

Índice

Introducción

1 Síntesis del trabajo	5
------------------------------	---

Capítulo I Tema de Investigación

1.1 Fundamentación	7
1.2 Justificación	9
1.2 Planteamiento del problema de investigación	10
Objetivos:	10
Generales	10
Específicos	10
Hipótesis	10

Capítulo II Marco teórico

2.1 Concepto de turismo	11
2.1.1 La demanda	11
2.1.2 La oferta	11
2.1.3 Atractivos turísticos	12
2.2 Definiciones de los tipos de atracciones	12
2.2.1 Tipologías de las atracciones	12
2.3 Atractivos de Chascomús, según la Secretaría de Turismo y Producción	14
2.4 Definición de inventario turístico	15
2.5 Concepto de marketing turístico	16
2.5.1 Marketing Mix	16
2.5.1 Componentes del producto turístico	16

Capítulo III Metodología

3.1 Delimitación del objeto de estudio	18
3.2 Identificación contextual del área	18
3.3 Tipo de estudio	18
3.4 Técnica de recolección de datos	18
3.5 Encuestas	19
3.6 Muestreo	19
3.7 Detalle del trabajo de campo	20

Capítulo IV Consideraciones sobre Chascomús y sus atractivos Turísticos

4.1 Breve reseña Histórica de Chascomús	21
4.2 Servicios turísticos	21
4.3 Alojamiento	22
4.4 Gastronómico	22
4.5 Transporte	22
4.6 Atractivos turísticos	23

Capítulo V Consideraciones sobre las herramientas de marketing que se utilizan en Chascomús

5.1 Presentación de los planes de desarrollo local	26
5.2 Acciones realizadas por la Secretaría de Turismo y Producción, Gestión 2004-2007 y el transcurso de la Gestión 2008-2011	28
5.3 Los objetivos alcanzados según la Secretaría de Turismo y Producción	30
5.4 Consideraciones Generales sobre la aplicación de las herramientas de marketing	31

Capítulo VI Resultado y análisis de la información

6.1 Análisis de llegadas de turistas/ visitantes a Chascomús (2006-2008)	33
6.2 Análisis FODA: Situación del Turismo en Chascomús	34
6.3 Resultado del Inventario Turístico	35
6.4 Resultado y análisis de las encuestas realizadas en Chascomús	36
6.4.1 Resultados de encuestas realizadas por los turistas que arriban a Chascomús	37
6.4.2 Resultado y análisis de las encuestas realizadas a los residentes de Chascomús	48
6.5 Perfil del Turista de Chascomús	53
6.6 Comparación perfil del turista- Atractivo turístico que ofrece Chascomús	59

Capítulo VII Consideraciones Finales

7.1 Análisis de la información	60
7.1.1 Diagnósticos General.....	60
7.1.2 Diagnóstico Particular	61
7.2 Análisis de las acciones de la gestión (2004-2007) de la Secretaría de Turismo y Producción de Chascomús, efectos y sugerencias	62
7.3 Consideraciones Finales.....	64
7.3.1 Cuadro: “Tipo y Estado de los atractivos turístico”	64
7.3.2 Estrategias de Marketing	66
7.3.3 Estrategia de Diversificación Concéntrica y Desarrollo	67
7.3.4 Estrategia de desarrollo del producto turístico y desarrollo	69
7.3.5 Propuestas y Sugerencias	72
7.4 Conclusiones	75
Bibliografía.....	77

Anexos:

Anexo 1 Encuestas

1.1 Modelo de encuesta a turistas de Chascomús	80
1.2 Modelo de encuesta a la comunidad local.....	82

Anexo 2 Inventario de Atractivos Turístico

2.1.1 Introducción	84
2.1.2 Componentes del inventario.....	85
2.1.2 Componentes del inventario de recursos culturales	86
2.1.3 Componentes del inventario de sitios naturales	87
2.1.4 Componentes del inventario de festividades y eventos	88
2.1.5 Criterios para la valoración de los recursos culturales	88
2.1.6 Criterios para la valoración de los sitios naturales	92
2.1.7 Criterios para la valoración de festividades y eventos	92

Anexo 3 Características de los Atractivos

3.1 Cuadro B: Características de los atractivos de Chascomús	94
--	----

Anexo 4 Formularios del inventario de Atractivos turísticos

4.1.1 Formulario 1.....	99
4.1.2 Formulario 2.....	100
4.1.3 Formulario 3.....	100
4.2 Formato para la valoración de los Recursos culturales	101
4.3 Formato para la valoración de los sitios Naturales	103
4.4 Formato para la valoración de las festividades y eventos	103
4.5 Cuadro C: Tabla dinámica.	104

Anexo 5 Observación Directa

5.1 Informe: observación directa: Secretaría de Turismo y Producción.	105
5.1.2 Aspecto físico- ambiental	105
5.1.3 Concurrencia de la oficina.....	105

Anexo 6 Informes de la Secretaría de Turismo y Producción de Chascomús

6.1 Informe de la Secretaría de Turismo y Producción Chascomús Plan de Desarrollo Turístico 2009.	106
6.1.1 Plan de Marketing, Comunicación y Promoción	107

Anexo 7 Informe de las acciones de la Gestión de O. Casalins

7.1 Informe de las acciones de la gestión de Osvaldo Casalins Secretaría de Turismo y Producción de Chascomús.....	109
---	-----

Anexo 8 Proceso de Formulación y ejecución del plan integral de marketing

8.1 Cuadro D: Proceso de formulación y ejecución del plan integral de marketing turístico.....	111
---	-----