empresa Distribuidora de Energía Norte S.A) y el segundo es provisto por la empresa Camuzzi Gas Pampeana.

Desde el punto de vista del transporte Alberti posee el acceso principal sobre la ruta nacional n 5 que se encuentran pavimentadas. Hace muy poco se hicieron trabajos de ensanchado que todavía en algunos sectores continúan. La conexión hacia la ruta 5 se puede realizar a través de las rutas provinciales 41 y la ruta 51. La entrada principal a la ciudad corresponde al acceso cuyo nombre es el Paseo de los Inmigrantes permitiendo el ingreso de autos, camionetas como de tránsito pesado.

Los servicios de transporte que existen en la ciudad no son muy variados, desde la ciudad autónoma de Buenos Aires se puede llegar a través de empresas chárter como la 21900 (sitio web de 21900 (Airbus S.A), consultada el 13/10/23) y Santorini turismo (sitio web de Santorini Turismo, consultada el 13/10/22), todas empresas de ciudades aledañas que ofrecen servicio de combis; además existen opciones que son en ómnibus desde Retiro hasta el acceso sobre la ruta n 5 cuya parada es la YPF sobre la misma mediante empresas como Chevallier, Pullman General Belgrano o Vía Bariloche. Desde La Plata hasta Alberti se llega únicamente con la empresa de ómnibus Transporte Automotores La Plata (TALP) siendo la única que ingresa a la terminal como punto de referencia, aunque no esté funcionando. Las opciones hasta estas ciudades se dan porque la gran mayoría de los jóvenes, al terminar sus estudios de educación secundaria, emigran hacia estas ciudades para continuar sus carreras universitarias.

También hay que sumar a los servicios las frecuencias que van a ciudades de la zona como Junín, Bragado o Chivilcoy, entre otras. Algunas de ellas solo en período vacacional poseen servicios que ofrecen traslados a distintos puntos turísticos del país, como Córdoba o la Costa Atlántica (sitio web Santorini Turismo, consultada el 13/10/22). En cuanto a la Terminal de ómnibus está ubicada a una cuadra del centro de la localidad, ósea a una cuadra de la plaza principal que lamentablemente hoy está en desuso. Sobre la terminal ferroviaria un poco más alejada pero solo a 400 metros de la misma. Circulan trenes de carga y de pasajeros, el ramal ferroviario presta servicio de trenes de pasajeros por el Ferrocarril ex-Sarmiento, con frecuencia solo los días lunes, miércoles y viernes con salida desde Once, pasando por la ciudad de Alberti y con destino final Bragado y viceversa.

En cuanto a las comunicaciones en la localidad existen dos correos como en la mayoría de las ciudades, el Correo Argentino con su oficina propia y otro de la empresa Oca (sitio web de la Municipalidad de Alberti, consultado el 14/10/2022). Sobre las radios no existe una frecuencia AM pero si cuatro FM, además respecto a la televisión posee un canal local, llamado Canal 5 que depende de Cablevisión, siendo el encargado de brindar el servicio de televisión por cable en la ciudad y otra alternativa de televisión digital es Direct TV. Para el caso de la Telefonía fija la única opción existente es brindada por Telefónica Argentina, que además provee el acceso a Internet a través de su servicio Speedy, o bien está la opción ofrecida por la prestadora de servicios de televisión por

cable. También existe MOBI que es una prestadora de servicios de internet digital oriunda de Bragado.

En cuanto al ámbito de la salud y sobre las instituciones sanitarias en la localidad se encuentran trabajando con normalidad, la localidad posee un Hospital Municipal remodelado que contienen cierta tecnología, pero para realizar operaciones no complejas. Además, se cuenta con el sanatorio privado llamado Centro Médico Alberti (sitio web del Centro Médico de Alberti, consultado el 14/10/22). Ambos cuentan con consultorios, en el caso del Centro médico las salas de internación son ambulatorias, pero solo el hospital posee servicios de guardia. Para el traslado de pacientes sólo se cuenta con las ambulancias del hospital, En el caso de aquellas situaciones de alta complejidad los mismos son trasladados a otras instituciones con más relevancia como a las ciudades de La Plata, Junín o Capital Federal.

Por último, se puede decir que todos aquellos servicios comunes que son utilizados tanto por el residente como por el turista, se encuentran en perfectas condiciones, ya sean las instituciones sanitarias, bancarias, de seguridad y eléctricas, siendo óptimas para su uso por el visitante.

Existe poca señalética en la ciudad siendo un problema que ocasiona que los turistas no puedan conocer y aprovechar al máximo los servicios y atractivos turísticos, generando una disminución tanto de su visibilidad como de su utilidad, ya que sólo los residentes conocen de su existencia.

Una debilidad que se presenta en materia de infraestructura, es con la terminal de ómnibus que no está operando en estos momentos y permitiría el ingreso de más empresas de transporte al centro de la ciudad.

Por último, desde el punto de vista de las instituciones educativas, se puede deducir que la oferta educativa está completa, teniendo colegios primarios, secundarios, y terciarios, no solo tradicionales sino también técnicos y agrarios que permiten tener una oferta educativa variada para la ciudad.

Competencia a nivel provincial

Dentro del análisis para determinar la competencia, es necesario recolectar la mayor información posible y agruparla de manera tal que se pueda determinar los potenciales destinos competidores de Alberti. Es menester identificar aquellos destinos que tienen un cierto desarrollo de la actividad turística como los competidores actuales y sobre aquellos destinos que tienen una incipiente matriz de desarrollo en el crecimiento de la actividad considerados como competidores potenciales.

En materia turística sobre la descripción a continuación se basó principalmente en documentación de principales fuentes obtenida como los folletos en la FIT (Feria internacional de Turismo) este último octubre del 2022, en el predio de La Rural en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires; y también en sus respectivas páginas webs de las diferentes localidades.

Cabe mencionar que no se puede determinar a simple vista la competencia propia de Alberti, debido a la gran diversidad existentes dentro de la provincia de Buenos Aires para visitar los fines de semana, por lo tanto, para esta investigación se considera como competencia a aquellas localidades cercanas a Alberti que ofrecen productos turísticos similares.

Algunos de estos sitios son:

- 1- **Chivilcoy:** Se encuentra presente en las redes sociales sobre todo en Instagram donde realizan publicaciones mostrando los eventos y algunos atractivos característicos. En los portales turísticos consultados los principales lugares de interés son: el Parque Lacunario Alejandro Martija; el Museo Almacén El Recreo, el Centro Tradicionalista El Fogón y la Pulpería La colorada. Los portales sobre la localidad de Chivilcoy hacen mención a que posee el marco perfecto como la alternativa del Turismo Rural (Sitio web de Argentina turismo consultado el 23/09/22).
- 2- **Bragado:** Posee una dirección de turismo, ya que desde el municipio se considera la actividad turística como una política de Estado. Posee una fuerte presencia en redes sociales como Facebook e Instagram donde se informa permanentemente las actividades que se desarrollan en la localidad. Según se publican en el sitio web oficial de la municipalidad Bragado posee como principales atractivos a: Teatro Florencio Constantino, Palacio Municipal, Museo Histórico, Parque General San Martín, La Fiesta Nacional del Caballo visitada por miles de turistas (Sitio web de la Municipalidad de Bragado consultado el 23/09/22).
- 3- **Suipacha:** dentro de la web oficial del municipio, su departamento de turismo muestra conjuntamente con sus redes sociales el orgullo y las bondades en materia turística, según se informa Suipacha es una localidad casi con la misma cantidad de habitantes que Alberti, y tienen también un desarrollo de su actividad turística basada en la Ruta del Queso. Siendo este uno de los principales atractivos de Suipacha, un paseo turístico que ofrece la visita a los centros de producción de los productos típicos regionales del Partido, esto incluye visitas como a las fábricas de quesos "Cabaña Piedras Blancas", entre otras. También incluye visitas a plantaciones de arándanos, al restorán La Pomarola y a la hostería "Aruma". O la visita a su Shopping Center de la ciudad con locales en su planta baja (Sitio web de la Municipalidad de Suipacha consultado el 23/09/22).
- 4- **25 de mayo:** se destaca dentro de la localidad la Iglesia Ntra. Sra. del Rosario, Plaza Mitre, Museo Paula Florido, Teatro Español, Museo del Carnaval, Anfiteatro Isidro Quesada, Parque Laguna Mulitas, Laguna de Todos los Santos. Debemos recordar que en época de carnaval posee carnavales que por su importancia son su principal diferenciador. Dentro de la página oficial del municipio tiene un apartado de turismo, pero no hay mucha información al respecto, lo más importante se publica a través de Instagram (Sitio web de Buenos Aires turismo consultado el 24/09/22).

A partir de lo descripto anteriormente todos los destinos entre los que se mencionan poseen diversos recursos naturales y culturales, ideales para ofrecer actividades turísticas.

A modo de conclusión, el más avanzado en materia turística es Bragado que posee la fiesta Nacional del Caballo que tiene también una importancia dentro de las ciudades del interior de la provincia de Buenos Aires. En cuanto a la localidad de Chivilcoy no está muy claro su actividad turística, ya que no está tan desarrollada como parecería, porque dentro de la página web institucional del municipio no existe tan distinción sobre el turismo. Lo que se pudo recopilar es ajeno al propio Chivilcoy, donde los portales turísticos son los que mayor información promueven al respecto. En cuanto a Suipacha tuvo mayor relevancia desde la instauración de la Ruta del Queso, que le dio mayor

notoriedad y su cercanía con la localidad de mercedes potencia su posicionamiento. Por último 25 de mayo posee una importante riqueza natural, pero se destaca por tener sus carnavales, atrayendo a muchos visitantes sobre todo en esa época del año.

Por lo tanto, dentro de la provincia de buenos aires la mayoría de los destinos y las localidades ofrecen similares atractivos. Todos están desarrollando la actividad turística tratando de diferenciarse de alguna manera, pero por el momento ninguno en esta zona se destaca por completo.

CAPÍTULO IV
Diagnóstico turístico de Alberti

En el presente capítulo se desarrolla el diagnóstico turístico con los datos obtenidos en el trabajo de campo, donde la información primaria es adquirida a través de las encuestas orientadas a los residentes y a los prestadores de servicios locales; donde se les solicitó a los mismos que describan cuáles eran los atractivos priorizando su valoración e importancia y para conocer sobre el grado de participación en la actividad y sus percepciones, para su posterior análisis en la localidad.

Cabe aclarar que un diagnóstico como en toda rama del conocimiento necesita recopilar información tanto general como específica a fin de identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de un entorno para promover el desarrollo de una determinada actividad. Es decir, en el diagnóstico se planifica y se evalúa de forma integral un destino turístico. Para ello se pueden aplicar diferentes técnicas de análisis para la recopilación de la información y el contacto directo con el entorno.

Las entrevistas se realizaron a uno de los principales referentes en materia turística de la ciudad como es el subdirector para la Promoción del Patrimonio de la localidad y también a la referente de la Cámara de Comercio e Industria de Alberti. Además, se consideró importante encuestar a diferentes prestadores hoteleros como gastronómicos y también a un total de 85 residentes de la población local mayores de 18 años.

Como se mencionó anteriormente, en este trabajo de investigación tomando como base a los objetivos establecidos, las entrevistas y las encuestas fueron la manera más adecuada para conocer la opinión de la comunidad y también de cómo se asocian con los demás actores. Tanto las encuestas como las entrevistas, tenían en su mayoría preguntas abiertas donde se utilizó un método de entrevista personal.

Evaluación del potencial turístico de Alberti.

A partir de lo mencionado se lleva a cabo una descripción de la situación actual en materia turística de la ciudad de Alberti. Dicha descripción incorpora la identificación de los atractivos, la infraestructura, los servicios, el análisis de la competencia y por último la demanda y la oferta local.

Atractivos turísticos locales

Wallingre y Toyos (2010), consideran que el atractivo turístico es “objeto o acontecimiento capaz de motivar a un turista a abandonar su domicilio habitual para trasladarse a conocerlo” (p.27). Es decir, que son todos aquellos constituidos por recursos naturales y/o culturales, tangibles e intangibles, eventos, festivales, entre otros recursos que pueden ser utilizados dentro de la actividad turística, siendo aquellos que satisfacen las necesidades y que además puedan ser disfrutados por los turistas, ya que cuentan con ciertas condiciones necesarias para poder ser visitados. Por lo tanto, estos son quienes orientan el flujo de las visitas.

Dentro de la descripción mencionada se realiza una breve reseña de cada uno de ellos, y a partir de la información recopilada a través de las entrevistas realizadas al subdirector de patrimonio, a los prestadores de servicios como hotelería y gastronomía y por último a la presidenta de la cámara de comercio e industria y a las encuestas a la comunidad residente se aborda la descripción de cada atractivo turístico.

En base a lo mencionado la localidad de Alberti posee recursos naturales y culturales y patrimoniales de gran importancia para los visitantes.



Ilustración 9. Mapa turístico de la localidad de Alberti. Fuente: Elaboración propia.

Se presenta a continuación el listado de los atractivos mencionados en las entrevistas realizadas con el agregado de una breve descripción del mismo. Entre los atractivos naturales y/o espacios verdes se identificaron:

- 1- Parque municipal Gral. José de San Martín:** es un espacio con frondosa arboleda, ideal para camping y jornadas de esparcimiento. Desde el año 1938 realizando diferentes recorridos interiores se pueden apreciar valiosos ejemplares de árboles: ginkgos, coníferas, robles y palmeras. Completa con lago artificial, sector de juegos, área de camping y área de parrillas. Implantado sobre la avenida de Circunvalación Norte, como remate de la avenida Vaccarezza, eje principal de la ciudad, el acceso al parque presenta una organización simétrica compuesta por dos masas verticales que enmarcan el acceso. Las puertas de acceso están constituidas por enrejados de madera de diseños geométricos con modelos diferentes para los accesos laterales y central.

Este elemento urbano tiene su referente en el Parque Municipal de Azul, también proyectado por Francisco Salamone. Pero, como es habitual en la obra de este autor, en su proyecto adopta soluciones particulares del tipo para cada uno de los casos (Sitio web de Argentina Gobierno consultado el 12/10/22).

Asimismo, se identificaron los edificios más importantes con valor turístico del escenario de estudio:

- 2- ▲ **Palacio municipal:** el Palacio Municipal ubicado en la intersección de las calles 9 de Julio y Leandro N. Alem, desde el año 1938 una obra de Francisco Salamone, Se encuentra ubicado en el centro de la localidad, frente a la plaza principal con sus formas geométricas responden al lenguaje del Art decó. Recorriendo su interior se puede observar el mobiliario original diseñado por Salamone, exclusivamente para el edificio. Forma parte del circuito turístico denominado “Salamone en Alberti”, consta de un recorrido por los distintos edificios que forman parte del eje de las obras de Francisco Salamone de la ciudad (Revista del Bicentenario consultada el 12/10/22).
- 3- ■ **Iglesia “Nuestra Sra. Del Rosario”:** construida en 1941 proyectada por Carlos Ancell, es un templo de estilo del renacimiento español es el segundo erigido por el pueblo, el primero fue demolido en 1928. Se yergue frente a la plaza principal, con las características edificaciones de estilo italianizantes que puede apreciarse en todo el tejido urbano. En su interior se puede apreciar los excelentes retablos del altar mayor y altares secundarios realizados artesanalmente en mármol de Carrara. Juntos al altar mayor se encuentra la tumba del Presbítero Miguel S. Fox quien fue cura párroco entre 1937 a 1971. Nos muestra su planta de cruz latina, su frente ecléctico compuesto por su torre única. Su atrio de acceso que con su retiro de la línea municipal nos permite realizarla en su perspectiva. Con una longitud total 48,80 m y una altura en su torre de 41m es hasta el presente uno de los edificios que caracterizan la ciudad (Revista del Bicentenario consultada el 12/10/22).
- 4- ● **Plaza Gobernador Gral. José I. Arias:** el diseño data de 1938, se pueden apreciar obras arquitectónicas del Arquitecto Salamone. Remodelada recientemente se destacan sus canteros floridos y en su centro el imponente monumento a la bandera diseñado por dicho arquitecto. Es un agradable espacio verde de descanso y solaz al visitante. Posee monumentos de gran valor artístico, entre ellos el del fundador obra del escultor Luis Perlotti. También se encuentra el monumento Manuel Alberti que en 1877 el Ferrocarril del Oeste designo el nombre del prócer a la estación ferroviaria, que en 1967 cambio su nombre por Andrés Vacarezza (Revista del Bicentenario consultada el 12/10/22).
- 5- ■ **Escuela Educación Media N 2:** Año de construcción es el 1938 formando parte del conjunto construido por la municipalidad, monumento a la bandera en la plaza y el acceso al parque municipal. Primero fue sede del club 25 de mayo, hoy es escuela, donde su fachada se conserva original y su interior fue adaptado a su nuevo estilo. También integra el circuito “Salamone en Alberti” (Revista del Bicentenario consultada el 12/10/22).
- 6- **Cementerio municipal:** construido en 1924 el cementerio es el edificio más significativo del neoclasicismo. Su autor el arquitecto Carlos Ancell resaltó la importancia de esta obra con su escalinata de acceso y la explanada de su frente. Hoy es visitado por su imponente frente y detalles en sus paredes. Yacen los restos de Vicente Barbieri “el poeta del Salado”, reconocido e laureado con importantes premios en poesía y ex presidente de la Sociedad Argentina de Escritores. Su tumba con verdadera justicia fue orientada para que su cabeza mire al Rio Salado. También los restos de Leonildo Praglia nacido en Coronel Mon en 1928 y Alberti es su lugar de residencia en donde ejerciera el periodismo y la literatura. Fueron muchos premios y menciones que recibió ya que es reconocido a nivel provincial y nacional (Revista del Bicentenario consultada el 12/10/22).

- 7- **Hospital municipal “Nuestra Sra. de la Merced”**: obra del reconocido arquitecto Arturo Prins, construido en 1919 en estilo clasicismo francés. Mantiene la fachada original destacando su techo de pizarras negras de fuerte pendiente. Se recomienda observar los detalles ornamentales en las ventanas. Se construyó en terrenos donados por José I. Arias (Revista del Bicentenario consultada el 12/10/22).
- 8- **La Casa Callegari**: construida en 1938, la simpleza de las formas geométricas puras y el dinamismo oriento a los arquitectos de las primeras décadas del siglo pasado a una búsqueda que remato en lo que luego se llamó “Art Deco” y que se plasmó en algunas obras de nuestra ciudad. Una de las pocas casas diseñada por Francisco Salamone formando parte también del mencionado circuito.

Por último, se presentan las manifestaciones culturales y artísticas más importantes de la localidad con gran valor turístico:

- 9- **Museo “El Molino”**: casa fundacional cuyo origen se remonta a 1871. Casa del fundador Andrés Vacarezza. Declarado monumento histórico Provincial y Municipal. Alberga en su interior mobiliario original, colección de fotos, vestimenta de época, objetos históricos, etc. En el patio interior, primer frente de la casa, aún vive una parra centenaria bajo la cual Don Andrés acostumbraba descansar. Probablemente la primera construcción que se mantiene desde que se afinca en estas regiones llamada el “El Molino”. Cumplido con todas las funciones que requería una pequeña población en crecimiento: vivienda, escuela, cárcel, lugar de reuniones sociales, entre otras. Sus líneas simples, sus materiales nobles y su diseño flexibles le permitió adaptarse a los diferentes usos que le imponían las circunstancias (Revista del Bicentenario consultada el 12/10/22).
- 10- **Museo de Arte contemporáneo Raúl Lozza**: en el medio de la pampa húmeda argentina surge el Museo de Arte Contemporáneo Raúl Lozza. Desde que abriera sus puertas en el año 2003, el Museo ha dedicado sus mayores esfuerzos a ayudar a la gente a valorar, comprender y disfrutar del arte de nuestra época y para ello sustenta su colección en la obra paradigmática del Maestro Raúl Lozza –cofundador de la Asociación Arte Concreto-Invención y del Perceptismo- de quien lleva su nombre. La conjunción de voluntades entre el artista, nacido en la ciudad de Alberti, asiento natural del Museo, y un grupo de vecinos interesados en el desarrollo cultural de la ciudad y de la zona, ha plasmado en la creación de este ámbito de educación, difusión y promoción artística (sitio web del Museo Lozza consultado el 12/10/22).
- 11- **En Villa María, la Casona de Don Alejandro Scarabino**: fundador de dicha localidad, era una posta como paso obligado o punto estratégico de todo el movimiento de fletes que circulaban en la zona y sus alrededores. Carros cargados de mercaderías para almacenes de campaña que hacían el trayecto Alberti-Chacabuco, Chivilcoy- Lincoln y más adelante Villa María -Chivilcoy, viajeros al paso, chacareros, propietarios, jinetes, repartidores, algún médico, maestro, algunas familias que pasaron por ella¹. Hoy se encuentran solo 20 habitantes que continúan allí en la localidad, donde la mayoría de las casas están deshabitadas y otras desmanteladas, pero que todavía conservan la historia pura de la vida antes del ferrocarril.

12- 🇪🇸 Hotel España: establecimiento de principios del siglo convertido hoy en museo es un viaje al pasado que encierra objetos dignos de admiración. Su construcción comienza en 1906, cuando se construye el edificio de la esquina como bar. El hotel permaneció sin abrir desde de 1973 hasta el año 2010 donde un incendio casi lo destruye por completo (Revista del Bicentenario consultado el 12/10/22).

13- Fiesta y festividades:

- a) Festival del Canto, la Danza y la Poesía junto al Río Salado. Pre-Cosquín por el mes de diciembre. Certamen clasificatorio de artistas locales y zonales. Convoca anualmente a un gran número de visitantes. Artesanos, comerciantes, puestos de comidas y bebidas.
- b) Fiesta de la Harina, también en el mes de diciembre como una conmemoración de la primera actividad agroindustrial de la localidad. Festival de participación local y también de artistas importantes convocados. Cada año convocan a artistas locales y nacionales para un fin de semana completo a puro tango y folklore.
- c) Fiesta del Pollo, con desfile criollo, artistas, artesanos y variados puesto de comida. Se desarrolla en la Plaza, en estación Coronel Mom, Villa Ortiz, Partido de Alberti, en el mes de noviembre. En ella, distintos especialistas en la elaboración del pollo se acercan para dar a conocer y comercializar sus productos.
- d) Certamen Pre Baradero, como sub sede que se desarrolla por lo general a principios del mes de noviembre. Es un certamen folclórico clasificatorio de los artistas, con importante concurrencia que los ganadores participaran en el festival mayor en la ciudad de Baradero.
- f) Aniversario de la ciudad el 27 de octubre: En conmemoración a la fecha del aniversario de la ciudad, se realiza todos los años un tradicional desfile a caballo de centros tradicionalistas y de diferentes instituciones como bomberos, policía entre otros. Tiene lugar en el centro de la ciudad, enfrente a la plaza principal. Reúne a muchos espectadores y concluye con algún espectáculo artístico (Sitio web de la Municipalidad de Alberti, consultado el 13/10/22).

A continuación, se presenta una síntesis de las respuestas a la pregunta: Siendo oriundo de la ciudad, dentro de los atractivos más importantes, ¿cuáles considera que son los 5 más preponderantes?

Atractivos locales preponderantes

Atractivos	Preponderancia	1	2	3	4	5
Parque municipal Gral. José de San Martín	25	5	0	8	4	
Palacio municipal	10	10	30	6	7	
Iglesia "Nuestra Sra. Del Rosario"	5	3	14	9	13	

Plaza Gobernador Gral. José I. Arias	5	7	3	8	15
Escuela Educación Media N 2	2	0	0	0	3
Cementerio municipal	0	1	0	6	2
Cine Teatro Roma	0	1	0	2	2
Hospital municipal "Nuestra Sra. de la Merced"	0	0	0	2	1
La Casa Callegari	2	4	5	0	0
Capilla Ntra. Señora de Fátima	0	2	2	0	0
Museo "El Molino"	9	13	11	23	8
Museo de Arte contemporáneo Raúl Lozza	7	8	6	3	16
En Villa María, la Casona de Don Alejandro Scarabino	5	0	0	2	0
Hotel España	4	12	5	6	14
Fiesta y festividades	11	19	9	10	0

Fuente: Elaboración propia.

De lo expuesto se puede mencionar que para los encuestados el atractivo de mayor importancia, en primer lugar, es el Parque Municipal Gral. José de San Martín, el único atractivo natural del distrito por el momento, se puede inferir sobre la manera que los residentes ven al atractivo ya que es uno de los recursos que mayores condiciones presenta para una visita satisfactoria; siendo esto verificado por el gran número de concurrencia no solo turística sino también por los excursionistas de la zona y de los propios residentes.

En segundo lugar, en su grado de importancia para los locales se encuentra posicionado las fiestas y festividades que se desarrollan dentro del partido. Siendo estos grandes eventos que representan a la ciudad, siendo muy valorados por los residentes. Aunque muchos de ellos manifestaron que si bien las fiestas que se desarrollan están bien organizadas preferirían que tengan un alcance un poco más amplio, es decir más de relieve nacional para recibir a más visitantes.

Luego, se ubica el Palacio Municipal, ya que el mismo se lo muestra como una de las obras más importantes de Francisco Salamone y es un lugar muy concurrido no solo por fuera sino por dentro de sus instalaciones, posicionado como el punto final de la recorrida por el paseo de "Francisco Salamone", integrando el circuito que recorre el área fundacional de la ciudad, reconocido por la comunidad por lo que representa para la misma.

Asimismo, merece especial consideración que también forma parte del área fundacional es el Museo Vacarezza, siendo un "casco de estancia" emplazada en el medio de la ciudad, tiene una importancia muy marcada dentro de la comunidad al ser la casa fundacional del pueblo. Por último, el Museo de Arte Contemporáneo Lozza pegado al Palacio municipal lo que no solo por sus obras, hacen que quede en el quinto lugar como uno de los más preponderantes de todos los atractivos.

Por otro lado, siguiendo con el análisis de las encuestas, en cuanto a la consulta sobre que consideraban que necesita la ciudad para alcanzar un desarrollo turístico local, la mayoría concluyó que, si bien el Parque Municipal es un atractivo importante, destacaron la necesidad de activar un plan consistente para que se potencie en la media

que permita colocarse como un punto clave para que los visitantes tengan una mejora en la infraestructura en un lugar de esparcimiento.

En base a la pregunta acerca de si el encuestado recomendaría visitar Alberti el 78% (de un total de 85 encuestados) respondieron positivamente. Se justifica esa respuesta como testimonio que el motivo principal sea la amabilidad de su gente y por sobre todo la tranquilidad del lugar para descansar. Un prestador gastronómico comentó: “Muchos visitantes de otros lugares que visitan nuestras instalaciones o que llegan a la ciudad nos comentan sobre lo difícil que es vivir en las grandes ciudades y encerrados en departamentos producto de la inseguridad o de que no les queda otra, destacan no solo la calidez de los pueblos del interior sino las ambientes amplios y el aire puro donde parece que no existiera el tiempo, donde se siente el trato cada vez que nos visitan”.

Cabe mencionar que la lista de los atractivos volcada en el presente trabajo, fue motivada por los propios encuestados que tuvieron la oportunidad de agregar atractivos al listado de acuerdo a sus gustos y preferencias, es decir la lista fue armada por ellos sin inferir en la misma. Por otro lado, algunos de ellos mencionaron la importancia de fomentar otras actividades además de las obras de Salamone, lo que adicionaron que como importante la idea de fomentar la modalidad turística rural, haciendo referencia a ofrecer actividades para que los visitantes puedan permanecer más tiempo dentro la ciudad.

En cuanto a esto, el Subdirector de Promoción del Patrimonio Turismo comentó “Por el momento, estamos apuntalando lo que creemos que a la gente le gustaría conocer por eso ofrecemos una visita a la localidad de Seguí en el bus nuevo siendo este un poblado histórico pequeño; que era paso de un antiguo camino para el comercio” ...
...” Estamos trabajando articuladamente entre la secretaria de turismo de la provincia que nos apoya y con otras áreas del municipio como mencione anteriormente en la activación del parque municipal, en proyectos con algunas localidades más pequeñas que forman parte de nuestro partido como la localidad de Pla o de coronel Mon y también con Seguí para poder utilizar el bus en diferentes paseos o circuitos. Y además seguimos trabajando fuertemente en armar circuitos dentro de la ciudad para disfrutar no solo lo de Salamone sino el patrimonio de nuestros vecinos y sus historias, como esas casonas de estancias como lugares escondidos de nuestra ciudad” ...

Si bien algunos establecimientos parecen querer estar abriéndose al turismo, la posibilidad del desarrollo del turismo rural en él y en otras estancias de la zona debe ser objeto de evaluación y análisis, así lo demuestran las nuevas tendencias respecto al interés que tienen no solo los residentes de la localidad sino el público en general de disfrutar la naturaleza y la tranquilidad de estos lugares.

Como cierre del análisis realizado sobre los atractivos locales, se puede determinar que Alberti no posee solo un único atractivo de relevancia necesario para movilizar a turistas, pero contiene una serie de espacios que podrían movilizar a visitantes que desean encontrarse con sitios culturales e históricos.

En este contexto, siendo que el desarrollo turístico en este caso es incipiente, los ciudadanos en principio reconocen sus atractivos más importantes con intenciones de remarcar la importancia y de ponerlos en valor. Al tratar de potenciarlos y de buscar que sean visitados, por el momento solo se intenta de manera inicial generar las condiciones adecuadas para tomar en consideración esta nueva actividad en la localidad y alcanzar dicho desarrollo.

Oferta local

Entendemos por oferta local al conjunto de bienes y servicios puestos a disposición en el mercado para satisfacer la demanda. A fines prácticos para el estudio de la misma se incluyeron los servicios de restauración y de alojamiento. Al momento de la descripción se llevaron a cabo encuestas a los prestadores de la ciudad. Se encontraron dificultades para acceder a encuestar a todos los prestadores turísticos que componen la oferta local, a pesar de que no son muy numerosos. Sin embargo, se logró encuestar a cuatro. Dos del área gastronómica de un total de nueve y dos del sector hotelero de un total de tres.

Algunas de las dificultades fueron: la falta de interés por parte de los comerciantes, la falta de información que les permita a ellos servir de feedback a la hora de diseñar sus estrategias de negocios y por cuestiones vinculadas a proteger sus propios intereses y reservarse netamente a la privacidad.

Oferta de Alojamiento

Al ser un pueblo relativamente de pocos habitantes y contar con un desarrollo turístico incipiente, lamentablemente al día de la fecha solo se cuenta con tres hoteles, donde uno de ellos dejó de operar por cuestiones desconocidas y era el más antiguo de la ciudad. Por otro lado, el Amarilis Hotel Boutique fue inaugurado recientemente en el año 2018.

El siguiente cuadro muestra las diferentes características de los servicios locales con información obtenida de las encuestas realizadas a los propios prestadores.

Establecimientos hoteleros encuestados:

Nombre	Plazas	Estadía promedio	Precio ²	Ocupación promedio por mes	huéspedes promedio	Servicios
Hotel la estrella	39	2	---	---	---	Desayuno Sala de Reuniones Internet Wifi Bar Estacionamiento Tv en Habitaciones Room Service

Amarelis Hotel Boutique	19	2 a 3	6500	70%	110	Estacionamiento gratis Desayuno Entretención Sala de reuniones Internet Wifi Lavandería Bar Información Turística Room service Tv en Habitaciones.
Hotel Petit Alberti	32	2	6000	60%	75	Desayuno Internet Wifi Estacionamiento Bar Tv en Habitaciones Piscina Room Service Información Turística

Fuente: Elaboración propia. Encuestas realizadas el 24/11/22

Cabe mencionar que el hotel Estrella por el momento se encuentra cerrado, siendo por el momento solo dos hoteles por lo tanto, de acuerdo a lo comentado por los entrevistados y plasmado en cuadro, Alberti posee una capacidad hotelera de 51 plazas. Si bien, el Hotel Amarelis es el más nuevo es que menos capacidad de acogida posee, pero tiene una mayor aceptación de los visitantes con solo 19 plazas recibe en promedio 110 pasajeros al mes, en cambio el hotel Petit con 32 plazas por el momento es el menos visitado con 75 pasajeros. Por otro lado, en conjunto el grado de ocupación media en ambos es de aproximadamente el 65%, con un precio promedio de \$6250 la noche.

También mencionan que no existe una tendencia a una época del año con una mayor ocupación, por lo general durante la semana la ciudad es visitada por comerciantes con fines laborales o de negocios, solamente los fines de semanas y más en los fines de semanas con feriados incluidos es cuando se produce el motivo de visita de familiares y/o amigos.

En relación al funcionamiento de los establecimientos, comentan que solo sostienen a un mínimo de empleados, y en uno de ellos solo es atendido por su propio dueño, si bien ellos se autodenominan con categorías, básicamente posee casi los mismos servicios y ellos mismos se autodefinieron con las estrellas, pero no sigue ningún parámetro estandarizado. Es importante destacar que los dos tratan de ofrecer el servicio de información turística, informándoles a los pasajeros sobre algunos circuitos que pueden recorrer dentro de la ciudad. En este caso el sub director de patrimonio a lo largo del 2022 trabajo con estos hoteles informándoles sobre novedades, actividades u atractivos que pudieran surgir a modo de información. Además de buscar una solución a la categorización de los mismos con la ayuda de la secretaria de Turismo de la Provincia.

En la entrevista el señor Hernán Cristóbal nos mencionó la posibilidad de incrementar el apoyo y el trabajo conjuntos entre los sectores públicos y privados para encontrar y brindar nuevos city tours por la ciudad, al ya existente sobre Salamone, además de estar

trabajando con todos ellos que reciben turistas y que puedan aportar al desarrollo turístico local.

A modo de conclusión a lo mencionado por el subdirector, es necesario remarcar la importancia que posee otorgarles apoyo a aquellos que reciban al turista, para que tengan las garantías no solo de brindar un servicio de calidad, sino que también informen de manera clara y concisa sobre los atributos de la ciudad dando a la experiencia en la visita los resultados positivos esperados.

Oferta de Restauración

Alberti posee una determinada oferta gastronómica para su estructura, ya que incluye restaurantes, parrillas, pizzerías y sandwicherías. De acuerdo a lo mencionado anteriormente, no fue posible obtener una muestra representativa de este sector, pero sí de dos de los restaurantes más importantes de la localidad. Por lo tanto, en el próximo cuadro a continuación se presenta un resumen de las características generales de estos servicios locales, tomados como fuentes las encuestas aplicadas para los prestadores del servicio de restauración.

Establecimientos

Nombre	Tipo
Calipso	Bar y restaurante
Odisea	Café y resto
Club 25 de mayo	Café, resto y bar.
El patio de Fonchi	Parrilla
Ruta 66	pizzería y sandwichería
Giu Bar	Pizzería
Barigui	Bar y restaurante
La Carpintería Resto	Pizzería
Lo de Melo	Restaurante
La Casona de Pla	Restaurante

Fuente: Elaboración propia

Establecimientos encuestados:

Nombre	Capacidad (en cubiertos)	Precio Promedio Menú (por persona)	Cantidad de Comensales (mensual)	Ocupación media	Antigüedad
Restaurante La Nueva Embajada	120	2800	600	80%	Más de 10 años
La Fusta Resto	55	2500	350	60%	Más de 10 años

Fuente: Elaboración propia. Encuestas realizadas el 29/11/22

Dentro del casco urbano la mayoría de cada uno de los establecimientos se pueden localizar cercanos al centro de la ciudad, solo uno de ellos está ubicado sobre la ruta nacional N°5 llamado la Nueva Embajada ubicada en el km 190 y otro con gran reconocimiento dentro de la Localidad de Pla. El primero ofrece un tenor libre y parrilla, con shows nocturnos los fines de semana que atraen a visitantes de ciudades vecinas y el segundo un menú a la carta con platos tradicionales.

Es clave destacar que todos son emprendimientos atendidos por sus propios dueños oriundos de la localidad, además de ser comercios familiares donde la gran mayoría de los establecimientos ofrecen menú a la carta.

Como establecimientos principales podemos encontramos a La fusta Resto, que tiene platos desde pastas hasta carnes asadas, ambientada con elementos de campo. Por otro lado, una mención especial la merece el restaurante de La Casona de Pla que se encuentra en una esquina en el campo, y como su nombre lo indica, el mismo evoca al campo y a la región pampeana; así también lo demuestra la ambientación: con música tradicional de fondo, espectáculos folclóricos y elementos típicos del trabajo agrícola - ganadero. También otro restaurant a destacar es Barigui que funciona durante el verano porque es al aire libre, con una ambientación bastante rustica, en invierno solo hace delivery. Por último, La Carpintería resto es una pizzería armada donde antes funcionaba una carpintería muy cerca de las vías del tren donde se pueden disfrutar pizzas al estilo italiano.

Demanda local

Boullón (2006) describe los diversos tipos de demanda, con el objeto de conocer en mayor profundidad a los consumidores. Hace una importante distinción entre la demanda real y la potencial. Haciendo referencia a la primera como la suma de bienes y servicios solicitados efectivamente por los turistas en un momento dado, indica la cantidad de turistas que hay en un momento dado en un lugar dado, digamos que es la que visita efectivamente un destino. En cambio, en la segunda siendo la que podría obtenerse desde una plaza de mercado emisor no conquistada, es decir es la representada por los viajeros posibles que aún no han sido captados por el destino.

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

Dentro del análisis del presente trabajo, sobre la demanda turística real la información fue obtenida de fuentes primarias a través de las encuestas direccionadas a los prestadores locales y a las entrevistas con los actores principales. Esto es, que solo se describe aquellas características generales que posea esta demanda, cabe aclarar que se optó por no encuestar ni entrevistar a los turistas que arriben a la ciudad de Alberti ya que como no posee un desarrollo turístico y por esa razón no hay un caudal significativo de turistas, y a la vez no existen datos ni registros al respecto.

El Subdirector de Patrimonio dentro de la entrevista manifestó afirmando que se estaba trabajando en los datos pero que por el momento los mismos no están tabulados. Por otro lado, dentro de los hoteles al no llevar un registro formal se les hizo muy difícil poder brindar mucha información al respecto.

A fines prácticos por lo general, más a modo de dato cualitativo, como menciona el Subdirector de Promoción del Patrimonio es menester aclarar que aquellos individuos que se aproximan a la ciudad de Alberti principalmente se encuentran motivados a visita de familiares y/o amigos, otros pocos motivados por negocios o por un evento en particular, y otro tanto visitan la ciudad motivados principalmente por las obras del

famoso arquitecto Francisco Salamone. En su mayoría son provenientes de la ciudad Autónoma de Buenos Aires y en menor medida posiblemente de las ciudades linderas. Como se puede apreciar a simple vista, estos turistas son turistas de fines de semana.

Analizando la mayoría de los datos recabados es importante hacer foco en que la ciudad de Alberti debe realizar campañas fomentando al turismo dentro de la ciudad y así poder incrementar no solo ese número de excursionistas que llegan en principio los fines de semana sino también a turistas que puedan alojarse en la ciudad.

A modo de aclaración la descripción de la demanda resulto un poco escueta, debido a que no existen registros por la falta de información otorgada por los actores, impidiendo que se pueda realizar un análisis más profundo sobre la misma, siendo una asignatura pendiente para próximos estudios sobre la demanda de dicha ciudad.

Percepción local de cara al turismo.

Es interesante determinar o conocer las percepciones de los habitantes de la ciudad de Alberti, ya que conocer las mismas nos indicaran los posibles lineamientos de una planificación con participación de la comunidad en el desarrollo turístico local. A través de una recopilación de sus opiniones, de los intereses sobre dicha actividad, es donde se analizaron los datos y los resultados de los individuos encuestados.

Por un lado, se diseñaron encuestas para que puedan aplicarse a la comunidad y también se diseñaron entrevistas destinadas tanto a los prestadores de servicios locales como a los referentes del área, donde las mismas indagan a través de sus preguntas las percepciones en materia turística.

Tienen como objeto conocer el pensamiento que poseen los pobladores con respecto a las proyecciones sobre el desarrollo de la actividad turística en Alberti. Es importante mencionar que las personas encuestadas son aquellas que residen en la ciudad.

Para fines prácticos del presente trabajo, se tomó como referencia a pobladores de residencia permanente de la localidad de Alberti y que posean 18 años o más. También para acceder a la muestra encuestada se optó por utilizar como método encuestas personales y no así por otros medios, motivo de esto fue para poder tener una perspectiva más personal de las emociones y de las reacciones de los residentes cuando escuchaban las preguntas.

Las encuestas fueron realizadas entre los meses de octubre y noviembre de 2022. En cuanto a la determinación del tamaño de la muestra y para obtener una representatividad garantizada, se debieron realizar 72 encuestas como mínimo, pero la realización de las mismas fue de 85, concretándose por el mes de noviembre y diciembre del 2022. (Ver Anexo: Tamaño de la Muestra).

Perfil de los encuestados.

En cuanto al perfil de los encuestados sobre la comunidad que participó de las mismas demostró que está conformada por aproximadamente el 30% de personas de sexo masculino; mientras que el 70% restante corresponde al sexo femenino.

Basándonos en la edad, los rangos más destacados corresponden, primero, a las personas entre 30 y 40 años, representando el 31% de la muestra; luego las personas entre 25 y 29 años, con un porcentaje del 22%; seguidos de las personas entre 18 y 24 años, las cuales representan el 16%.

A lo que se refiere al máximo nivel educativo, aproximadamente el 38% de la muestra posee secundario completo; luego se ubican los que poseen terciario completo con el

23%. Seguido de los que tienen una carrera universitaria incompleta, los cuales constituyen el 15%; motivo de esto puede deberse a que un número alto de estudiantes respondió estas encuestas. Pero en contrapartida se encontró un alto porcentaje de nivel universitario completo 21%.

Para concluir, con el perfil de los encuestados y respecto a su ocupación actual, las respuestas obtenidas se agrupan en empleados privados (45%), empleados públicos (12%), otro (10%), comerciantes (10%) y estudiantes (12%). Dentro de la opción otras, se especificaron no solo el de emprendedores sino también como ocupación la de jubilados, oficios particulares, artesanos, entre otros. Generando distintas observaciones sobre el desarrollo de la actividad turística.

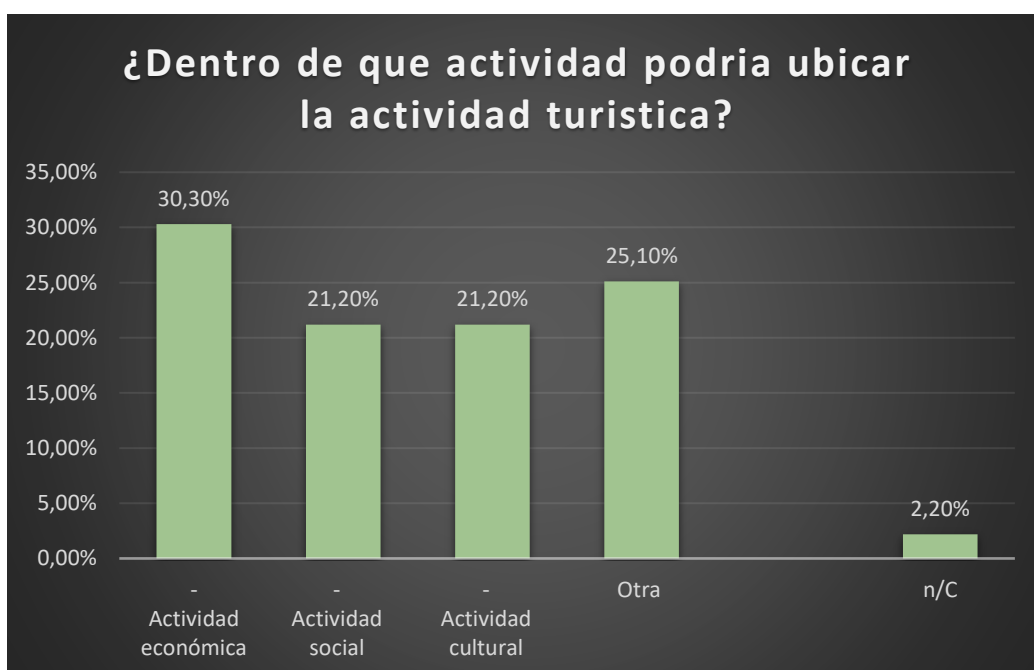
Percepciones de los encuestados respecto al turismo y al desarrollo turístico en Alberti.

Dentro de este análisis a continuación se toma como referencia para el mismo la información obtenida no solo de las encuestas realizadas a la comunidad local sino también a la restauración y a la hotelería; como también las entrevistas realizadas a los actores influyentes de la comunidad en materia turística.

Para comenzar dentro de este análisis, se incluyó la pregunta: ¿Dentro de que actividad podría ubicar la actividad turística?, sobre qué actividad se podría ubicar a la actividad turística en la mente de las personas, se obtuvo que de un total de 85 respuesta, cuando a la persona se le preguntó qué es lo primero que se le viene a la mente cuando se le menciona la actividad turística, el 30,3% eligió actividad económica, seguida de otra con 25,1% (en esa opción surgieron viajes, descanso y placer, entre otras). Luego, se ubica al turismo posicionado como actividad cultural y social, en ambos casos con el 21,2%.

La pregunta brindaba la posibilidad de alguna persona pueda no saber o no querer contestarla sobre lo que se piensa que es el turismo, y solo 2 personas no respondieron.

Percepcion sobre que actividad se lo ubica a la actividad turistica



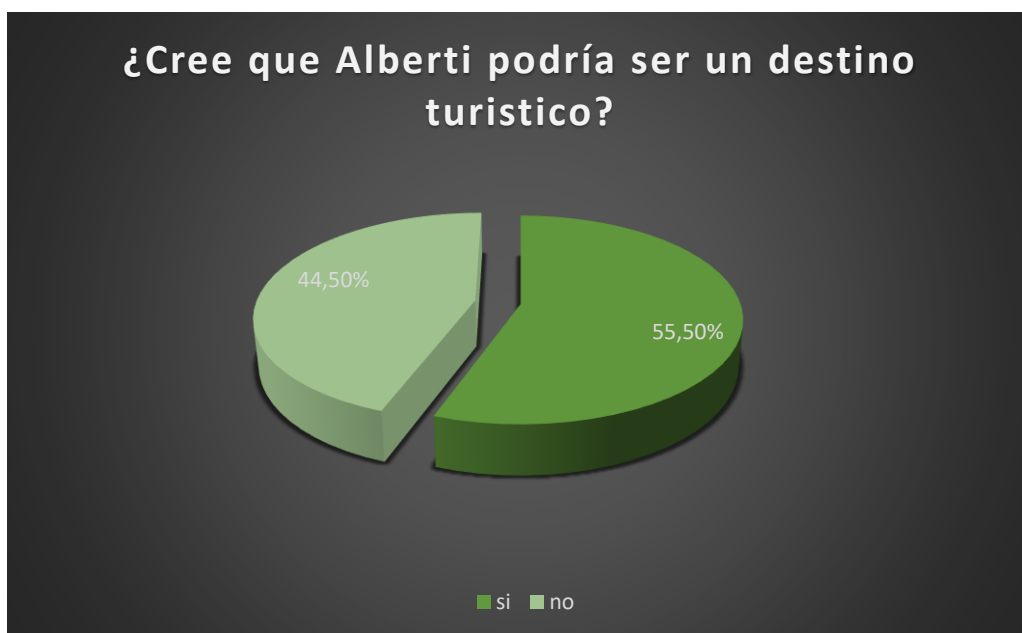
Fuente: Elaboración propia

Con respecto a esto, es importante también mencionar la manera que lo considera la Subdirección de Promoción del Patrimonio. En la entrevista, Hernán Cristóbal como referente indicó que desde la gestión municipal busca desarrollar actividades al aire libre y también desde lo cultural desarrollar más eventos que se llevan a cabo para seguir sumando visitas. A su vez se promulgo sobre la importancia que tiene como objetivo pretender que a través de las redes difundir aquello que tenemos para ofrecer en Alberti tanto a sus vecinos, como a quienes visitan la ciudad. En una de sus respuestas sobre el rol de la comunidad local, lo deja claro: “Sabemos que el turismo es muy importante porque genera muchos ingresos, y los albertinos no son la excepción, hoy es muy común que todos los municipios utilizan esta actividad como un elemento más a la hora de querer mejorarle la vida a los vecinos y a las vecinas de su ciudad. Nos permite que todos tengamos más trabajo por eso todos quieren que vengan más visitantes y estamos tratando de que eso suceda porque saben de la importancia que tiene”.

Por otro lado, la presidenta de la Cámara de Comercio e Industria de Alberti, concluyo que: “siempre estoy buscando la forma de que podamos generar con otras instituciones que se comprometan a realizar actividades que puedan servir para atraer turistas a la ciudad. Hoy más que nunca sabemos que es una actividad nueva para nuestra localidad y necesitamos apuntalarla desde muchos lugares”.

El análisis, continua con la pregunta: ¿Cree que Alberti podría ser un destino turístico? referida sobre la consideración de Alberti como destino turístico de la Provincia de Buenos Aires En cuanto a las respuestas, estuvieron divididas casi de manera uniforme, obteniendo como respuesta positiva un 55,5% y la negativa un 44,5%.

Alberti como posible destino turístico



Fuente: Elaboración propia.

Sobre la justificación de las mismas, algunas de las respuestas más destacadas desde el punto de vista positivo fueron:

¿Alberti puede ser un destino turístico de la Provincia de Buenos Aires por qué?:
Es una ciudad tranquila, ideal para descansar. Considero que existen lugares que bien explotados pueden atraer a turistas.
Por más que exista un circuito cultural creo que si se organizara adecuadamente sería interesante para convocar a más visitantes.
Tiene muchas cosas para ofrecer al turista por ejemplo el parque municipal, pudiendo desarrollar más el camping y actividades al aire libre.
Existen muchas ciudades dentro de la provincia que se revalorizan para atraer a turistas de fin de semana, considero que Alberti podría ser una de ellas.
Porque es una ciudad bella, que posee cosas que tiene valor y solo hay que darlo a conocer para que llame la atención de los turistas.
Es un lugar agradable de la provincia de Buenos Aires no solo para conocer, sino también para conocer la calidez de su gente.

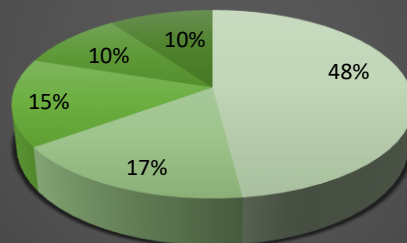
En base a las respuestas negativas, encontramos los siguientes argumentos:

¿Alberti no puede ser un destino turístico de la Provincia de Buenos Aires por qué?:
No creo que nadie venga a conocer Alberti ya que en turismo no hay casi nada.
Las políticas que hay hoy en turismo son muy pobres.
No podrían cubrir la demanda por que la oferta es muy escasa.
No existe un plan claro de lo que se busca. Solo promocionan una cosa.
Existen atractivos, pero no se explota como se debe, no los aprovechan o lo que es peor los abandonan.
No tenemos montañas, playas, paisajes que van a venir a hacer acá.

Al consultar si: ¿tiene interés en el desarrollo en la actividad turística dentro del partido de Alberti?, sobre el interés de la comunidad por el desarrollo turístico de la ciudad, se puede deducir que, aproximadamente, el 65% de la muestra está muy interesado en el desarrollo turístico de Alberti. Pero al mismo tiempo no llama la atención el porcentaje que obtuvo la opción de poco interés debido a que desde el desconocimiento pueden que no se registre la actividad como del mismo modo sobre la indiferencia de dicho desarrollo. Esto puede deberse, a que más de la mitad de la muestra considera que Alberti puede ser un destino turístico y el otro 35% no. Para ello, en esta pregunta las respuestas son variadas.

El interés de la comunidad por el desarrollo turístico de la ciudad

¿Tiene interés en el desarrollo en la actividad turística dentro del partido de Alberti?



■ mucho ■ algo ■ poco ■ le es indiferente ■ nada

Fuente: Elaboración propia

Es importante resaltar del porqué de ese interés dentro de las respuestas, es decir del porque existe ese interés en el desarrollo de la actividad turística de Alberti.

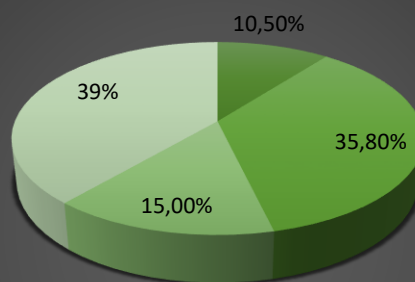
Como resumen a esta pregunta está asociada a que el 65% tiene mucho o algo de interés en el desarrollo de esta actividad, lo que corresponde un poco al 55% de personas que mencionaron que Alberti puede ser un destino turístico, en la pregunta anterior. Por lo tanto, las respuestas vinculadas al interés de participar en el desarrollo turístico se correlacionan no solo con la idea de que sea un destino turístico sino también a la idea de que esta actividad es beneficioso para la ciudad, generando desarrollo económico, social acompañado de un desarrollo local.

Continuando con el disparador del interés a la siguiente pregunta: ¿Cómo le interesaría participar?, hace referencia a la manera que el participante estaría interesado en participar en el turismo; el 35.8% han optado por formar parte de un equipo que tome decisiones, haciendo referencia al estar en las etapas de planificación y de evaluación del turismo en Alberti. Por otro lado, el porcentaje alto que obtuvo la opción de participar en actividades de coordinación o guía de la ciudad, aunque muchos de los encuestados afirman querer participar en la actividad turística local, no poseen mucho conocimiento al respecto o de qué manera se puede participar.

Es importante remarcar sobre el porcentaje de albertinos que desean participar a través de su propio emprendimiento con el 10,5%, por último es mínimo el porcentaje que eligió otra, debido a la falta de capacitaciones algunos no estuvo claro en elegir opciones, pero de las que se pudieron rescatar fue como capacitadores, como empleados de emprendimientos turísticos y como funcionarios públicos de dicha área. También al momento de analizar esta opción la mayoría de las respuestas se relacionan con la falta de interés en participar.

Forma de participación en la actividad turística

¿Como le interesaría participar?



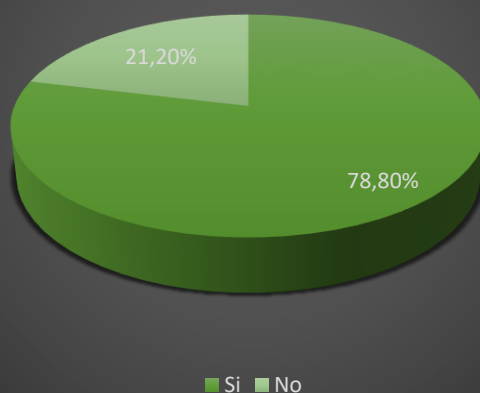
- con emprendimiento propio
- con equipo de trabajo en la toma de decisiones.
- como coordinador o guía por la ciudad.
- Otro.

Fuente: Elaboración propia

En otra pregunta: ¿Recomendaría a Alberti como un destino para viajar?, al momento de responder si recomendaban visitar Alberti, el 78.8% respondió positivamente. En cuanto a la justificación, la mayoría de las respuestas coinciden y están relacionadas por un lado con la pregunta referida a la consideración de la ciudad como destino turístico y también que el porcentaje es alto porque influye el factor emocional, donde hubo personas que no lo ven como destino turístico, pero igualmente lo recomendaría como un destino a conocer. Claro está que el motivo que más se encontró como reiterado y diferenciador es la idea que se tiene del lugar como un destino tranquilo, ideal para descansar, con lugares atrayentes para visitar, con historia para contar, y espacios verdes amplios capaces de atraer muchos visitantes de las grandes ciudades.

Recomendación para visitar Alberti

¿Recomendaría a Alberti como un destino para visitar?



Fuente: Elaboración propia

También se les consultó a los entrevistados: ¿qué cree que necesita la ciudad para alcanzar un desarrollo turístico local?, la opinión que ellos tenían sobre aquellos cambios que necesita Alberti para alcanzar un desarrollo turístico local y sobre este tema identificamos las respuestas más relevantes.

¿Qué cree que necesita la ciudad para alcanzar un desarrollo turístico local?
Que la ciudad esté ordenada, bien señalizada y se promocióne al río salado como parte del desarrollo turístico (pesca, recreación, camping, balneario).
Que existan políticas de mediano y largo plazo, con una buena Planificación, ejecución y promoción.
Que haya alguna oficina de turismo con difusión de actividades y de orientación al turista.
El armado de más circuitos culturales o naturales atrayente, que permitan mostrar los atractivos de la ciudad ya que no existen la belleza del paisaje como lo más fuerte.
Un trabajo conjunto con muchas áreas, como un equipo de trabajo que organice todas las políticas turísticas en una misma dirección.
Fomentar inversiones para la infraestructura y concientizar a la población y a nivel político en cuanto a la política partidaria para que sea una política de estado y así lograr concretizar algún proyecto turístico y mantenerlo en el tiempo.
Creo que sería importante contar con un plan de desarrollo y que se lo de a conocer a la comunidad, también es importante el apoyo de todos los sectores incluso también de las grandes empresas instaladas en la ciudad. Falta capacitaciones al respecto.
Básicamente un proyecto político, con inversión pública y privada sumado a una buena promoción y también con evaluaciones periódicas para que se controle lo que se está haciendo.

A modo de conclusión de lo anterior mencionado, se pueden identificar según las respuestas más relevantes que se ve una necesidad de un modelo o de un plan de desarrollo con una política bien determinada en materia turística por parte de las autoridades que toman las decisiones dentro del municipio.

A su vez; también se plantea en reiteradas oportunidades la escasez de una planificación pensada en el mediano y largo plazo, que se convierta en una política de estado independientemente de la política partidaria.

Por otro lado, no menos importante se destaca la necesidad constantemente de informarle al conjunto de la sociedad cuál es ese plan de desarrollo que permita concientizar a la comunidad sobre los beneficios de la actividad turística y también que se puedan desarrollar capacitaciones al respecto. Y por último se mencionan a la promoción, a más inversión y a la creación de una oficina de turismo como el corazón del desarrollo.

Para concluir con el análisis de las percepciones y opiniones que tiene la comunidad sobre la actividad turística en Alberti, se consultó: ¿Cómo considera que debería ser el rol de la comunidad para el desarrollo de la actividad turística?, sobre el rol que juega la población en todo este proceso. A continuación, se presentará un resumen:

¿Cómo considera que debería ser el rol de la comunidad para el desarrollo de la actividad turística?
Tienen el rol más importante, ya que la gente del lugar influye mucho en la experiencia de esa visita en el modo en que trata al turista. Es fundamental que existan emprendimiento que apunten al turismo.
Es muy importante que la comunidad tenga valores que quiera promover como la calidez, la hospitalidad, la gentileza, los buenos tratos que tiene un destino turístico.
La comunidad en definitiva es la que promueve o no el destino, por eso es tan importante que se esté en sintonía, en todos los aspectos.
Es fundamental porque todos deben contribuir a que la experiencia del turista sea perfecta, y pueda regresar como también recomendarnos.
la comunidad contribuye a la oferta turística, es importante que este activa y bien dispuesta.
Es importante que participe y se la haga participes de todos los proyectos, se la mantenga informada de los planes y que genere negocios turísticos con mano de obra local. Y que el resto de las instituciones también participen de los mismos.
Es fundamental que la comunidad tenga cierto conocimiento de todos los beneficios de la actividad turística se involucre para generar ese crecimiento económico y ese desarrollo del que se habla.
La comunidad local es la anfitriona, por lo cual como dueña de casa debe hacer sentir al turista como en casa, es donde todo comienza porque al poner en valor los recursos por parte de la propia comunidad refuerza las raíces de los propios residentes y el visitante valorara eso.

A modo de cierre es importante destacar que, dentro de las encuestas realizadas a los residentes, encontramos que la mayoría tienen como un conocimiento positivo sobre la actividad. Existe una percepción sobre la actividad turística que pueden contribuir al desarrollo y al crecimiento de la localidad desde lo económico como de lo social. Por otro lado, se destaca que hay una real falta de políticas integrales sobre esta actividad para poder desarrollarla. Por último, se puede percibir que el turismo como actividad pura es considerado como un favorecedor que puede contribuir a la económica, a lo social y cultural de la ciudad generando empleos y valorizando los atractivos permitiendo un fortalecimiento de la identidad de la comunidad local.

También existe un número importante de encuestados que considera que aún Alberti no tiene una estructura preparada para convertirse en un destino turístico, es indudable que existe una conciencia de que faltan herramientas como una política clara, planificación, concientización, capacitación y también elementos que permitan servir de guía como una oficina, cartelería y demás estructura propia como facilitadoras de una experiencia turística.

Queda todavía mucho trayecto por realizar para la construcción de un turismo sólido dentro de la localidad, por lo tanto este tipo de trabajo como seguramente la aparición de otros, sienten las bases de lo que se necesita en principio para iniciar una etapa prospera en materia de turismo para Alberti.

Cabe resaltar que este diagnóstico turístico se justifica porque se hizo un relevamiento de información a través de técnicas científicamente comprobadas como es el caso de las entrevistas y las encuestas. Esto permite una interpretación ajustada a las verdaderas necesidades del entorno y así propiciar las políticas de desarrollo acordes con los recursos disponibles y la capacidad de crecimiento del destino turístico.

Asimismo, se aplicaron las técnicas propias de la estadística descriptiva y el análisis de los datos a través de la escala Likert a fin de profundizar las respuestas de los encuestados a través de varias opciones de respuesta y así poder interpretar la información de forma más integral. Esto le otorga un tipo de validez metodológica y científica al diagnóstico turístico realizado.

CAPÍTULO V
DIAGNÓSTICO EVALUATIVO
Potenciales criterios de acción

A continuación, se tendrá como premisa principal la realización de un diagnóstico evaluativo y también una serie de formulaciones que permitan algunos posibles lineamientos de actuación para el presente trabajo. En este caso de estudio se utilizará como herramienta a emplear la Matriz FODA, por medio de la cual se detalla el contexto actual del sistema turístico. En base a esto, se formulan una cadena de recomendaciones encauzadas a favorecer el crecimiento turístico de Alberti. El análisis de la Matriz FODA es una de las herramientas más utilizada en los últimos años y presenta un análisis cuantitativo que permite sintetizar informaciones relativas a las fortalezas y debilidades internas en el caso específico de la localidad, confrontando estas con las oportunidades y amenazas que ofrece el entorno (Becerra Lois y Toledo Diez; 2010: 34).

Antes de comenzar es necesario una justificación metodológica con antelación a la formulación del escenario, para una mayor comprensión.

Justificación metodológica.

La escala utilizada sobre las estimaciones probabilísticas corresponde de 0% a 100% para fortalezas y debilidades tratándose del grado de presencia, y con respecto a las oportunidades y amenazas corresponde al grado de ocurrencia. A su vez, cada variable se clasificará de acuerdo al grado de importancia.

Para el presente análisis se utilizó una escala de Likert de 5 niveles, es decir el escalonamiento de Likert consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios, ante los cuales se pide la reacción de los participantes. Es decir, se presenta cada afirmación y se solicita al sujeto que externé su reacción eligiendo uno de los cinco puntos o categorías de la escala. A cada punto se le asigna un valor numérico. Así, el participante obtiene una puntuación respecto de la afirmación y al final su puntuación total, sumando las puntuaciones obtenidas en relación con todas las afirmaciones (Sampieri, 2014, p 238).

Es importante aclarar que la metodología utilizada, fue una escala del 1 al 5 siendo 1 poco importante y 5 muy importante para la realización del análisis. También es menester, mencionar que se encuentra lejos de una pretensión objetiva de Alberti como potencial destino turístico, ya que las ponderaciones serán conceptuadas en base a criterios subjetivos por parte del autor del presente trabajo. Sin embargo, se buscó ahondar en varios aspectos y extraer información relevante, que permita derivar en la formulación de objetivos y estrategias para un desarrollo más oportuno a futuro.

Análisis externo: Oportunidades y Amenazas.

Para el análisis externo, las oportunidades y amenazas dentro de la localidad bajo estudio dependerán del entorno turístico. Siendo estas las que no contemplan a los atributos propios sino aquellas circunstancias positivas y negativas que afectan ese entorno.

En cuanto a estas oportunidades se refieren aquellos que son los elementos o acontecimientos que dependen de actores externos a Alberti estableciendo como una alternativa para el desarrollo del turismo local. Pero en las amenazas son todas aquellas circunstancias y fenómenos desfavorables a ese entorno, perturbando el desarrollo turístico. La identificación de ambas permite, por un lado, dar forma al contexto en el que se está y por el otro medir las posibilidades de éxito o fracaso.

Oportunidades

	Factor	Probabilidad	Importancia	Valor
O1	Tendencia de crecimiento de la demanda hacia este tipo de destinos y al agroturismo.	0.8	4	3.2
O2	Crecimiento de la actividad turística dentro de la provincia de Buenos Aires.	1	5	5
O3	Tendencia turística creciente del turismo de fin de semana.	0.8	4	3.2
O4	Nuevos Decretos Nacionales Ley 27399 y el decreto 721/2021 que aumentan la cantidad de feriados declarando algunos de ellos con fines turísticos.	1	4	4
O5	Políticas de apoyo a la actividad turística por y para la provincia	1	4	4
O6	Saturación de destinos turísticos tradicionales.	0.6	3	1.8
O7	El deseo de amplios sectores de población de disfrutar de periodos de descansos en ambientes en contacto con la naturaleza, y en amplios espacios no solo para escapar de la urbanización sino también productos de la pandemia reciente.	0.8	3	2.4
O8	Aumento de disponibilidad de tiempo para el ocio	0.7	3	2.1
	Total			25,7
	Promedio			3,21

Fuente: Elaboración propia

Amenazas

	Factor	Probabilidad	Importancia	Valor
A1	Cercanía a destinos con mayor práctica turística, oferta turística equivalente en provincia.	0.9	4	3.6
A2	Intenso tráfico existente en la ruta nacional N°5.	0.8	3	2.4
	Total			6
	Promedio			3

Fuente: Elaboración propia

Análisis interno: Fortalezas y Debilidades.

Sobre las fortalezas y debilidades se debe pensar en el conjunto de atributos positivas y negativas que presenta Alberti como destino turístico. Las Fortalezas, son todos aquellos factores o cualidades que cuenta el municipio como recursos, capacidades o ventajas del sistema turístico local, en las cuales puede apoyarse para lograr un desarrollo.

En cuanto a las debilidades corresponderán básicamente a carencias que presenta Alberti que impiden o dificultan el desarrollo de la actividad turística. Es decir, las fortalezas y debilidades permiten conocer el estado de la situación turística actual, para potenciar las fortalezas, y contrarrestar esas debilidades. Por lo tanto, las oportunidades permiten hacer crecer un destino o mejorarlo mientras que las debilidades son las limitaciones del entorno que hay que superar como veremos a continuación:

Fortaleza

	Factor	Probabilidad	Importancia	Valor
F1	Oferta de atractivos y calendario de eventos.	0.7	5	3.5
F2	Proximidad a grandes centros emisores, como CABA, permitiendo desarrollar un turismo de fin de semana	0.5	4	2
F3	Predisposición aceptable de la comunidad local para el desarrollo de dicha actividad.	0.7	5	3.5
F4	Existencia de una Sub-Dirección de Promoción del patrimonio orientada a la actividad turística.	0.6	4	2.4
F5	Ciudad pequeña y tranquila. Calidez y hospitalidad de la gente.	0.7	3	3.1
F6	Suficientes servicios gastronómicos.	0.6	4	2.4
F7	Estado de la infraestructura acorde.	0.7	4	2.8
F8	Participación activa de la Dirección de Cultura, y de la Subdirección de Promoción del Patrimonio.	0.6	4	2.4
	Total			22.1
	Promedio			2,76

Fuente: Elaboración propia

Debilidades

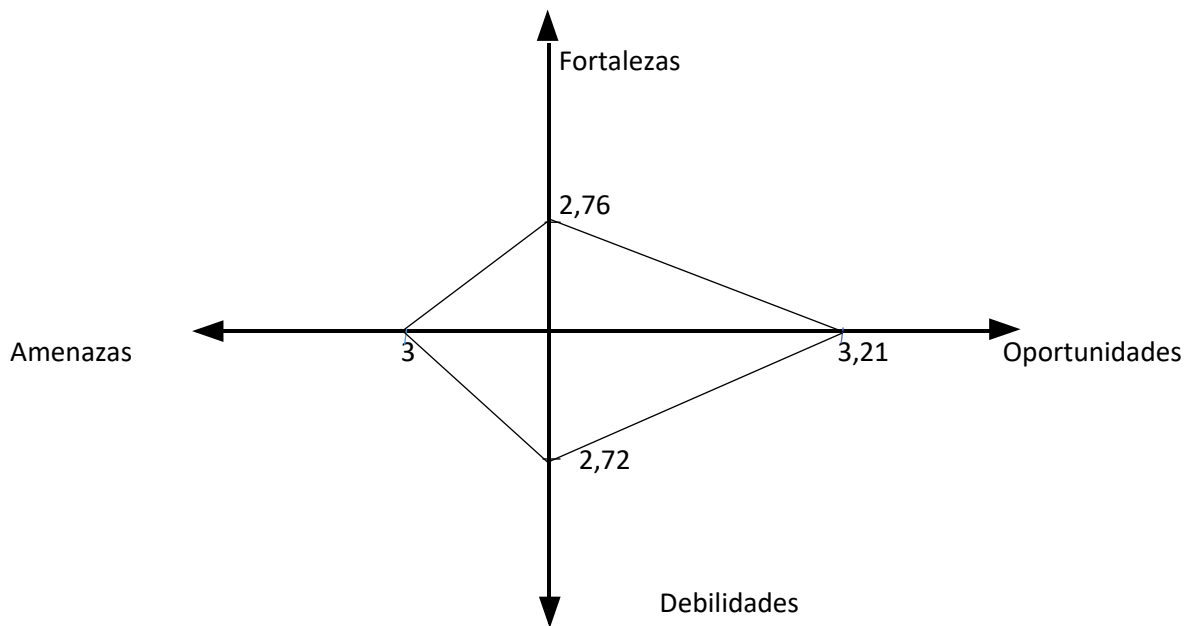
	Factor	Probabilidad	Importancia	Valor
D1	Inexistencia de una planificación y de políticas acordes para el desarrollo turístico local.	0.9	5	4.5
D2	Falta de legislación local que regulen la actividad turística.	0.7	4	2.8

D3	Insuficiente valoración sobre el desarrollo turístico local, como de los atractivos.	0.7	4	2.8
D4	Pendiente la reactivación de obras en el teatro Roma y de la del parque municipal.	0.8	5	4
D5	Falta de señalización turística y de una oficina de información turística en la localidad.	0.6	4	2.4
D6	Insuficientes de servicios hoteleros.	0.5	4	2
D7	Falta de profesionales capacitados en turismo, para la planificación y coordinación de actividades.	0.6	3	1.8
D8	Deficiencia por parte de la Subdirección de Promoción de Patrimonio, sumado a la hotelería para elaborar registros o estudios sobre la llegada de visitantes.	0.6	4	2.4
D9	Poco trabajo conjunto entre el sector público y diversas instituciones locales.	0.6	3	1.8
	Total			24.5
	Promedio			2.72

Fuente: Elaboración propia

Para continuar, se presenta la valoración del análisis FODA en forma de un gráfico de resultados obtenidos:

Mapa de resultados

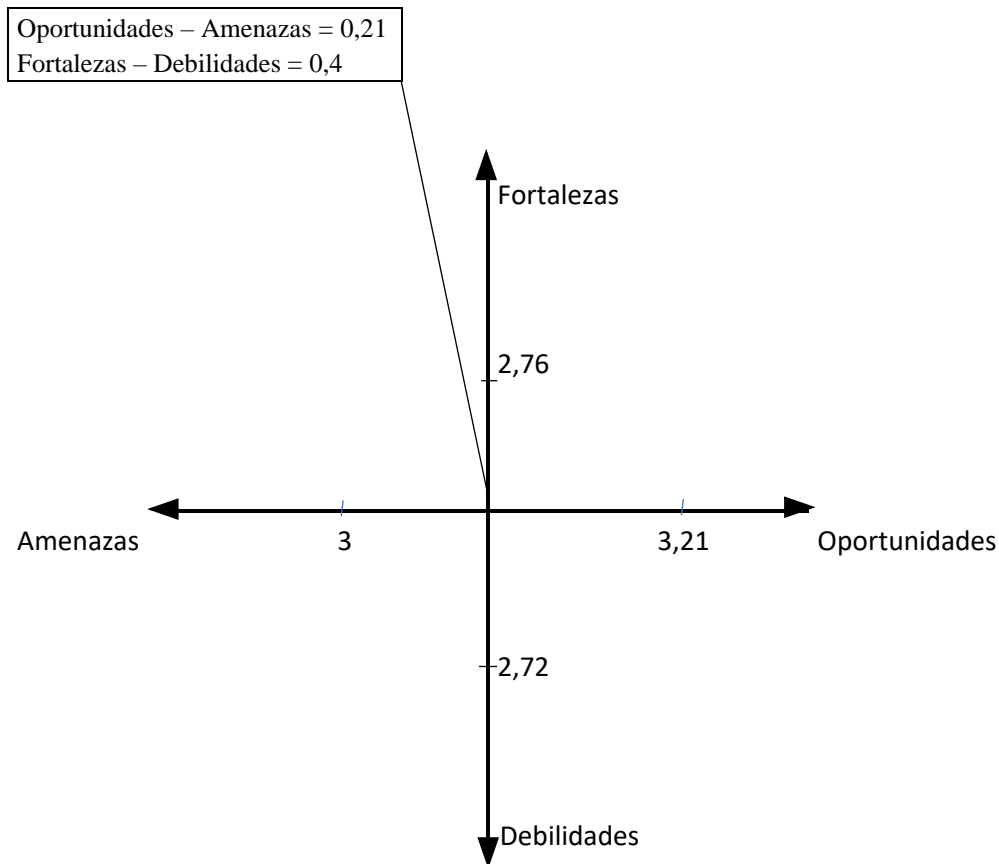


Fuente: Elaboración propia.

De lo anterior se desprende, sobre el análisis externo dentro del contexto que se encuentra la localidad de Alberti, es posible afirmar que existen oportunidades, pero también una serie de debilidades que pueden ser corregidas si se quiere alcanzar un nivel de desarrollo óptimo de la actividad. Basado en esto las oportunidades permiten compensar los puntos más débiles, como también en cuanto al análisis interno definir propuestas le permitirá potenciar las fortalezas de cual puede tener más control.

A continuación, se presenta el siguiente “Mapa de Posicionamiento Estratégico”, en base al análisis realizado identificaremos la posición en que se encuentra la localidad, que nos permite realizar una aproximación a los lineamientos de actuación más beneficiosos.

Mapa de posicionamiento estratégico



Fuente: Elaboración propia.

Analizando el cuadro anterior, se arriba a la conclusión de que Alberti se encuentra posicionado en un escenario propicio, donde las debilidades no superan a las fortalezas. Si bien resulta atrayente mencionar y destacar que las fortalezas que presenta son de gran importancia; se debe trabajar en ellas para potenciarlas, y centrarse en las debilidades como puntos negativos a corregir.

Para el ambiente externo, las oportunidades superan ampliamente a las amenazas; pero de todas maneras es importantes considerarlas a la hora de definir los lineamientos. Alberti conserva potencial turístico, sin embargo por el momento no cuenta con un desarrollo significativo de la actividad, donde la planificación respecto a la misma brilla por su ausencia. Es indispensable incrementar los elementos positivos y al mismo tiempo contrarrestar las debilidades y amenazas para mantener un desarrollo sostenido en el tiempo de la actividad.

Sobre estos resultados obtenidos, es que se plantean una serie de lineamientos de actuación, tratándose de recomendaciones; que puedan contribuir al diseño de una estrategia de desarrollo turístico local orientada en beneficio del recurso turístico, que oriente la implementación de las políticas públicas acordes a motivar todo el potencial de la actividad turística.

Probables Lineamientos de trabajo

A continuación, se presentarán ciertos planteamientos, en pos del desarrollo del turismo en la localidad, definiendo ciertos proyectos y acciones a efectuar; es fundamental remarcar que la implementación de las mismas podría no funcionar a ciencia cierta, debido a que estas recomendaciones implican una aceptación y un involucramiento de toda la sociedad en su conjunto.

Recomendaciones

Planificación en materia turística

Como menciona el diccionario de la real academia española la planificación es un “plan general, metódicamente organizado y frecuentemente de gran amplitud, para obtener un objetivo determinado, tal como el desarrollo armónico de una ciudad, el desarrollo económico, la investigación científica, el funcionamiento de una industria, etc” (Diccionario real academia española, 10/12/22). Es decir, una planificación turística, es realizar una planificación participativa que contemple el desarrollo de un turismo sustentable dentro de una localidad, organizando no solo el uso de los recursos; sino también satisfacer las necesidades individuales y sociales y dando soluciones a problemas identificados con anticipación, donde se piense el turismo en el corto, mediano y largo plazo.

Participación y concientización orientada sostener la actividad

Estas herramientas son fundamentales para adquirir distintas formas, como ciertas audiencias públicas, donde se evacuen las consultas de los residentes sobre la actividad turística, buscando un desarrollo conjunto y participativo, también la distribución de material informativo, destinado a concientizar sobre el potencial destino turístico y en particular, que actividades se pueden realizar y como participar; Conferencias que permitan informar sobre los diferentes programas, circuitos y futuros planes de acción. Es decir, diseñar y poner en práctica distintas herramientas de participación y concientización, donde constituya a mostrar una nueva actividad en la ciudad que permita ser consensuada por la mayoría de los actores intervinientes y resulte sostenible en todas sus formas.

Capacitación

Si bien dentro de la localidad de Alberti el turismo es una actividad incipiente y prácticamente nueva, ya no resulta tan desconocidas por todos los actores locales, es por eso que, a través de las capacitaciones con la participación de la comunidad, es fundamental para el desarrollo de esta actividad. La misma debe ser entendida como un espacio de construcción del diálogo basado en las bondades, en la atención a los clientes, en los perjuicios de las malas prácticas, entre otras cosas. Es decir, haciendo una identificación de las necesidades reales de una capacitación que permita sanear dudas y satisfacer cualquier incertidumbre o necesidad. A partir de esta circunstancia, es un punto importante para considerar una capacitación general donde los actores involucrados puedan necesitar de las mismas y se puedan desarrollar eventos donde se incluya no solo a los involucrados sino al público en general.

Promoción

Es clave que exista una buena inversión en promoción si se pretende aspirar al desarrollo del turismo. Es de suma importancia que, desde la Secretaría de Cultura y de la Subdirección de Promoción del Patrimonio, deban tener una visión más integral que solo las publicaciones en redes sociales, debe existir una participación más activa en ferias específicas de turismo dentro de la provincia y a nivel nacional. Se deben actualizar permanentemente las páginas web institucionales como las plataformas de

las redes sociales. También una oficina propia de esta actividad que trabaje conjuntamente con un equipo de marketing para diseñar las campañas publicitarias. Si bien se utiliza menos nunca está de más tener algunos folletos de la ciudad con información precisa y grafica de lo que el turista necesita para visitarla. Lo que no se comunica no se conoce, y en ese sentido una definición concreta del perfil del visitante permitirá definir con exactitud el o los productos turísticos para garantizar la sustentabilidad de los mismos.

Cooperación conjunta entre el sector público y el sector privado

No existe una única forma de cooperación entre estos sectores, si es de destacar que el trabajo conjunto permite garantizar la competitividad del destino; permite pensar el desarrollo de la actividad con proyectos sustentable y sostenibles en el tiempo. El trabajo conjunto debe darse en forma frecuente con dialogo permanente entre la Subdirección de Promoción del Patrimonio y la cámara de comercio e industria de la ciudad de Alberti, participando de reuniones periódicas para pensar al desarrollo turismo con una participación activa de los socios y de los actores más preponderantes del municipio. La existencia de proyectos son un hecho, pero la articulación entre ambos sectores permite pensar a la actividad con una mayor participación del conjunto; esta recomendación es interesante para trazar un camino de trabajo y cooperación de los distintos sectores entre sí, como en la conformación de una oficina de información turística y de la mejora de la señalética para dar a conocer los atractivos y las principales áreas de servicios, también en promoción o en la mejora de los atractivos. Es importante destacar que en la gestión del turismo es fundamental una asociación y trabajo conjunto entre estos sectores para desarrollarlo de manera sostenible.

El sector público con visión de desarrollo turístico

El sector público a través de sus funciones tiene como función esencial contar con una política turística a nivel local bien determinada, orientado a la planificación hacia una actividad con un proyecto de turismo sostenido en el tiempo. Dicha recomendación se hace presente debido a que no existe una política turística integral, marcada como una debilidad por parte de la localidad y carece de funciones claras que le permitan gestionar de una manera armónica la actividad. Es decir, algunas funciones podrían ser ofrecer y garantizar un entorno favorable para el desarrollo de la misma como la infraestructura adecuada, ofrecer un marco regulatorio y normativo que regule la actividad, realizar investigaciones de mercado para satisfacer mejor las necesidades de los visitantes y para potenciar los atractivos, realizar relevamientos estadísticos que permitan conocer mejor la demanda y favorecer los emprendimientos turísticos

Para concluir, estos lineamientos de acción pueden ser el comienzo de actividades que permitan desarrollar la actividad turística a nivel local y promocionarla a nivel provincial y nacional, es la búsqueda de que los recursos que posee la localidad se adapten perfectamente a las necesidades del publico objetivos que eligen estas opciones de destinos. Siendo una alternativa al turismo tradicional, para que contribuya a la economía en su conjunto sin convertirse en un destino de turismo masivo y pueda desarrollarse de manera sostenida.

CAPITULO VI
CONSIDERACIONES FINALES

Conclusiones

Luego de revisar la bibliografía referida sobre el desarrollo sustentable, como menciona Guimarães (2002) “la búsqueda del entendimiento en estas cuestiones, resulta vital para enfocarse en un desarrollo sustentable; entendiendo a la sustentabilidad no solamente por sus dimensiones económicas sino también por las sociales, culturales, ambientales y políticas”. (p.59). Es clave que exista dentro del turismo un equilibrio entre estos elementos además de incluir lo económico; también un diagnóstico que describa la situación que tenga como fin una planificación estratégica, lo que permitirá determinar políticas acordadas y medibles en el tiempo en pos de la comunidad. En este caso particular sobre la localidad por el momento no existen ni un diagnóstico, ni políticas acordadas debido a la actividad naciente que se pretende desenvolver, por lo tanto en lo que respecta al turismo y la amalgama de estos conceptos se mantiene por el momento sin alteraciones.

Por otro lado, sobre el desarrollo local cabe destacar a Bitar (2001) que aborda esta cuestión como un producto no solo de las condiciones propias del territorio sino también de sus propios actores, de las organizaciones que se desempeñan en ella y de un gobierno local, que comprenden sus problemáticas para dar soluciones y resolverlos. Es decir, ellos mismos definen su participación activa para el desarrollo.

Es fundamental que deba ser contemplado como una estrategia insustituible de construcción conjunta de los diferentes sectores de la sociedad con una visión estratégica para potenciar los recursos de manera sustentable y descentralizada. En Alberti se están tratando de desarrollar paulatinamente con diferentes articulaciones entre el sector público y privado una serie de políticas que por el momento no permiten que se desarrolle con claridad. Si bien el esfuerzo existe no está teniendo el peso específico que se requiere ya que una planificación para toda la actividad en su conjunto en el corto, mediano y largo plazo brilla por su ausencia.

También es importante mencionar, la participación de la comunidad en el desarrollo del turismo ya que, al conocerse una serie de condiciones de la actualidad de Alberti a la hora de planear la apertura de un desarrollo turístico sustentable, se debería incluir la participación de la comunidad. Como menciona Rossi, et al. (2018) se debe ir adquiriendo mayores niveles de intensidad, en la participación ciudadana sobre todo en los procesos de desarrollo local, estableciendo tanto prioridades como objetivos, para la definición de proyectos con el control del estado.

En esta localidad se da la particularidad de que existe intención de una participación más activa de la comunidad, lo que resulta muy importante para poder incluirlos en una nueva actividad económica y que persista con el tiempo de manera sostenible.

Dicho esto, en el presente estudio se revela que Alberti y su área adyacente presenta una serie de peculiaridades tanto ambientales, como sociales y culturales que le confieren obtener cierta potencialidad turística. A través, de la observación de los recursos turísticos locales surge que esta ciudad exhibe una interesante oferta de recursos, principalmente de índole cultural. A ello, se le debe sumar, aunque no sea numeroso el calendario de eventos y festividades para que la oferta sea más diversa y atractiva.

De esta manera, como debilidad no puede dejar de mencionarse el único recurso natural por el momento reconocido por sus ciudadanos: el parque municipal Gral. San Martín, la cual en estos momentos se encuentra a la espera de mejoras en su infraestructura. Su reactivación y el inicio de las obras pertinentes resultarían de gran importancia tanto para la comunidad local como para el potencial desarrollo turístico. Por otro lado, otro recurso que no fue mencionado durante la investigación con mucho potencial para el desarrollo de la actividad turística fue el Río Salado, debido a su cercanía a la ciudad de

no menos de 4 km que no posee infraestructura ni siquiera como pesca deportiva. Lo que genera a los residentes, por el momento, a no mencionarlo dentro de los recursos más importantes.

Dentro de la observación para la demanda local no se obtuvieron datos precisos. La única información se adquirió a través de las encuestas destinadas a los oferentes de los servicios de alojamiento y de la gastronomía, conjuntamente con las entrevistas elaboradas a los actores claves de la ciudad. Desde el punto de vista cualitativos, las personas que llegan a Alberti principalmente lo hacen motivados por visitar a familiares y/o amigos, por motivos de negocios o tal vez por algún evento en particular. Estos son turistas de fines de semana, la mayoría provenientes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, aunque también han llegado algunos provenientes de ciudades vecinas.

Para el caso de la demanda potencial, la ciudad debe poner foco en considerar la actividad turística e incrementar con esto el número de turistas que llegan. Con respecto a la infraestructura, se encuentra acorde y en buen estado para alcanzar a cubrir los servicios de manera correcta. Como una debilidad que se presenta, es la poca señalética e información turística y la falta de una oficina de turismo en la ciudad, como ítems a considerar para mejorar la experiencia del visitante.

En cuanto a la oferta local de servicios de alojamiento y gastronomía resulta ser suficiente por el momento, pero si se piensa en desarrollar más esta actividad se deberá considerar como una debilidad a futuro. En hotelería, la capacidad comunal es de 51 plazas. Sobre la categoría de los mismos, no se sigue ningún parámetro específico. En cuanto a la oferta de restauración es bastante variada, abarcando parrillas, restaurantes, sandwicherías y pizzerías. Se identifican en su totalidad como empresas familiares, donde claramente existe una informalidad como parte del servicio. Así mismo, se ha manifestado la necesidad de llevar a cabo una concientización destinada a brindar no solo un servicio acorde al cliente, sino también de lo conveniente que puede resultar para estos el turismo en la localidad.

Con respecto a los destinos competidores se puede afirmar que en su mayoría tienen diversos atractivos naturales y culturales, ideales para ofrecer actividades turísticas. Es decir, en su conjunto son similares en cuanto a la oferta de atractivos que presentan. Siendo la ciudad de Bragado la que presenta un desarrollo más avanzado con respecto a las otros, pero todas las ciudades mencionadas en general, se encuentran en una etapa donde la actividad turística está dando sus primeros frutos y en otros casos ya se encuentra en estado más avanzado. Hoy es muy común que, dentro de la provincia de Buenos Aires, las tendencias mostraran al mercado turístico en su desarrollo, como una actividad beneficiosa para muchas localidades con un turismo alternativo.

Es importante pensar en la creación de proyectos innovadores de desarrollo turístico, sumado a la utilización de la creatividad del marketing para su comercialización, permitirán aumentar de alguna forma la oferta turística para este tipo de destinos alternativos, que permitan disfrutar no solo durante los fines de semana sino también en la semana. Esto último, es lo que Alberti debe plantearse como objetivo como destino turístico, y para ello debe formar un equipo de trabajo interdisciplinario con un proyecto de desarrollo turístico generado a nivel local y que resulte una alternativa a la oferta turística tradicional. Es necesario considerar las percepciones, intereses y opiniones de la comunidad local frente a esta nueva actividad y llevar a cabo un análisis de las mismas que resultaría de primordial importancia para iniciar una planificación participativa del desarrollo turístico local.

En resumen, de las encuestas realizadas se puede deducir que la mayoría de los residentes de Alberti, posee una percepción positiva sobre la actividad turística. Observan al turismo como una nueva actividad que puede contribuir al desarrollo de la localidad, como algo beneficioso que puede aportar al progreso de la económica, a lo

social y a lo cultural; no solo aumentando el empleo y valorizando los atractivos locales, sino también siendo más receptivos a la visita de personas para compartir su cotidianidad. Aunque, hay que tener presente que un número importante de encuestados considera que Alberti no se encuentra competente para ser un destino turístico, son conscientes de la ausencia de una planificación integral adecuada pensada en el corto, mediano y largo plazo; como también se remarca la falta de capacitación y sensibilización respecto a dicho desarrollo.

Algunos de los residentes sostienen que la ciudad de Alberti, se presenta como una localidad lejos del estrés de las grandes ciudades, donde reina la seguridad y la tranquilidad, con una población amena, hospitalaria y excelente anfitriona que permite un descanso casi perfecto y descontracturado con un perfil ideal no solo para descansar del agobio cotidiano sino también desconectarse y conocer la vida rural. Alberti se describe así sola como un lugar no solo para pasar unos días sino para vivir con la cordialidad y calidez permanente de su gente, disfrutando el aire puro y de los espacios amplios. Hacen de este lugar casi natural un cobijo para sus visitantes, donde es definido por sus residentes como un lugar que te conecta con lo simple.

Al analizar los aspectos anteriores, se procedió a realizar un diagnóstico evaluativo a través de un análisis FODA, identificando las fortalezas, debilidad, oportunidad y amenazas de la localidad, cuyo objetivo principal era conocer la situación actual de Alberti como un posible destino turístico y de acuerdo a los resultados obtenidos poder desarrollar un conjunto de posibles lineamientos o recomendaciones de actuación orientados a colaborar en el desarrollo turístico local.

Por lo tanto, una vez llevada a cabo toda la recopilación y el análisis de la información sobre la localidad en cuestión y habiendo realizado el diagnóstico correspondiente para poder trabajar sobre el potencial turístico del mismo, se arriba a la conclusión que el territorio estudiado en el presente trabajo de investigación, no solo posee potencial en materia turística, sino que la existencia de las nuevas tendencias de turismo generadas pos pandemia favorecerán a esta nueva actividad en el partido y en la ciudad de Alberti.

Por último, es menester aclarar que esta localidad se encuentra en una etapa de iniciación incipiente y como tal la planificación es inexistente por el momento. De tal manera conociendo el panorama actual y a través de estas recomendaciones, no solo se pretende forjar los primeros pasos que pueden ser el inicio de una construcción conjunta del desarrollo turístico de Alberti, sino también sentar las bases para investigaciones futuras, que ayuden y contribuyan a poder crear una planificación real que tienda a abrir nuevos caminos hacia un potencial turístico.

Consideramos que Alberti, requiere de un proyecto mancomunado, que realce los aspectos que esta tiene, sin embargo y sin lugar a dudas, todo dependerá de aunar esfuerzos para que el municipio tenga presente esta necesidad y hacer de ella una posible apertura turística hacia el país y la región.

BIBLIOGRAFIA

Bibliografía consultada

- Álvarez, A., Palazzo R. (2010) Revista del Centenario de Alberti. Dirección de Cultura y Alberti, Municipalidad de Alberti. Disponible en <https://alberti.gov.ar/>
- Becerras, A y Toledo, M. (2010). El ordenamiento territorial del turismo; Procedimiento metodológico. Revista TuryDes - Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo local-. 3, (8). Documento electrónico: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8553973>
- Blaxter, I.; Hughes, C. y Tight, M. (2005). Cómo se hace una investigación. Barcelona: Gedisa.
- Bryson, J. (2017). Strategic Planning for Public and Nonprofit Organizations: A Guide to Strengthening and Sustaining Organizational Achievement. John Wiley & Sons, Hoboken
- Boullón, R. (2006) Planificación del espacio turístico.. Documento electrónico: <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/02/Planificaci%C3%B3n-del-espacio-tur%C3%ADstico-de-Roberto-C.-Boullon-PDF.pdf>
- Butler, RW. (2017). Tourism and resilience. Wallingford: CABI.
- Casado, A y Reinhard S. (2014). Integrated strategies on sustainable development, climate change mitigation and adaptation in Western Europe: communication rather than coordination. Journal of Public Policy, 34, p. 437-473 doi:10.1017/S0143814X13000287
- Castro, D. (2011). Turismo instrumento o panacea de desarrollo municipal en Colombia. Revista TuryDes - Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo local. 4, (9). Documento electrónico: <http://www.eumed.net/rev/turydes/09/dacm.htm>
- Cooper, C. & Schindler, P. (2008). Business Research Methods. Boston: McGraw-Hill.
- Dieterich, Heinz (2013). Nueva guía para la investigación científica. México: Editorial Orfila
Documento en línea :<http://www.simplypsychology.org/Likert-scale.html/pdf>
- Flores, C. (2008). Desarrollo local y turismo. Instituto de Investigación y servicios de consultoría. PDF. Documento electrónico: <http://biblioteca.municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/desarrollolocal.pdf>
- García de Ceretto, J y Giacobbe, M. (2022). Nuevos desafíos en investigación: teoría, métodos e instrumentos. Rosario: Homosapiens.
- Gallopín, G. (2003). Sostenibilidad y desarrollo sostenible: un enfoque sistémico; Serie Medio ambiente y desarrollo; N° 64; CEPAL; Santiago de Chile; pp 1-44.
- Giudice, D. y Souza, R (2010). “A importancia da atividade turística no desenvolvimento local: O caso da Chapada Diamantina – Bahia”. Revista TuryDes - Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo local. 3, (7). Documento electrónico: <http://www.eumed.net/rev/turydes/07/sgms.htm>
- Griffins, L.W. (2006). Strategic planning: concept and cases. Strategic Management Journal, 16(2), 71-83.
- Guimaraes, R. (2002). La ética de la sustentabilidad y la formulación de políticas de desarrollo. Ecología Política Naturaleza, Sociedad y Utopía. Documento electrónico: <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20100930022301/4guimaraes.pdf>
- Guevara, M, Téllez, M y Flores, L. (2014). Aprovechamiento sustentable de los recursos naturales desde la visión de las comunidades indígenas: Sierra Norte del Estado de Puebla Sustainable use of natural resources from the perspective of indigenous communities: Sierra Norte of Puebla. Revista electrónica Nova Scientia. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/317439503_Sustainable_use_of_natural_resources_from_the_perspective_of_indigenous_communities_Sierra_Norte_of_Puebla
- Hall, C. (2013). Framing behavioural approaches to understanding and governing sustainable tourism consumption: beyond neoliberalism, “nudging” and “green growth. Sustainable Tourism. 21(7):1091–1109.

- Hoover, E. (2010). Local food production and community illness narratives: responses to environmental contamination in the Mohawk community of Akwesasne. PhD Dissertation: Anthropology Department. Providence: Brown University
<https://docplayer.es/144853-Guia-para-la-elaboracion-del-plan-de-desarrollo-turistico-de-un-territorio.html>
- Jafari, F. (2005). El Turismo como disciplina científica. *Revista Política y Sociedad*. Vol. 42, Núm. 1.
- Lai, I. K. W., & Hitchcock, M. (2015). Importance-performance analysis in tourism: A framework for researchers. *Tourism Management*, 48, 242–267.
- Leontiades, M. & Tezel, A. (2006). Planning Perceptions and Planning Results. *Strategic Management Journal*, 1 (1), 65-75.
- Manoj Kumar (2013). The relation Ship between strategic planning and company performance.
- McLeod, S. (2014). Likert Scale. Simplypsychology.org.
- Murillo, M (2008). Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio. (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) Costa Rica y Programa de Desarrollo Agroindustrial Rural (PRODAR)). Documento electrónico:
- Navarro, D. (2015) Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de Turismo*, 2, (35), 335-357 Documento electrónico: <https://www.redalyc.org/pdf/398/39838701014.pdf>
- Nowacki, M, Kowalczyk-Anioł, J, Królikowska, K y Awedyk, (2018). Strategic planning for sustainable tourism development in Poland, *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, DOI: 10.1080/13504509.2018.1432513
- Organización Mundial del Turismo (2022). Glosario de términos de turismo. Documento: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Organización Mundial del Turismo. (2013). Definiciones relativas a las estadísticas del turismo. Madrid, España: OMT
- Rossi E, Charne U, Comparato G. (2018). Turismo y ambiente Repensar la actividad turística desde la sustentabilidad. Universidad Nacional de la Plata. Documento electrónico: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/70987>
- Ruiz, J. (2012). Metodología de la investigación cualitativa. Quinta edición. Documento electrónico: https://books.google.com.ar/books?id=WdaAt6ogAykC&pg=PA1&source=kp_read_button&hl=es-419&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Sampieri, R (2002) Metodología de la Investigación. México. INTERAMERICANA EDITORES, S.A
- Sancho, J; Hernández, F; Carbonell, J.; Tort, A; Sánchez y Simó, N. (1998). Aprendiendo de las innovaciones en los centros. Barcelona: Octaedro.
- Schweitzer, P. (2008). Turismo y desarrollo local. Tesina Diploma Superior en Desarrollo Local y Economía Social. Documento electrónico:<http://politicaspUBLICAS.flacso.org.ar/files/monografias/turismoydesarrollo.pdf>
- Sharpley, R. (2009). *Tourism development and the environment: beyond sustainability* London: Earthscan.
- Toyos, M y Massafra, M. (2014). *Cómo escribir una tesis en turismo*. Buenos Aires: Ediciones turísticas.
- Troncoso, C. (2008). Turismo, desarrollo y participación local. La experiencia de la Quebrada de Humahuaca, Jujuy, Argentina. *Revista Aportes y transferencias*. 12, (2), 110- 130.
- Troncoso, C. (2008). Turismo, desarrollo y participación local. La experiencia de la Quebrada de Humahuaca, Jujuy, Argentina. *Revista Aportes y transferencias*. 12, (2), 110- 130.
- Toselli, c. (2015). El planeamiento estratégico aplicado al desarrollo del turismo. Algunas reflexiones sobre los planes turístico provinciales de Argentina, *Turismo y Sociedad*, xvii, pp. 63-89. DOI: <http://dx.doi.org/10.18601/01207555.n17.04>
- Velásquez, L. (2007). Modelo de gestión del desarrollo sostenible de las regiones afectadas por el desarrollo hidroeléctrico de la Cuenca del río Caroní: Parte II. Universidad, Ciencia y

Tecnología, 11(45), 193-199. Recuperado en 09 de agosto de 2023, de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-48212007000400006&lng=es&tlng=es.

Wallingre, N y Toyos, M. (2010) Diccionario de turismo, hotelería y transportes - 2a ed. - Buenos Aires: Universidad del Salvador, p 27.

Fuentes de internet consultadas

- Argentina Gobierno, obtenido el 12/10/22
<https://www.argentina.gob.ar/cultura/monumentos/portal-parque-gral-san-martin-alberti>
- Argentina turismo, obtenido de internet el 23/09/22:
<https://www.argentinaturismo.com.ar/chivilcoy/turismo.php>
 - Buenos Aires turismo, obtenido el 24/09/22:
<http://www.buenosairesturismo.com.ar/veinticincoemayo/sitios-visitar.htm>
 - Centro Médico Alberti, obtenido el 14/10/22. <http://www.centromedicoalberti.com.ar/>
 - Diccionario de la Real Academia Española, obtenido el 10/12/22
<https://dle.rae.es/planificaci%C3%B3n>
 - Empresa Santorini viajes, obtenido el 13/12/22 <https://www.santoriniturismo.com/>
 - Empresa 421900 (Airbus S.A) Servicio de transporte en bragado, obtenido el 13/10/22
<https://airbussa.negocio.site/>
 - Mapa poblacionales, obtenido de internet el 15/11/22:
<https://mapa.poblaciones.org/map/3701/#/@-35.033425,-60.279089,14z&r15053/l=12201!v2!a3!w0,0,0,0>
 - Municipalidad de Alberti, Obtenido de Internet el 14/08/2022: <https://alberti.gov.ar/>
 - Municipalidad de Alberti, obtenido el 13/10/22 <https://alberti.gov.ar/fiestas-populares>
 - Municipalidad de Bragado, obtenido de internet el 23/09/22:
<https://www.bragado.gov.ar/turismo-rural/>
 - Municipalidad de Suipacha, obtenido el 24/09/22: www.suipacha.gov.ar/turismo
 - Museo Lozza, obtenido el 12/10/22: <http://museolozza.com.ar/>
 - Revista del Centenario de Alberti. Dirección de Cultura y Alberti, Municipalidad de Alberti. Disponible en <https://alberti.gov.ar/> (12/10/22)
 - Revista Electrónica Nova S ciencia, nº 14 vol. 7 (2), 2015. ISSN 2007 - 07 05. págs.: 511 – 537 – 526
https://www.researchgate.net/publication/317439503_Sustainable_use_of_natural_resources_from_the_perspective_of_indigenous_communities_Sierra_Norte_of_Puebla
 - <http://ottonello.blogspot.com/2006/04/el-molino-museo-y-archivo-de-la.html>
 - Mapas Escolares | Instituto Geográfico Nacional (ign.gob.ar)
<https://www.conocelaprovincia.com.ar/villa-ortiz-coronel-mom/>
 - <https://www.conocelaprovincia.com.ar/estacion-achupallas/>
 - https://regional.diariotiempodigital.com/sociedad/ciudad/77956_el-tren-de-pasajeros-vuelve-a-parar-en-alberti
 - <https://www.conocelaprovincia.com.ar/alberti-buenos-aires/>
 - <https://www.cuartopolitico.com/nota/2022-10-3-18-37-0-el-gobierno-nacional-incluyo-a-alberti-en-el-programa-de-restauracion-de-obras-de-francisco-salamone>

ANEXOS

Tamaño de la muestra

La determinación del tamaño de la muestra para las encuestas destinadas a los pobladores del partido de Alberti tomando como base un muestreo aleatorio simple y conociendo la cantidad total de habitantes mayores de 18 años, la utilización para el cálculo es la siguiente fórmula:

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

Donde,

n = Tamaño de la muestra buscado

Z = parámetro estadístico que depende del nivel de confianza = 95% = 1.96 (para una distribución normal para el 95% de confiabilidad y 5% error)

p = probabilidad de éxito que ocurra el evento deseado = 0.95

q = probabilidad de que no ocurra = 1 – p = 1 – 0.95 = 0.05

N = tamaño de la población o Universo = Población del partido de Alberti mayor a 18 años = 7910³

e = Error de Estimación máximo aceptado = 5% = 0.05

Entonces,

$$n = \frac{(1.96)^2 0.95 \cdot (1 - 0.95) \cdot 7910}{7910 (0.05)^2 + (1.96)^2 0.95 \cdot (1 - 0.95)} = 72,17 = 72$$

³ Datos tomados de <https://www.indec.gov.ar/indec/web/Nivel4-CensoProvincia-3-6-06-021-2010>

Entrevistas

Entrevista N°1:

Director de Patrimonio. Nombre del entrevistado: Hernán Cristóbal (otorgo el consentimiento de manera verbal)

Entidad a la que representa Secretaría de Cultura y Patrimonio

Fecha de la entrevista Municipalidad de Alberti – Alberti – 01 de septiembre de 2022.

1- ¿Cómo llega su nombramiento para hacer frente a la actividad turística en Alberti?

Creo que desde la secretaria de cultura se estaba trabajando muy bien y al ver que se necesitaba apoyo me comuniqué con el intendente y le propuse la idea de armar un inventario con el patrimonio de Alberti, y el encantado aceptó enseguida, ayudó mucho el interés que tenía la provincia de Buenos Aires dando apoyo a los municipios, siempre con la idea de crear en algún momento una Dirección de Turismo, y considero que sería importante en algún momento darle ese rango, pero por el momento solo estoy yo trabajando debajo del paraguas de la dirección de cultura. Por eso rápidamente comencé a trabajar en proyectos para sumar en materia de patrimonio y de turismo a la gestión, que siempre recibió con buenos ojos cada una de mis ideas, permitiéndome hoy sumar desde mi lugar ya que siempre estuve militando y trabajando dentro del municipio desde diferentes áreas. El intendente no dudó un segundo en que me ponga a cargo del área a trabajar en proyectos que puedan sumarle a la gestión.

2- Dentro de Alberti ¿Qué iniciativas se están llevando a cabo en materia de turismo en Alberti? ¿Qué instituciones están vinculadas?

Claramente siempre con el apoyo de la secretaria de Turismo de la provincia, estamos trabajando fuertemente en el isologotipo de Alberti, a través de una diseñadora gráfica le pedimos que nos hiciera el logo para poder empezar a promocionar el turismo en la localidad. También estamos trabajando con un bus propio que pueda llevar a todos los vecinos y vecinas de la localidad a recorrer los diferentes pueblos rurales de los alrededores y también ponerlo a disposición los fines de semana para aquellos turistas que quieran aprovecharlo. Estamos avanzando en un curso de coordinadores y coordinadoras de viajes que puedan estar disponibles para cuando trabajemos en varios circuitos que tenemos pensado, pero por el momento estamos fuertemente apoyando el circuito arquitectónico productos de nuestro arquitecto estrella Francisco Salamone. La idea principal es que los proyectos que se le presenten al intendente puedan comprender no solo el desarrollo de distintos lugares sino también facilitar el conocimiento de la ciudad en otros lugares. Desde el municipio, obviamente con el intendente a la cabeza es siempre buscar dar a conocer Alberti a nivel provincial. Es la búsqueda de que se lo nombre más y buscar poner el logo en varios eventos para que sea más fácil llegar como también hacer mucha promoción a través de las redes sociales. Por el momento nos estamos dando cuenta que están viniendo todos los fines de semana algunos contingentes pequeños de personas a observar las obras de Salamone lo cual nos da la tranquilidad para seguir trabajando buscando ampliar cada vez más ese número de turistas. Y con respecto a las instituciones estamos trabajando con uno de los colegios no solo por lo del curso de coordinadores sino también con la iglesia para poder mantener las puertas abiertas los fines de semana y con los dos museos de nuestra ciudad para poder seguir armando circuitos y que la gente los pueda visitar.

3- Siendo parte del municipio, ¿de qué manera comprende al turismo? ¿podría mencionar los diferentes objetivos de esta dirección en materia turística?

Desde que asumí el rol busco en lo personal y también porque consideramos este trabajo en conjunto desarrollar actividades al aire libre, también desde lo cultural, buscamos desarrollar más los eventos que se llevan a cabo para seguir sumando visitas. Como mencione anteriormente es hacer conocido al partido, para poder recibir más visitantes buscando desarrollar lo arquitectónico como un modo de mostrarnos como un municipio que tiene la mayor cantidad de obras del arquitecto de las pampas don francisco Salamone. Como objetivo además pretendemos a través de las redes difundir aquello que tenemos para ofrecer en Alberti en principio a sus vecinos, como a quienes visitan la ciudad.

4- ¿Por el momento se presentó alguna normativa específica o existe alguna que regule, fomente o controle la actividad?

Por el momento no, pero de todas maneras en vistas de que estamos trabajando mucho más ahora en materia turística que en otras oportunidades, creemos conveniente declarar una de nuestras fiestas como de interés municipal o elevarla para que se declare de interés provincial. Por lo menos esa es la idea y la estamos trabajando en conjunto con el área técnica del municipio. Somos un pueblo chico y estamos tratando de sumar y de hacer participar también a los dos hoteles que por el momento están funcionando en nuestra ciudad también para que tengan el apoyo que se merecen.

5- ¿podría mencionar qué productos turísticos y atractivos se están promocionando actualmente?

Por el momento, estamos apuntalando lo que creemos que a la gente le gustaría conocer por eso ofrecemos una visita a la localidad de Seguí en el bus nuevo siendo este un poblado histórico pequeño; que era paso de un antiguo camino para el comercio. Estamos trabajando para que sea otro lugar muy visitado por los turistas todo un circuito que comunica a todas las obras de Salamone por la ciudad. También las visitas por los museos ya que Alberti es una de las pocas ciudades de la provincia que tiene una casona de casco de estancia dentro del centro de la ciudad siendo museo hoy en día. Donde esos paseos están durando más o menos alrededor de hora y media o dos horas. Estamos trabajando fuerte con las redes sociales, para ir mostrando todo los eventos o programas para que la población esté al tanto.

6- ¿Cuáles cree que son los destinos competidores directos de la localidad de Alberti?

A mi entender creo que la competencia más importante se da por otros municipios que tienen más cercanía a Capital Federal y gran buenos aires debido a que es mucha la gente que desea pasear los fines de semana no tan alejados, y siempre o por lo general son pueblos rurales que no exceden los 150 Km., lamentablemente nosotros estamos a situados a 200kms no es mucho más, pero se nota en el tiempo de traslado. Sabemos que hay destinos como Uribelarrea, Carlos keem o Tomas Jofre ni hablar de lujan son muy visitados, por eso tratamos de también que esas personas se acerquen a Alberti.

7- ¿Cuál cree que es el diferencial de la localidad en relación con sus competidores?

Creo que lo principal es la posibilidad de ofrecer o vivir una experiencia del turismo rural, es decir el aire libre la tranquilidad de un pueblo y de disfrutar museos tratamos de combinar lo cultural y lo natural. Sabemos que existen algunas estancias muy importantes que podrían ser visitadas. Obviamente convenciendo a sus propietarios. Pero lo más importante hoy que nos diferencia son las obras arquitectónicas, el Museo

Raúl lozza de importancia internacional y tener en el medio de la localidad la casa del fundador del pueblo como casco de estancia.

8- ¿Cuáles considera como los atractivos más destacados? ¿Cuáles cree que son los más visitados? ¿Y a cuáles se le da más importancia?

Como atractivos importantes creo que tenemos el parque municipal con áreas de camping y parrillas ideal para fines de semana, como mencione anteriormente los dos museos, además de el de Lozza la casona del fundador es un museo también. Nuestras fiestas que, si bien es una vez al año, pero convoca mucha gente de la zona y otro importante que por el momento no se está explotando como deseamos es la cercanía con río salado. Por su parte el proyecto de reactivación de la laguna del Parque municipal ya está tomando forma como también los fondos para llevarlo a cabo, lo que falta es que se lance la licitación para poder mejorar las instalaciones; lo que calculamos que puede demorar unos meses. Ahí hay que trabajar, en ofrecerle algún evento cultural que le permita tener más movimiento. Pero hoy a lo que más no abocamos es al circuito arquitectónico de Salamone.

9- . Al día de la fecha habiendo posiblemente una circulación de excursionistas o turistas dentro de la ciudad, ¿existen registros que permitan conocer su procedencia, los motivos de su visita, entre otros datos que permitan tomar acciones al respecto?

Si sabemos porque lo vemos que existe un movimiento, principalmente de fines de semana. Como mencione sabemos que muchos vienen de Capital desde la facultad de arquitectura a ver la obras de Salamone y también sabemos que otras personas vienen a visitar a familiares. Por lo general cuando algún evento o fiesta siempre se nota que hay muchos visitantes por la ciudad porque al ser una ciudad chica entre los vecinos nos conocemos. En cuanto a los registros lamentablemente no poseemos ningunos estamos pensando en empezar con armar algunas encuestas, pero por el momento no sabría decirte con exactitud la cantidad exacta de los mismos.

10- De cara al futuro ¿Existen proyectos que se estén pensando o trabajando en este momento?

Estamos trabajando articuladamente entre la secretaria de turismo de la provincia que nos apoya y con otras áreas del municipio como mencione anteriormente en la activación del parque municipal, en proyectos con algunas localidades más pequeñas que forman parte de nuestro partido como la localidad de Pla o de coronel Mon y también con Seguí para poder utilizar el bus en diferentes paseos o circuitos. Y además seguimos trabajando fuertemente en armar circuitos dentro de la ciudad para disfrutar no solo lo de Salamone sino el patrimonio propio de nuestros vecinos y sus historias, como esas casonas de estancias como lugares escondidos de nuestra ciudad. En estos días estamos teniendo reunión para darle un poco más de forma.

11- Considerando el rol de la comunidad local ¿Cuál cree que es o cual debería ser el rol de la misma?

Sabemos que el turismo es muy importante porque genera muchos ingresos, y los albertinos no son la excepción, hoy es muy común que todos los municipios utilizan esta actividad como un elemento más a la hora de querer mejorarle la vida a los vecinos y a las vecinas de su ciudad. Nos permite que todos tengamos más trabajo por eso todos quieren que vengan más visitantes y estamos tratando de que eso suceda porque saben de la importancia que tiene.

12- ¿Realizan acciones de concientización turística orientadas hacia la comunidad o hacia los prestadores de servicios para un desarrollo turístico más participativo?

Si. cuales? No.... ¿Están pensado en realizar? ¿Si ... no? ¿Cuáles y por qué?

Sabemos que hay mucha gente con muchas ganas de colaborar, y otros que no saben cómo o por dónde empezar. Sabemos que no es fácil, pero nosotros intentamos de que la gente participe y buscamos una cooperación entre los privados y nosotros que buscamos ayudar siempre desde nuestro lugar. De todas maneras, sabemos que va a llevar tiempo porque sabemos que es una actividad nueva y que de apoco vamos a ir logrando cierta cooperación. Pero por el momento trabajamos con la parte de hotelería para que puedan brindarnos algo de información y nosotros ayudarlos a que puedan ofrecer nuestros recursos de manera clara y el visitante pueda recorrer la ciudad. Y tratamos de estar en contacto con otras instituciones para poder articular algunas acciones.

13- ¿Cuáles son los mecanismos o a través de qué medios promocionan y dan a conocer la ciudad?

Tratamos de buscar apoyo desde lo económico para poder presentarnos en algunas ferias, pero se nos está complicando porque a veces no es tan fácil a nosotros nos gustaría participar más de las ferias que organiza la Secretaría de Turismo de Provincia. Pero hoy por hoy tratamos de hacer gestiones en redes sociales como Instagram o Facebook para dar a conocer lo nuestro no solo a los vecinos de la localidad, sino que tratamos de llegar a más público. No hemos podido realizar publicidades concretas en redes, pero estamos buscando la forma.

14- ¿Si los hubiera cuales son los principales desafíos que enfrentan en materia de turismo? Es decir, cuáles son las principales desventajas que posee la localidad en materia turística.

Creo que el principal obstáculo es la concientización de las personas sobre la actividad hay muchos que lo entienden, pero otros no tanto. Es un trabajo difícil en todos estos pueblos convencer al grueso de la localidad en que no todo es playa o montaña, tiene que valorar lo que poseemos como albertinos y poder explotarlo y monetizarlo. Tenemos que siempre recalcar la importancia de esta actividad. Y por otro lado creo que la distancia a veces nos juega un papel relevante ya que nos cuesta atraer más turistas por lo que mencionaba anteriormente.

15- . y en cuanto a las fortalezas, ¿cuáles considera que cuenta el partido?

Creo porque soy de esta ciudad que nosotros los albertinos tenemos la suerte de poseer un patrimonio cultural muy grande quizás más que lo natural, pero tenemos cultura tenemos historia tenemos rio y naturaleza muy cerca. Y como fortaleza más preponderante tenemos una ciudad segura, tranquila y la gente muy buena anfitriona sumado a que es un pueblo que por lo general la gente le da mucha importancia a la fachada de sus casas quedando muy pintoresca con respecto a otros pueblos. Y por último creo hay muy buena predisposición para recibir bien a la gente.

16- . ¿desea algún ultimo comentario?

La verdad que no hace mucho que estoy en el cargo y gracias al apoyo del intendente podemos lograr cosas que hasta hace un tiempo eran impensadas, así que estamos trabajando muy fuerte en políticas que a futuro puedan dar sus réditos siempre en pos de colaborar con los vecinos y solucionar sus problemáticas.

Circuitos:

a. Área Fundacional: se recorre la municipalidad, la plaza, la iglesia, el museo Andrés Vacarezza. Se realiza con guía dependiendo del día donde se nos explica todo de la historia de estos lugares.

b. Circuito arquitectónico Francisco Salamone: Municipalidad, Escuela Media n 2, Plaza Principal, Parque Municipal, morgue del cementerio y casa particular hecha por Francisco: recorreremos todas y conocemos su historia

c. Circuito de los museos: partiendo de la Plaza principal y recorreremos los museos de Don Andrés Vacarezza y el museo Contemporáneo Raúl Lozza.

Entrevista N°2:

Presidenta Cámara de Comercio e Industria de Alberti

Nombre del entrevistado: Carolina Ferino (otorgo el consentimiento de manera verbal)

Entidad a la que representa Cámara de Comercio e Industria de Alberti

Lugar y fecha de la entrevista Cámara de Comercio e Industria de Alberti. Alberti – 08 de octubre de 2022.

1) ¿Qué opinión tiene con respecto a la actividad turística en Alberti? ¿Conoce la opinión de sus socios sobre esta actividad?

Nosotros desde hace bastante tenemos interés que esta actividad se desarrolle más plenamente, hace varios años que en nuestras reuniones lo manifestamos para poder expandir nuestros negocios. Como presidente siempre estoy buscando la forma de que podamos generar con otras instituciones que se comprometan a realizar actividades que puedan servir para atraer turistas a la ciudad. Hoy más que nunca sabemos que es una actividad nueva para nuestra localidad y necesitamos apuntalarla desde muchos lugares. En ciudades pequeñas como estas en el interior sabemos que se nos hace difícil poder sostener a la gente ya que se realizan muchos tours de compras fuera de la ciudad y es un fenómeno que se ve en nuestra localidad como en muchas otras. A su vez lo chicos que terminan sus estudios secundarios se van y luego regresan los fines de semanas donde vemos incrementos en nuestras ventas. Es decir, los fines de semanas es el momento que mejores vemos reflejado ese incremento de personas. También si es un fin de semana largo, la ciudad no retiene a la gente y muchos se van a otras ciudades y a veces se nota mucho que baja el nivel de concurrencia. De todas maneras, nuestra preocupación desde la Cámara va por el lado del comercio que es para nosotros lo más importante pero también, queremos apoyar a buscar alternativas para hacer que la gente no solo se quede en el pueblo, sino que también podamos atraer a más personas, y no solo en las fiestas populares sino en otras circunstancias. Creo que lo socios opinan lo mismo en nuestras reuniones por lo general estamos de acuerdo.

2- ¿La cámara de comercio tiene interés en la actividad turística de la localidad? ¿a partir de qué momento comienza ese interés en Alberti?

Como te mencionaba antes siempre estuvimos muy interesados en la actividad y buscar alternativas para que haya un trabajo conjunto con todas las áreas. Para nosotros es muy importante que se puedan congeniar acciones con otras instituciones otras áreas

siempre buscando una planificación para que se sostenga a futuro que sea una política de estado y no solo una política partidaria del gobierno de turno. Es decir, sentarnos en una mesa y podamos mirar hacia el futuro y ver entre todos que es lo que necesitamos que queremos y de ahí construir algo importante para Alberti. También hace unos días me junte por casualidad con el director de patrimonio, y me comento que, si bien está buscando armar un proyecto más integral por el momento son cosas más armadas de momento pero que tiene ganas de buscar la oportunidad de juntarse de a poco, de tener reuniones para ver que se puede hacer en conjunto y armar una buena propuesta, pero más integral desde lo cultural, algo deportivo y también algo desde la naturaleza ya que estaba pensando varias cosas. Pero todavía no nos han convocado.

3- ¿Qué fortalezas y debilidades encuentra en el desarrollo turístico de Alberti?

Considero que la mayor debilidad que tenemos es que nos cuesta principalmente encontrar el dialogo en varios sectores. Creo que hay que sentarse a buscar puentes que nos permitan trabajar, como el único mecanismo que nos permita hacer para el desarrollo turístico de Alberti. También siento que falta más promoción de la actividad hay que ver cómo podemos hacer con eso. Por otro lado, y del lado de las fortalezas creo que lo principal es destacar mucho lo cultural y también algo de lo natural ya que creo que tenemos un lindo parque para disfrutar además de los espacios grandes a diferencia de las grandes ciudades. En base a lo cultural y patrimonial sé que hay, hoy en día algunas instituciones que se están encargando de eso. Tal vez habría que remarcar todos nuestros atributos porque son bastantes y hay que darlo a conocer con mayor ímpetu nada más, porque creo que tenemos muchas cosas para ofrecer, pero falta darle más forma del sector público.

4- Hay/hubo iniciativas en torno a la actividad turística por parte de la Cámara de Comercio? ¿Cuáles?

Hoy la realidad que no hay nada concreto, siempre estamos hablando de posibilidades de crear ciertas acciones, pero no tenemos nada. Obviamente que estamos interesados y seguramente de cara al futuro tengamos reuniones con el municipio para poder organizarnos en conjunto.

5- ¿Qué atractivos conoce o que productos turísticos ofrece Alberti y que actividades pueden realizarse?

En principio sé que el municipio está apostando fuerte para posicionarse con las obras de Salamone. Pero creo que no es lo único que se puede mencionar, el parque municipal como un lindo lugar de esparcimiento para los fines de semana. Creo también que los museos cumplen una importante función tanto el de Andrés Vacarezza como el de Raúl Lozza. Pero habría que buscar la forma de trabajar más en la costa del Rio salado como un atractivo natural importante y que otros municipios utilizan mucho. Y bueno las fiestas como el pre-Cosquín que son muy importantes para la zona. Creo que para que haya un desarrollo de la actividad, no solo a mediano plazo sino al largo, deberían ser actividades enfocadas más de tipo culturales que son nuestra fortaleza.

6- ¿podría mencionar el tipo de turista que visita la ciudad?

Entiendo que el tipo de turista que visita la ciudad es muy variado, por lo general considero que vienen mucho a visitar familiares o algún amigo y más se dan las llegadas los fines de semana, muchas veces es gente que vive en otras localidades cercanas o se piensa en la persona que está en Capital Federal y busca un estilo de vida más tranquilo, y la salida de la vorágine de la ciudad. Por ejemplo, el caso de que vimos ciertos grupos de visitantes observando las obras de arquitectónicas de Salamone que creo son de la facultad de arquitectura, también pueden ser personas de fines de

semana disfrutando de una buena cena o de algún espectáculo. La idea sería que se le sume la posibilidad de disfrutar la oferta cultural (obras de teatros, recitales, etc.). Es importante empezar a traer a los ajenos, pero es más importante retener a los propios dentro de nuestra localidad.

7- Existe trabajo en conjunto con otros organismos/áreas municipales en materia de turismo?

Es importante que para que haya un resultado de todo lo que estamos hablando es importante que haya un involucramiento de toda la ciudadanía, además de ciertas instituciones que estas involucradas en materia turística, es necesario una política que una puentes entre todos los participantes de la ciudad y que toda la comunidad en general entienda de la importancia de esta actividad. Entiendo que desde el municipio hoy tenga mayor relevancia con la creación de ese curso de coordinadores y que haya formadores ya es un avance y necesitamos gente que sepa de la materia para poder asesorarnos mejor. Creo que con el tiempo y si todos nos involucramos un poco podemos lograr grandes cosas, pero por el momento no estaría sucediendo como lo necesitamos, desde la cámara estamos dispuestos a colaborar siempre.

8- ¿Cuáles son las vinculaciones con el resto de la comunidad?

Claro por supuesto, hay instituciones que participaban y están manejando y tratando de crear nuevos circuitos donde tienen reuniones por su cuenta todavía no hemos participado, pero entiendo que tienen otras prioridades por el momento. Estoy segura que muy en breve tendremos participación, porque sé que es gente muy receptiva en cuanto a las propuestas de cualquiera que quiera participar. Es importante que todo el mundo se sume a participar con proyectos y con ideas. Sabemos que no es fácil, pero hay que intentarlo nosotros desde la cámara con nuestros socios intentamos buscar ideas nuevas, pero queda en la búsqueda, espero que pronto nos tengan en cuenta para aportarles nuestro granito de arena.

9- En el caso de que se estén pensado proyectos a futuro, ¿hay alguno que se destaque del resto?

En realidad, todavía como te mencione se habla mucho pero no se ha concretado nada de forma cierta. Estamos interesados en participar en principio de reuniones, tenemos la idea de poder armar una especie de evento propio de la cámara con los socios para algún fin de semana, pero todavía no le dimos forma seguramente sea algo a futuro para evaluar seriamente.

10- ¿cuál es su opinión al respecto sobre el rol propio que debe cumplir o que cumple actualmente la comunidad?

Es importante que los albertinos tenga la posibilidad de participar, deben hacerlo entiendo que es importante para todos, y que todos conozcan sus bondades, ellos tienen que ser los partícipes necesarios de buscar y detectar necesidades y que ellos cuiden todo el patrimonio y ellos sean los mejores vendedores de su tierra. La boca en boca siempre es la mejor promoción no solo desde el municipio, sino que mejores que ellos para contar sobre las bondades del pueblo donde vayan. Nuestra ciudad es muy bonita desde lo estético también y nosotros estamos felices de vivir acá. Creo que, si nos involucramos más, ganamos todos.

11- ¿Cuál/es cree que son los competidores directos de la localidad por esa participación en el mercado en materia turística??

En principio sabemos que no la tenemos fácil desde ese lugar, creo que el competidor más directo hoy puede ser bragado de acá de la zona. Con su laguna su fiesta del caballo muy importante a nivel provincial y también nacional. Pero sabemos que Chivilcoy es muy importante, Junín también bueno son varios los pueblos de la zona, pero creo firmemente que podemos competirle y robarle un poco de su mercado, en el buen sentido de la palabra.

12- ¿Cuáles consideras que son las principales desventajas de la localidad para lograr un desarrollo en la actividad turística?

Pienso rápidamente y podría mencionar que no hay otra que lograr un trabajo conjunto poder juntarnos más seguido con proyectos para poder darle forma a esta actividad que puede ser muy provechosa para todos. Creo que eso es lo más importante.

13- Y cuáles son sus fortalezas que usted considere.

La principal fortaleza es nuestro patrimonio arquitectónico que está muy bien que se destaque, pero no solo tenemos eso tenemos un pueblo muy cálido, gente muy servicial que trabaja en esas instituciones buscando encontrarle la forma de a poco a lo que se quiere vender. Tenemos materia prima y eso es importante solo falta comunicarla más eficientemente porque lo principal lo tenemos, de a poco tengo fe que se va a encontrar la manera para promocionarla y venderla mejor.

14- Alguna otra cosa para agregar.

Solo agregar que la verdad hay muchas cosas por trabajar y hacer, solo nos está faltando coordinación nada más que eso, y cuando lo logremos vamos a lograr grandes cosas como comunidad.

Encuestas

Encuesta a población local:

1. Dentro de que actividad podría ubicar a la actividad turística, (primera respuesta espontanea)
 - Actividad económica
 - Actividad social
 - Actividad cultural
 - Otra (¿cómo cuál?)
2. ¿Cree que Alberti podría ser un destino turístico?
 - si
 - no
 - por qué?
3. ¿tiene interés en el desarrollo de la actividad turística dentro del partido?
Del 1 al 5 (siendo 1 nada y 5 mucho)
4. ¿Cómo le interesaría participar dentro de la actividad?
 - con emprendimiento propio
 - con equipo de trabajo en la toma de decisiones.

-como coordinador o guía por la ciudad.

Otro. (¿cómo cuál?)

5. Siendo oriundo de la ciudad, dentro de los atractivos más importantes, ¿cuáles considera que son los 5 más preponderantes?

6. Según su criterio, ¿qué cree que necesita la ciudad para alcanzar un desarrollo turístico local?

7. según su opinión ¿Cómo considera que debería ser el rol de la comunidad para el desarrollo de la actividad turística?

8. Recomendaría a Alberti como un destino a visitar?

-sí

-no

¿Porque?

9. sexo

M.... F.... IND...

10. edad...

11. Actividad actual

Comerciante

Empresario

Empleado.

Estudiante.

Otro. ¿Cual?

12. nivel educativo

Primario secundario terciario universidad
maestría/doctorado

12. comentarios finales.

Encuesta a la oferta gastronómica:

1- Nombre y Tipo de Establecimiento

2- ¿cuánto tiempo lleva funcionando en el mercado?

Menos de 5 años o más de 5 años.

3- . ¿con que capacidad de comensales cuenta el Establecimiento?

4- . ¿En qué momento del año hay una mayor demanda?

- Fines de semana largo

- Vacaciones de invierno

- Vacaciones de verano

- Eventos
 - Otro. ¿Cual?
- 5- Cantidad promedio de clientes que recibe al mes
- 6- Precio promedio del menú por persona
- 7- Aproximadamente, ¿conoce el numero de la ocupación media de su Establecimiento?
- 8- Cantidad de empleados con los que cuenta el comercio. (Procedencia)
- 9- Porque cree que se visita la ciudad, es decir cuál cree q es el principal motivo.
- 10- Dentro de que actividad podría ubicar a la actividad turística, (primera respuesta espontanea)
- Actividad económica
 - Actividad social
 - Actividad cultural
 - Otra (¿cómo cuál?)
- 11- ¿Cree que Alberti podría ser un destino turístico?
- si -no -por qué?
- 12- ¿tiene interés en el desarrollo de la actividad turística dentro del partido?
- Del 1 al 5 (siendo 1 nada y 5 mucho)
- 13- como prestador de servicios, ¿Cómo le interesaría participar dentro de la actividad?
- con emprendimiento propio
 - con equipo de trabajo en la toma de decisiones.
 - como coordinador o guía por la ciudad.
- Otro. (¿cómo cuál?)
- 14- Siendo oriundo de la ciudad, dentro de los atractivos más importantes, ¿cuáles considera que son los 5 más preponderantes?
- 15- Según su criterio, ¿qué cree que necesita la ciudad para alcanzar un desarrollo turístico local?
- 16-. ¿Recomendaría a Alberti como un destino a visitar?
- sí
 - no
- ¿Por qué?
17. Comentarios finales.

Encuesta a la oferta Hotelera:

1. Nombre y Tipo de Establecimiento

2. ¿Cuánto tiempo lleva funcionando el Establecimiento?

Menos de 5 años o más de 5 años

3. ¿Cuánto plazas tiene el hotel?

4. ¿En qué momento del año hay una mayor demanda?

- Fines de semana largo
- Vacaciones de invierno
- Vacaciones de verano
- Eventos
- Otro. ¿Cual?

5. ¿De cuántos días es la estadía promedio en el Establecimiento?

1 noche Entre 1 y 3 noches o Más de 3 noches

6. Promedio de clientes que recibe al mes.

7. Precio de la estadía promedio por noche.

8. Aproximadamente, ¿conoce el numero de la ocupación media de su Establecimiento?

9. Cantidad de empleados con los que cuenta el comercio. (Procedencia)

10. Podría indicar los servicios con los que cuenta su Establecimiento

10. Porque cree que se visita la ciudad, es decir cuál cree q es el principal motivo.

11. Dentro de que actividad podría ubicar a la actividad turística, (primera respuesta espontanea)

-Actividad económica

- Actividad social

- Actividad cultural

- Otra (¿cómo cuál?)

12- ¿Cree que Alberti podría ser un destino turístico?

-si -no -por qué?

13- ¿tiene interés en el desarrollo de la actividad turística dentro del partido?

Del 1 al 5 (siendo 1 nada y 5 mucho)

14- como prestador de servicios, ¿Cómo le interesaría participar dentro de la actividad?

- con emprendimiento propio

-con equipo de trabajo en la toma de decisiones.

-como coordinador o guía por la ciudad.

Otro. (¿cómo cuál?)

15- Siendo oriundo de la ciudad, dentro de los atractivos más importantes, ¿cuáles considera que son los 5 más preponderantes?

16- Según su criterio, ¿qué cree que necesita la ciudad para alcanzar un desarrollo turístico local?

17-. ¿Recomendaría a Alberti como un destino a visitar?

-si

-no

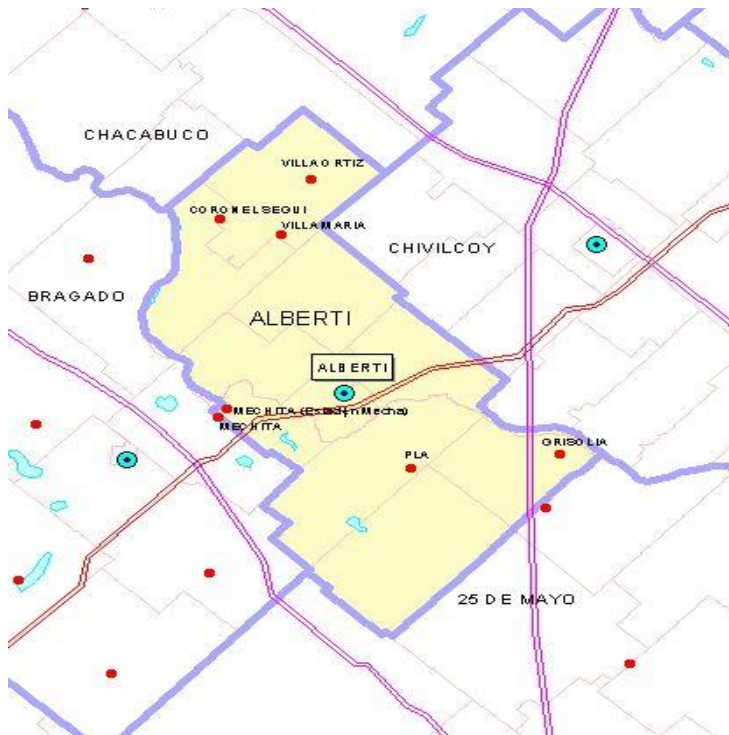
¿Por qué?

17. Comentarios finales.

Localización de Alberti



Fuente:<http://www.estadistica.ec.gba.gov.ar/dpe/Estadistica/Censo/partidos/alberti/alberti.htm>



Fuente:

<http://www.estadistica.ec.gba.gov.ar/dpe/Estadistica/Censo/mapas/rutas/alberti.htm>

Isologotipo de Alberti para turismo



Fuente: <https://www.facebook.com/albertiturismo/>

Imágenes de Alberti

Cartel de ingreso a la ciudad.



Fuente: <https://www.conocelaprovincia.com.ar/alberti-buenos-aires/>

Municipalidad de Alberti.



Fuente: <https://www.cuartopolitico.com/nota/2022-10-3-18-37-0-el-gobierno-nacional-incluyo-a-alberti-en-el-programa-de-restauracion-de-obras-de-francisco-salamone>

Entrada al Parque municipal



Fuente: <https://www.argentina.gob.ar/cultura/monumentos/portal-parque-gral-san-martin-alberti>



Fuente: <https://mondosalamone.com/post/651649606684377088/parque-municipal-public-park-alberti>

Estación ferrocarril Andrés Vacarezza.



Fuente: https://regional.diariotiempodigital.com/sociedad/ciudad/77956_el-tren-de-pasajeros-vuelve-a-parar-en-alberti

Casa Callegaris. Diseñada por Francisco Salamone



Fuente: <https://mapcarta.com/es/W687495725>

Iglesia nuestra Sra. del Rosario



Fuente: <https://www.caminosculturales.com.ar/alberti-la-ciudad-de-salamone-presente-en-el-congreso-mundial-de-art-deco-2019/>

Plaza Gral. Arias. Plaza principal de la localidad



Fuente: <http://francisco-salamone.blogspot.com/2008/10/alberti-luminaria-de-la-plaza.html>

Museo Andrés Vacarezza



Fuente: <http://ottonello.blogspot.com/2006/04/el-molino-museo-y-archivo-de-la.html>

Museo de arte contemporáneo Raúl Lozza



Fuente: <http://museoiozza.com.ar/el-museo/edificio/>

Escuela de Educación Media n 2



Fuente: <https://mondosalamone.com/post/645314587871379456/escuela-school-alberti-la-actual-escuela-de>

Coronel Mon



Fuente: <https://www.conocelaprovincia.com.ar/villa-ortiz-coronel-mom/>

Achupallas.



Fuente: <https://www.conocelaprovincia.com.ar/estacion-achupallas/>

