

TESIS DE GRADO
LICENCIATURA EN TURISMO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS – UNLP

**CONTRIBUCIÓN DEL SECTOR ALOJAMIENTO AL DESARROLLO LOCAL DE UN
MUNICIPIO
CASO DE ESTUDIO: HOTELES EN GENERAL BELGRANO**

Autor: MARIA AYELEN RISSO SIRELLO Legajo: N° 72237/6

E-mail: ayerisso88@hotmail.com

Director: Gloria Edith Molinari

Fecha de entrega: 20/12/2022

Agradecimientos

A mi familia y amigos que gracias a su apoyo incondicional me ayudaron y motivaron a lograr cumplir este objetivo que tanto deseé.

A mi directora, por su calidad humana, generosidad y apoyo a lo largo de este trabajo.

Al Programa de Asistencia a Tesistas, especialmente a mi tutora Luciana.

ÍNDICE

Agradecimientos	2
Resumen	4
Fundamentación del estudio del tema	6
Objetivos	7
Objetivo general	7
Objetivos específicos	7
Metodología a emplear	7
1.1 Turismo, algunas definiciones	9
1.2 El turismo como sistema	11
1.3 Turismo y territorio	14
1.4 Desarrollo Local	16
1.5 Actores	20
1.6 Alojamiento turístico: los hoteles	23
1.7 Alojamiento Turístico en Argentina	23
1.8 Estado del arte	25
2.1 Localización geográfica de General Belgrano	28
2.2 Historia de General Belgrano	29
2.3 Recursos Turísticos	32
2.3.1 Río Salado	32
2.3.2 Termas	32
2.3.3 Bosque encantado	33
2.3.4 Recursos Históricos y Culturales	33
2.4 Hoteles en General Belgrano	34
2.5 Actores del caso de estudio	38
3.1 Encuesta a residentes	40
3.2 Entrevista a hoteleros y ficha de observación	42
3.3 Observación al Municipio de General Belgrano	44
Conclusiones	46
Recomendaciones	49

Resumen

La cuantificación del impacto generado por distintos sectores productivos sobre una región o localidad genera un creciente interés. El objetivo de este trabajo de tesis es analizar el aporte social y económico del sector hotelero al desarrollo local de la localidad de General Belgrano, Provincia de Buenos Aires. Con este fin, se realizaron entrevistas semiestructuradas al sector hotelero de la Ciudad complementado con observación directa, encuestas a los residentes locales y observación a la administración pública. El estudio exploró aspectos económicos, socioculturales, políticos y medioambientales a partir de la actividad hotelera. Se analizaron específicamente los hoteles promocionados en la página oficial del municipio.

Palabras claves: Turismo - Hotelería - Desarrollo local - actores

Introducción

Esta investigación se propuso indagar la repercusión y relación de las actividades de los alojamientos turísticos, específicamente los hoteles y sus incidencias en otros subsectores de la ciudad de General Belgrano. Es decir, se planteó si el sector hotelero en el municipio aporta al desarrollo local.

Teniendo en cuenta que la actividad turística ha tenido un papel esencial en la economía y comunidad local, y reforzando la necesidad de analizar la relación existente con el desarrollo local, se enfatizó en el concepto de desarrollo, y cómo contribuyen las empresas turísticas, a la localidad.

Este estudio tomó en consideración los establecimientos hoteleros, que según Barcos (2009) se componen de; Hoteles, hostales, hoteles-apartamentos y pensiones. La población objeto de estudio se limita solo a los hoteles. El ámbito territorial es la ciudad de General Belgrano, como consecuencia de ser oriunda de la misma, se cuenta con facilidad de acceso a las fuentes de información de los distintos actores que se pretenden analizar, los cuales son; la comunidad local, el sector público y el sector privado.

La motivación para el desarrollo de este tema se basa en el interés de conocer los siguientes interrogantes: ¿Por qué motivos se decide emprender en alojamiento turístico? ¿Existe un efecto en otros rubros que se genera a partir del desarrollo de las actividades del sector hotelero? ¿Es la actividad principal que realizan los dueños o es una actividad secundaria? ¿Qué tipo de empleo genera la actividad? ¿es autogestivo? ¿Cómo se relacionan con otros sectores? ¿Y con otros establecimientos del mismo sector?

Este trabajo se relaciona con la materia Organización y Gestión de Empresas Turísticas, la cual analiza y describe las organizaciones turísticas y sus particularidades. A través de entrevistas y observación directa, se busca aportar información sobre cómo el sector hotelero de la Ciudad de General Belgrano contribuye al desarrollo local del Municipio.

Este documento se encuentra constituido en cuatro capítulos adicionales a la introducción. En el primer capítulo se desarrolla el marco teórico donde se exponen los principales conceptos necesarios para brindar una adecuada introducción al tema en el que sustenta este trabajo de investigación. En la segunda parte se hace referencia al caso de estudio, donde se analiza la Ciudad de General Belgrano, y sus establecimientos hoteleros. El capítulo tres aborda el trabajo en territorio realizado en base a entrevistas semiestructuradas y observación directa, realizando un análisis de las mismas. Para finalizar en el capítulo cuatro, se presentan las conclusiones obtenidas en esta investigación.

Fundamentación del estudio del tema

La cuantificación del impacto generado por distintos sectores productivos sobre una región o localidad genera un creciente interés. Por ello, este trabajo de investigación analiza los efectos vinculados a la existencia de los hoteles de la ciudad de General Belgrano, como parte fundamental del sector turístico y como repercuten en el desarrollo local.

Esta investigación realiza un aporte a los actores públicos, privados, y la academia. En el sector público el aporte se da a partir de que el conocimiento puede ser un instrumento para la toma de decisiones, formulación, planificación y desarrollo de políticas turísticas. En el caso del sector privado, el sector hotelero de la Ciudad puede ser el mayor beneficiado, sobre todo en lo que respecta a la formulación de estrategias y planes de acción.

Asimismo se pone a disposición de quien requiera la información primaria obtenida, la cuál podría aportar información que permita llevar a cabo estudios e informes para avanzar en conocimientos económicos, sociales y su relación con la actividad turística.

En cuanto al aporte al ámbito académico, si bien Gral Belgrano ha sido objeto de investigaciones variadas, el presente trabajo denota una nueva línea de investigación que se centra en observar la actividad de los hoteles específicamente y como los mismos contribuyen al desarrollo local.

Objetivos

Objetivo general

Analizar el aporte social y económico del sector hotelero al desarrollo local de la localidad de General Belgrano, Provincia de Buenos Aires.

Objetivos específicos

- Identificar y caracterizar los actores que intervienen en el sector turismo de la localidad de General Belgrano, Provincia de Buenos Aires.
- Describir la oferta de alojamiento en la ciudad de General Belgrano
- Indagar la relación del sector hotelero con otros sectores de la economía local.
- Analizar si los hoteles generan empleo en la comunidad local.

Metodología a emplear

Este trabajo de investigación de tipo descriptivo, con enfoque cualitativo y cuantitativo, incluye el relevamiento de datos generales del aporte de un sector del turismo como lo es el sector hotelero al desarrollo endógeno de un municipio con datos específicos de la ciudad de General Belgrano.

En primer lugar se sustenta la base teórica de la investigación, mediante consultas a fuentes bibliográficas, textos, revistas, apuntes, documentos varios, así como también fuentes informáticas e Internet, relacionadas al tema. De acuerdo con Hernández-Sampieri, (2017:5) la revisión de la literatura es un paso de investigación que consiste en detectar, consultar y obtener la bibliografía y otros materiales útiles para los propósitos del estudio, de los cuales se extrae y recopila información relevante y necesaria para el problema de investigación.

Se realizó una encuesta a la población local a través de la plataforma virtual, Google Forms, que permite distribuir digitalmente vía un link por distintos medios como; WhatsApp y redes Sociales a la muestra, lo cual tiene la ventaja de que la información se encuentra ya digitalizada al momento de procesar los datos, y al establecer la mayoría de las preguntas como obligatorias no se perdió información. Estas encuestas se realizaron durante el mes de Septiembre 2022. (Ver Anexo I)

A su vez se llevan adelante entrevistas estructuradas a los dueños de los alojamientos. Este tipo de entrevista es considerado el método más adecuado ya que se lleva a cabo una planificación previa de todas las preguntas que se quiere formular, coordinadas por un guión realizado de forma secuenciada y dirigida (Torrecillas, J. M, 2006). En este sentido, se procedió a la construcción de un cuestionario que incluye variables derivadas de los ejes económico, político, social y ambiental los cuales son necesarios para una gestión exitosa, y fundamental para transformar el concepto en acciones concretas que sirvan como una herramienta estratégica de desarrollo. (Ver Anexo II)

Se complementaron las entrevistas con observación de campo realizando visitas a los hoteles, por medio de una ficha de observación (ver Anexo II). Esta actividad consiste en presenciar de manera directa el fenómeno estudiado en su entorno sin alterarlo. La observación no es una observación casual y descuidada, sino todo lo contrario: planificada y con un propósito claro. (Garay, 2019)

Por último, se observó al Municipio de General Belgrano, las oficinas de informes que dependen de la Dirección de Turismo y las acciones difundidas relacionadas al tema de estudio.

Para la identificación de actores intervinientes se utilizó la clasificación de Monty y Alvarez (2009) que combinaron dos propuestas, una que considera como criterios relevantes el nivel de organización y la escala o alcance espacial de la acción (Sorensen et al., 1992), y otro que tipifica a los actores según el rol que desempeñan en la problemática ambiental, distinguiendo entre actores funcionales y estructurales (Simioni, 2003).

CAPÍTULO I

Marco Teórico

1.1 Turismo, algunas definiciones

La Organización Mundial del Turismo (OMT) es un organismo internacional especializado de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos (OMT, 2022). Según este organismo, “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros.” (OMT, 2019, p.11)

Bertocello (2002) considera que esta definición, tiene la virtud de ser clara y simple y el defecto de ser limitada conceptualmente y difícil de operacionalizar en forma consistente. La definición refiere al turismo como una práctica social protagonizada por determinados sujetos sociales: los turistas; nada dice, en cambio, respecto a que también participan en ella otros sujetos, tales como agentes económicos, comunidad de origen y destino, y que cada uno de ellos forma parte de una determinada sociedad, en la cual ocupan roles específicos, actúan según intereses y desde lugares de poder diversos, etcétera.

En el último tiempo, se ha reconocido el potencial del sector turismo como motor del desarrollo económico local y social sostenible. La OMT lo define como una actividad sostenible, que configura “un modelo de desarrollo concebido para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora, para facilitar al visitante una experiencia de alta calidad y mantener la calidad del medio ambiente, del que tanto la comunidad anfitriona como los visitantes dependen” (Becerra y Monje, 2003, p.72.).

El turismo genera empleo local, no sólo directamente en el propio sector, sino también en diversos sectores de apoyo y de gestión de recursos; estimula industrias nacionales rentables: hoteles y otras instalaciones de alojamiento, restaurantes y otros servicios de alimentación, sistemas de transporte, artesanías y servicios de guía; impulsa mejoras en el

transporte, en las telecomunicaciones y en infraestructuras comunitarias básicas; genera instalaciones de esparcimiento que pueden ser usadas por las comunidades locales o por los visitantes; entre otras. Asimismo, los gastos de los turistas no sólo se limitan al pago del alquiler de una habitación en un hotel, sino que también destinan parte de su renta disponible a una gran variedad de servicios y bienes de consumo tales como alimentos, transportes, entretenimientos, excursiones, actividades diversas, etc. La corriente o flujo de divisas hacia el área de destino que produce el turismo no sólo constituye una importante fuente de ingresos para aquellas empresas o personas vinculadas directamente con la actividad turística, sino que también beneficia al resto de sectores de la economía (OMT 2019).

Jafari (2005) plantea el carácter multidisciplinar del turismo, y expone 4 plataformas teóricas sobre las cuales se han desarrollado distintos trabajos y perspectivas del turismo:

- Plataforma Apologética. En esta plataforma se consideran los beneficios del turismo, clasificados en económicos y socioculturales.

Tabla N°1: Plataforma Apologética

Beneficios Económicos	Beneficios Socioculturales
<ul style="list-style-type: none"> * Crea empleo <li style="padding-left: 20px;">A tiempo completo <li style="padding-left: 20px;">Estacional <li style="padding-left: 20px;">A tiempo parcial <li style="padding-left: 20px;">Baja cualificación * Genera divisas * Usa la infraestructura existente * Usa productos locales * Facilita el desarrollo económico * Complementa otras actividades económicas * Tiene efectos multiplicadores 	<ul style="list-style-type: none"> * Mejora la educación * Promueve el entendimiento internacional y la paz * Puede reducir <li style="padding-left: 20px;">Barreras lingüísticas <li style="padding-left: 20px;">Barreras socioculturales <li style="padding-left: 20px;">Barreras raciales <li style="padding-left: 20px;">Barreras políticas <li style="padding-left: 20px;">Barreras religiosas * Refuerza el mantenimiento de la cultura y el patrimonio * Promueve el cosmopolitismo y la participación en la comunidad global * Mejora la apreciación de la cultura propia

Fuente: Jafari Jafar, 2005.

- Plataforma Precautoria. Esta plataforma expresa lo “malo del turismo”, clasificados nuevamente en económicos y socioculturales.

Tabla N° 2: Plataforma Precautoria

Costes Económicos	Costes Socioculturales
<ul style="list-style-type: none"> * Causa inflación * Aumenta importaciones superfluas * Crea estacionalidad y contribuye al desempleo * Susceptible a cambios, rumores, epidemias, fluctuaciones económicas * Desarrollo desequilibrado * Dependencia exterior * Crea efectos de demostración * Destruye recursos y crea polución visual 	<ul style="list-style-type: none"> * Contribuye a crear barreras de comunicación * Genera estereotipos * Puede inducir xenofobia * Polución social * Mercantilización de comunidades y de su cultura, religión, artes y demás * Debilita la estructura familiar * Contribuye a la prostitución * Puede incrementar la delincuencia * Puede generar conflictos en ls comunidades de acogida

Fuente: Jafari Jafar, 2005.

- Plataforma Adaptativa. El cómo del turismo. Representa una fusión de las plataformas anteriores. Identifica nuevas formas de turismo alternativo, respetuosas con las comunidades locales y su entorno.
- Plataforma Científico-céntrica. Esta plataforma toma al turismo como un todo o un sistema. Esta posición estudia sistemáticamente la propia estructura del turismo; lo coloca en continuidad con diversos campos de investigación o disciplinas; define su lugar en el contexto multidisciplinar amplio que permite estudiar de manera sistémica al turismo y sus relaciones con otros campos de investigación, considerando su contexto multidisciplinar. Todo ello contribuye a un tratamiento totalizador del turismo, no sólo de sus impactos o de sus formas. Su meta principal es la formación de un cuerpo científico de conocimientos sobre el turismo.

1.2 El turismo como sistema

La OMT (2019) considera a la naturaleza de la actividad turística como un resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores que hay que considerar conjuntamente desde una óptica sistemática, es decir, un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente, y distingue cuatro elementos básicos del sistema turístico :

1. *La demanda*: formada por el conjunto de consumidores –o posibles consumidores– de bienes y servicios turísticos.
2. *La oferta*: compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados activamente en la experiencia turística.
3. *El espacio geográfico*: base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y la demanda y en donde se sitúa la población residente, que si bien no es en sí misma un elemento turístico, se considera un importante factor de cohesión o disgregación, según se la haya tenido en cuenta o no a la hora de planificar la actividad turística.
4. *Los operadores del mercado*: son aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda. Entran en esta consideración las agencias de viajes, las compañías de transporte regular y aquellos organismos públicos y privados que, mediante su labor profesional, son artífices de la ordenación y/o promoción del turismo.

Por su lado Boullon (2006) sostiene que los componentes del sistema turístico son:

1. *Demanda turística*: el autor la define bajo dos concepciones distintas, por un lado, es la cantidad de turistas que concurren a un determinado destino turístico y los ingresos que generan en el mismo; y por otro es la distribución del consumo de servicios en ese destino. En definitiva, la demanda es “la suma de los bienes y servicios solicitados efectivamente por los consumidores, concretamente en cada uno de los sitios que visitan”.
2. *Oferta turística*: es el total de servicios que ingresan en el mercado consumidor, durante un periodo determinado. La oferta se encuentra constituida por los servicios que suministra la denominada planta turística y por algunos bienes no turísticos.
3. *El proceso de venta*: dicho proceso tiene una serie de particularidades en la actividad turística, ya que el consumidor es quien tiene que desplazarse hacia el destino donde se encuentra localizada la oferta turística; y por otro lado es a través de esta actividad que se comercializan servicios y bienes de otros sectores de la economía. En resumen, el proceso de venta busca que la oferta turística pueda alcanzar efectivamente el mercado, siempre y cuando el precio de sus productos sea competitivo.
4. *El producto turístico*: Formado por “los bienes y servicios ofrecidos por las empresas del mercado turístico que satisfacen las necesidades de los turistas en la

organización del viaje y mediante el disfrute del mismo (empresas intermediarias, de transporte, alojamiento, organizadoras de actividades deportivas, etc.)". Los servicios y productos turísticos presentan algunas características diferentes a los del sector industrial. Algunas de ellas son:

- ❖ El servicio turístico es intangible.
- ❖ La experiencia turística no se puede transferir.
- ❖ El servicio no puede probarse, por lo tanto, se corre el riesgo de obtener

clientes insatisfechos.

- ❖ El producto no vendido se pierde, ya que no puede almacenarse.
- ❖ El servicio produce un derecho de uso sin transferir la propiedad.
- ❖ El cliente es quien acude a la compra.
- ❖ El contacto con el cliente en la mayoría de los casos suele ser directo.
- ❖ El cliente participa en la producción.

5. *La planta turística y los atractivos turísticos*: respecto a la planta turística, Se encuentra integrada por el equipamiento (todos los establecimientos de carácter público o privado que se dediquen a prestar servicios básicos: alojamiento, alimentación, esparcimiento y otros servicios) y las instalaciones (construcciones de carácter especial que tienen por finalidad facilitar la práctica de actividades propiamente turísticas). También es considerada como "el conjunto de instalaciones, equipos, empresas y personas que prestan un determinado servicio al turismo y fueron creados para este fin". En cuanto a los atractivos turísticos, estos son la "materia prima" del turismo, y tienen una serie de particularidades: deben permanecer intactos, son inamovibles (esto obliga a que la planta turística se ubique cerca del radio de influencia del atractivo).

6. *La infraestructura*: dentro de la concepción económica se entiende por "infraestructura" a la dotación de bienes y servicios con que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales productivas. Una de las funciones primordiales de la infraestructura es vincular entre sí a los asentamientos humanos y resolver las necesidades internas de los mismos, a fin de permitir en esas dos escalas, la circulación de personas, mercaderías, fluidos y noticias".

7. *La superestructura*: entendemos por superestructura al subsistema que se encarga de la regulación de todo el sistema turístico. Comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, encargados de optimizar y cambiar cuando sea

necesario el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema, así como de armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico.

En este sentido, es necesario considerar al turismo como un proceso social y sistémico con implicancias territoriales; y al destino como resultado de la construcción social en la que intervienen diversos actores, entre ellos la comunidad receptora y los turistas (Moscoso, 2012).

1.3 Turismo y territorio

Estas interacciones ocurren en un territorio, donde éste, no es solamente el espacio geográfico en el que tienen lugar las actividades económicas o sociales. Tal como define Albuquerque (2015), el territorio es el conjunto de actores y agentes que lo habitan, con su organización social y política, su cultura e instituciones, así como su medio físico o medioambiente.

Así mismo dicho autor agrega que al entorno sectorial de las empresas esto es el conjunto de sus relaciones productivas entre las mismas -proveedores, competidores y clientes , hay que incorporar siempre los elementos del entorno territorial, ya que no existe ninguna actividad productiva en el vacío. Entre esos elementos del entorno territorial cabe destacar la base de recursos naturales, agua, energía y materiales (que proporciona el medio ambiente local), la formación de recursos humanos y el mercado de trabajo local, el marco jurídico y regulatorio, los aspectos sociales e institucionales territoriales, la investigación y desarrollo para la innovación, las infraestructuras básicas y el sistema financiero para asegurar el acceso al crédito para las microempresas y pymes, un sistema fiscal favorable para el funcionamiento de este tipo de empresas, y la vinculación entre productores y sistema de conocimiento territorial para conformar un sistema territorial de innovación.

Gráfico N° 1



Fuente: Albuquerque, 2015

Hiernaux (2001) plantea al turismo como un proceso societario con fuertes implicaciones en las relaciones sociales entre los individuos y como un inductor de la actividad económica, antes que una actividad económica per se, que hace uso del territorio.

Por otro lado, el destino turístico es el resultado de las relaciones que se dan entre los procesos sociales, históricos, los intereses de los actores involucrados en la práctica, el espacio material (atributos geográficos del lugar) y los imaginarios que se originan tanto en el lugar de origen de los turistas como la identidad construida de la comunidad receptora. (Almirón, 2004)

No puede pensarse al lugar sin el territorio, entendiendo que :

“El territorio es un lugar (de variada escala micro, meso, macro), donde personas (a la vez sujetos y actores) ponen en marcha procesos complejos de interacción entre sistemas de acciones y sistemas de objetos, constituidos éstos por un sin número de técnicas (híbridos naturales y artificiales) e identificables según instancias de un proceso de organización territorial en particulares acontecimientos en tiempo-espacio, en dialécticas verticales-horizontales específicas y con diversos

grados de inserción en la relación local-meso-global. El territorio se redefine siempre.” (Bozzano, 2009 p.5)

Gallicchio (2002) sostiene que los procesos de desarrollo local transcurren en un territorio específico, y cuando hablamos de él, hablamos de desarrollo de un territorio. Afirma que el territorio no es un mero espacio físico, sino que debe ser visto como una variable de construcción social y no como un lugar dónde suceden cosas. El territorio es a la vez condicionador y condicionado por y desde las acciones de los actores y las comunidades. A su vez expresa que “Lo local” es una categoría conceptual que se construye por parte de los actores y los técnicos involucrados; se trata de un concepto relativo, construido, siempre, con relación a uno global, que va cambiando según el territorio que se defina. Así, lo local puede ser un barrio, una zona, una ciudad, una micro- región o una región, nacional o transfronteriza.

1.4 Desarrollo Local

En el marco de dicho territorio, se plantea analizar el desarrollo local que ha generado el turismo, específicamente a partir del análisis del sector hotelero. En este sentido, se analiza el concepto de desarrollo desde las perspectivas de diversos autores.

De acuerdo con Boisier (2009) no se debe asociar el concepto de desarrollo local a la idea de comuna, a lo municipal, ya que lo “local” sólo hace sentido cuando se le mira, por así decirlo, “desde afuera y desde arriba” y así las regiones constituyen espacios locales miradas desde el país así como la provincia es local desde la región y la comuna lo es desde la provincia, etc.

Por otro lado, en la identificación de lo local, no basta la mera delimitación administrativa territorial, pues, hay que visualizar el sistema productivo local o agrupamiento significativo que define la unidad de actuación socioeconómica y ambiental apropiada. La coherencia socioeconómica, ambiental y cultural es muy importante en la identificación del territorio o comarca, ya que dichos componentes facilitan la existencia de redes de colaboración y solidaridad entre los agentes locales (Albuquerque, 1997).

Otro concepto relacionado es el de desarrollo endógeno que, como explica Boisier (1997) en el contexto de la globalización, el crecimiento territorial es más y más exógeno y a medida que el recorte territorial es más pequeño debido a que los agentes que controlan los actuales factores de crecimiento (acumulación de capital, acumulación de conocimiento, capital humano, política económica global, demanda externa) tiende a separarse más de la matriz social de agentes locales, siendo los primeros en su mayoría agentes residentes fuera del territorio en cuestión. Por el contrario, el desarrollo debe ser considerado como más y más endógeno, debido a su estrecha asociación con la cultura local y con los valores que ella incluye. Si el desarrollo es un fenómeno de un alto contenido axiológico, algunos valores son universales (el valor de la vida, o el de la libertad, por ejemplo), pero la mayoría tienen un carácter particular a la sociedad local.

El desarrollo endógeno es un modo de organización socio-económica, sobre el cual las comunidades locales y regionales expresan propuestas de desarrollo comunitario. Este modelo se desarrolla de «adentro hacia afuera» y de «abajo hacia arriba», y permite:

- Reconocer e identificar las necesidades y potencialidades reales de una comunidad.
- Integrar de modo participativo a los ciudadanos en el proceso de identificar oportunidades y la toma de decisiones.
- Generar conciencia acerca de un desarrollo sustentable y compatible con la conservación del medio ambiente (Garambota y Lorda 2017).

Boisier (2005) relaciona “endogeneidad” asignada al desarrollo con cuatro planos que se potencian y se articulan entre sí. En primer plano, refiere que endogeneidad significa una capacidad creciente de autonomía del territorio para hacer sus propias opciones de desarrollo, eligiendo, por ejemplo, un estilo acorde con sus tradiciones, con su cultura o, simplemente, con una modalidad de desarrollo inventada colectivamente. En segundo plano, endogeneidad significa una capacidad creciente del territorio para apropiarse de una parte del excedente económico allí generado, por ser reinvertido localmente, con un doble propósito: otorgar sostenibilidad al propio crecimiento al alimentarlo permanente con un flujo de inversiones financiados con el excedente, y al mismo tiempo, introducir una paulatina diversificación de la base material del territorio a fin de tenerlo menos vulnerable a fluctuaciones bruscas de la demanda. En tercer plano, la endogeneidad significa que el

territorio debe tener una capacidad para generar innovaciones tales que provoquen cambios estructurales en el mismo, no solo ampliación de escala. En cuarto y último plano, la endogeneidad significa la existencia de una cultura territorial generadora de una identidad que asocia el ser colectivo con el territorio.

El desarrollo local además de ser abordado desde una perspectiva económica, debe considerar el aprovechamiento de las capacidades locales, a los fines de generar una mejora sustancial en las condiciones de vida de la población. El desarrollo así entendido está en función de la riqueza natural, cultural y social, y además, depende de las fuerzas intrínsecas de la localidad que se ponen en movimiento impulsadas por el desafío de alcanzar niveles superiores de satisfacción, frente a necesidades humanas fundamentales. Bajo esta perspectiva, se ubica el turismo como una oportunidad estratégica, dado que ofrece grandes posibilidades para el desarrollo, particularmente en localidades con evidentes potencialidades tanto naturales, como patrimoniales, culturales y, sobre todo, poseedoras de un capital social colectivo que coadyuva en ese proceso (Narvaez, 2014).

El desarrollo local surge como catalizador de la sustentabilidad y se produce en el lugar donde ocurre la reproducción social, el territorio. No equivale al término crecimiento económico, sino que lo trasciende e implica el alcance de mejores condiciones de vida para las comunidades (Carvalho et al, 2011).

Arroyo (2003) piensa al desarrollo local, como crecimiento económico con impacto social y lo define como aquella actividad económica que motoriza el crecimiento económico del lugar y mejora las condiciones de vida. Es decir: si en una localidad se instala un hipermercado que genera un excedente económico y lo transfiere hacia fuera pero no mejora las condiciones de vida, eso es crecimiento económico pero no es desarrollo local porque le falta la otra parte, que es mejor distribución. Impacto social: mejor cadena de distribución. No cualquier actividad económica fomenta el desarrollo local. Sólo aquella que, a la vez de motorizar el crecimiento, de generar volumen económico en el lugar, genera mejoras en las condiciones de vida; sobre todo, en lo que tiene que ver con los ingresos de la población.

Desde una visión multidimensional, Gallicchio (2002) concibe el desarrollo de un territorio con relación a cuatro dimensiones básicas:

- Económica: vinculada a la creación, acumulación y distribución de riqueza.
- Social y cultural: referida a la calidad de vida, a la equidad y a la integración social.
- Ambiental: referida a los recursos naturales y a la sustentabilidad de los modelos adoptados en el mediano y largo plazo.
- Política: vinculada a la gobernabilidad del territorio y a la definición de un proyecto colectivo específico, autónomo y sustentado en los propios actores locales.

El autor habla de “reinención de la política”, y que a nivel de desarrollo local se debe hablar de la “reinención del territorio”. Este desafío se concibe en tres dimensiones: El conocimiento, apuntando a la renovación de los paradigmas y las disciplinas científicas involucradas en los procesos de desarrollo local; La política, con el objetivo de la construcción del proyecto colectivo, que genere políticas en lógica horizontal y territorial (redes) más que en la tradicional lógica vertical y sectorial (centralista); y la gestión, haciéndose cargo de la necesaria adecuación institucional de los órganos de gobierno local.

Otros elementos especialmente relevantes a considerar son la capacidad de visión estratégica de los actores involucrados en los procesos, su capacidad de iniciativa, y la existencia de un proceso identitario que actúa potenciando el mismo y no impidiéndolo, como en los procesos determinados por una fuerte presencia de “identidad nostálgica”. (Gallicchio, 2002).

Albuquerque (2014) manifiesta que las acciones emprendidas para el desarrollo deben incorporar, el criterio de sustentabilidad ambiental, el cual requiere la valorización del patrimonio natural y cultural local como activos importantes, el fomento de las energías renovables, el uso eficiente de los recursos naturales, entre ellos el agua y la utilización de los materiales, el fomento de la producción ecológica y de la eco-eficiencia productiva (ecología industrial, producción limpia, etc.), así como el impulso de la producción local, las distintas formas de consumo sostenible, la eficiente gestión de los residuos urbanos y rurales, y el fomento de la educación sobre la sustentabilidad entre la ciudadanía, las empresas y los hogares en dicho territorio.

Asimismo Cardenas (2002) conceptualiza el Desarrollo Local desde diferentes perspectivas, considerándolo como un proceso que se construye diferenciadamente en cada país según las distintas articulaciones que se producen entre las dimensiones territoriales, la historia, las estructuras y la acción diferenciada de los actores sociales.

El turismo activa el desarrollo local a través del comercio, los bares, los restaurantes, el hospedaje, las agencias de turismo, las artesanías, entre otros; promueve acciones desde el poder público; y produce ingresos y empleo (Coriolano, 2003).

Gráfico N° 2 : Contribuciones del turismo al desarrollo local.



Fuente: Gambarota, 2016

El desarrollo local es un proceso que requiere actores y agentes de desarrollo, orientado hacia la cooperación y negociación entre ellos.

1.5 Actores

La capacidad de desarrollo de un territorio está directamente relacionada con la voluntad de los actores para establecer relaciones entre ellos, implicándose de forma conjunta y coordinada en la mejora de las condiciones del territorio. Existe una relación directa entre la forma de relaciones entre los actores vinculados en la actividad y el modelo y nivel de desarrollo que se alcanza, estableciendo que a cuanto mayor sean las relaciones, mayor será también el desarrollo (Rodríguez y Fernández, 2009).

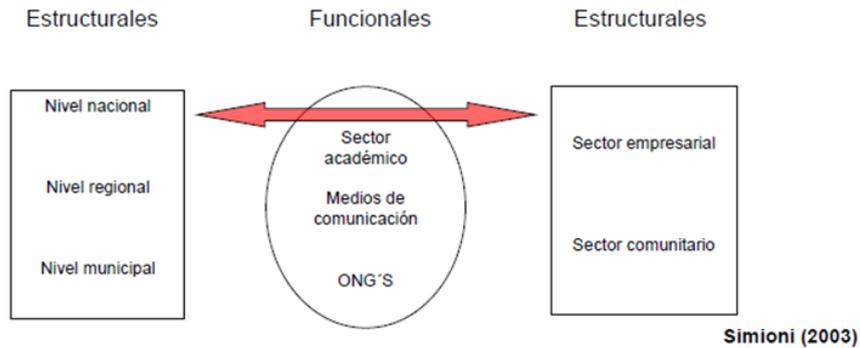
Un actor es un 'otro' con quien nos topamos en un escenario de interacción. Ese actor puede ser un individuo, un grupo, una organización o institución de cualquier tipo (una empresa, un organismo de gobierno, una organización de la comunidad, etc.). Lo que caracteriza o identifica a un actor es su posición particular en ese escenario, su papel o rol -lo que hace o podría hacer en él- y sus propósitos o intereses respecto de ese escenario o lo que se procesa en él (Robirosa, 2008). Para este autor un actor social se distingue por sus particulares percepciones, su cultura institucional, sus intereses, objetivos y valores, su racionalidad y los recursos y capacidades de que dispone.

Albuquerque (2014) manifiesta que el punto de partida de cualquier estrategia de desarrollo económico territorial radica en el esfuerzo de movilización y participación de los actores locales que hay que lograr impulsar en un determinado territorio, a fin de fortalecer el capital social en el mismo, lo cual requiere actividades de fortalecimiento de los gobiernos locales, el impulso de la cooperación público-privada y la coordinación eficiente de las diferentes instituciones públicas de los niveles central, provincial y municipal, así como entre los distintos departamentos sectoriales (Economía, Industria, Agricultura, Trabajo, Turismo, Interior, etc.), y el fomento de la cultura emprendedora local, con el fin de sentar bases sólidas para los procesos de innovación social y cultural que se plantean de forma integrada en la estrategia que se busca.

Entre los actores locales que actúan en un territorio, encontramos: El actor político-administrativo, constituido por el gobierno local, las agencias del gobierno nacional, las empresas públicas. El actor empresarial, constituido por la microempresa y el artesano, la pequeña y mediana empresa, la gran empresa. El actor socio-territorial: comisiones de vecinos, organizaciones no gubernamentales, Iglesias, etc. (Gallicchio, 2002).

Simioni (2003) clasifica a los actores en "Estructurales" que son aquellos que están directamente involucrados con el desenlace del problema, e incluye aquí a los privados y estatales; y en "Funcionales" que son aquellos que generan y transmiten información actuando muchas veces como nexo y articulación entre los estructurales. En este grupo pueden ubicarse tres tipos de actores: la prensa, las universidades y las ONG.

Gráfico N° 3 : clasificación de actores



Fuente: Simioni, 2003

Sorensen *et al.* (1992) los clasifica en:

1. El nivel en el que se encuentren activos local, regional, nacional o transnacional.
2. El grado de organización de los mismos actores bien organizados y actores menos organizados.

Monti y Álvarez (2009) clasifica a los actores combinando estas dos últimas propuestas, considerando como criterios relevantes el nivel de organización y la escala o alcance espacial de la acción, y otro que tipifica a los actores según el rol que desempeñan en la gestión o problemática ambiental, distinguiendo entre actores funcionales y estructurales.

Gráfico N°4 : clasificación de actores sociales



COMBINACIÓN DE CLASIFICACIONES (3 CRITERIOS)

Nivel de Organización (Sorensen et al., 1992)	Rol en la problemática (Simioni, 2003)	Niveles de participación (Sorensen et al., 1992)			
		Locales	Regional	Nacionales	Internacionales
ACTORES BIEN ORGANIZADOS	ESTRUCTURALES				
	FUNCIONALES				
ACTORES MENOS ORGANIZADOS	ESTRUCTURALES				
	FUNCIONALES				

Monti y Álvarez, 2009

Fuente: Monty y Alvarez, 2009

1.6 Alojamiento turístico: los hoteles

Dentro de la oferta turística se puede encontrar empresas directa e indirectamente relacionadas con el turismo, dentro de la primera, uno de los componentes fundamentales, son el conjunto de alojamientos turísticos, que incluyen cabañas, campings, apartamentos, apart hotel, hostales, hoteles-apartamentos, pensiones, *bed and breakfast*, etc.

Se ha elegido el sector hotelero como objetivo del presente trabajo por que constituye un sector de importancia vital para el desarrollo del sector turístico y la comunidad de acogida.

La OMT (2019) define a los hoteles como establecimientos comerciales caracterizados por ofrecer alojamiento, con o sin otros servicios complementarios, bajo una unidad económica de explotación que ocupan la totalidad o parte independizada de un inmueble y reúne una serie de requisitos técnicos y de equipamiento que los hacen aptos para su función principal.

El hotel forma parte del equipamiento de la planta turística, más precisamente de los establecimientos que prestan los servicios básicos para uso y disfrute del turista (Boullon, 1997).

1.7 Alojamiento Turístico en Argentina

En Argentina los alojamientos turísticos, se encuentran regidos por la Ley 18.828, que define a estos establecimientos como establecimientos comerciales en zonas turísticas o comprendidas en planes nacionales de promoción del turismo y que ofrezcan normalmente hospedaje o alojamiento en habitaciones amuebladas, por períodos no menores al de una pernoctación, a personas que no constituyan su domicilio permanente en ellos.

A su vez el decreto 13/14 y Resolución de la entonces Secretaría de Turismo N° 23/14 señalan que todos los establecimientos que presten alojamiento turístico en la provincia de Buenos Aires están obligados a inscribirse en el Registro de Hotelería y Afines para

determinar la tipología y categoría del establecimiento, para saber qué servicios ofrece, qué instalaciones e infraestructura posee, su estado, entre otros.

Las cifras del sector hotelero lo posicionan como un importante motor de crecimiento económico. Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) en su encuesta de ocupación hotelera en abril de 2022, se estimaron 3,6 millones de pernoctaciones en establecimientos hoteleros y parahoteleros, aumentando 158,0% respecto al mismo mes del año anterior. Las pernoctaciones de viajeros residentes registraron un incremento de 124,8% y las de no residentes, uno de 3.258,5% . El total de viajeros hospedados fue 1,5 millones y tuvo una variación positiva de 160,9% respecto al mismo mes del año anterior. La cantidad de viajeros residentes subió 128,0% y la de no residentes, 3.080,9%. El 86,4% del total de los viajeros hospedados fueron viajeros residentes (INDEC, 2022).

En cuanto al trabajo registrado, según la Encuesta de Indicadores Laborales (EIL) publicada por el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación, “hoteles y restaurantes” fue el sector más dinámico en términos interanuales, con un crecimiento de 2,4% en abril de 2022.

El trabajo en hotelería ha crecido 10 meses ininterrumpidamente. De acuerdo a registros oficiales, se sumaron más de 45 mil trabajadores entre julio de 2021 y marzo de 2022 a “hoteles y restaurantes”. Se trata del segundo sector con mayor crecimiento según el último reporte del Estimador Mensual de Actividad Económica (EMAE), detrás de la pesca.

Segun la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH), en conjunto con el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) y el Ministerio de Turismo y Deportes (MINTURDEP), relevó información de los establecimientos hoteleros y parahoteleros de 49 localidades del país.

Altimira Vega y Muñoz Vivas (2007) caracterizan al empleo y las condiciones de trabajo del sector turístico con formas atípicas de empleo «por llamada» o empleo parcial no deseado,

con horarios irregulares, sueldos bajos, poca estabilidad laboral y una perspectiva laboral pobre, condicionando a una alta rotación del personal.

El nivel de profesionalismo y formación son bajos a nivel mundial, aunque se evidencia una tendencia a la formación universitaria de calidad en países desarrollados en los cuales la presencia de profesionales del sector se encuentra en empresas multinacionales y grandes empresas locales, sobre todo en la industria hotelera (Altimira Vega y Muñoz Vivas, 2007).

1.8 Estado del arte

El Partido de General Belgrano ha sido objeto de diversos trabajos previos de investigación y estudios que fueron tenidos en cuenta para la elaboración de esta tesis, entre los que podemos mencionar:

Los autores Amarilla et al (2007) en el estudio “Municipio de General Belgrano. Bases para un desarrollo turístico sustentable” se plantearon identificar premisas para el desarrollo turístico sustentable del Partido de General Belgrano. Para ello realizaron una descripción, considerando el marco legal e institucional de la ciudad, las potencialidades del patrimonio material e inmaterial, natural y cultural, que conforman las bases de la identidad local. A modo de síntesis concluyeron que, el partido posee un patrimonio natural y cultural apto y disponible para actuar en calidad de atractivo turístico.

El Plan Estratégico para General Belgrano, realizado por la municipalidad, en conjunto con la Universidad Nacional de la Plata, publicado en 2005, plantea como objetivo promover un modelo de gestión municipal, que propicie la promoción del desarrollo local, la inclusión social y la mejora de la calidad de servicio y la atención al ciudadano, a través de nuevas herramientas y tecnologías para modernizar la gestión y aumentar su capacidad de acción para responder a las necesidades y demandas de la población.

Entre los lineamientos dentro del Plan Estratégico relacionados al turismo se destaca impulsar una Política Turística de base sustentable, para promover el turismo como

alternativa de diversificación económica, potenciar la identidad belgranense como valor agregado para su desarrollo, posicionar a General Belgrano en la región como “Capital del Río Salado”. Asimismo se propuso crear la Agencia de Desarrollo Turístico Local, implementar una encuesta Turística municipal para dimensionar la demanda y oferta de turismo local y construir una Base de Datos que integre toda la información turística, cultural y deportiva, a fin de unificar la estrategia de prestación de servicios y facilitar el accionar de los empresarios turísticos del Partido, definir una política de marketing turístico local, sensibilización, formación y Capacitación para el Sector Turístico entre otros. Cabe destacar que por razones que se desconocen, no se han podido cumplir ciertos objetivos allí planteados.

Por otro lado el proyecto de extensión llamado “Fortalecimiento Turístico Comunitario en General Belgrano, Provincia de Buenos Aires”, de Molinari et al. (2016) plantea como objetivo generar procesos de fortalecimiento comunitario tendiente a revalorizar el Patrimonio Cultural, Productivo y Turístico con el fin de promover nuevos modelos de desarrollo local, para ello se brindaron talleres con diferentes sectores de la comunidad y cursos de capacitación para promover la participación y autogestión de los pobladores.

Dicho proyecto también realizó una descripción de la oferta turística donde caracterizaron al alojamiento hotelero, como hoteles no categorizados para un segmento de demanda de clase media-baja respondiendo a la primacía de ofrecer servicios acordes a la vida del pescador. Concluyeron además que la modalidad de alojamiento de mayor expansión son las casas, departamentos o cabañas y que los prestadores de servicios (hoteleros, gastronómicos y otros) son quienes realizan la comercialización de sus productos directamente a través de publicidad en Internet y folletería tradicional de tipo general e informativo, diversas páginas de Internet y publicaciones en medios gráficos especializados en pesca y/o turismo articulándose entre los privados o bien en forma conjunta con el Municipio.

Lo que se concluyó en este trabajo es que la participación, la capacitación y la organización social, posibilitará el camino hacia la autogestión del desarrollo local que le otorgará sostenibilidad al proyecto. El proceso participativo, de la comunidad local en su construcción

le otorgara identidad y pertenencia al resultado del mismo, contribuyendo de esta manera a las dimensiones de la sustentabilidad.

A su vez, Malaespina (2022) analiza en su tesis de grado titulada “Turismo y desarrollo local: localidad General Belgrano” cómo se desarrollan las actividades turísticas y recreativas en la localidad de General Belgrano y el aporte que tienen en el desarrollo local. Para ello llevó a cabo una investigación exploratoria- descriptiva obteniendo información a través de entrevistas y encuestas donde concluye que a General Belgrano le hace falta un proceso de planificación que guíe las decisiones para el desarrollo del turismo, que muestre el “hacia dónde” y comenta que un plan estratégico, participativo, en el que todos los actores aporten, podría servir para equilibrar el desarrollo, diversificar la oferta de productos, encontrar fortalezas y debilidades para trabajar sobre ellas y lograr que el turismo sea cada vez más importante para mejorar la calidad de vida de los belgranenses.

Por último en la tesis “Identificación de la etapa del ciclo de vida de un destino y la política turística: dos cuestiones íntimamente vinculadas, Caso: General Belgrano, Buenos Aires, Argentina” de Rumiano (2022) se planteó como objetivo establecer la etapa del ciclo de vida en la que se encuentra General Belgrano como destino turístico, tomando como base el año 2012 hasta el 2022, e identificar la utilización de los instrumentos de política turística en General Belgrano a partir del año 2012. Para ello realizó una investigación mixta de tipo cualitativo-cuantitativo a través de un estudio descriptivo.

Este trabajo obtuvo como resultado que la etapa actual del ciclo de vida en la que se encuentra la ciudad como destino turístico es la de “implicación”, y también, en parte, en la de “desarrollo” ya que el sector público está más involucrado en la actividad turística, los visitantes son cada vez más exigentes y la cantidad de turistas aumenta, de acuerdo a las características de oferta y demanda turística. Asimismo identificó la utilización de instrumentos como planes, programas y proyectos apoyados por diversos organismos.

Por último concluyó que no se puede asegurar que existe trabajo en conjunto, armónico y estratégico entre el sector público, privado y el resto de la comunidad, ya que se ha notado que 95% de los prestadores encuestados no tiene sociedades con empresas prestadoras de servicios turísticos y 83% no mantiene sociedad o convenio con el sector público, aunque

57% de los prestadores encuestados participa en asociaciones empresariales (Rumiano, 2022).

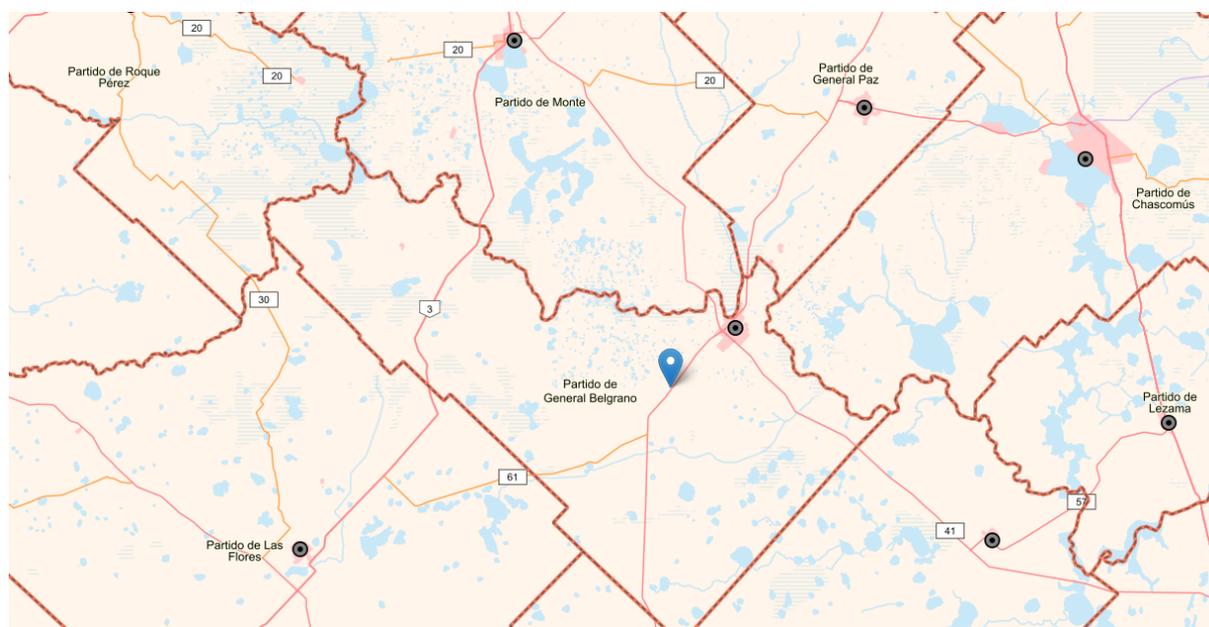
CAPÍTULO II

Caso de estudio

2.1 Localización geográfica de General Belgrano

El Partido de General Belgrano pertenece a la región de la cuenca del río Salado de la Provincia de Buenos Aires. Su localización en relación a las nuevas infraestructuras viales -Autopista Ruta 2, Rutas Nacionales 3 y 205, y Rutas Provinciales 29 y 41-, lo ubican en una posición expectante en torno a los grandes centros de consumo regional -Región Metropolitana de Buenos Aires- y en términos de nuevas oportunidades de desarrollo regional, dadas las renovadas condiciones de accesibilidad. (Tauber, et al 2005)

Gráfico N° 5: Localización geográfica de General Belgrano



Fuente: Instituto Geográfico Nacional (ING)

Gráfico N° 6: Rutas que atraviesan General Belgrano



Fuente: <https://turismobelgrano.com.ar/>

Su población de 15.394 habitantes (INDEC, 2010), representa un incremento del 14% frente a los 13.516 habitantes (INDEC, 2001) del censo anterior.

2.2 Historia de General Belgrano

El Río Salado había sido bautizado por los indígenas que poblaban esta zona, con el nombre de TUBICHAMINI, que significa ancho, caudaloso (TUBICHA) y angosto, un hito de plata en época de sequía (MINI). En agosto de 1891 se promulgó por Ley la creación de un nuevo partido con tierras pertenecientes a los distritos de Pila y Las Flores, que se llamó Gral. Belgrano en homenaje al ilustre patriota Manuel Belgrano, vocal de la Primera Junta de gobierno, héroe de batallas y creador de la bandera nacional (Tauber, Delucchi, D., et al 2005).

De acuerdo a lo dispuesto por la Ley Orgánica Municipal, la comuna quedó instalada el 19 de enero de 1892 y el poder Ejecutivo designó la terna para el Juzgado de Paz. Se inició a partir de entonces un período de institucionalización que acompañó el proceso de consolidación del pueblo. (Tauber, F., Delucchi, D., et al 2005).

En noviembre de 1896 el Gobierno, según lo dispuesto por la Comisión Administradora, resolvió enajenar los solares que formaban partes de la planta urbana para proceder luego a su venta y en 1897 se estableció la cabecera del Partido y se definieron los límites del territorio: al norte con Monte, al este con Gral. Paz, Chascomús y Pila; al sur Pila y al oeste Las Flores. Luego se crearon nuevos asentamientos como La Chumbeada, Gorchs, Chas, Newton e Ibáñez. (Tauber, F., Delucchi, D., et al 2005).

Ramallo (2015) narra en uno de sus capítulos denominado "Una obra sensacional: La Pileta", cómo en el año 1963, una barra de comerciantes amigos que se reunían habitualmente, discutían entre otros temas, sobre el turismo y la necesidad de que la ciudad contará con un hotel. Invitados por el Intendente Belarmino Martín, se reúnen unos cincuenta vecinos para discutir varios temas, entre ellos el cambio de nombre de la cabecera del distrito por el de El Salado, debido a las confusiones que se producían sobre todo con el tema postal, con la ciudad de General Belgrano, al lado del aeropuerto de Ezeiza. Al tratarse el tema de la construcción de un hotel, el ciudadano Lorenzo Poggio fundamenta su oposición al proyecto, y propone en cambio la construcción de una pileta a orillas del río. Es así que Don Lorenzo impone su idea, involucra a toda la comunidad desde su flamante cargo de Presidente de la Comisión Municipal de Fomento y Turismo y comienza la inmensa tarea de conseguir los fondos particulares para la construcción. La idea se concreta en febrero del año 1965, con la inauguración de la pileta olímpica, como se conoce a los natatorios de 50 x 25 metros, y que aún hoy, 56 años después, sigue siendo uno de nuestros principales atractivos turísticos.

Imagen N° 1 : Pileta municipal de General Belgrano



Fuente: taller de historia belgranense

Imagen N° 2: Hotel Lombardo



Fuente: taller de historia belgranense

La historia de este edificio comenzó en el año 1887 cuando fue creado como la Escuela N°10, en la estación “El Salado”, que en aquel momento pertenecía al partido de Las Flores. En agosto de 1891, al crearse el nuevo partido de General Belgrano, pasa a ser la Escuela N° 2. Allí funcionará varios años hasta que se fusiona con la Escuela N° 9 y se traslada a otra zona de la ciudad. Alrededor de 1926, el edificio fue adquirido por la familia Lombardo para abrir en 1927 un hotel al que llamarían “Hotel Lombardo” que se mantuvo en actividad por más de 80 años.

2.3 Recursos Turísticos

En la página del municipio de la ciudad se promocionan los siguientes recursos turísticos:

2.3.1 Río Salado

El río Salado o río Salado del Sur (para diferenciarlo del río Salado del Norte) es un río de Argentina que nace en la laguna El Chañar, ubicada en las cercanías de Teodelina (provincia de Santa Fe), y desemboca en el litoral bonaerense del río de la Plata. La mayor parte de su curso discurre en territorio bonaerense, en dirección norte-noroeste hacia el centro-este del interior de la provincia de Buenos Aires, desembocando en la bahía de Samborombón.

En General Belgrano el río brinda amplias posibilidades para la práctica de pesca deportiva, paseos en canoas o kayak. En el Paseo costanero se localizan dos balnearios: "Viejo" y "Nuevo". El "Viejo" se extiende desde la pasarela hasta el "Arroyito". El "Nuevo", de 5 ha, posee un natatorio olímpico, y otro destinado a los niños, canchas de básquet, fútbol, vóley, conterías, consultorio médico y área de asadores. Entre ambos sectores se encuentra el Camping Municipal forestado con ejemplares y especies de vieja data (sauce, palmera, eucalipto, álamo, pino), con áreas de estacionamiento, asadores, proveeduría, restaurante, vestuarios, administración, energía eléctrica, servicio de vigilancia, cuadrilla de limpieza. En tanto el sector de pescadores, es comunicado por el camino compactado que une la Compuerta N° 2 y el puente sobre la RP 29, llamado "Paso de la Baguala". Las posibilidades de navegación del río son con botes o canoas.

2.3.2 Termas

Desde 2012, se emplaza un parque hidrotermal denominado "Termas del Salado" que cuenta con aguas de alta mineralización, con alto porcentaje de sodio, calcio y sulfatos, y la temperatura en boca de pozo es de 41°C. Dicho complejo es un emprendimiento público privado de capitales belgranenses. Las termas cuentan con amplio espacio verde, quinchos para el relax, spa, juegos para niños, gastronomía entre otros.

2.3.3 Bosque encantado

Ubicado en el paraje Colonia del Salado, sobre la RP N°41 y a 13 km del centro de la ciudad. Es una reserva natural de 24 hectáreas, con más de 88 especies vegetales centenarias y más de 30 especies de aves. Tiene más de 150 años de antigüedad y se dice que fue diseñado por el paisajista Carlos Thays.

Sus senderos rodean el antiguo casco de la ex estancia Santa Narcisa, hoy Museo de las Estancias. Una de las plantas que se puede encontrar en el bosque es la denominada Ginkgo Biloba, la cual es procedente de Asia y posee propiedades medicinales. Sus hojas se han utilizado desde hace más de 2.000 años frente a diversas dolencias, relacionadas sobre todo con el cerebro y el flujo sanguíneo. Lo más llamativo son sus hojas con forma de abanico. En este lugar, además de practicar senderismo y conocer parte de la historia de General Belgrano, también se puede realizar avistaje de fauna.

2.3.4 Recursos Históricos y Culturales

Casa de la Cultura Miguel Briante
Cine Teatro Español
Estación ferroviaria General Belgrano
Municipalidad
Museo de las Estancias
Museo Ferroviario Rieles del Salado
Museo Histórico Municipal Alfredo Mulgura
Sociedad Italiana
Festival Mayor de Tango y Folclore
Aniversario de la fundación de General Belgrano
Granja educativa
Ferias artesanales

2.4 Hoteles en General Belgrano

La presente investigación pretende evaluar a los prestadores de alojamiento turístico, en particular a los hoteleros, y se tomarán aquellos promocionados en la página oficial del municipio. Lo cuales son:

Imagen N° 3 : Hotel Brisas del Chadi



Fuente: facebook brisas del chadi

Este hotel se encuentra ubicado a sólo 100 m del Río Salado y 450 m del Parque Termal, frente al Parque Mateo Bruzzo en calle 139 y 62 N° 697, Gral. Belgrano, Bs.As.

Brisas del Chadi cuenta con 16 habitaciones de diferentes categorías.

En su página web describe sus distintos servicios y amenities tales como; calefacción, servicio de habitación, servicio de mucama, servicio de ropa blanca, blanquería, estacionamiento cubierto, secador de cabello, Amenities sommier, desayuno buffet, tv por cable, wi-fi, aire frío/calor y bar.

Imagen N° 4 : Hotel H&N



Fuente: <https://www.hynhotelboutique.com/>

Este hotel se encuentra ubicado a 16 minutos a pie de una estación de autobuses interurbanos y a 2 km de las Termas del Salado, en calle 131, Nro 756 e/62 y 64, Barrio Parque, Gral. Belgrano, Bs As.

Según su página web cuenta con 13 habitaciones de tres categorías: simple, doble y superior. En lo referido a amenities y servicios cuentan con; Playroom, Gimnasio, Jardín, Solarium, Pileta y jacuzzi, practicas y sillas para niños, desayuno buffet, wifi en todas las áreas, área de lectura, llaves magnéticas, juegos de mesa y estacionamiento.

Imagen N° 5 : Hotel Italia



Fuente: Facebook Hotel Italia

Este hotel se ubica en el centro de la ciudad en la calle peatonal, en Juan E. De la Fuente 675, Gral. Belgrano, Provincia de Buenos Aires.

Cuenta con 9 habitaciones de distintas categorías, con capacidad hasta 28 personas.

Cuenta con estacionamiento, jardín y ofrece desayuno y wi-fi en sus instalaciones

Imagen N° 6 : Hotel Los Troncos



Fuente: <https://hotel-los-troncos.negocio.site/>

Ubicado en avenida Sarmiento 1423 Gral. Belgrano, Provincia de Buenos Aires, a pocos metros del Río Salado.

Este hotel cuenta con 24 habitaciones de distintas categorías, atendidas por sus dueños.

Posee estacionamiento y ofrece desayuno y wi fi.

Imagen N° 7: Hotel San Benito



Fuente: <https://aparthotelsanbenito.negocio.site/>

Se encuentra emplazado en la Av. Néstor Kirchner 1774, General Belgrano- Buenos Aires. A solo 30 metros del río y a 200 metros de las Termas. Cuenta con 16 habitaciones estándar y superiores.

Respecto a las instalaciones cuenta con pileta climatizada, sauna y jardín, también ofrece desayuno y wi fi en sus instalaciones

2.5 Actores del caso de estudio

Se considera pertinente reconocer los actores involucrados ya que como argumenta Rodríguez y Fernández (2009), la capacidad de desarrollo de una región está directamente relacionada con la voluntad de los actores de establecer relaciones entre sí, existiendo una relación directa entre la forma de relaciones entre los participantes de la actividad y el modelo y nivel de desarrollo alcanzado, mostrando que a mayor amplitud de relaciones, mayor desarrollo.

Este trabajo utiliza la clasificación de Monti y Álvarez (2009) que combinan los criterios de Simioni (2003) y Sorensen *et al.* (1992)

Como se observa en la tabla N°3, los actores predominantes resultan ser Bien Organizados 89%, los cuales en su mayoría son actores de tipo Estructural 75% que poseen representantes en los tres niveles de participación territorial: local (municipal), provincial y nacional. Dentro de éstos, el mayor número 83% corresponde a actores estatales y el porcentaje restante se vincula con organismos mixtos y sectores empresariales. Dentro de los actores Bien Organizados a su vez, se identifica un grupo menos diverso, cuyo rol permite caracterizarlo como Funcional, y de alcance local. Éstos incluyen con instituciones académicas, ONG y medios de comunicación.

Los actores sociales Menos Organizados resultan notoriamente menos abundantes que los Bien Organizados, en este caso solo un 11%, y pertenecen exclusivamente al nivel local.

Tabla 3: clasificación de actores involucrados en Gral. Belgrano.

Nivel de organización (Sorensen et al., 1992)	Rol en la gestión Simioni (2003)	Tipología de actores	Niveles de participación (Sorensen et al., 1992)			
			Local	Provincial	Nacional	
Actores bien organizados	Estructurales	Organismos de Gobierno	Gobierno Municipal	Gobierno Provincial	INTA	
			Secretaría de Cultura, Deporte y Educación.	Dirección General de cultura y educación		
			Secretaría de Desarrollo Sustentable	Ministerio de ambiente		
			Dirección de Turismo.	Ministerio de hacienda y finanzas		
			Secretaría de Planeamiento, Obras y Servicios Públicos	Ministerio de Infraestructura y Servicios Públicos		
			Concejo deliberante	Ministerio de Producción, Ciencia e innovación tecnológica		
			Ente Mixto de Turismo	Ministerio de Desarrollo de la Comunidad		
			Sector empresarial	Gastronomicos		NO HAY REGISTRO
				Hoteleros		
				Cámara de Comercio		
	Funcionales	Sector Académico	Centro de formación Profesional N° 401			
		ONGs	Convocatoria ambiental General Belgrano			
		Medios de Comunicación	Diario "Cuarto Poder"			
Canal cuatro						
Actores menos organizados	Estructurales		NO HAY REGISTRO	NO HAY REGISTRO		
		Sector Comunitario - Organizaciones			Taller de historia belgranense Aeroclub	

Fuente: elaboración propia basada en Álvarez, 2008

CAPÍTULO III

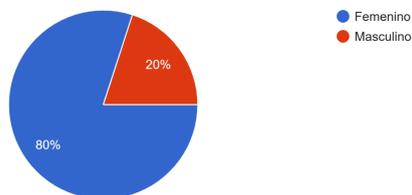
Trabajo en territorio

3.1 Encuesta a residentes

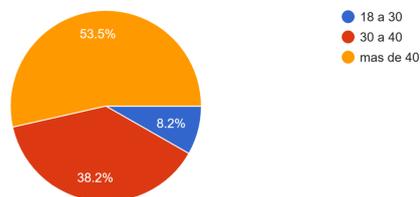
A los fines de caracterizar a uno de los actores principales, además de identificarlos como se hizo en el capítulo anterior, se realizó una encuesta mediante Google Forms, obteniendo 170 respuestas de residentes de General Belgrano, con los siguientes datos.

En cuanto a los datos sociodemográficos, el 80% de las respuestas fueron de mujeres y el 20% de hombres de la localidad, ningún residente ha elegido la opción “otro”. Las edades estuvieron distribuidas de la siguiente manera, el 53.5% tiene más de 40 años, el 38.2% entre 30 y 40 años, y un 8.2% tiene entre 18 y 30 años. La ocupación de la muestra se presentó en un 61.8% como empleados, un 16,4% como autónomos, un 8,5% como jubilados, 4.2% son amas de casa , un 3% docentes y 3.6% otros.

Sexo
170 respuestas

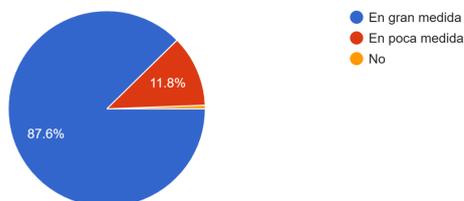


Edad
170 respuestas

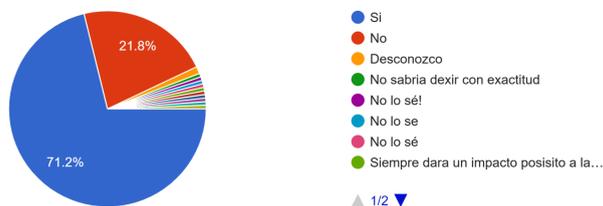


El 84.7% de los encuestados respondieron que consideran muy importante al turismo para la economía de la localidad, mientras que 15.3% la considera poco importante. A su vez, el 87.6% piensa que el sector hotelero podría traer crecimiento económico para la zona en oposición al 11.8% que cree que no. El 76.5% percibe que el desarrollo del turismo no ha servido para mejorar frecuencias y calidad del servicio público de transporte. Con respecto a la oferta de empleo, el 71.2% considera que aumentó a causa del crecimiento hotelero, mientras que el 21.8% no, y el resto no lo sabe.

¿Considera que el crecimiento del sector hotelero puede traer crecimiento económico para la zona?
170 respuestas

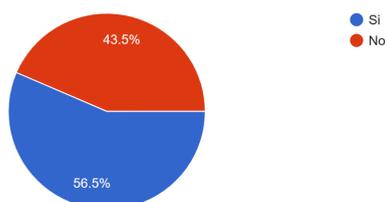


¿Considera que aumento la oferta de empleos a causa del crecimiento hotelero?
170 respuestas

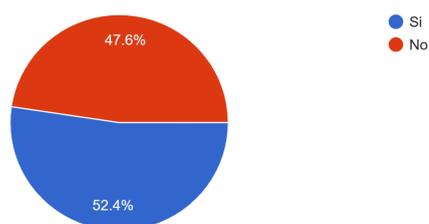


En cuanto al conocimiento que los habitantes tienen sobre la oferta hotelera de la ciudad, el estudio arrojó que 56.5% de los residentes de General Belgrano la conoce mientras que 43.5% no, y 52.4% sabe la cantidad de hoteles disponibles mientras que el 47.6 % no lo sabe.

¿Tiene conocimiento de la oferta hotelera de la localidad?
170 respuestas



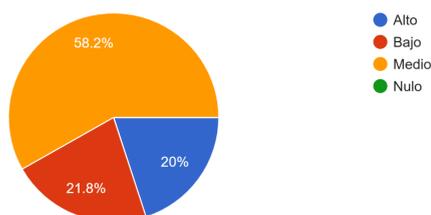
¿Sabe cuántos hoteles hay disponibles en Gral Belgrano?
170 respuestas



A su vez, al indagar sobre el conocimiento que creen que tienen los residentes de los puntos de interés y atractivos turísticos del lugar, el 58.2% cree que tienen un nivel de conocimiento medio, un 20% alto y un 21.8% consideran que un nivel bajo.

¿Cómo cree que es el nivel de conocimiento de los residentes respecto de sus puntos de interés y atractivos turísticos?

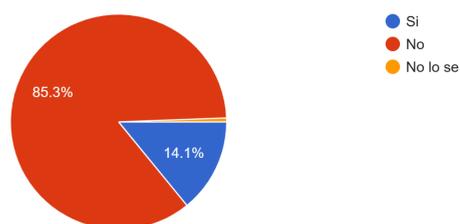
170 respuestas



Aunque el 85.3% de la muestra no conoce los impactos negativos del sector hotelero, el 45.3% considera que el sector no contribuye a la degradación ambiental y arquitectónica de la zona, mientras que el 43.5% cree que contribuye en poca medida y el 11.2% en gran medida. Por otro lado, el 90% coincide en que deberían existir más regulaciones y supervisión por parte de la autoridad local para proteger los recursos naturales de la región, como el agua que usan los alojamientos y la energía.

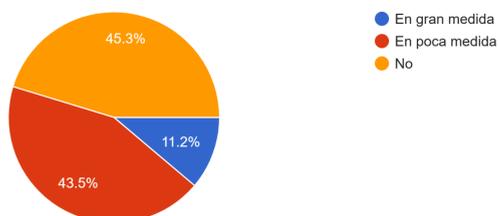
¿Conoce acerca de los impactos negativos de las empresas HOTELERAS en la sociedad y en el medioambiente?

170 respuestas



¿Considera que el sector hotelero contribuye a la degradación ambiental y arquitectónica de la zona?

170 respuestas



¿Según su criterio deberían existir más regulaciones y supervisión por parte de la autoridad local para proteger los recursos naturales de la región, como el agua que usan los alojamientos, la energía?

170 respuestas

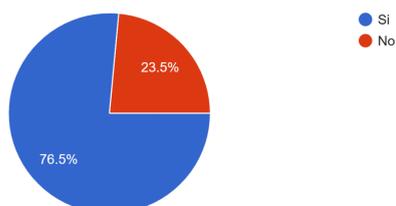


Por otra parte, un 47.6% de los belgranenses encuestados dijo que a la hora de seleccionar alojamiento cuando viaja, tiene en cuenta si el mismo tiene prácticas responsables con el medioambiente y la comunidad local mientras que el 52.4% no.

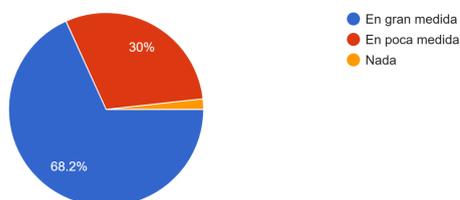
Con respecto a la relación entre turistas y residentes, 68.2% de los encuestados considera al pueblo como buen anfitrión y hospitalario, así como también 76.5% considera a los turistas respetuosos de la población local.

¿Percibe que los turistas son respetuosos de la población local?

170 respuestas



¿Cuán hospitalario y buen anfitrión cree que es el pueblo de la ciudad con los turistas?
170 respuestas



En síntesis, según la información recolectada, los residentes de General Belgrano reconocen la importancia del turismo y del sector hotelero en sí, y su aporte a la economía de la ciudad. Ven al sector hotelero como una actividad que puede contribuir al desarrollo de la ciudad y a la creación de empleos.

Si bien desconocen los impactos generados por el sector, casi la totalidad de los encuestados considera que deberían existir más regulaciones y supervisión por parte de la autoridad local para proteger los recursos naturales de la región, como el agua que usan los alojamientos y la energía.

Respecto a la información con la que cuentan, es escasa tanto en atractivos y puntos de interés como en la oferta de alojamiento hotelero de la ciudad. Por último perciben una buena relación turista- población local.

Se considera muy importante tener en cuenta las percepciones de la comunidad local frente al turismo y a sus diversos sectores, para poder analizarlas, ya que resulta primordial para una planificación participativa del desarrollo turístico local; teniendo en cuenta para ello sus percepciones y opiniones sobre la actividad turística comunal.

3.2 Entrevista a hoteleros y ficha de observación

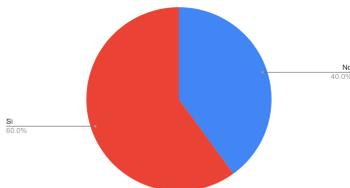
Con objeto de describir la situación del sector hotelero de General Belgrano, se presentan los resultados de las entrevistas realizadas a encargados o dueños de los establecimientos hoteleros. Esto permitió conocer la situación del sector haciendo hincapié en los ejes económico, político, sociocultural, y medioambiental.

Para caracterizar los hoteles de la Ciudad se hicieron preguntas acerca de la categoría de la organización y se preguntó sobre la denominación utilizada. El 100% no posee clasificación definida. Esto ocurre porque si bien se realizó la categorización de los establecimientos en el pasado, de acuerdo a lo estipulado en el artículo 15 de la Resolución N° 23/14, la vigencia de la categorización es de tres (3) años contados a partir de la fecha del acto administrativo que la otorga, y ninguna de las organizaciones actualizó su situación.

En cuanto a la denominación utilizada por cada organización, sólo una posee cartelera que indica apart hotel, sin embargo a la hora de la entrevista con el dueño, este aclaró que se identifican como hotel. El resto posee concordancia entre cartelera y denominación.

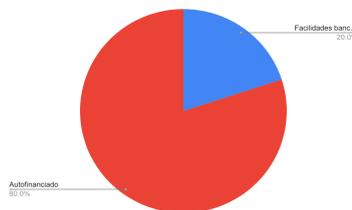
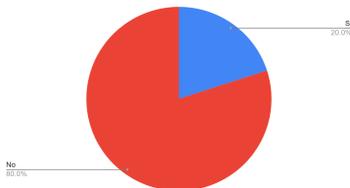
Si bien sólo el 60% de los encuestados es oriundo de General Belgrano el 100 % reside en la ciudad.

Es Oriundo de General Belgrano?



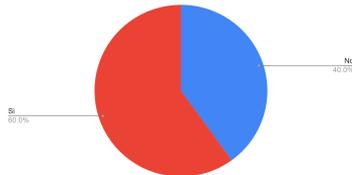
Al consultar sobre las razones principales por las cuales decidieron iniciar el proyecto, el 60% respondió que percibió una oportunidad de negocio y el 40% por ser producto de una herencia familiar. Respecto a la evaluación del eje económico el 80 % de los hoteles se han autofinanciado y 20% han adquirido facilidades bancarias. Por otro lado, el 80% de los hoteleros respondió que esta actividad no es su principal ingreso.

Principal ingreso



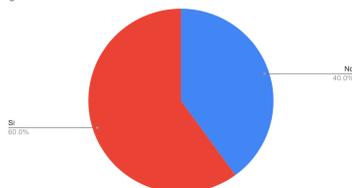
Al indagar sobre las inversiones realizadas, se observa que el 60% no ha aumentado la cantidad de servicios ofrecidos a los huéspedes, pero si ha realizado alguna inversión en ampliaciones edilicias o mejoras en los últimos años.

¿En los últimos años aumentaron las instalaciones o infraestructura en el hotel?



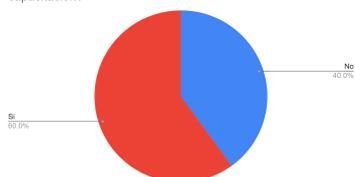
El 80% de los entrevistados cuenta con más de 5 empleados y el 100% afirmó que todos sus empleados son residentes permanentes de la Ciudad. A su vez el 60% incorporó o piensa incorporar personal el próximo año. En cuanto a la composición por género de sus empleados, la mayoría respondió que tiene empleadas mujeres en áreas tales como recepción y limpieza, y en menor medida, hombres en tareas como mantenimiento de jardín o tareas contables administrativas. Por otra parte se evidencia que el 60% terceriza actividades tales como panificados para los desayunos y mantenimiento de parque, según lo mencionado por los entrevistados.

¿Tercerizan actividades ?



Respecto a si valoran conocimientos acerca de la historia, la cultura y sitios de interés de la localidad en sus empleados, el 80% respondió que sí. Además el 60% afirmó que fomenta el desarrollo profesional, brindando cursos de capacitación. La totalidad de los hoteles considera que en su hotel se aplican buenas prácticas laborales como inclusión e igualdad de género y que promueve entre sus empleados la cultura de trabajo en equipo, el compañerismo, respeto, la colaboración y una participación activa.

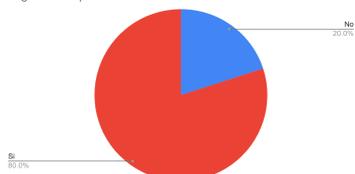
¿El hotel fomenta el desarrollo profesional, brinda cursos de capacitación?



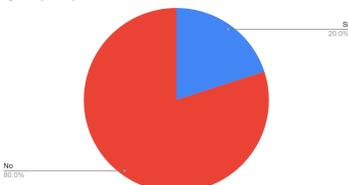
Respecto a si los hoteles poseen adecuaciones para personas con discapacidad, sólo un alojamiento respondió que sí. En la observación no se divisaron rampas o adecuaciones para personas con discapacidades, para entrar al hall o lobby principal hay que subir escaleras.

Teniendo en cuenta que la mayoría respondió que prioriza lo económico a lo local a la hora de contratar personal (servicios o compras de insumos), y que solo uno afirmó que tiene en cuenta ambos aspectos, el 80% contestó que si bien tiene conocimiento de los proveedores locales que existen, solo el 20% efectivamente compra. Al indagar en los motivos respondieron que esto se debe a razones económicas.

¿Tiene conocimiento de los proveedores locales que existen según los requerimientos del hotel?



¿Compra a proveedores locales?



Al consultar sobre si interactúan con actores de la Ciudad, si bien ninguno se encuentra asociado formalmente con otras organizaciones, el 60% mantiene comunicación a los fines de derivar turistas cuando la capacidad se encuentra completa, por ejemplo. Ante la pregunta si se encuentran involucrados con la comunidad local, colaboran con instituciones o prestan sus instalaciones para realizar eventos, solo un hotel respondió afirmativamente, en este caso prestando su pileta climatizada a un niño de la Ciudad para realizar rehabilitación. A su vez, ninguno ofrece algún tipo de beneficio para la comunidad local, como descuentos o promociones, ni poseen alianzas con otras organizaciones sociales para promover y apoyar campañas que se realicen en pos de la comunidad.

Respecto al aspecto vinculado al cuidado del ambiente de las instalaciones evaluadas, solo una respondió que implementa prácticas asociadas a la sustentabilidad donde se mencionó plantar árboles. Solo el 40% respondió que conoce acerca de los impactos negativos de las empresas hoteleras en la sociedad y en el medioambiente pero ninguno identifica y analiza los impactos generados por su actividad en el entorno en el que se desarrolla. Sin embargo, el 40% afirmó que promueve el cuidado del medioambiente y de los recursos naturales dentro de la empresa.



Se aprecia que el 40% de los hoteles, llevan adelante prácticas vinculadas al cuidado del medioambiente, como por ejemplo reciclaje, gestión eficiente de la energía u otra, y el mismo porcentaje respondió que implementa medidas para reducir el uso de elementos contaminantes (por ejemplo, en artículos de limpieza, bolsas, folletería, etc.) y reemplazarlos por productos reciclados y de bajo impacto. No se divisó cartelera y folletería con acciones en pos del cuidado del medio ambiente.

Acerca de lo observado durante las visitas se pudo notar que el 60 % de los hoteles cuenta con folletería de otras organizaciones tales como productos regionales, restaurantes y servicios de taxis entre otros. No así de sitios de interés o actividades culturales de la localidad.



3.3 Observación al Municipio de General Belgrano

Respecto al Municipio, el órgano encargado del turismo es la Dirección de Turismo. Esta Dirección se encuentra ubicada en la zona del balneario al lado de las inmediaciones de la pileta municipal. Allí los turistas pueden acercarse a pedir información como así también en

un puesto de informes turístico emplazado en la Avenida camino al paseo del Río Salado donde hay información sobre alojamientos y gastronomía entre otros.

En la página web oficial de la Dirección de Turismo Municipal¹ y en distintas redes sociales como facebook, instagram y twitter se promociona y comparte información respecto de la Ciudad.

En dicha página, en la solapa de alojamientos se despliegan las opciones de los Hoteles, los cuales fueron objeto de estudio de este trabajo, cabañas, casas y departamentos, alojamiento rural, dormis y campings.

Durante el mes de Mayo de 2022 se pudo observar difusión de un llamado a inversión por parte de la Dirección de Turismo donde se hace saber que se encuentran trabajando en la búsqueda de empresas, empresarios y/o emprendedores que deseen desarrollarse en la ciudad en el sector turístico, convocando a interesados que deseen invertir en Gral. Belgrano, y así analizar y evaluar todo tipo de proyectos que acompañen al Plan de Obra y Desarrollo Turístico de la Ciudad. Se enfocan en las siguientes líneas productivas: alojamientos turísticos como hoteles, cabañas; servicios gastronómicos que incluyen buffet, restaurantes; parques temáticos de aventura o recreativo; y servicio de transporte regular, chárter, entre otros.

¹ <http://www.generalbelgrano.tur.ar>

Imagen N° 8 Difusión de llamado a inversión

GRAL. BELGRANO TE INVITA

Invertí en turismo

Oportunidades para invertir en emprendimientos como:

- Alojamientos turísticos: hoteles, cabañas.
- Servicios gastronómicos: bufet, restaurante.
- Parque temático: aventura, recreativo.
- Servicio de transporte: regular, charters, otros.

2022 CONVOCATORIA A EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN

Municipalidad de Gral. Belgrano Buenos Aires - Argentina

General Belgrano Tu lugar.

www.generalbelgrano.tur.ar/inversiones

General Belgrano

Fuente: <http://www.generalbelgrano.tur.ar>

Por otro lado, según consta en la página web, se está desarrollando un relevamiento de los alojamientos turísticos que no se encuentran habilitados, y se les acerca una nota invitándolos a que se registren. El objetivo de esta acción es ordenar el sistema de alojamientos, regularizar la actividad y ordenar la oferta, logrando de esta forma igualdad de condiciones entre los prestadores.

Finalmente, se observa también comunicación de las reuniones llevadas a cabo por el ente mixto de turismo, en las que participan representantes del sector gastronómico, hotelero, sector de cabañas, representantes de la cámara de comercio, concejales de los dos bloques y funcionarios del gobierno.

CAPÍTULO IV

Conclusiones

Teniendo en cuenta el objetivo general planteado en esta investigación el cual fue analizar el aporte social y económico del sector hotelero al desarrollo local de General Belgrano, Provincia de Buenos Aires, y considerando lo expuesto por Gallicchio (2002) que concibe el desarrollo con relación a las dimensiones económica, social y cultural, ambiental y política;

puede decirse que se cumplió el mismo ya que se estudiaron dichas dimensiones en el desarrollo teórico y en el relevamiento de campo con los actores locales.

Al investigar la dimensión económica, el sector hotelero del Municipio de General Belgrano emplea en los puestos de trabajo a residentes permanentes de la localidad, y a su vez, sus dueños o encargados residen también en ella. Esto impacta directamente en la economía, ya que los empleados y empleadores vuelcan sus ingresos en la ciudad. Además, más de la mitad de los hoteles tiene perspectivas de incorporar personal el próximo año. El 80% de los hoteles entrevistados, respondió que cuenta con más de 5 empleados directos y más de la mitad terciariza actividades como parquización y elaboración de panificados, produciendo así empleo indirecto.

Otro aspecto de la dimensión económica se refiere a que el 80% de los hoteleros mantiene esta actividad como actividad secundaria al afirmar que no es su principal ingreso. Respecto al financiamiento el 80 % de los hoteles se han autofinanciado y el resto ha adquirido facilidades bancarias. Por otro lado, si bien los hoteles conocen en su mayoría a los proveedores locales, no les compran por tener elevados costos. Por último, otro aspecto a resaltar que impacta en la economía local es que si bien no han aumentado sus servicios o prestaciones, sí se han realizado otras inversiones como ampliaciones y mejoras, consumiendo materiales de construcción y mano de obra local.

Respecto a la mirada de los residentes, tienen una percepción positiva de la actividad en la economía local, reconociendo el aporte a la generación de empleo, y al crecimiento económico en general. En este sentido, cabe resaltar que la percepción de los residentes hacia los impactos negativos en sus comunidades es baja, lo cual pone de manifiesto que el turismo en general y el sector hotelero en particular se está desarrollando de forma respetuosa.

Respecto a la dimensión social y cultural, si bien el hotel podría tener un rol importante en la difusión de información referida a atributos naturales y culturales para promover la ciudad, no se detectó en ninguna de las organizaciones información al respecto.

Por otro lado, el compromiso de los hoteles con los recursos humanos es un punto a destacar, la totalidad de los hoteles respondió que se aplican buenas prácticas laborales como inclusión e igualdad de género y que promueve entre sus empleados la cultura de trabajo en equipo, el compañerismo, respeto, la colaboración y una participación activa. A pesar de esto debería analizarse, como línea de investigación futura, información sobre las percepciones de los empleados al respecto.

Un aspecto pendiente con la comunidad que se observó en las respuestas de los residentes encuestados , fue la falta de mejora de los servicios públicos de transporte y frecuencias de los mismos, que son esenciales para locales y turistas.

En referencia a la dimensión ambiental, como se hizo mención, Albuquerque (2014) manifiesta que las acciones emprendidas para el desarrollo deben incorporar el criterio de sustentabilidad ambiental. Pero al indagar al respecto, si bien algunos hoteles se encuentran interesados en la conservación del medioambiente y en el cuidado de los recursos naturales, menos de la mitad conoce o identifica los impactos negativos generados en la sociedad y en el medioambiente; y casi la totalidad de los residentes los desconocen.

El turismo tiene un impacto en su entorno por el funcionamiento diario de sus instalaciones, este control y gestión de los impactos negativos podría ser acompañado por el gobierno local, mediante instancias de auditoría y un protocolo de buenas prácticas, por ejemplo.

Por otro lado, se sugiere profundizar el trabajo de incorporación de criterios sustentables para la actividad hotelera, debido a la incipiente aparición de una mayor sensibilización de los consumidores por el cuidado ambiental, los recursos naturales y con un mayor interés por la cultura local y la comunidad. Esta nueva demanda turística hace que la oferta hotelera deba readecuarse a las nuevas exigencias de los viajeros en cuanto a la calidad del servicio pero centrado específicamente en acciones ligadas al cuidado de los recursos naturales para mitigar los efectos negativos generados por las empresas en el ambiente. Así como también

En cuanto a la dimensión política, se observó que la interacción entre los actores se muestra muy débil, ya que los acuerdos de cooperación, con proveedores u otros establecimientos del mismo sector son escasos.

Con los proveedores, los hoteles no tienen interacción debido a los costos, pero podrían actuar responsablemente en el mercado local, buscando quizá alternativas de agrupamiento con otras organizaciones de índole similar para lograr mejoras en presupuestos. Sin embargo, en la misma línea, la comunicación con otras organizaciones es deficiente. Esto se evidencia debido a que en pocos hoteles se divisó promoción de productos regionales, traslado y lugares gastronómicos, siendo este último un potencial vínculo estratégico ya que fue el mencionado por todos como el sector más beneficiado por la actividad hotelera. Con los establecimientos del mismo sector, el 60% manifestó tener contacto solo para derivar huéspedes en el caso de encontrarse con la ocupación completa.

Los hoteles pueden contribuir con organismos, instituciones y otras organizaciones mediante donaciones de servicios o productos, prestaciones de espacios y equipamientos para presentaciones de proyectos y prácticas que logren mostrar y destacar la cultura local, como puede ser exposiciones de artistas locales y comidas típicas de la ciudad con productos de elaboración regional. Sin embargo, se detectó que solo un hotel mantiene relación con un residente a los fines de prestar las instalaciones, siendo casi nula su relación con el resto de la comunidad local.

Por último, a pesar de contar con un ente mixto de turismo donde se convoca a varios sectores, entre ellos el hotelero, algunos entrevistados manifestaron cierta falta de presencia efectiva por parte de la administración de gobierno, en algunos casos y en otros, resistencia a la participación.

Como conclusiones finales, respecto a los objetivos específicos, se logró identificar y caracterizar a los actores que intervienen en el sector, y se pudo describir la oferta de alojamiento en la Ciudad de General Belgrano. En cuanto al objetivo específico que buscaba indagar la relación del sector hotelero con otros sectores de la economía local, se detectaron vínculos escasos, tanto con otras organizaciones privadas de la localidad, como con el sector público, y casi nula con la población local. Por último, en relación al objetivo

específico que buscaba analizar si los hoteles generan empleo en la comunidad local, los principales resultados obtenidos en esta investigación muestran que el sector hotelero del Municipio de General Belgrano emplea en puestos de trabajos a residentes permanentes de la localidad, en su mayor parte mujeres. Este es un aspecto importante para futuras investigaciones para ahondar en materia de género. Además se generan, empleos indirectos al tercerizar actividades.

Entre las limitaciones del estudio, en primer lugar no se tuvo en consideración características o percepción de los empleados del sector hotelero, ni de turistas que se han alojado en los hoteles objeto de esta investigación, dificultando la difusión de los descubrimientos de otros grupos de interés que pudieron ser relevantes. Asimismo, se podría indagar en mayor profundidad el rol del estado a través de una entrevista a algún representante del sector. En segundo lugar, si bien este estudio se centró en la hotelería es interesante analizar el sector cabañas, que ha tenido un importante crecimiento en el último tiempo, por lo que hubiese sido atractivo su análisis.

Se sugiere por último, un mayor estudio de la sustentabilidad a partir de estándares como los Criterios del Consejo Global de Turismo Sostenible (GSTC) que se crearon para proporcionar un entendimiento común en todo el mundo del «turismo sostenible», y son el mínimo que cualquier empresa turística debería aspirar a alcanzar.

Recomendaciones

A partir de los resultados hallados, se proponen algunas recomendaciones para el sector público y privado:

- Elaborar estrategias locales para aprovechar recursos y potencialidades endógenas.
- Crear redes de actores que faciliten la cooperación, participación e interacción entre ellos.
- Incorporar programas para el sector alojamiento como por ejemplo “hoteles más verdes”, para incentivar acciones en la gestión ambiental de los hoteles y generar beneficios a la comunidad en general.

- Planificar actividades centradas en la información de gestión sustentable para poder reducir impactos negativos generados en el ambiente y fortalecer los positivos, como uso eficiente del agua y energía, manejo de desechos sólidos, eliminación de aguas servidas, seguridad, higiene.
- Crear un plan de acción para la gestión sustentable, un plan de concientización y capacitación al personal sobre sustentabilidad.
- Incluir criterios éticos, sociales y medioambientales además de económicos en la selección de proveedores.
- Brindar servicios para ser usufrutuados por la comunidad local.
- Promover el cambio de actitud empresarial para que las instalaciones hoteleras incluyan adecuaciones para personas con discapacidades.
- Promover en las organizaciones la incorporación de material de difusión de las actividades y puntos de interés de la ciudad

BIBLIOGRAFÍA

- Alburquerque, F., Dini, M., & Pérez, R. (2015). El enfoque del desarrollo económico territorial. *Costamagna, P. y Pérez Rozzi, S. Enfoque, estrategias e información para el Desarrollo Territorial. Los aprendizajes desde ConectaDEL, FOMIN, BID, ConectaDEL.*
- Alburquerque, F. (1997). Metodología para el desarrollo económico local.

- Arroyo, D. (2003). Los ejes centrales del Desarrollo Local en Argentina. *Jefatura de Gabinete de Ministros (2003): Desarrollo Local. JGM. Buenos Aires.*
- ALMIRÓN, Analía (2004) “Turismo y espacio. Aportes para otra Geografía del turismo”, GEOUSP, Espaço e Tempo, vol. 16. Departamento de Geografía, Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias Humanas, Universidad de San Pablo, pp. 167- 180
- Barquero, A. V. (1998). Desarrollo endógeno. Conceptualización de la dinámica de las economías urbanas y regionales. *Cuadernos del CENDES*, (38), 45-65.
- Barcos, S. J. (2009) Una aproximación teórica práctica al estudio de las organizaciones turísticas y su administración. 1era Edición. La Plata Haber.
- Bertoncello, R. (2002). Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas. *Aportes y transferencias*, 6(2), 29-50.
- Boisier, S. (1999). Desarrollo (local):¿ de qué estamos hablando? *Santiago de Chile*, 28, 1-18.
- Becerra, M. E., & Monje, H. V. (2003). CÓMO CRECER: EL DEBATE PENDIENTE. In publicado en el CD del sexto Congreso Nacional de Estudios del Trabajo-Los trabajadores y el trabajo en la Crisis, Issn (pp. 1567-6793).
- Boisier, S. (2005). Un ensayo epistemológico y axiológico sobre gestión del desarrollo territorial: conocimiento y valores. *Santiago de Chile*, 44.
- Boullón, R. C. (2006). Espacio turístico. *Ed. Trillas, México.*
- Bozzano, H. (2009, November). Territorios: El Método Territorio. Una mirada territorial a proyectos e investigaciones no siempre territoriales. In *8th International Conference of Territorial Intelligence. ENTI. November, 4th-7th 2009.*
- Bono, N. (2000). et al. Lineamientos Estratégicos para el mejoramiento urbano ambiental de la ciudad de General Belgrano. Convenio Municipalidad

de Gral. Belgrano - Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad Nacional de La Plata

- Cárdenas, N. (2002). El desarrollo local, su conceptualización y procesos. *Provincia*, (8), 53-76.
- Carvalho, K. D., & Guzmán, S. J. M. (2011). El turismo en la dinámica territorial¿ Lógica global, desarrollo local?. *Estudios y perspectivas en turismo*, 20(2), 441-461.
- CEPAL, N. (2001). Desarrollo económico local y descentralización en América Latina: análisis comparativo.
- CESAR, R., LÓPEZ, S. M., RAMÍREZ, M. C., FERNÁNDEZ, M. V., GAUNA, M., GAJARDO, R., ... & GARRIDO, T. (2016). Aportes al análisis del proceso emprendedor en el sector turístico de Esquel. Ponencia en VII Jornadas Patagónicas de Investigación y II de Extensión en Ciencias Económicas. Trelew: Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco.
- Coriolano, L. N. M. T. (2003) Os limites do desenvolvimento e do turismo. Pasos. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 1(2): 161– 171. Disponible en <http://www.pasosonline.org/Publicados /1203/PS040603.pdf>.
- Farfan, L. A. R., & López, M. G. (2019). Impacto de la actividad económica de los hoteles en la ciudad de Girardot. *Brazilian Journal of Development*, 5(12), 31735-31751.
- Garay, C. A. (2019). Investigar en turismo. *Libros de Cátedra*.
- Gallicchio, E. (2002). Concepción, aplicación y resultados del empoderamiento en Latinoamérica. Teorías del desarrollo y desarrollo local en América Latina. *Seminario Internacional “Los enfoques del empoderamiento y los derechos luchando junto contra la pobreza” de Río de Janeiro*.

- Gambarota, D. M., & Lorda, M. A. (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista Geográfica Venezolana*, 58(2), 346-359.
- González-Limón, M. (2010). Impacto económico de los hoteles: aplicación en la ciudad de Sevilla. *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8 (2), 319-338.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2017). Desarrollo de la perspectiva teórica: revisión de la literatura y construcción del marco teórico.
- Hiernaux-Nicolas, D. (2002). ¿ Cómo definir el turismo? Un repaso disciplinario. *Aportes y transferencias*, 6(2), 11-27.
- Jafari, J. (2005). El turismo como disciplina científica. *Política y sociedad*, 42(1), 39-56.
- L.Amarilla, B., Conti, A. , Molinari, G. A., Coletti, R., Mariñelarena, P. I. M., Mostrada, J., ... & Bellesi, P. (2007). Municipio de General Belgrano.
- Ley Nacional de Turismo N°25997
- Ley Nacional N° 18.828 Alojamientos Turísticos.
- Ley Provincial 14209
 - Decreto 13/2014
 - Decreto 23/14
- Marquez, G. J., Gomez, S. B., Molinari, G. E., & Rossi, E. N. (2015). Fortalecimiento turístico comunitario en General Belgrano.
- Malaspina, M (2022) Turismo y desarrollo local: localidad General Belgrano

- Ministerio de Trabajo Empleo y Seguridad Social de la Nación (2022) Encuesta de Indicadores Laborales. Disponible en: [https://www.argentina.gob.ar/noticias/crecimiento-del-trabajo-registrado-](https://www.argentina.gob.ar/noticias/crecimiento-del-trabajo-registrado)
- Molinari, G., Rossi, E., Gomez, S. B., Patricia, R., & Marquez, G. (2016). Fortalecimiento Turístico Comunitario en General Belgrano, Provincia de Buenos Aires. *En 3ras Jornadas de Patrimonio y Desarrollo-Parte 2. La Plata (Argentina): Icomos Argentina.*
- Moscoso, F. V. (2012). *El lugar dentro de la concepción de destino turístico* (Doctoral dissertation, Universidad Nacional de La Plata).
- Moscoso, F. V. (2012). La construcción social del territorio y su incidencia en la concepción del destino turístico. In *Jornadas de Turismo y Desarrollo Sostenible: el papel de las comunidades locales (La Plata, 2012).*
- Moscoso, F. V. (2013). El papel de los actores territoriales en la definición y configuración de modelos de desarrollo turístico. In *Congreso de Turismo: "El Turismo y los Nuevos Paradigmas Educativos"(Ushuaia, Argentina, 2013).*
- Monti, A. J., & Álvarez, M. T. (2009). Gestión de riesgos con perspectiva temporal en pequeñas comunidades costeras patagónicas: el caso Caleta Córdova (Chubut, Argentina). Ponencia presentada en el 12º Encuentro de Geógrafos de América Latina. Caminando en una América Latina en transformación. Universidad de la República. Montevideo, Uruguay. Recuperado el, 22, 07-13.
- Narvaez, E. L. (2014). El turismo alternativo: una opción para el desarrollo local. *RevIISE: Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, 6(6), 9-18.
- Porto, N., Garcia, C. I., Romero, A., Petrolli, M. F., & Renzella, L. B. (2020). Inventario de recursos turísticos de la provincia de Buenos Aires.
- Robirosa, M. (2008). Articulación, negociación, concertación. *Mundo urbano*, 31.
- Ramallo, H (2015). Mis memorias

- Rumiano, M. S. (2022). Identificación de la etapa del ciclo de vida de un destino y la política turística: dos cuestiones íntimamente vinculadas.
- Rodríguez, R. M., & Fernández, J. I. P. (2009). Desarrollo turístico y dinámica relacional. Metodología de análisis para la gestión activa de destinos turísticos. *Cuadernos de turismo*, (23), 173-194.
- Sancho, A. (2019). Introducción al turismo.
- Simioni, D. (2003). Contaminación atmosférica y conciencia ciudadana. Cepal.
- Silvera, N. S., García, M. E. B., & Rodríguez, M. C. F. (2012). Acercamiento teórico al desarrollo local sostenible y su repercusión para el turismo. *El periplo sustentable*, (22), 7-36.
- Sociales, D. D. (2010). Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008.
- Sousa, A. Á. (2005). La contribución del turismo al desarrollo integral de las sociedades receptoras. Aspectos teórico-metodológicos. *Política y sociedad*, 42(1), 57-84.
- Sorensen, J.C.; Mc Creary, S.T. y Brandani, A. (1992). Costas: arreglos institucionales para manejar ambientes y recursos costeros. US Agency for International development. Internacional Coastal Resources Center. Univ. of Rhode Island, Kingston.
- Torrecilla, J. M. (2006). La entrevista. *Madrid, España: Universidad Autónoma de Madrid*, 1-20.
- Tauber, F., Delucchi, D., Martino, H., & Sánchez Arrabal, M. B. (2005). Plan Estratégico General Belgrano.
- Vega, R. A., & Vivas, X. M. (2007). El turismo como motor de crecimiento económico. *Anuario jurídico y económico escurialense*, (40), 677-710.

Páginas web visitadas

<https://www.unwto.org/>

<https://turismobelgrano.com.ar/>

<https://hotel-los-troncos.negocio.site/>

<https://aparthotelsanbenito.negocio.site/>

<https://www.hynhotelboutique.com/>

<https://www.ign.gob.ar/>

ANEXO I Modelo de encuesta a los prestadores de servicios de alojamiento turístico de General Belgrano.

Buenos días/tardes, mi nombre es Ayelen, soy alumna de la Licenciatura en Turismo de la Universidad Nacional de la Plata (UNLP). Me encuentro realizando mi tesis de grado acerca del aporte de los hoteles al desarrollo de la localidad. Por lo cual se espera su cooperación contestando los siguientes interrogantes. Las opiniones serán incluidas en la tesis pero no se comunicarán datos individuales. Desde ya, muchísimas gracias por su ayuda.

Instrucciones: Complete los datos necesarios y marque con una cruz en la opción que usted crea pertinente en cada interrogante, no existen respuestas correctas o incorrectas, simplemente reflejan su opinión personal.

Nombre del Hotel: _____ Categoría: _____

Puesto laboral del encuestado:

Empleado

- Propietario

Año de apertura de la empresa: _____

Instalaciones con las que cuenta

- pileta
 estacionamiento
 restaurante
 otro _____

1. ¿Usted es oriundo de General Belgrano?

- Si
 No

a) ¿Reside en General Belgrano?

- Si
 No ¿Dónde reside? _____

2. ¿Por qué decidieron iniciar este proyecto?

- empresa familiar/herencia
 percibieron una oportunidad de negocio ()
 otro ¿Cuál? _____

3. ¿Cómo se financiaron?

- facilidades bancarias
 autofinanciado
 otro, cuál? _____

4. Esta actividad es...

- Su principal ingreso
 Actividad secundaria

5. ¿En los últimos años aumentaron los servicios en el hotel?

- Si
 No

6. ¿En los últimos años aumentaron las instalaciones o infraestructura en el hotel?

- Si ¿Cuáles? Ampliaciones () Mejoras ()

No ¿Por qué? _____

7. Tercerizan actividades ?

Si ¿Cuáles? _____

No

8. ¿Tiene conocimiento de los proveedores locales que existen según los requerimientos del hotel?

Si

No

9. ¿Compra a proveedores locales?

Si

No ¿Porque? _____

10. ¿Se encuentra asociado con otras organizaciones?

Si ¿con cuáles? _____

No ¿por qué? _____

11. ¿Mantiene comunicación con otras organizaciones u otros alojamientos?

Si ¿Con cuáles? _____

No

12. ¿Con cuántos empleados cuenta en total su organización?

más de 5

menos de 5

comente el sexo de los trabajadores _____

13. Los empleados son oriundos de General Belgrano?

Si

No ¿De donde? _____

14. ¿Incorporó o piensa incorporar personal en el próximo año?

Si

No

15. A la hora de contratar personal, servicios, comprar insumos se prioriza.....

- lo local
- lo económico

16. ¿Considera que en el hotel se aplican buenas prácticas laborales como inclusión e igualdad de género?

- No
- Si

17. ¿El hotel promueve entre sus empleados la cultura de trabajo en equipo, el compañerismo, respeto, la colaboración y una participación activa?

- No
- Si

18. ¿El hotel fomenta el desarrollo profesional, brinda cursos de capacitación?

- No
- Si

19. ¿El hotel posee adecuaciones para personas con discapacidades diferentes?

- No
- Si

20. ¿El hotel se encuentra involucrado con la comunidad, colabora con instituciones, presta sus instalaciones para realizar eventos?

- No
- Si

21. Ofrece algún tipo de beneficio para la comunidad local, como descuentos o promociones?

- No
- Si

22. ¿Poseen alianzas con otras organizaciones sociales para promover y apoyar campañas que se realicen en pos de la comunidad?

- No

Si

23. ¿Se valoran conocimientos acerca de la historia, la cultura y sitios de interés de la localidad en sus empleados?

Si

No

24. ¿En su hotel se implementan prácticas asociadas a la SUSTENTABILIDAD ?

No

Si. Mencione algunas _____

25. ¿Conoce acerca de los impactos negativos de las empresas HOTELERAS en la sociedad y en el medioambiente?

No

Si. Mencione algunos _____

26. ¿El hotel identifica y analiza los impactos generados por su actividad en el entorno en el que se desarrolla?

No

Si

27. ¿El hotel promueve el cuidado del medioambiente y de los recursos naturales dentro de la empresa?

No

Si

28. ¿Se realizan métodos de cuidado del medioambiente, como por ejemplo reciclaje, gestión eficiente de la energía u otra?

No

Si

29. ¿El hotel implementa medidas para reducir el uso de elementos contaminantes (ej: en artículos de limpieza, bolsas, folletería, etc.) y reemplazarlos por productos reciclados y de bajo impacto ambiental?

No

Si

ANEXO III Cuestionario a residentes

Buenos días/tardes, mi nombre es Ayelen, soy alumna de la Licenciatura en Turismo de la Universidad Nacional de la Plata (UNLP). Me encuentro realizando mi tesis de grado acerca del aporte de los hoteles al desarrollo de la localidad. Por lo cual se espera su cooperación contestando los siguientes interrogantes. Las opiniones serán incluidas en la tesis pero no se comunicarán datos individuales. Desde ya, muchísimas gracias por su ayuda.

Instrucciones: Complete los datos necesarios y marque con una cruz en la opción que usted crea pertinente en cada interrogante, no existen respuestas correctas o incorrectas, simplemente reflejan su opinión personal.

1. Sexo
 - a. F ()
 - b. M ()
2. edad
 - a. 18 a 30 ()
 - b. 30 a 50 ()
 - c. + de 50 ()
3. Ocupación
 - a. Ama de casa ()
 - b. Jubilado ()
 - c. estudiante ()
 - d. empleado ()
 - e. autónomo ()
 - f. otro ()
4. Ocupación relacionada con el turismo
 - a. No ()
 - b. Si, de manera directa ()
 - c. Si, de manera indirecta ()

5. ¿Qué grado de importancia percibe que el turismo ocupa en la economía de General Belgrano?
 - a. Importante
 - b. Poco importante
 - c. Nada importante
 - d. Irrelevante para la ciudad
6. ¿Cree que debe incrementarse la promoción turística de General Belgrano para atraer más turistas?
 - a. Si ()
 - b. No ()
7. ¿Observa mejoras en oportunidades u ofertas de empleo gracias al turismo?
 - a. En gran medida ()
 - b. En poca medida ()
 - c. No genera
8. ¿Cree que el turismo ha estimulado que haya más empresas interesadas en invertir en la ciudad?
 - a. Mucho ()
 - b. Poco ()
 - c. Nada ()
9. ¿Percibe que el turismo ha incrementado las oportunidades de negocio para los residentes y para empresas locales?
 - a. Mucho ()
 - b. Poco ()
 - c. Nada ()
10. ¿Considera que el turismo contribuye a la degradación ambiental de la zona?
 - a. En gran medida ()
 - b. En poca medida ()
 - c. No ()

11. ¿Según su criterio deberían existir más regulaciones y supervisión por parte de la autoridad local para proteger los recursos naturales de la región, por ejemplo del río?
- a. Si ()
 - b. No ()
12. ¿Percibe que los turistas son respetuosos de la población local?
- a. Si ()
 - b. No ()
13. ¿Cuán hospitalario y buen anfitrión cree que es el pueblo de la ciudad con los turistas?
- a. Muy hospitalarios ()
 - b. Poco hospitalarios()
 - c. Nada hospitalarios ()
14. ¿Cómo cree que es el nivel de conocimiento de los residentes respecto de sus puntos de interés y atractivos turísticos?
- a. Alto ()
 - b. Medio ()
 - c. Bajo ()
 - d. Nulo ()
15. ¿Cree que sería necesario realizar una Campaña de Concientización Turística?
- a. sí ()
 - b. No ()
16. ¿Percibe que el desarrollo de la industria turística ha servido para mejorar frecuencias y calidad del servicio público de transporte?
- a. Si ()
 - b. No ()

17. ¿Percibe que el turismo ha servido para generar nuevas o mejorar existentes zonas de esparcimiento como parques, museos, etc?

a. Si ()

b. No ()

18. ¿A la hora de seleccionar alojamiento cuando viaja, tiene en cuenta si el mismo tiene prácticas responsables con el medioambiente y la comunidad local?

a. Si ()

b. No ()

ANEXO II Ficha de observación						
NOMBRE DEL HOTEL:						
FECHA:						
		EN EL HOTEL		EN PÁGINA WEB		
Nº	ÍTEMS A OBSERVAR	SI	NO	SI	NO	OBSERVACIONES
1	PROMOCIÓN DE OTRAS ORGANIZACIONES					
1.2	RESTAURANTES					

1.3	CLUB NOCTURNO					
2	PROMOCIÓN DE SITIOS DE INTERÉS DE LA CIUDAD					
3	PROMOCIÓN SOBRE ACTIVIDADES RECREATIVAS					
3.1	PROMOCIÓN SOBRE ACTIVIDADES CULTURALES					
4	ADECUACIONES PARA PERSONAS CON CAPACIDADES DIFERENTES					
4.1	RAMPA DE ENTRADA, EN ESCALERAS					
4.2	BAÑOS ADAPTADOS					
4.3	ESPACIO LIBRE DE CIRCULACIÓN					
5	INFORMACIÓN SOBRE RECICLADO					