

## INDICE GENERAL

	Pág.
RESUMEN.....	6
<b>CAPITULO I: Introducción.</b>	
- Hipótesis planteadas.....	8
- Objetivos generales y específicos.....	8
- Metodología.....	9
<b>CAPITULO II: Marco teórico.</b>	
<b>A. Estacionalidad en el turismo</b>	
- Concepto.....	12
- Causas.....	13
- Efectos que provoca.....	14
- Destinos afectados por el problema: turismo de sol y playa.....	16
<b>B. Desestacionalización, diversificación de la oferta y creación de productos fuera de temporada</b>	
- Ruptura de la estacionalidad turística.....	18
- Alternativas para romper con la estacionalidad.....	19
- Diversificación de la oferta y creación de productos turísticos.....	20
- Tipologías turísticas para trabajar todo el año.....	22
<b>C. Turismo cultural: una alternativa de solución al problema.</b>	
- Concepto de turismo cultural.....	26
- Importancia.....	26
- Ventajas de turismo cultural.....	27
- Turismo cultural como alternativa para quebrar la estacionalidad en destinos de sol y playa....	29
<b>CAPITULO III: Efectos de la estacionalidad: caso Pinamar.</b>	
<b>A. Datos generales del destino.....</b>	<b>30</b>
- <b>Ubicación, accesos, población, clima.....</b>	<b>30</b>
- <b>Datos estadísticos.</b>	
a. Cantidad de plazas.....	31
b. Distribución.....	31
c. Comparación de temporadas.....	32
d. Cantidad de arribos por mes del año.....	32
- <b>Perfil del turista que visita Pinamar.....</b>	<b>34</b>
<b>B. Resultados de encuestas en comercios de la ciudad</b>	
- <b>Datos de comercios encuestados.....</b>	<b>36</b>
a. Tipo de comercio.....	36
b. Facturación aproximada por año.....	38
c. Vínculo del encuestado con el comercio y antigüedad.....	39
d. Comercios abiertos todo el año Vs. Comercios de temporada.....	39
- <b>Opiniones sobre la estacionalidad del turismo en Pinamar</b>	
a. Tipología turística predominante en el destino.....	41
b. La temporada alta de Pinamar.....	41
c. Percepción sobre la llegada de turistas en pocos meses del año.....	42
d. Efectos observados.....	42
e. Razones por las cuales los turistas visitan Pinamar solo en temporada alta.....	43
f. Formas de atraer turismo todo el año.....	44
<b>C. Encuestas a referentes locales de Pinamar</b>	
-Tipología turística destacada en la ciudad.....	44

- Cómo perciben los residentes al turismo.....	44
- Temporada alta de Pinamar.....	45
- Percepciones sobre la llegada de turistas en pocos meses del año.....	45
- Efectos de la llegada de turistas en temporada alta.....	45
- En qué se emplea la población el resto del año.....	46
- Recibir turistas todo el año.....	46
- Cómo atraer turistas en temporada baja.....	46

#### **CAPITULO IV: Secretaría de Turismo de Pinamar.**

<b>A. Opiniones de las personas entrevistadas sobre el turismo en la ciudad</b>	
- Actividad económica principal de la ciudad.....	47
- Trato entre turistas- residentes.....	47
- Efectos del turismo en temporada.....	48
- ¿Está Pinamar preparada para atender a los turistas en temporada?.....	48
- Tendencias observadas en Pinamar.....	48
<b>B. Trabajo de la Secretaría de Turismo</b>	
- Funciones y áreas.....	49
- Recursos Humanos (RR.HH).....	50
- Planificación del turismo en la ciudad. Programas de capacitación y concientización.....	51
- Promoción del destino.....	52
- Trabajo con el sector privado.....	53
<b>C. Trabajo para quebrar estacionalidad en el destino.</b>	
- Pinamar en invierno.....	53
- Diversificación de la oferta.....	54
- Actividades que se generan para romper con la estacionalidad.....	54

#### **CAPITULO V: Éxito de Mar del Plata en la ruptura de la estacionalidad turística.**

<b>A. Datos generales.....</b>	<b>56</b>
<b>B. Referencia histórica.....</b>	<b>56</b>
<b>C. Gestión del turismo en la ciudad.....</b>	<b>57</b>
-Reformas principales del área de turismo.....	59
-Estudio de demanda potencial.....	59
-Marca de la ciudad.....	60
-Conciencia-calidad en servicios turísticos.....	60
-Mar del Plata ciudad accesible.....	61
-Estadísticas turísticas.....	62
<b>D. Comunicación de la ciudad.....</b>	<b>62</b>
-Productos desarrollados y comunicados.....	63
-Acciones promocionales.....	65
<b>E. Ruptura de la estacionalidad en Mar del Plata.....</b>	<b>66</b>
-Trabajo de Emtur para quebrar la estacionalidad.....	66
-Logros obtenidos.....	67
- Trabajos recientes: Mar del Plata 12 meses y Volvé a Mar del Plata.....	68

#### **CAPITULO VI: Conclusiones y propuestas para Pinamar en base a las mejores prácticas en el tema**

Conclusiones.....	69
Propuestas y recomendaciones/ Comentarios finales.....	73
Bibliografía.....	79
Anexos.....	82