

“Estacionalidad en un destino turístico”

Caso: Villa La Angostura

Tesis de grado

Licenciatura en Turismo

Facultad de Ciencias Económicas

Universidad Nacional de La Plata

Alumna: Sofía Tuculet

Legajo: 76716/6

E-mail: sofiatuculet@gmail.com

Directora:

Azul Balbiani

30 de Octubre de 2015

Agradecimientos

A mi familia por el apoyo incondicional que me han brindado durante todos estos años recorridos en la facultad.

A una persona que hoy en día no se encuentra presente físicamente conmigo pero que me ha dado a entender que a pesar de lo sucedido se debe seguir adelante.

A mi tutora, Azul Balbiani, por la orientación, el seguimiento y la supervisión continúa de la tesis, pero sobre todo por la motivación y el apoyo recibido a lo largo de este proceso final.

A mis amigos de la facultad por los momentos tanto de estudio como de diversión que se han formado.

A todos los que forman parte de la carrera de Licenciatura en Turismo de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de La Plata por haber contribuido al crecimiento de mi persona tanto profesional como personalmente.

Muchas gracias.

Índice

Introducción	1
Objetivos.....	3
Metodología	4
Fundamentación	5
Marco teórico	7
Estacionalidad	7
Causas	8
Consecuencias.....	10
Medidas para desestacionalizar el turismo	11
Región Neuquina	13
Historia de Villa La Angostura	15
Actualidad en Villa La Angostura	17
Relevamiento de medidas realizadas en Villa La Angostura	19
Promociones	19
Eventos	19
Cuestionarios.....	27
Propuestas.....	30
Feriados en Chile	30
Turismo activo	32
Eventos de reuniones - congresos	34
Museo del Volcán Puyehue	38
Promociones del Cerro Bayo en las agencias de viajes en temporada media/baja	43
Conclusión	44
Anexo 1.....	45
Anexo 2.....	46
Bibliografía	50

Introducción

El turismo es una de las actividades económicas y culturales de relevancia con las que puede contar un país o una región. Es por ello que las entidades tanto públicas como privadas le dan suma importancia a cuestiones relacionadas al tema.

Las principales características de los servicios turísticos es que son intangibles, de carácter perecedero, variables, no se pueden almacenar, inseparables y estacionales.

Como explica la OMT (2006), los aspectos positivos generados por la actividad turística en la economía de un país dentro del ámbito económico, sociocultural y medioambiental, son la contribución del turismo al equilibrio de la balanza de pagos, al Producto Nacional Bruto (PNB), a la creación de empleo, el aumento y a la distribución de la renta. La mejora en las facilidades e instalaciones del destino, la recuperación y conservación de valores culturales, y el impacto positivo del efecto demostración. La revalorización del entorno natural y la adopción de medidas para preservar los tesoros de la zona.

Y con respecto a los aspectos negativos del turismo son el costo de oportunidad, los costos derivados de las fluctuaciones de la demanda turística, la posible inflación derivada de la actividad turística, la pérdida de beneficios económicos potenciales y las distorsiones en la economía local. Las diferencias sociales entre visitantes/residentes, el impacto negativo del efecto demostración y el impacto del turismo de masas. La arquitectura no integrada en el paisaje, la segregación de los residentes locales en países no desarrollados, el no tratamiento de residuos, la contaminación, la erosión de la zona y la rivalidad en la utilización de los recursos naturales.

Es por todo esto que se debe fomentar el turismo con objetivos a largo plazo, orientados a lograr una actividad sostenible y sustentable durante todo el año, evitando la generación de impactos negativos.

Haciendo referencia a las características del turismo antes mencionadas, y a los impactos negativos de esta actividad, es que se plantea en ésta investigación el análisis de la estacionalidad en la localidad de Villa La Angostura, pueblo ubicado en la provincia de Neuquén, lugar en el cual se centrará el estudio.

Es allí al igual que en otros destinos turísticos de Argentina que se desarrolla la actividad turística por temporadas. Esto quiere decir que la demanda presenta

fluctuaciones de acuerdo a ciertos factores que pueden ser naturales, institucionales o culturales. Si la actividad turística no es constante durante todo el año, no generará los beneficios mencionados anteriormente que hacen crecer y mejorar a un destino. Es por ello que es conveniente implementar políticas acordes a las características que tiene la demanda turística en determinados destinos, para paliar los impactos negativos.

Para ello se presenta toda la información necesaria en para orientar el trabajo de investigación en la presente tesis sobre la estacionalidad, sus causas, consecuencias, y políticas para contrarrestarla. Se describe el caso de estudio, Villa La Angostura, para conocer la situación en la que se encuentra, y por último, de acuerdo a los resultados de la investigación y el relevamiento, se realizan recomendaciones que aporten a la resolución del objetivo

Objetivos

El objetivo general a desarrollar en la tesis es realizar una aproximación a la problemática de la estacionalidad en Villa La Angostura planteando una reflexión respecto de las condiciones necesarias para afrontar la estacionalidad.

Para ello, voy a cumplir con determinados objetivos específicos que son:

- Exponer las causas y consecuencias de la estacionalidad turística.
- Identificar las medidas para disminuir la estacionalidad turística.
- Mencionar las características de la estacionalidad en Villa La Angostura.
- Analizar los efectos que generan las acciones que se realizan en temporada baja.

Metodología

Para ésta investigación, se ha optado por recoger, analizar e interpretar datos mensurables obtenidos desde la Secretaria de Turismo de Villa La Angostura. Se utilizó también bibliografía relacionada al tema de estudio. Se indagó a establecimientos comerciales, hoteleros, y gastronómicos; y a la población local.

El método utilizado fueron las encuestas ya que:

La encuesta es la aplicación de un procedimiento estandarizado para recolectar información –oral o escrita– de una muestra de personas acerca de los aspectos estructurales; ya sean ciertas características sociodemográficas u opiniones acerca de algún tema específico. La información se recoge de forma estructurada y el estímulo es el mismo para todas las personas. (Cea D’Ancona 1996, citado por Sautu R., Boniolo P., Dalle P. y Elbert R. 2005)

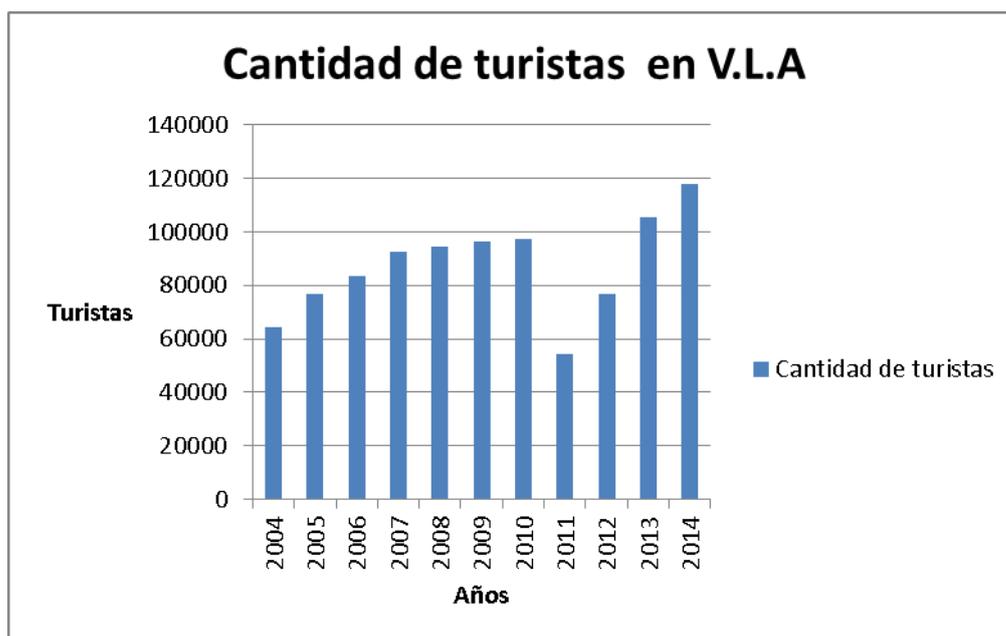
Se realizaron 29 encuestas en total con preguntas de tipo abiertas y cerradas. En cuanto a la forma de contacto utilizada fue a través de mail o teléfono. Con respecto a la comunidad local, se encuestaron solo a aquellas personas que residen en Villa La Angostura desde hace más de cinco años. Se intentó realizar una entrevista al Secretario de Turismo de Villa La Angostura pero lamentablemente luego de llamadas y mensajes por diferentes medios no se pudo concretar dado la ocupada agenda del Secretario.

A su vez, se contactó con la biblioteca municipal de Villa La Angostura. Se utilizó internet y redes sociales, medios por los cuales se obtuvo información de la Municipalidad de Villa La Angostura y de la Secretaría de Turismo de Villa La Angostura.

Fundamentación

Según el estudio realizado por la Secretaría de Turismo de la Municipalidad de Villa La Angostura, el destino ha ido creciendo incesablemente, (exceptuando en el 2011 y 2012 con la erupción del Volcán Puyehue donde tuvo una caída de la demanda en un 80%).

Gráfico N°2: Cantidad de turistas en V.L.A



Fuente: Elaboración propia a través de datos brindados por la Secretaría de Turismo de Villa La Angostura.

En los últimos diez años se ha observado el crecimiento turístico que se presentó en el destino como así también el esfuerzo de la Secretaría de Turismo de Villa La Angostura para intentar disminuir la estacionalidad.

Dado que es un destino con marcada estacionalidad turística, se ha considerado oportuno realizar una aproximación a la problemática antes mencionada en la localidad abordada. Es por ello que se ha decidido realizar este trabajo con el fin de analizar el problema de la estacionalidad explicando los eventos que se realizan y considerando a la creación de acciones una forma positiva para disminuir la estacionalidad.

Ésta investigación aportará conocimiento a la Municipalidad de Villa La Angostura, a la Secretaría de Villa La Angostura, a la Asociación de Hoteles y Restaurantes por el

hecho de haber estudiado la situación del destino, generando a los aportes y recomendaciones que surgen, y generar nuevas propuestas de acciones para aumentar ingresos y contribuir a la disminución de la estacionalidad.

A su vez, se considera que ayudará a la motivación de la creación de nuevas acciones por parte de la población local, de esta manera acercando y fomentando la participación en conjunto de la comunidad local, el sector público y el sector privado.

Marco teórico

Estacionalidad

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994), “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”

La estacionalidad constituye una característica fuertemente propia del turismo así como también de muchas otras actividades productivas. La estacionalidad es una de las problemáticas que presenta el turismo.

Según la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa Departamento de Economía de México D.F, la estacionalidad es aquella característica que presentan algunas variables económicas por las cuales fluctúan regularmente a lo largo del tiempo. El vocablo proviene de "estación" ya que es con el cambio de estaciones que se manifiesta con más claridad este comportamiento.

La estacionalidad puede presentarse en períodos anuales, mensuales o aún semanales y diarios; este último caso se presenta, por ejemplo, en el consumo de ciertos servicios, como los programas de televisión.

En 1973 Baron definió a la estacionalidad como:

“Seasonality implies an incomplete and unbalance utilization of the means at the disposal of the economy, and this is similar to the imbalance of the business cycle, where the economy is either overheated or running under full potential at different phases of the cycle.”

Traducción al español:

“La estacionalidad implica una utilización incompleta y desequilibrada de los medios a disposición de la economía, y esto es similar al desequilibrio del ciclo económico, donde la economía está sobrecalentada o bien bajo pleno potencial en diferentes fases del ciclo.”

Luego en 1975 la definió como “Los efectos que ocurren todos los años debido a las condiciones climáticas, vacaciones, atracciones especiales o estilo de vida”.

Dentro del ámbito del turismo la estacionalidad representa el fenómeno de las fluctuaciones de la demanda y oferta en el turismo, debido a varios factores como lo son las condiciones climáticas, los aspectos públicos y las vacaciones escolares. Según la revista académica iberoamericana TURyDES (2012), “la estacionalidad es un fenómeno que está asociado a la concentración de la demanda turística, de manera desproporcionada, en ciertos periodos del año”. La misma expresa la variación de la demanda a través de las estaciones del año. Dicha característica en el comportamiento de la misma, se concreta en la existencia de períodos de tiempo de baja turística y otros de mayor demanda, conocidos como de alta.

Luego de haber expuesto qué es la estacionalidad se puede afirmar que es la variación de la demanda a lo largo del tiempo. Esta se puede dar, en períodos mensuales, anuales o por estaciones. El gráfico N°1 simplifica lo explicado previamente.

Gráfico N°1: Estacionalidad en un destino turístico



Fuente: Elaboración propia

Causas

Según la definición de Baron (1975) la estacionalidad tiene dos orígenes distintivos. Los naturales y los institucionales.

La estacionalidad natural, es causada por fenómenos naturales incluyendo, la luz del sol, la nieve, las lluvias, temperaturas extremas y la luz del día. Por ejemplo, un complejo en la costa en Cariló durante el mes Enero es elegido por aquellos turistas

que les gusta disfrutar del sol, de la playa y los deportes acuáticos, mientras que los centros de nieve como Las Leñas, es elegido por las personas que les gusta la nieve y los deportes como el esquí y el snowboard.

Por el otro lado, la estacionalidad institucional, se da por cuestiones religiosas, sociales, culturales y étnicas. Uno de los más significantes factores de la estacionalidad institucional son los grandes eventos religiosos como peregrinaciones.

También las vacaciones escolares tienen una gran influencia en la estacionalidad institucional, dado que los niños tienen largas vacaciones en verano, la familia suele hacer un viaje de vacaciones durante esas fechas. A su vez, existen otras causas que pueden ser consideradas como lo son los mega eventos, como las Olimpiadas, los Mundiales de Fútbol, Rugby, etc.

Según Butler (1994) generalmente se aceptan dos orígenes básicos de la estacionalidad turística: causas naturales y causas institucionales. Las primeras se refieren fundamentalmente al clima y las estaciones naturales, mientras que las segundas hacen referencia a razones sociales, culturales, étnicas, etc. (los ejemplos más significativos son los periodos establecidos de vacaciones, tanto escolares como laborales). Existen además otras causas de la estacionalidad, como pueden ser las modas y las tradiciones.

Así pues, es la estacionalidad un fenómeno provocado por multitud de factores de diversa índole. Dichos factores no son necesariamente específicos del sector turístico, sino que afectan a muchas otras actividades económicas, y tienen su origen tanto en la oferta como en la demanda.

Como menciona Gonzalez, Fortes y Roman Sanchez (1999) hay factores que determinan las razones por las cuales las personas dedican su tiempo de ocio a hacer turismo. Éstas son:

- Vacaciones laborales y escolares.

- Condiciones climáticas: es un factor de relevancia ya que dependiendo la zona natural en la que se encuentre el destino, se va desarrollar para determinado tipo de turismo como el de sol y playa o la nieve. Estos productos no se pueden disfrutar a lo largo de todo el año, y así aparece la estacionalidad, ya que la afluencia turística se concentrará en aquellos meses del año en los que se pueda gozar de dicho producto turístico.

- Factores comerciales: eventos de la categoría de ferias, exposiciones, provocan una mayor afluencia de turistas durante la celebración de dichos eventos.

-Fiestas y costumbres: en determinados meses del año aumenta el número de turistas que llegan debido a la celebración de las fiestas locales

Como explican Lee, Seers, Galloway O'Mahory y McMurray (2008) las causas de la estacionalidad pueden ser naturales e institucionales. La primera categoría hace referencia a fenómenos como el clima, las estaciones del año y diferencias de temperaturas. En cuanto a la segunda categoría se relaciona con dos factores principales que son las vacaciones tanto escolares como laborales.

Se observan, pues, causas de estacionalidad tanto por el lado de la oferta (características del destino), como por el lado de la demanda; y que entre todas ellas hay algunas de carácter endógeno, que pueden ser modificadas por las preferencias de la sociedad levantando restricciones legales sociales y/o culturales, y por el contrario hay otras exógenas, que escapan de la acción humana y que en consecuencia vienen impuestas.

Consecuencias

Como menciona Gonzalez, Fortes y Roman Sanchez (1999) dado las características de la estacionalidad turística, ésta presenta problemas de trascendencia como lo son:

-Inestabilidad laboral: la necesidad de personal se concentra únicamente en algunos meses del año, lo que provoca que el sector este lleno de contrataciones temporales y de poca cualificación. A su vez, va a tener efectos negativos sobre la calidad de la oferta turística.

-Baja rentabilidad: es complicado cubrir los costes de mantenimiento durante los meses de temporada baja.

-Problemas en las infraestructuras: crea problemas de tránsito en los meses de temporada alta, a su vez ocasiona situaciones de overbooking y retrasos, afectando negativamente a la satisfacción del turista.

-Bruscas fluctuaciones en los precios: la estacionalidad provoca que en los meses de mayor afluencia turística, aumenten los precios en los servicios turísticos, provocando un aumento en la inflación.

-Daño ambiental: En los meses de temporada alta se produce un grave deterioro de medio ambiente por la cantidad de afluencia turística que se presenta en los destinos.

Según Córlika (s.f) los impactos se dividen en económicos, de trabajo, ecológicos y socioculturales.

Con respecto a los impactos económicos, está relacionado mayormente a las épocas de baja demanda, ya que se genera una menor cantidad de ingresos. Los principales impactos negativos que genera son los bajos rendimientos de la inversión de capital, la administración del presupuesto, cubrir los costos fijos, la atracción de inversores, el corto periodo de capacitación en la temporada alta y la subutilización de los recursos en la temporada baja.

También resultan afectados los empleados y la comunidad local. Los de mayor relevancia son la falta de demanda laboral en temporada baja, las relaciones laborales débiles, la falta de importancia al trabajo estacional, el aumento en los costos de capacitaciones laborales y falta de oportunidad de formar una carrera.

Los impactos ecológicos surgen en la época de mayor demanda, ya que se genera congestión en las áreas naturales, perturbación de la fauna silvestre, capacidad de carga ecológica, polución del aire, agotamiento de los recursos naturales.

Los impactos socioculturales, no sólo incluyen los efectos de las variaciones de la demanda en la comunidad local sino también en los turistas. Algunos de ellos son la congestión de las personas en las calles, el ruido, el tráfico, los problemas con los estacionamientos, colas para los servicios, el incremento en los costos de los servicios de la población local, aumenta el riesgo de accidentes, la calidad de vida, capacidad de carga social y cambios en la tradición local. Para los visitantes se reduce la capacidad de disfrute dado la cantidad de turistas que hay, el cierre de atractivos durante la temporada baja, la baja calidad de servicio y los precios altos.

Este fenómeno llamado estacionalidad, cuyas causas son varias y sus efectos generan problemas de diferente índole, se ha convertido en uno de los problemas más importantes que afecta a empresas y destinos turísticos. Por ello, la desestacionalización de la actividad turística se ha convertido en un objetivo estratégico en la gestión del turismo tanto desde la óptica pública como privada.

Medidas para desestacionalizar el turismo

Dado a todos estos problemas que ocasiona la estacionalidad, las políticas desestacionalizadoras han pasado a ocupar un lugar destacado dentro de la política económica de nuestro país.

Reduciendo la estacionalidad, se espera que se aumente la satisfacción del turista y aumentar la utilización de las instalaciones de manera más eficiente tanto durante la temporada alta como la baja.

A pesar de que la estacionalidad no se puede eliminar totalmente, hay diferentes maneras de disminuirla. Aumentar la demanda en temporada baja, reducir la demanda en temporada alta y redistribuir la demanda. Para aumentar la demanda se pueden realizar diferentes acciones como la fijación de precios diferenciales, la diversificación de atracciones y la colaboración del estado reduciendo impuestos. Los costos sociales de la estacionalidad turística pueden ser reducidos realizando estrategias entre las partes públicas y privadas en todos los niveles

Como indica Carruitero (2011) las medidas para desestacionalizar el turismo se pueden diferenciar sobre la demanda y sobre la oferta.

A) Medidas sobre la demanda para desestacionalizar el turismo:

- Intensificar la promoción del destino durante los meses de menor demanda
- Subsidiar la demanda durante el período de baja demanda.
- Identificación de nuevos segmentos de mercado.

B) Medidas sobre la oferta para desestacionalizar el turismo:

- Diversificar la oferta del destino.
- Reducir las cargas fiscales de los establecimientos turísticos.
- Incrementar los servicios complementarios.

La mayoría de los empresarios y de las autoridades públicas que actúan en destinos turísticos altamente estacionales poseen una gran preocupación por tal fenómeno y suelen enfatizar la necesidad creciente de aplicar políticas efectivas para contrarrestar sus efectos.

Región Neuquina

Neuquén forma parte de la Patagonia Argentina, conformada junto a Río Negro, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego.

Los destinos turísticos como Aluminé, Copahue-Caviahue, Junín de los Andes, Neuquén Capital, San Martín de los Andes, Villa El Chocón, Villa La Angostura, Villa Pehuenia y Villa Triful, son parte de la provincia de Neuquén.

San Martín de los Andes, Villa La Angostura y Neuquén Capital son los destinos que mayores ingresos generan por turismo. Según la Dirección provincial de estadística y censos de la provincia en el Informe sectorial de la provincia de Neuquén (2013) durante el 2013, se registró un total de 398.501 viajeros residentes y no residentes hospedados en establecimientos hoteleros y parahoteleros de las tres localidades turísticas de la Provincia relevadas por la EOH (San Martín de los Andes, Villa La Angostura y Neuquén). Esta cifra representa un aumento de 9,8% con respecto al total de 2012, impulsado fundamentalmente por la llegada de viajeros residentes, que crecieron 14,0% interanual, ya que los no residentes registraron una caída interanual de 15,5%. La caída registrada en la cantidad de viajeros no residentes se vio compensada en parte, por un importante incremento de 27,8% interanual en la estadía promedio de los mismos, por lo que la cantidad de pernoctaciones evidenció una disminución moderada de 5,8% interanual, totalizando 112.356. Por su parte, la estadía media de los turistas residentes registró un aumento de 3,1% interanual que junto con la suba en la cantidad de viajeros, impulsó un crecimiento de 24,6% en las pernoctaciones, alcanzando un total de 898.911.

En Villa La Angostura, la cantidad total de viajeros se incrementó considerablemente, en 20,8% interanual, explicado tanto por la prolongación de sus estadías medias como por la mayor cantidad de viajeros residente.

Más allá de los niveles máximos y mínimos, la Ciudad de Neuquén muestra cierta homogeneidad en el número total de pernoctaciones a lo largo del año ya que no se observan cambios demasiado abruptos. Por el contrario, las localidades de Villa La Angostura y San Martín de los Andes, muestran una mayor concentración de pernoctaciones durante las temporadas altas estival e invernal, observándose caídas abruptas al concluir éstas. Esto obedece al tipo de turismo predominante en cada localidad. Mientras que en Neuquén, se trata de un turismo ciudadano asociado a la capitalidad y a su carácter de paso obligado, en el caso de las localidades asociadas al Corredor de los Lagos se trata de una región en la cual su matriz natural, caracterizada por su biodiversidad y la singularidad del paisaje, le dan un carácter estacional más marcado. No obstante ello, se observan nichos de mercado

importantes, tales como la celebración de congresos y convenciones, o eventos deportivos de carácter internacional que pretenden atenuar esa concentración. Por otro lado, en la Ciudad de Neuquén se observa un fuerte predominio de las pernoctaciones en establecimientos hoteleros por sobre los parahoteleros, explicando los primeros el 92,6% del total. Por el contrario, en Villa La Angostura el 77,6% de los pernoctes registrados durante 2013 se hospedaron en establecimientos parahoteleros; mientras que en San Martín de los Andes, la cantidad de pernoctes se distribuyó de manera más homogénea entre los establecimientos hoteleros y los parahoteleros, explicando los primeros el 57,3% del total de pernoctaciones. Esto obedece a que en la ciudad capital, la oferta de establecimientos hoteleros es superior a la parahotelera, debido fundamentalmente a su perfil administrativo y respondiendo al tipo de mercado que la caracteriza, tales como turismo de negocios, de salud, como así también a la recepción de turistas de paso, por la ubicación estratégica hacia los principales destinos de la Región. Por otro lado, tanto en San Martín de los Andes como en Villa La Angostura, predominan los establecimientos parahoteleros, debido a que el estilo arquitectónico predominante debe compatibilizarse con el entorno paisajístico de aldea de montaña, en respuesta a la demanda que en estos destinos se busca.

Se toma como caso de estudio Villa La Angostura provincia de Neuquén ya que ha tenido una creciente evolución turística, y se ha considerado que es posible la obtención de información debido a la existencia de personas que viven allí.

Historia de Villa La Angostura

Villa La Angostura es un pueblo turístico de montaña ubicado en la provincia de Neuquén, Argentina, a 84kms de San Carlos de Bariloche.

Hacia fines del siglo XIX se asentaron en esta región los primeros pobladores. El medio de vida de estos pioneros era la agricultura y la ganadería en pequeña escala. Para comunicarse y abastecerse debían realizar largos viajes a caballo a Chile, por el paso de Puyehue, o a Bariloche, siguiendo la huella que bordeaba el Nahuel Huapi.

Durante los años 1902 y 1903 al definirse la cuestión de límites con Chile, toda esta zona quedó bajo soberanía argentina. Para fomentar el asentamiento de pobladores y afianzar la soberanía nacional, el Gobierno creó la Colonia Pastoril Nahuel Huapi.

Llegó a la zona el italiano Primo Capraro, un hombre de gran empuje y visión, que se convertiría en el principal promotor del desarrollo regional.

Se dedicó a trabajar la tierra, montó un aserradero y creó el primer emprendimiento turístico con un pequeño hotel en las inmediaciones del río Correntoso; el primer contingente de turistas visitó esta zona alrededor del 1924.

Para los años 1928-1934 aumentaba poco a poco la población y también sus necesidades. Así, en 1928, visitó la comarca el entonces Ministro de Guerra, General Agustín P. Justo, quien haciéndose eco de las necesidades de los habitantes de la zona, elevó un informe al Poder Ejecutivo Nacional y obtuvo la tan ansiada línea telegráfica Bariloche-Puerto Blest y asentó la necesidad de dotar al paraje denominado "Correntoso" (como se lo conocía en esos días) de una línea telegráfica, para mitigar el aislamiento que sufrían los habitantes de la comarca.

En 1928 empezó a funcionar la primera escuela. El 12 de enero de ese mismo año, a instancias de un grupo de vecinos de la zona, el Superior Gobierno Provincial decretó la creación de una oficina Radiotelegráfica en ese paraje, supeditado su funcionamiento a los aparatos, la casa y las instalaciones fueran costeadas por los habitantes de lugar. Inmediatamente se comenzó con la construcción de dichas instalaciones.

El nombre de "Villa la Angostura", se dio por su ubicación donde tuvo su origen, en la angostura o istmo de la península Quettrihue.

El 15 de mayo de 1932, se firmó el acta de fundación de Villa La Angostura, en ocasión de inaugurarse la oficina de correos y telégrafos, primer servicio público a la comunidad.

Fue sancionada la Ley 12.103 de creación de los Parques Nacionales. A partir de allí y bajo la presidencia del Dr. Exequiel Bustillo, la institución concretó un ambicioso

plan de desarrollo, que dio impulso a esta región. Se hicieron muchas obras públicas y surgieron emprendimientos privados, se dio prioridad al turismo, y se adoptó para las construcciones un estilo de montaña creado por el arquitecto Alejandro Bustillo. Fue una época de gran auge.

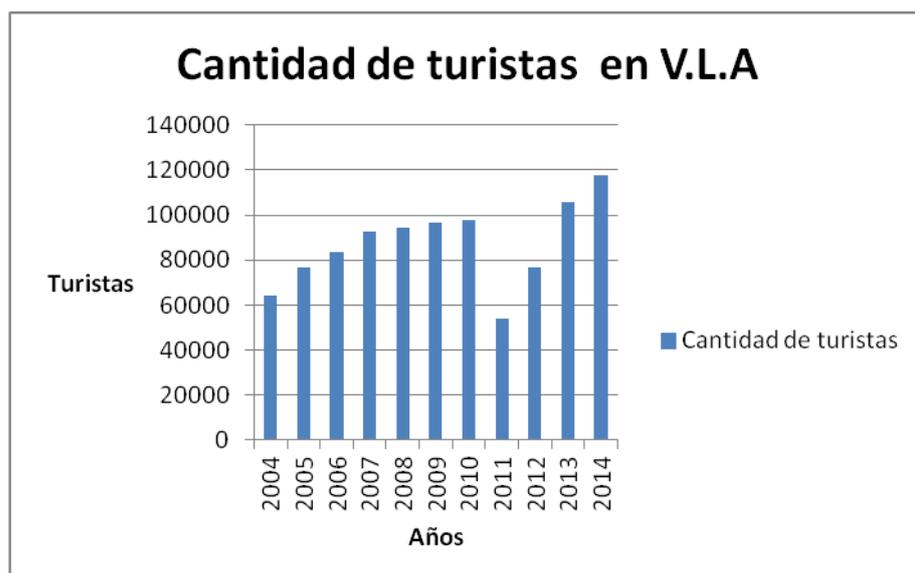
Villa La Angostura, por sus especiales características, fue desde siempre destino de un turismo de nivel, al que contribuían los establecimientos hoteleros, las numerosas residencias de veraneo y Cumelén, el prestigioso country club ubicado en la que fuera propiedad del benemérito Dr. Bustillo. La construcción del camino carretero a Chile por el paso Puyehue, caro anhelo de toda la población, comenzó en 1956 y demoró 10 años en terminarse.

Hacia fines de los años 60 Villa La Angostura tuvo su hospital. En 1973 se creó la escuela secundaria y se pavimentó la avenida de acceso al puerto. Después llegaron el teléfono y la televisión, mientras empezaba a desarrollarse el centro de esquí de Cerro Bayo.

Luego de 1985 comienza una etapa histórica de gran crecimiento, en coincidencia con el inicio de la pavimentación de la ruta a Bariloche. Mucha gente se radicó desde entonces, llegando a la población a más de 6000 personas. Se invirtió en obras públicas como la nueva usina eléctrica, la red de gas y en barrios de viviendas. La construcción de cabañas experimentó un auge realmente importante.

Su crecimiento fue incesante como podemos observar en el siguiente cuadro:

Grafico N°3: Cantidad de turistas en V.L.A



Fuente: Elaboración propia a través de datos brindados por la Secretaría de Turismo de Villa La Angostura.

Actualidad en Villa La Angostura

En Villa La Angostura, situada en la región de Los lagos, residen 15000 habitantes. Cuenta con parques nacionales como el Parque Nacional Arrayanes y Nahuel Huapi.

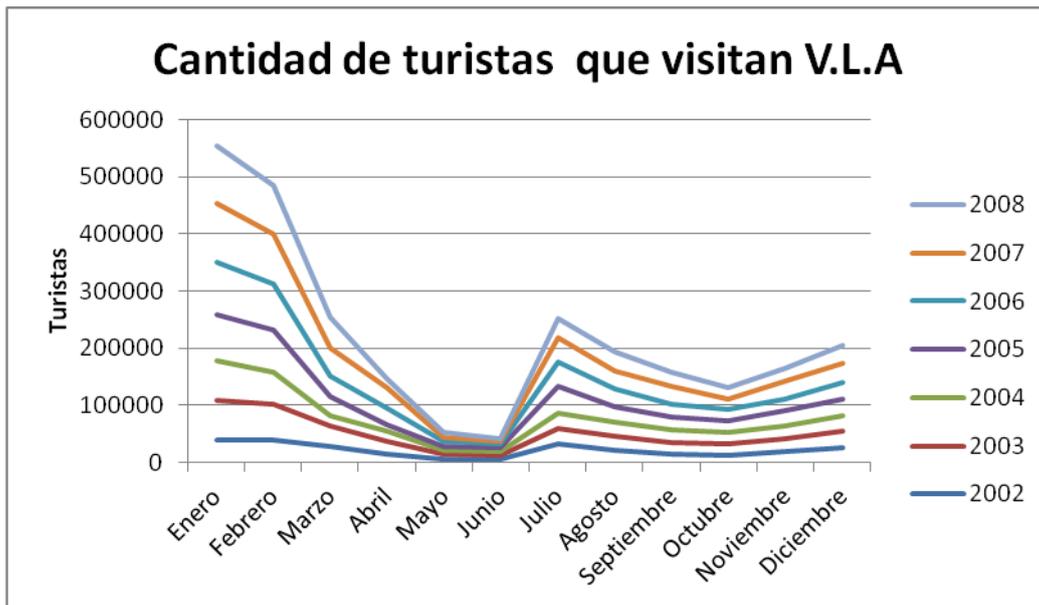
Los principales atractivos de ésta localidad son el Bosque de Arrayanes, la isla Victoria, Puerto Manzano, el lago Correntoso, el Mirador Belvedere y Cascada Inacayal, el Río Correntoso, el cajón negro, el Cerro Bayo, la Cascada Rio Bonito, la ruta de los 7 lagos y el Lago Espejo. En verano se caracteriza por el turismo de sol y playa y de aventura, y durante el invierno por los deportes de nieve como el esquí y el snowboard.

Se caracteriza por ser plenamente turístico en la temporada de verano como así también en la de invierno. La primera se conforma desde mediados de Diciembre hasta mediados de Marzo, y la segunda desde Junio hasta el cierre del Cerro Bayo, que suele ser a mediados de Septiembre. Por ende son 6/7 los meses en los que hay gran actividad turística. Ambas temporadas son llamadas temporada alta y los meses restantes temporada media/baja.

Se puede deducir que en Villa La Angostura hay estacionalidad turística, ya que hay dos temporadas altas bien marcadas en las cuales se registra la mayor cantidad de llegadas de turistas e importantes ingresos económicos al pueblo, mientras que en los meses restantes el turismo disminuye en gran escala.

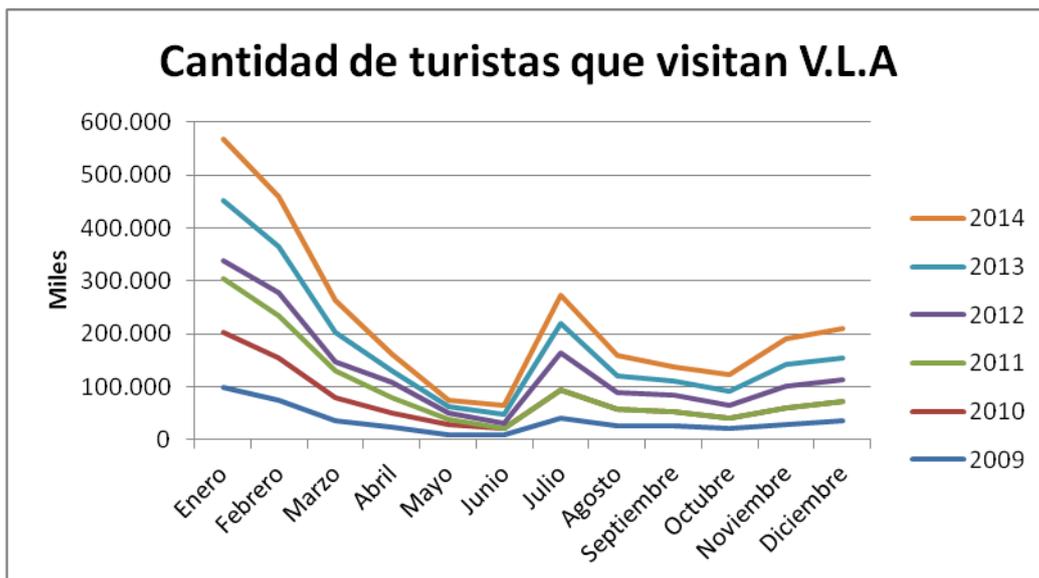
En los siguientes gráficos se presenta la cantidad de turistas que visitan Villa La Angostura desde el 2002 hasta el 2014 durante los diferentes meses del año. Está dividido en dos gráficos para una mejor observación del mismo; el primero, el gráfico N°4 va desde el 2002 hasta el 2008 y el segundo, el gráfico N°5 desde el 2008 hasta el 2014. Se puede observar claramente tanto la estacionalidad turística como así también el crecimiento constante. En el segundo grafico no se presentan datos estadísticos del año 2011 a partir de Junio por el hecho de que en ese momento fue la erupción del Volcán Puyehue, el cual no permitió el conteo apropiado de turistas.

Grafico N°4:



Fuente: Elaboración propia a través de datos otorgados por la Secretaría de Turismo de Villa La Angostura.

Grafico N°5:



Fuente: Elaboración propia a través de datos otorgados por la Secretaría de Turismo de Villa La Angostura.

Ahora bien, esta estacionalidad turística producida por las temporadas altas y bajas en Villa La Angostura, tiene algunas consecuencias típicas de este fenómeno. Como por ejemplo:

- Imposibilidad de sostener beneficios positivos a lo largo de todo el año.
- Desincentiva futuros proyectos de inversión
- Genera problemas en el mercado de trabajo.

Relevamiento de medidas realizadas en Villa La Angostura

Se ha realizado un relevamiento de la creación de políticas de promoción y a su vez de la creación de eventos en los diferentes meses del año donde se presenta la temporada media y baja para captar ingresos económicos y disminuir la diferencia entre la temporada alta y la baja.

Promociones

La Secretaria de Turismo municipal trabaja en el fortalecimiento del destino, mediante la implementación de diferentes programas como:

“Somos Angostura”, plan de desarrollo y promoción turística de Villa La Angostura, con el aporte del Ministerio de Turismo de la Nación. Este plan contempla desde el sector de marketing hasta los recursos necesarios a utilizar en un plan a diez años. Esto demuestra el interés que hay tanto municipal, como provincial y nacional para llevar a Villa La Angostura hacia el crecimiento sustentable como también rentable.

“Buenas Prácticas en Destinos”, programa de calidad perteneciente al Sistema Argentino de Calidad Turística del Ministerio de Turismo de la Nación. Este programa se basa en las buenas prácticas de gestión del espacio físico y de la prestación del servicio, dirigido a empresas y prestadores turísticos de pequeña y mediana envergadura, con el objetivo de aumentar la competitividad del destino, mediante la iniciación en la gestión de la calidad.

Eventos

“Un evento es un término genérico que designa a cualquier tipo de reunión profesional de corte científico, técnico, cultural, deportivo, educativo, político, social, económico, comercial, religioso, promocional o de otra índole que facilite el intercambio de ideas, conocimientos, y/o experiencias entre los participantes.”¹

El turismo de eventos incluye congresos, convenciones, ferias, exposiciones, viajes de incentivo, festivales. Es una modalidad del turismo de negocios, que moviliza

¹ Colectivo de autores EAEHT “*Dossier Para Diplomado de Organización de Eventos*” Ciudad Habana página 27.

esencialmente a líderes de opinión en distintas ramas del conocimiento, la ciencia, la tecnología, las finanzas o el comercio.

El turismo de eventos es un segmento muy rentable por el alto nivel de ingresos que aporta y por el impacto que produce en otras ramas y sectores de la economía y en el propio turismo.

A su vez, es un segmento de la demanda turística que incluye el turismo de convenciones, congresos y reuniones.

Clasificación de los eventos

Cuadro N° 1: Clasificación de eventos

Según su carácter o tipología	Congresos, conferencias, simposio, seminario, debate convención, reunión, informal, panel o debate de experto, mesa redonda, taller, asamblea, exposiciones y ferias, festivales, coloquio, jornada, eventos multidestinos, eventos itinerantes, eventos virtuales, viaje de incentivos.
Por su naturaleza	Eventos internacionales Eventos nacionales con participación extranjera Eventos nacionales
A partir de su generación	Diseño propio Sede Captada
Según entidades que los convoquen	Gubernamentales No gubernamentales Corporativos
Según sector generador	Científico -Técnicos Médicos Ciencias sociales y económicos Agricultura y medio ambiente Culturales Deportivos y náuticos. Leyes Educación Comerciales
Según el tamaño o número de delegados	Pequeños (50 hasta 249 delegados) Medianos (250 hasta 499 delegados) Grandes (entre los 500 hasta 2000 participantes) Mega eventos (más de 2000) Mini eventos (entre 35 y 45 delegados)

Según sus objetivos	Eventos promocionales Eventos informativos .Eventos formativos-didácticos Eventos de refuerzo de relaciones sociales Eventos de relaciones internas Eventos de relaciones externas
---------------------	---

Fuente: Elaboración propia en función a información obtenida de “Contribuciones a la Economía”, revista académica.

Los generadores de eventos son aquellos organismos e instituciones y empresas tanto de carácter público como privado, que han visto en la organización de estas reuniones la vía más adecuada para el logro de sus objetivos. Asociaciones, fundaciones, colegios profesionales, universidades y entidades públicas de distintos sectores de la industria que se sirven de este mercado para consolidar alianzas relacionales.

“El turismo de eventos intenta acomodarse en la temporada baja del turismo convencional, a fin de complementar el clásico turismo de sol y playa” (Batista, 2008).

Tal como defiende Ponce (2006), “el turismo de eventos induce al crecimiento basándose para ello en lógicas económicas y territoriales, que no son necesariamente coincidentes con las lógicas del turismo veraniego.”

Los eventos pueden ser usados como centros de atracciones en torno a los cuales un destino puede desarrollar una temática, una imagen y unos atractivos. Este tipo de estrategia es apropiada para pequeñas y grandes ciudades y para áreas rurales que no poseen una infraestructura turística de grandes proporciones. Así pues, la manera como un destino se posiciona será el resultado de uno o más eventos y de la temática subyacente. En esta estrategia es deseable que este destino tenga uno o más eventos de peso para que las imágenes de esos eventos y del destino se hagan inseparables, consolidándose mutuamente (Getz, 1997).

Los eventos en Villa La Angostura son variados y para toda clase de turista como son: deportivos (como carreras de aventura, en Octubre la Hi Tec y en Noviembre la K42 y el Desafío 7 Lagos). Y culturales (como las Fiestas Mayas en Mayo, Mil Millas en Octubre y el Festival Día de la tradición en Noviembre).

Todas estas actividades forman parte de algunos de los eventos que se realizan en Villa La Angostura para intentar disminuir la estacionalidad año tras año.

Como mencionaba anteriormente la temporada alta se da desde Diciembre a Marzo y de Julio a Septiembre dependiendo del clima. Y la temporada media/ baja luego de Semana Santa hasta Julio y de Septiembre a Diciembre.

Cuadro N°2: Distribución de la temporada alta y baja

Temporada Alta	Temporada Media	Temporada Baja	Temporada Alta	Temporada Media
Diciembre, Enero, Febrero y Semana Santa	Marzo	Luego de Semana Santa, Abril y Junio	Julio	Agosto, Septiembre, Octubre y Noviembre

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro N°3: Eventos presentados por mes.

Marzo	Mundial de Motocross
Abril	
Mayo	Aniversario de Villa La Angostura, Fiestas Mayas,
Junio	
Septiembre	
Octubre	Hi Tec 7 Lagos, Adventure Race, Mil Millas
Noviembre	Fiesta del día de la Tradición, Carrera K-42, Carrera la Unión 7 lagos

Fuente: Elaboración propia.

A continuación se realizará una breve descripción de cada uno de los eventos presentados por mes que se realizan en temporada media y baja para disminuir la estacionalidad.

Marzo:

Mundial de Motocross: 28 y 29 de Marzo de 2015:

Es la primera vez que se realiza en Argentina, es el evento más importante a nivel internacional que ha tenido Villa La Angostura y a su vez la región. Según Marcelo

García Leyenda, Secretario de Turismo, hubo más de 15.000 llegadas de turistas al pueblo.

Como expresó Leo Morsella, presidente de la Asociación de Hoteles y Restaurantes de Villa La Angostura, a “laangosturadigital”, diario web de Villa La Angostura, el impacto que generó tiene dos partes. Por un lado, la repercusión promocional que ofrece la televisación y mediatización de un evento que llegó a 1.500 millones de personas en todo el mundo y por el otro todo lo que dejó en forma directa o indirecta en concepto de hotelería, traslados, gastronomía y servicios en general.

Mayo:

Aniversario Villa La Angostura 15 de Mayo:

Celebración oficial, y popular del Aniversario de la Localidad. Con la participación de autoridades provinciales se hace entrega de la Mutisia de Plata a ciudadanos y/o instituciones destacadas. Se realizan shows artísticos, la elección de la Reina de Villa La Angostura y también se realizan eventos deportivos, hípicas, conferencias, exposiciones, etc.

Fiestas Mayas

Las jornadas de fin de semana son dedicadas por entero a números artísticos de corte popular de la mano de cantantes y grupos folclóricos locales, así como también se desarrollan destrezas y demostraciones hípicas de la mano de los Centros y Asociaciones Gauchas.

Organizado por la Municipalidad también es el marco apropiado para presentaciones que tienen que ver en el plano cultural como los museos interactivos y cuyas temáticas abordan los usos y costumbres locales demostrando el modo de vida de los antiguos pobladores.

Octubre:

HI-TEC 7 LAGOS:

Según la declaración N° 11/2014, se declaró de Interés Municipal a la carrera de aventura denominada HI-TEC 7 LAGOS 2014, a solo efecto de incentivar y alentar este tipo de eventos e iniciativas.²

Dicho evento une las localidades de Villa La Angostura y San Martín de Los Andes, siendo Villa La Angostura el punto de partida de la prueba.

² www.hitec.com

La carrera consiste en unir las localidades en cinco postas de veinte kilómetros por cada integrante, siendo este único y novedoso en Sudamérica, recorriendo los paisajes más deslumbrantes de la Patagonia.

Se realiza desde el 2010 contribuyendo y apostando al movimiento turístico de Villa La Angostura, fuera de las fechas estivales.

Cuenta con una gran cantidad prevista de corredores generando una actividad hotelera y gastronómica, como así también fomentando el deporte como sinónimo de salud y desarrollo.

Adventure Race:

Es una prueba de aventura en la cual compiten equipos conformados por dos integrantes, los cuales podrán caminar, trotar o correr, por los recorridos que presenta la organización. A lo largo de 30 kilómetros, los competidores cruzarán terrenos de boscosa frondosidad, que les permitirán conocer la increíble geografía que presenta la región.

Esta competencia convoca a más de 700 corredores y aficionados al deporte y tiene gran repercusión internacional. Esto da una idea aproximada, de la gran repercusión que genera este ya tradicional certamen, a lo que hay que agregar, los acompañantes de los corredores, organizadores y la presencia de una treintena de medios especializados, lo que deviene en un cálculo de 1500 personas involucradas en la realización de esta competencia.

Haciendo un poco de historia, se recuerda que en su primera edición en el año 1999 el "Adventure Race" reunió 150 equipos de dos integrantes, la respuesta fue tan grande que se decidió darle continuidad creando el "Circuito Argentino de Adventure Race".

Mil Millas:

Las Mil Millas es una tradicional carrera de aventura de autos antiguos provenientes de todas partes del mundo, que se desarrolla en la última semana de Octubre o primera de noviembre y en ella intervienen figuras del deporte automovilístico y del espectáculo los cuáles atravesarán territorios del sur de Argentina y Chile a lo largo de 683 kilómetros los cuales son recorridos por centenares de coleccionistas y deportistas que conformarán la caravana más importante del año en este tipo de carreras.

Noviembre

Festival del Día de la Tradición:

Se festeja el 10 de Noviembre el "Día de la Tradición" presentando destrezas y juegos hípicas en el predio del Gimnasio Municipal, a cargo de los grupos tradicionalistas de la localidad. El festejo continúa desarrollándose el festival Folclórico, que año tras año lleva un nombre diferente en honor a los artistas neuquinos que forman parte del acervo cultural tradicionalista.

K 42:

La K42 es una carrera de aventura que se realiza en Villa La Angostura. Es uno de los eventos que más personas atrae en temporada baja.

Según Alejandro Kuryluk, uno de los organizadores, el evento deportivo genera un importante movimiento turístico y económico para la localidad. Indicó que en Noviembre, cuando se desarrolla el K42 es temporada alta para el pueblo y para el comercio.

La K42 fue declarada de Interés Turístico mediante la Resolución N°308 ya que es una de la maratones más importantes del mundo, por lo que genera ingresos importantes a la localidad como también promoción turística a nivel nacional e internacional.

Los participantes provienen de todas partes del mundo por lo que hay tanto turismo argentino como extranjero, corredores y acompañantes de países como Francia, España, Italia, Brasil, Países Bajos, Chile, Uruguay, Costa Rica, Portugal, Perú, México, Estados Unidos, Paraguay y Canadá.

El ex presidente de la Asociación de Hoteles y Restaurantes de Villa La Angostura, Simón Puyó, considera que el K42 es el empujón que se necesita para poder llegar a la temporada de verano.

Cuadro N°4: K42 Crecimiento de ocupación a lo largo de los años

K 42	% de Ocupación	Cant. Pernoctes	Cant. Plazas Ofrecidas	Promedio Estadística	Alojados
2006	22,5%	2.449	3.629	3 Días	816
2007	42,2%	4.788	3.782	3 Días	1.596

2008	38,0%	4.239	3.719	3 Días	1.413
2009	60,4%	7.104	3.921	3 Días	2.368
2010	54,9%	6.444	3.913	3 Días	2.148
2011	59,0%	5.648	3.191	3 Días	1.882
2012	81,7%	9.247	3.773	3 Días	3.082
2013	71,6%	7.632	3.553	3 Días	2.544

Fuente: Secretaria de Turismo – Municipalidad de Villa La Angostura

Como podemos observar en la tabla anterior, la K42 ha tenido un crecimiento considerable en los últimos 10 años, desde el 2003 con un 22,5% de ocupación aumentó en el 2013 a un 71,6%. Es un factor importante al tener en cuenta ya que fomenta el turismo deportivo, se promociona el destino internacionalmente y contribuye a disminuir la estacionalidad.

Carrera La Unión 7 lagos mountain bike race:

Esta carrera une los 110 km que separan a las ciudades de Villa la Angostura a San Martín de los Andes, a través de la ruta de los Siete Lagos.

En la ruta de los Siete Lagos, conviven los lagos: Lacar, Machónico, Falkner, Villarino, Espejo, Correntoso y Nahuel Huapi, contenidos por los parques nacionales el Lanín y Nahuel Huapi, que además resguardan arroyos, cascadas, valles y montañas, que pueden observarse desde más de una decena de miradores naturales, ubicados en distintos puntos estratégicos de la ruta.

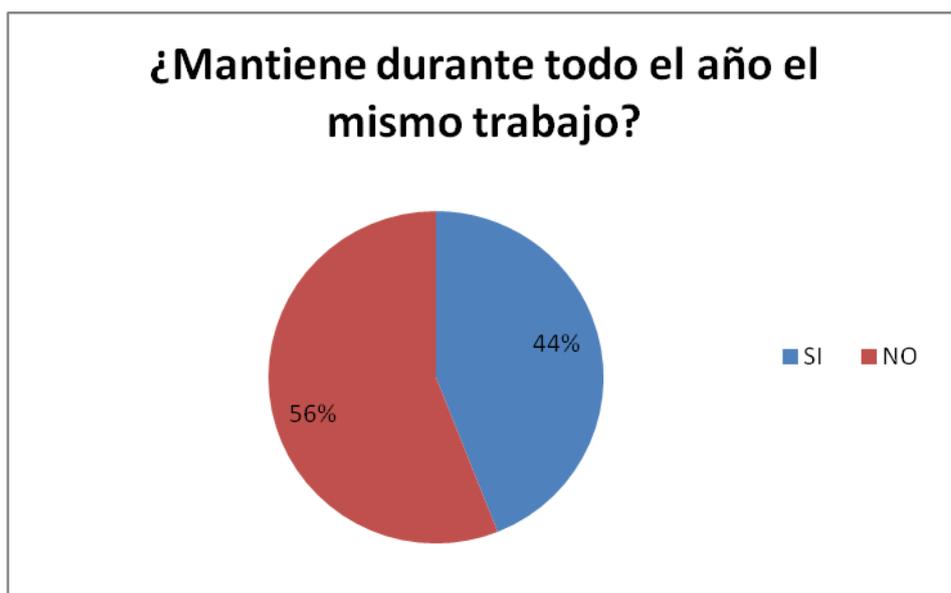
Cuestionarios

Se han realizado cuestionarios a diferentes actores de Villa La Angostura para poder tener un expreso conocimiento de lo que sucede con respecto a la estacionalidad turística en la localidad y a los eventos generados en temporada baja. Lo que se ha podido observar fue lo siguiente:

Con respecto a la población local, en el gráfico N°6 se puede observar que de los 25 encuestados hay un 56% de los encuestados que trabajan en Villa La Angostura durante las temporadas altas solamente y un 44% que tiene trabajo durante todo el año.

Dentro del 56% todos coinciden en que la razón por la cual no tienen el mismo trabajo durante todo el año es debido a que se los contrata sólo por temporada.

Gráfico N°6:



Fuente: Elaboración propia través de los resultados de los cuestionarios.

Esto demuestra que existe estacionalidad turística, por ende las personas solo tienen trabajo durante una parte del año, en las temporadas altas. Lo que no es positivo ya que no pueden mantener los ingresos económicos, y deben trasladarse a otro lugar en temporada baja o vivir de lo recaudado en la temporada alta.

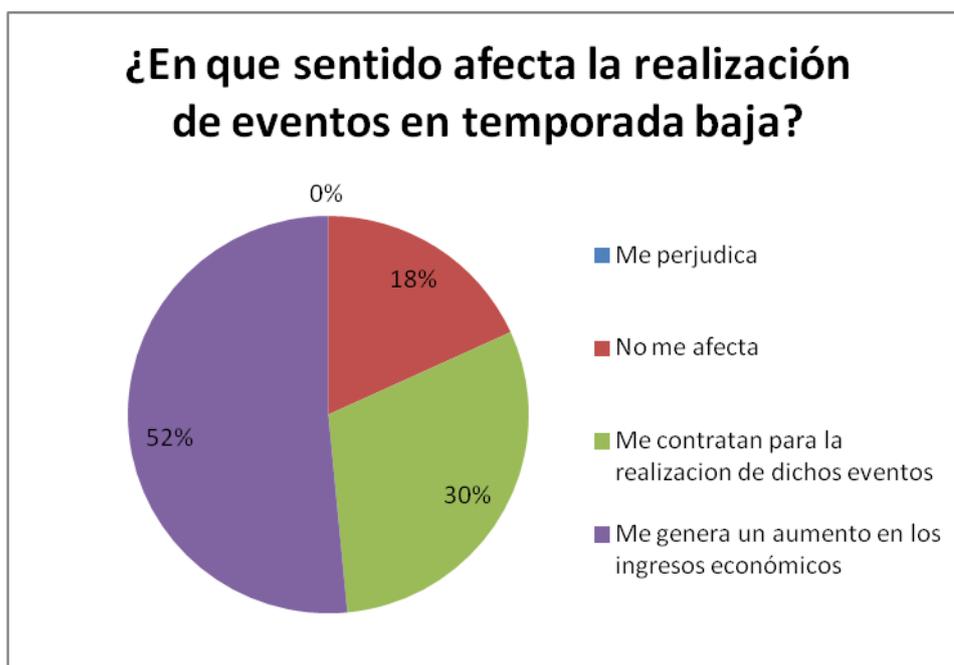
A su vez los resultados de la última pregunta sobre como afectaba la realización de eventos en la temporada baja, dio a un conocer un resultado en el cual a más de la mitad de los encuestados les genera un aumento en los ingresos económicos. Esto quiere decir que la realización de acciones en temporada baja es positiva y favorecen

a la población. A su vez, el 30% de los encuestados es contratado para la realización de dichos eventos, lo que quiere decir una movilización de empleados activos durante la temporada baja debido a esos eventos.

Un porcentaje menor respondió que no le afectaba la realización de eventos en temporada baja, ya que disponían de trabajo todo el año.

Ningún encuestado mencionó que los eventos lo perjudicaban. Por ende todos coinciden que no es negativa la realización de eventos.

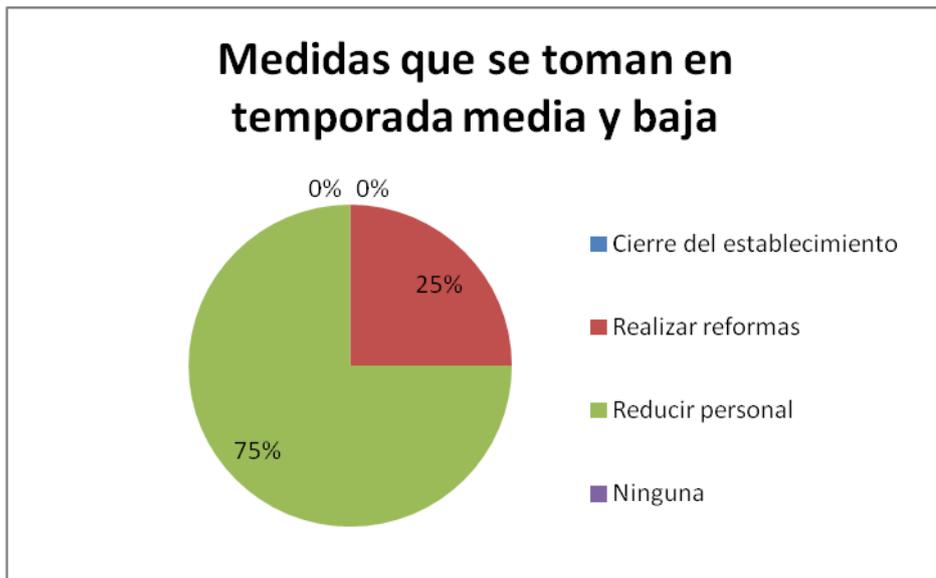
Gráfico N°7:



Fuente: Elaboración propia a través de los resultados de los cuestionarios.

Con respecto a los establecimientos encuestados, de los 4 encuestados, todos coinciden que disminuyen la cantidad de personal durante la temporada baja ya que no es económicamente rentable continuar con la misma cantidad de empleados durante la temporada alta que durante la baja, además de eso dado la baja demanda que hay no es necesaria la contratación de más empleados.

Gráfico N°8:



Fuente: Elaboración propia

En representación de la Secretaría de Turismo de Villa La Angostura, se intentó realizar una entrevista al Secretario de Turismo de Villa La Angostura, Marcelo García Leyenda, pero no fue posible dado a su estrecha agenda.

Es por todas estas razones que se considera positiva la realización de acciones y toma de medidas que contribuyan a los eventos que actualmente se realizan para disminuir la estacionalidad turística en Villa La Angostura.

Desde la perspectiva de todos los actores coinciden que la generación de eventos aumenta a disminuir la estacionalidad ya que durante ese periodo sube la demanda. Y contribuye al crecimiento económico de los trabajadores.

En el siguiente capítulo se desarrollarán aquellas acciones que se considera contribuirán a la disminución de la estacionalidad.

Propuestas

Las propuestas realizadas son creadas gracias a la teoría descrita en un principio, al resultado de la investigación realizada de Villa La Angostura para poder determinar qué sería lo apropiado para el lugar y al estudio realizado en relación a los cuestionarios.

Las propuestas son las siguientes:

Ferados en Chile

Dada la cercanía y facilidad de acceso al país vecino se considera que los feriados en este lugar podrían generar beneficios económicos a la localidad de Villa La Angostura.

Mediante la relación entre turismo y desarrollo regional los espacios empiezan a encontrar su identidad a partir de esta dinámica y se van construyendo social e históricamente.

El efecto del turismo establece encadenamientos hacia delante y hacia atrás en muchas de las actividades económicas, lo que otorga dinámica a las economías regionales generando empleos, modificaciones en la estructura de ingresos y el consumo.

Como parte de una estrategia tanto nacional como regional y local, se toma en cuenta la importancia que genera el turismo regional. Dado que los ingresos económicos durante los fines de semana largos o feriados contribuyen a disminuir la estacionalidad, la política a utilizar será promocionar el destino en Chile cuando en éste se da un fin de semana largo, ofreciendo paquetes promocionales. Para realizar esta acción se deberá coordinar con la Secretaria de turismo de Villa La Angostura, la Asociación de Hoteles y Restaurantes de Villa La Angostura, y la Municipalidad de Villa La Angostura.

Los feriados en Chile del 2016 son:

Cuadro N°5:

Viernes 1 de Enero: Año Nuevo
Viernes 25 y sábado 26 de Marzo: Semana Santa
Domingo 1 de Mayo: Día del trabajador
Sábado 21 de Mayo: Día de las Glorias Navales
Lunes 27 de Junio: San Pedro y San Pablo
Sábado 16 de Julio: Virgen del Carmen
Lunes 15 de Agosto: Asunción de la Virgen
Domingo 18 de Septiembre Día de las Glorias del Ejército
Lunes 19 de Septiembre: Día de la Independencia Nacional
Lunes 10 de Octubre: Encuentro de los dos mundos
Lunes 31 de Octubre: Día de la Iglesias Evangélicas
Martes 1 de Noviembre: Día de todos los Santos
Jueves 8 de Diciembre: Inmaculada Concepción
Domingo 25 de Diciembre: Navidad
Sábado 31 de Diciembre: Fin de año

Se tomará los feriados chilenos que coincidan con la temporada media baja de Villa La Angostura. Éstos son: 25 y 26 de Marzo Semana Santa, 27 de Junio San Pedro y San Pablo, 15 de Agosto Asunción de San Pablo, 19 de Septiembre día de la Independencia Nacional, 10 de Octubre encuentro de los dos mundos, 31 de Octubre día de la Iglesias Evangélicas.

La propuesta es la realización de un paquete turístico:

Paquete turístico → Hotel más excursiones en Villa La Angostura:

-Valido para todos los feriados nombrados - mínimo dos días: Diferentes opciones de hoteles dividido en categorías (3*, 4* ó 5*) + excursión al bosque de arrayanes ida y vuelta en catamarán + city tour.

-Válido para fin de semana de Agosto y Septiembre - mínimo tres días: Diferente opciones de hoteles dividido en categorías (3*, 4* ó 5*) + excursión al bosque de arrayanes ida y vuelta en catamarán + city tour + Cerro Bayo.

-Válido para Octubre- mínimo tres días: Diferente opciones de hoteles dividido en categorías (3*, 4* ó 5*) + excursión al bosque de arrayanes ida y vuelta en catamarán + city tour + paseo en lancha por el Nahuel Huapi (de acuerdo al clima).

Con respecto al público objetivo va a estar destinado a todos los residentes de Chile.

Estos paquetes se promocionarán a través de varios medios. Por una lado a través de canales propios de Villa La Angostura como la página web oficial de la Secretaria de turismo, folletería en informes turísticos y en las páginas web de los hoteles. Por otro lado, a través de canales externos como las páginas web Despegar Chile y Atrápalo Chile ya que se considera que son dos empresas reconocidas a nivel nacional y alcanzan a una gran cantidad de potenciales turistas.

Para poder concretar estos paquetes promocionales para Chile además de las entidades ya mencionadas, se necesitara la colaboración y coordinación de varios actores como la Asociación de Hoteles y Restaurantes, con las agencias de viaje como Quetrihue o Huilén, y con la empresa que provee el catamarán Futaleufú para la visita al Bosque de Arrayanes. Una vez concretados los paquetes, se coordinará con la gráfica para la folletería y con las empresas Despegar Chile y Atrápalo Chile para realizar la promoción adecuada dado que sin ella no se podría efectuar una correcta obtención de los objetivos.

Turismo activo

El fenómeno del turismo activo no es un fenómeno nuevo, lo que resulta novedoso es el enorme impacto económico que está adquiriendo y que por lo tanto requiere de una atención y tratamiento especial por parte de las administraciones públicas y privadas.

Surge como consecuencia, principalmente, de las nuevas motivaciones de los turistas y la importancia, como fenómeno sociocultural y económico de primer orden, del deporte en el mundo, recogiendo el aspecto globalizador que tiene el deporte.

Villa La Angostura dispone de una gran riqueza de espacios naturales y de posibilidades de realización de programas de turismo deportivo, que pueden suponer un marco de actuaciones que redundarían en beneficios económicos, de generación de empleo y de explotación de recursos tanto en el mundo del deporte como en el sector turístico.

En la actualidad la fórmula que combina turismo y deporte, se está constituyendo como uno de los atractivos más importantes en la nueva oferta turística, ya que es un mercado en expansión y ofrece grandes beneficios económicos a nivel local y nacional.

En el turismo deportivo o turismo activo, la actividad deportiva y recreativa constituye una parte fundamental, así como el escenario natural donde se proyecta, ya que cada vez más, el turista desea realizar unas vacaciones activamente. Se desarrolla en el medio natural, buscando el alojamiento en hoteles rurales y ubicados en espacios naturales, y que oferta como actividades más relevantes aquellas que desarrollan la actividad física en la naturaleza, como la escalada, el montañismo, el descenso de barrancos, el descenso de ríos, el senderismo, la orientación en la naturaleza, y todas las actividades que se realizan en el medio natural, de forma respetuosa y ecológica con el medio ambiente.

Pero también es interesante complementar esta oferta de actividades físicas y deportivas, con actividades que permitan recorrer y conocer el patrimonio natural, artístico y cultural, de la zona o territorio donde se desarrolle el programa turístico. Este párrafo lo podemos definir con el concepto de hibridez, ya que una varias actividades, no se realiza solo una sino que se mezclan varias actividades para la satisfacción del turista.

Es imprescindible prestar atención a preservar y cuidar la degradación medioambiental que pueden producir estas actuaciones, debiendo proponerse programas de desarrollo turístico deportivo sostenible y que contemplen acciones educativas, ya que este sector supone un acercamiento de la sociedad al medio natural.

Tomar como ejemplo y crear aún más carreras de aventura que se realizan durante la temporada baja como La Unión 7 lagos, Hi Tec 7 Lagos, Adventure Race e internacionales como la K42, que genera a lo largo de los años un ingreso importante de llegadas de turistas y por lo tanto de ingresos económicos; sería una propuesta más para disminuir la estacionalidad.

A su vez, existen en Villa La Angostura actividades deportivas como las excursiones al Cajón Negro, salidas en kayak y días de pesca. Considero que se debe aumentar la promoción ya que estás junto a las nuevas propuestas descritas en el párrafo siguiente lograrían captar nuevos turistas.

Para sumarle nuevas actividades y poder satisfacer la necesidad del turista uniendo la actividad física y cultural, la propuesta es implementar salidas turísticas deportivas como por ejemplo:

- City tour en bicicleta recorriendo el centro y el puerto,
- Running a través del “camino viejo” hasta llegar al Lago Espejo, donde se podrá recorrer el lago en kayaks;

-Trekking en el Cerro Bayo.

Esta oferta ha de cumplir una serie de requisitos, en las actividades como son:

a) Integrada: puesto que se trata de una oferta complementaria, que debe integrarse de manera cohesionada con el resto de ofertas, mejorando la calidad turística.

b) Atractiva: por tratarse de actividades de ocio vacacional, ha de resultar atractiva y motivante para los clientes.

c) Recreativa: por el propio concepto de recreación, antes citado, que no puede suponer sobrecarga de esfuerzo o cansancio, al no ser competitiva, sino recuperadora y saludable.

d) Promocionada: ya que requiere de una adecuada y conveniente divulgación y publicidad, para que la oferta sea conocida y reconocida por los posibles clientes.

La colaboración y cooperación de administraciones públicas y las organizaciones y empresas privadas son fundamentales para la realización exitosa de estas actividades. La prestación de servicios deportivos (guías de montaña, guías de turismo y profesores de Educación Física); de la comunicación (Secretaría de turismo de Villa La Angostura); de la accesibilidad, de la seguridad, de la conservación medioambiental (Municipalidad de Villa La Angostura) serán los que contribuirán a la resolución de estas actividades

Estas actividades se promocionarán en las agencias de viajes de Villa La Angostura, en la Municipalidad de Villa La Angostura, en la Secretaría de Villa La Angostura y en los hoteles que ofrezcan actividades a los turistas.

El público objetivo de estas propuestas, son un conjunto de compradores que comparten necesidades o características que disfruten de la realización de actividades deportivas como así también del conocer cultural.

Eventos de reuniones - congresos

El turismo de reuniones, también conocido como M.I.C.E. por sus siglas en inglés (reuniones, incentivos, convenciones y exhibiciones), es una de las ramas del turismo con mayor crecimiento, con mayor gastos por pasajero que el turismo vacacional y una herramienta de difusión valorada por los destinos, ya que un importante porcentaje de

los pasajeros que asisten a eventos conocen el destino y en el mediano plazo vuelven a éste con su familia a vacacionar.

El turismo de eventos tiene ciertas características que considero oportunas mencionar. La primera es que por la tipología de quienes viajan con esta motivación de viaje estos realizan un elevado gasto turístico ya que la empresa es la que abona el viaje, y tener personalmente un buen nivel de ingreso por el tipo de alojamiento utilizado mayormente. A ello deben sumarse los importantes gastos que se originan en la ciudad sede con motivo de la propia realización de la reunión. Es por esto que se trata de un turismo altamente rentable.

La siguiente característica es que se trata de un segmento del turismo que contribuye fuertemente al quiebre de la estacionalidad turística, ya que se puede realizar en cualquier época del año.

Otra característica es que la actividad contribuye al crecimiento de los negocios, producto del intercambio comercial/empresarial que de los eventos se derivan. Por último debemos tener en cuenta que la cadena de valor del turismo en general utiliza mano de obra intensiva y la cadena de valor de los eventos se suma a la propia del turismo, multiplicando su valor como generadora de empleo.

Finalmente, una importante característica del turismo de eventos es que en su gestión intervienen diversos actores, los cuales son:

-Generadores de eventos: organismos e instituciones y empresas tanto de carácter público como privado, que han visto en la organización de estas reuniones la vía más adecuada para el logro de sus objetivos. Asociaciones, fundaciones, colegios profesionales, universidades y entidades públicas de distintos sectores de la industria que se sirven de este mercado para consolidar alianzas relacionales

-Operadores Profesionales: Agencias de viajes especializadas con un departamento dedicado en exclusiva a la organización de eventos que puede abarcar tanto la faceta de emisora como receptiva. Ofrecen las mismas garantías empresariales que una agencia de viaje. Dan al cliente un servicio especializado que solamente las agencias de viaje con departamento especial pueden ofrecer. Son organizadores profesionales de congresos las empresas especializadas en la operación de eventos en general.

-Buró de convenciones: Son organismos sin fines lucrativos cuyo objetivo principal es la captación de turismo de negocio para la ciudad (o país) creados por instituciones públicas y con la participación de instituciones públicas o privadas, cámara de comercio u otras entidades profesionales del sector turístico tanto público como privado. Es en sí misma es una oficina que facilita información actualizada y objetiva

sobre la infraestructura y servicio que tiene la ciudad (o país) para la organización de congresos, convenciones y viaje de incentivo.

Argentina es el país número 18 con más congresos y convenciones internacionales a nivel mundial, el segundo de Latinoamérica y Buenos Aires la ciudad con mayor número de tales eventos en el continente.

Según el informe que realizó la Secretaría de Turismo de Villa La Angostura y Villa La Angostura Bureau³, Villa La Angostura ha crecido un 40% en este rubro en los últimos dos años, siendo uno de los actores importantes de la región Patagonia.

Hay varias razones por la cual se elige a Villa La Angostura como sede de eventos/reuniones, estas son:

- Accesibilidad.
- Se encuentra emplazada en un paisaje único y altamente protegido por Parques Nacionales.
- Experiencia en servicio y logística MICE.
- DMCs emplazados en la localidad.
- Reconocida gastronomía.
- Actividades en entornos naturales, diferenciadas en las cuatro estaciones del año.
- Seguridad.
- Ambiente cálido y apacible
- Ubicación estratégica. En el corazón del Corredor de los Lagos.
- Equipamiento tecnológico local.

El centro de Congresos y Convenciones Arrayanes es único en la región de los lagos, está específicamente diseñado para satisfacer el desarrollo de reuniones de primer nivel. Favorecido por su emplazamiento, cercano al centro comercial, y por su arquitectura Andino Patagónica, ya es preferido por importantes corporaciones, para realizar sus lanzamientos de producto, o reuniones directivas.

La capacitación se potencia en este marco, ya que el ambiente ideal de silencio y armonía, facilita la concentración. Las capacidades operativo-técnicas de esta sede, con una completa guía de recursos, ponen a disposición de los organizadores todas las condiciones para lograr los objetivos.

³ www.angosturabureau.com.ar

Los viajes de incentivos de las empresas que eligen motivar a sus Recursos Humanos, tienen en Villa la Angostura, la alternativa de ofrecerles experiencias de altísimo valor sensorial, en las que cualquier intención de gratificar o satisfacer, se optimiza desde todos los enfoques.

Datos del Centro de Convenciones:

Superficie: 980 metros cuadrados cubiertos

Capacidad: 400 personas

Distribución: Un salón principal para 250 personas, cuatro salones adyacentes y dos más en su planta alta, todos intercomunicados entre si y esto sin interferir con el salón principal.

Los hoteles que poseen un centro de reuniones son:

- Hotel Correntoso
- Hotel Sol Arrayan Hotel Spa
- Hotel Las balsas
- Hotel Bahía montaña
- Hostería Puerto sur

Cuadro N°6: Características de los salones

Nombre del Hotel	Nombre del salon	M2	Capacidad en formato "Auditorio"	Capacidad en formato "Cocktail"	Capacidad en formato "Escuela"	Capacidad en formato "Banquete"	Capacidad en formato "U"	Capacidad en formato "Directorio o Imperial"
Hotel Correntoso	Salon Cóndor	130m2	124	150	63	96	46	50
Hotel Sol Arrayan	Sol Arrayan	65m2	73	77	48	58	35	25
Hotel Las Balsas	Planta Baja	80m2	40	110	30	45	35	40
	Plata Alta	65m2	30	75	20	35	25	30
Hotel Bahía Montaña	Entre Bosque	130m2	Ns/nc	Ns/nc	Ns/nc	120	Ns/nc	Ns/nc
	Sum	80m2	Ns/nc	Ns/nc	Ns/nc	70	Ns/nc	Ns/nc
Hosteria Puerto Sur	Puerto Arrayan	60m2	32	42	26	24	28	15

Fuente: Elaboración propia a través de datos enviados por la Secretaria de Turismo de Villa La Angostura.

Cuadro N°7: Servicios que ofrecen los hoteles

Nombre Hotel	Estacionamiento	Area de gastronomía (cubiertos)	Calefacción	Aire acondicionado	Wifi	Business Center	Acceso para discapacitados
Hotel Correntoso	60	120	Si	Si	Si	Si	Si
Hotel Sol Arrayan	20	50	Si	Si	Si	No	No*
Hotel Las Balsas	20	60	Si	No	Si	No	No
Hotel Bahía Montaña	30	120	Si	No	Si	No	No
Hosteria Puerto Sur	14	24	Si	Si	Si	Si	Si
*(todas las áreas excepto Spa y Salón Convenciones)							

Fuente: Elaboración propia a través de datos enviados por la Secretaria de Turismo de Villa La Angostura.

Dado las cualidades que posee Villa La Angostura como centro de reuniones y congresos considero que ya que esta actividad se puede realizar durante todo el año sin importar la estación, fomentar esta actividad durante la temporada media baja es importante ya que aparte de contribuir a disminuir la estacional está comprobado que un 40% de los que participan en estos eventos regresan de visita como turistas tradicionales.

Es por ello que la forma que considero para fomentar los eventos en esta localidad es hacerse presente en ferias, otros congresos, exposiciones, eventos relacionados al turismo de congresos, envío de información a todos los puntos del país para que tengan a Villa La Angostura en cuenta como base de reunión para su negocio, incentivo o capacitación.

A su vez, agregar un beneficio para aquellos empresarios que realicen sus eventos o congresos allí, como descuentos en alojamiento y gastronomía. Para ello también deberá contribuir la Asociación de Hoteles y Restaurantes

Museo del Volcán Puyehue

Cuando ocurren las catástrofes naturales, la ciudad o el país afectado pierde miles de visitantes al día, lo que conlleva una pérdida considerable de los ingresos

económicos que se generan por turismo. Además, los visitantes que pasan por esa experiencia transmiten malas referencias a sus conocidos y allegados y les disuaden de viajar a ese lugar.

Aunque, paradójicamente, una vez superado el impacto inicial, las inundaciones, los volcanes, sismos o ciclones pueden acabar teniendo un efecto reactivador sobre el turismo.

A pesar de los efectos devastadores que sobre personas y bienes tienen afectada o el deseo de ayudar a su recuperación incrementan el número de turistas interesados en visitar estos lugares. Según Skyscanner, el portal de búsquedas de viajes por Internet más potente de Europa, las cifras avalan esta teoría. La aparición de imágenes de un determinado destino, aunque sea por motivos trágicos, ayuda a situarlo en el mapa y despierta el interés, ya que se confía en que una vez pasado el desastre no hay probabilidad de que otro vuelva a suceder y ello anima a visitarlo, afirma Eliana Gómez, representante de Skyscanner para el mercado español. Además, muchos turistas consideran su viaje como un gesto de solidaridad hacia un lugar que necesita más que nunca recuperarse. A estos se les suman los que se mueven por la curiosidad de ver el desastre o dónde sucedió como así también ver la recuperación del mismo.

Un factor importante en las crisis provocadas por desastres naturales es la gestión de la información durante el tiempo que duran. Las crisis turísticas pueden extenderse muchas semanas o meses debido al temor de las personas a que algo vuelva a suceder. Las noticias demasiado sensacionalistas pueden disuadir de visitar la zona afectada o incluso todo el país. Por eso los informadores locales deben tener bastante cuidado para no crear una imagen mucho más *trágica* y que pueda perjudicar enormemente la imagen del destino turístico en el largo plazo.

El Complejo Volcánico Puyehue – Cordón Caulle (CVPCC) localizado en la República de Chile, está formado por un estratovolcán con un cráter principal de 2 km de diámetro denominado volcán Puyehue (2236 m) y un volcanismo dómico fisural que se localiza sobre una fisura de dirección NW-SE de 17 km de largo.

La erupción del Volcán Puyehue la tarde del 6 de Junio de 2011 fue el que produjo el cambio rotundo en el destino turístico de Villa La Angostura.

Unas 12.000 personas fueron las afectadas y 8.000 hectáreas de arena y ceniza se cubrieron solo en el ejido de Villa La Angostura. El volcán liberó una energía total equivalente a la de 70 bombas atómicas juntas.⁴

⁴ Secretaría de Turismo de Villa La Angostura

Se llenaron los supermercados y las estaciones de servicio, tratando de abastecerse de agua y llenando los tanques de los autos por si había que abandonar el pueblo. Debido a la cantidad de ceniza que volaba, los habitantes comenzaron a utilizar barbijos, por el simple hecho de que no sabían si la ceniza que caía era nociva para la salud.

El pueblo se resguardo en sus casas y comenzaron las recomendaciones de la Secretaria de Defensa Civil para poder llevar a cabo esta situación. Estas fueron, limpiar los techos de la casas, ya que al caer tanta ceniza se hizo una capa muy gruesa que podía llegar a romperlos; utilizar luz de bajo consumo y permanecer calmados.

En cuanto a los medios de transporte, el aeropuerto de San Carlos de Bariloche anunció que iba a permanecer cerrado hasta por lo menos el 8 de Julio.

Al no llegar los turistas, los hoteles, cabañas y restaurantes estaban desocupados. A su vez, no había quien compre artesanías, ni excursiones del lugar. Por ende, el pueblo no tenía ingresos y de a poco se iba quebrando la economía.

Los turistas que estaban hospedados en algunos complejos optaron por abandonar Villa La Angostura en sus vehículos o en colectivos, debido a que los vuelos estaban suspendidos.

Se acercaba la temporada de invierno, y Villa La Angostura no estaba preparada para recibir turistas. A pesar de que se había iniciado el retiro de las cenizas coordinada por unidades municipales, provinciales y más tarde nacionales, el volcán continuaba en actividad y seguía expulsando ceniza.

Durante la segunda quincena de julio de 2011, los pernóctes bajaron en un 90, 46%, con respecto al año anterior. Y en el fin de semana largo de Agosto de 2011, los pernóctes bajaron un 74, 53% con respecto al 2010.⁵

Cuadro N°8: Plazas ocupadas en Villa La Angostura durante los años 2010 – 2011

Plazas ocupadas	Ene.	Feb.	Mar.	Abril	May	Jun.	Julio	Agos.	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.
2010	54085	42718	21387	13504	8350	5010	31130	19211	13660	11074	15515	14669
2011	45663	34588	19741	11795	6074	1479	987	2585	1989	2155	5061	4644

Fuente: Elaboración propia a través de información provista por la Secretaría de Turismo de Villa La Angostura.

⁵ Secretaría de Turismo de Villa La Angostura

Mientras tanto, el pueblo intentaba sobrevivir con los ahorros de toda la vida. Pertenecientes a todas las clases sociales y desde el más joven hasta el más adulto, ayudaron a sacar la ceniza del pueblo. Ese fue su “trabajo” durante varias semanas, ayudarse uno al otro. Por parte del municipio, incorporaron camiones para recolectar la ceniza que se iba acumulando en las calles que provenían de las casas, techos y jardines de los habitantes.

El gobierno provincial ayudo en el abastecimiento del consumo humano, mandando artículos de protección personal como barbijos, antiparras, mascarar; filtros para los vehículos de los organismos de servicios públicos –bomberos, policía, sistema de salud-, módulos alimentarios, colchones, frazadas y elementos de campamento de supervivencia que tiene a su cargo la dirección de Defensa Civil de la provincia. A su vez, la cartera sanitaria envió colirios y medicamentos varios para reforzar las farmacias del sistema público del pueblo.

El gobierno de la provincia de Neuquén, elaboró una plan llamado “Angostura podemos” para recuperar lo perdido y volver a ser la villa turística que era antes de la erupción del volcán. Este contuvo cuatro ejes de acción:

Restablecimiento de la provisión de servicios públicos y seguridad ambiental:

Limpieza y recuperación del ejido municipal y alrededores: A dos meses y medio de la erupción se removieron más de 100 mil metros cúbicos de arena volcánica, a un promedio de 1.600 metros cúbicos por día.

La unidad ejecutora de servicios públicos era la encargada de recolectar la ceniza.

Recuperación y sostenimiento de la actividad económica local: Se otorgaron 35 millones de pesos en créditos blandos para el sector turístico y comercial. Y 14 millones en exenciones impositivas del Impuesto Inmobiliario, de Ingresos Brutos y del impuesto de Sellos

Recomposición y revalorización de la imagen del destino turístico: Se creó el Plan de promoción de contingencia, en donde principalmente el objetivo es que la villa vuelva a ser vista como antes.

El plazo de ejecución fue de Julio a Diciembre de 2011 y con un presupuesto de \$3.000.000. Las acciones a financiar fueron la elaboración de un Plan de marketing de Villa La Angostura que consistía en la presencia en ferias internacionales, Work shop, Press Trip y Fam Trip, capacitaciones para OOTT, acciones de marketing directo y de Mkt 2.0, desarrollo de material promocional (folleto, merchandising),

avisos en medios especializados y vía pública, desarrollo y auspicio de eventos en los destinos turísticos.

Mediante la cooperación de todo el pueblo, uno con los otros durante meses, como así también, la ayuda municipal, provincial y nacional, la temporada invernal del 2012 fue la mejor en 10 años.

Habiendo explicado todo lo que generó el Volcán Puyehue en este pequeño pueblo turístico, puede entenderse la importancia de la situación en ese momento y la capacidad de sobreponerse a la situación que tuvo el pueblo de Villa La Angostura al proponer este plan.

Es por ello que considero importante construir el Museo del Volcán Puyehue, ya que como he expuesto fue un momento único e histórico en el pueblo de Villa La Angostura. A su vez, he comprobado personalmente que es de gran interés turístico ya que he trabajado en la temporada de verano 2014 y 2015 en un hotel como recepcionista y al hablar con los huéspedes, siempre me preguntan qué pasó, como lograron salir adelante y desean conocer historias de las personas que hayan estado allí en ese momento.

Por ello que me parece conveniente construir el museo del Volcán Puyehue dando a conocer:

- Los datos informativos y técnicos del Volcán Puyehue,⁶
- Todo el proceso que se fue dando desde el primer día que explotó el volcán,⁷
- Fotos de la erupción, de las personas trabajando, del antes y después de los atractivos turísticos,⁸
- Datos estadísticos,
- Historias de los residentes,⁹
- Video que exponga un resumen de lo sucedido,
- Muestras de las piedras pómez, las cuales caían del cielo en ese momento.

⁶ Anexo 2

⁷ Anexo 2

⁸ Anexo 2

⁹ Anexo 2

Promociones del Cerro Bayo en las agencias de viajes en temporada media/baja

Trabajando en una agencia de viajes actualmente y al relevamiento en todo el proceso de investigación de la tesis, noté que el Cerro Bayo no tiene promoción de paquetes durante la temporada media en la revista de turismo provista para agencias de viajes, lo cual considero que es fundamental a la hora de captar nuevos turistas.

Los cerros Catedral, Chapelco y Las Leñas si promocionaron a través de la revista.

Considero importante la promoción del destino en temporada media/baja ya que hay mucha competitividad entre los destinos, y cuanto más promoción se realice más posibilidades de ventas va a haber.

Es por ello que considero de suma importancia la organización y gestión de acciones de promoción por diferentes medios de comunicación, como son las revistas a las agencias de viajes, ferias, páginas webs turísticas, mails, etc.

Conclusión

Tomando la estacionalidad turística como las fluctuaciones de la demanda en diferentes periodo el año, ya sea por motivos naturales o institucionales, ésta genera efectos negativos en un destino turístico como la imposibilidad de sostener beneficios positivos a lo largo de todo el año, desincentiva futuros proyectos de inversión y genera problemas en el mercado de trabajo por la cantidad de desempleados en temporada baja.

De acuerdo a los datos obtenidos por la Secretaría de Turismo de Villa La Angostura, se afirma que la estacionalidad en Villa La Angostura genera desequilibrio en la demanda turística y eso conlleva dificultades económicas para los habitantes a pesar de los eventos que ya se realizan.

Tomando los resultados obtenidos en los cuestionarios realizados, se sostiene que la estacionalidad afecta a la población local, ya que en su mayoría disponen de trabajo sólo durante la temporada alta. Por ende la estacionalidad turística no permite la continuidad durante todo el año en sus trabajos. Y en consecuencia se presentaría una dificultad debido a los altos precios del mercado ya que los trabajadores no disponen de trabajo durante la temporada baja. Es por ello que se considera positiva la creación de políticas adecuadas para contribuir a disminuir la brecha que existe entre la temporada alta y la temporada baja.

Por un lado, va a aportar a la resolución de las consecuencias mencionadas anteriormente; y por el otro al disminuir la estacionalidad se disminuiría la cantidad de desempleados en temporada baja por lo que generaría una activación de la economía.

A su vez se confirma que la realización de eventos en temporada baja es de apoyo fundamental a la hora de medir los ingresos ya que la mayoría de los encuestados coincidió en que la realización de los mismos aumenta sus ingresos económicos.

Realizando las medidas propuestas, se intentará contribuir a la desestacionalización del turismo en Villa La Angostura. Para poder lograr este objetivo es imprescindible la colaboración de varios actores como la Municipalidad de Villa La Angostura, la Secretaría de Turismo de Villa La Angostura y la Asociación de Hoteles y Restaurantes.

Con la realización exitosa de las propuestas, Villa La Angostura estará en proceso de desestacionalizar este destino turístico que hoy en día se caracteriza por su marcada estacionalidad.

Anexo 1

Formato encuesta

1) ¿Tiene residencia fija en V.L.A.?					
NO	SI				
¿Dónde reside?	a) ¿Hace cuanto tiempo?				
	b) ¿Tiene trabajo?				
	NO	SI			
	¿Por qué?	¿Cuál/Cuáles?			
		¿Durante todo el año mantiene el mismo trabajo?			
		NO	SI		
		¿Porque?			
2) En que sentido afecta la realización de eventos en temporada baja? Marcar con una X todos los que considere.					
	Me perjudica				
	No me afecta				
	Me contratan para la realización de dichos eventos				
	Me genera un aumento en los ingresos económicos				

Formato encuesta

1) Rubro: Marque con un X en la columna siguiente:					
	a) Agencia				
	b) Comercio				
	c) Hotelería				
	d) Gastronomía				
2) ¿Tiene la misma cantidad de empleados durante todo el año?	SI	¿Cuántos?			
	NO	¿A qué se debe esa variación?			
3) ¿Qué medidas toman durante la temporada media/baja?					
Marque con una X en la primer columna la/las que considere.					
a) El cierre del establecimiento					
b) Realizar reformas					
c) Reducir personal					
d) Ninguna					
4) ¿Cómo afecta a su establecimiento la realización de eventos en temporada media/baja?					
Marque con una X en la primer columna la/las que considere.					
a) No me afecta					
b) Aumentan los ingresos económicos					
c) Contratación de personal extra					

Anexo 2

Los volcanes son aberturas naturales de la corteza terrestre que ponen en comunicación las masas magmáticas internas con la superficie.

La forma de las montañas volcánicas es cónica. En su parte más alta presentan una cavidad, llamada cráter, el cual es la prolongación que le pone comunicación con el núcleo candente.

El Complejo Volcánico Puyehue – Cordón Caulle (CVPCC) localizado en la República de Chile, está formado por un estratovolcán con un cráter principal de 2 km de diámetro denominado volcán Puyehue (2236 m) y un volcanismo dómico fisural que se localiza sobre una fisura de dirección NW-SE de 17 km de largo.

Los productos que forma el estratovolcán del Volcán Puyehue tienen una composición bimodal (basáltica a riolítica). El Complejo Volcánico Puyehue – Cordón Caulle (CVPCC) tiene registros de erupciones históricas en los años 1921 – 22, 1960 y 1990.

El Volcán Puyehue desde su erupción hasta el día de hoy:

El 4 de junio de 2011, el Servicio Nacional de Geología y Minería (SERNAGEOMIN) - Observatorio Volcanológico de los Andes del Sur (OVDAS) de Chile reportó una crisis sísmica al SE del Complejo Volcánico Puyehue – Cordón Caulle que se produjo con más de 230 sismos volcánicos por hora.

Estos sismos corresponden a rotura de roca y ascenso de material desde profundidades entre 1 y 4 km. También se registró una explosión y como resultado, se generó una columna eruptiva formada de gases y material piroclástico que se elevó a una altura aproximada de 10 km y un ancho de 5 km.

En la figura número 1 la columna eruptiva y el inicio de la pluma fueron registradas por el satélite de la NASA GOES. Llevada por los vientos NO-SE ya cubrió la ciudad de Villa La Angostura y el paso internacional Samoré y se dirigió en línea recta a San Carlos de Bariloche. La sombra de la columna y la pluma sobre la nubosidad más baja destaca la gran altura alcanzada por la columna eruptiva la cual se estimó en 10 km como mínimo. En el paso internacional Cardenal Samoré cayeron aglomerados volcánicos de hasta 15 centímetros con una acumulación en el sector argentino de hasta 20 cm.

Foto N°1: Expansión de ceniza en región Patagónica



Para el domingo 5 de junio la erupción continuaba manteniendo la altura de la columna y las cenizas debido a los vientos en dirección NO-SE alcanzaron la costa atlántica recorriendo una distancia de 822 kilómetros sobre el territorio continental llegando a la ciudad de Puerto Madryn.

Comienza a afectarse la zona central de la Provincia de Río Negro detectándose caída de ceniza en Ingeniero Jacobacci, Comayo, Mengué y Maquinchao.

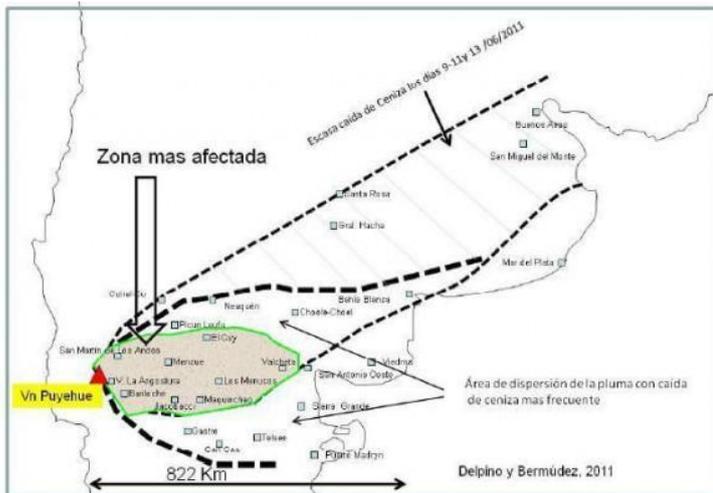
El 6 de junio, el SERNAGEOMIN - OVDAS, informó que la actividad sísmica asociada al Cordón Caulle, mostraba una disminución registrándose 10 sismos por hora localizándose en el sector SE del Cordón Caulle a profundidad entre 2 y 5 km.

Para el martes 7 de Junio, la erupción continuó pero la dirección de los vientos cambió con sentido suroeste a noreste, alcanzando la expansión lateral de la pluma hasta la ciudad de Neuquén donde cayó un espesor de ceniza entre 0,05 y 0,1 mm.

Durante el día 8 de junio, el área de dispersión de cenizas se mantuvo sobre las Provincias de Río Negro, Chubut y sur de Buenos alcanzando la ciudad de Bahía a Blanca.

En la figura 2 se puede observar el mapa de dispersión de las cenizas del volcán Puyehue. Las zonas marcadas fueron delimitadas de acuerdo a las imágenes de los satélites MODIS y GOES NASA y reportes de las personas afectadas en las diferentes localidades por contactos verificados por los autores.

Foto N°2: Expansión ceniza en Argentina.



Durante los siguientes 8 meses el volcán Puyehue mantuvo una intensidad de moderada a alta. Sobre el pueblo de Villa La Angostura continuó cayendo polvo volcánico y ceniza fina.

Por esta razón en los sectores cercanos al volcán (Villa La Angostura, Bariloche etc.) los espesores acumulados alcanzaron hasta 40 cm.

Hoy en día el polvo volcánico (Tamaño menor a 0,03 mm) continúa flotando en las capas altas de la atmósfera y puede trasladarse miles de kilómetros.

La erupción presente del volcán Puyehue iniciada el día 4 de Junio, es, por los registros geológicos, la erupción de mayor magnitud que afectó el área donde se ubica Villa La Angostura en tiempos históricos.

Foto N°3 Zona afectada en Argentina



Historias de los residentes de Villa La Angostura:

Hubo personas que querían deshacerse de la ceniza, pero hubo otras como José Bora, dueño del complejo de cabañas Ruma Andina, que se quedó con una montaña en el fondo de su jardín. Con ésta, construyó parte de una hostería con ceniza volcánica. También, relleno las paredes con bolsas de arena, y de esta manera no tuvo que utilizar cemento.

Hay otro caso, como el de Andrea Klarenberg, quien utilizó todos sus ahorros para limpiar los terrenos y su hostería Le Lac. Hoy en día, Andrea tiene tendinitis y es la marca que le quedó por haber trabajado duro durante meses en su hostería. Dentro de su terreno sacó 51 camiones de arena y gastó todos sus ahorros en ellos. A pesar de que la hostería es reconocida en la villa y desde hace muchos años posee más del 70% de ocupación, luego de impacto que causó la erupción del volcán la hostería no se pudo reabrir hasta el invierno de 2012.

Un caso más cercano a mi persona, fue el de Juan Martin Tuculet, quien al verse afectado también por el volcán, vio la oportunidad de comprar un camión y con este recolectar la arena. Junto a su socio, compraron un camión, y la unidad ejecutora les dio trabajo. Gracias a este proyecto, pudieron salir adelante económicamente. Hoy en día siguen trabajando con los camiones en la Unidad Ejecutora realizando el tramo faltante de asfalto de 7 lagos, para el bienestar turístico.

Bibliografía

AlmaTourism (2012). Cannas R., An Overview of Tourism Seasonality: Key Concepts and Policies. N. 5.

Altés Machín, Carmen. Capítulo 2, La Oferta. Marketing y turismo, Introducción al marketing de empresas y destinos turísticos.

Antoni, Josep y Baidal, Ivars (2013). El modelo turístico de Benidorm singularidad y retos de futuro. Papers de turisme, ISSN 0214-8021, Nº. 54, 2013. Papers and Proceedings Conference on Innovation in Tourism and Hospitality CIT 2013), págs. 17-24.

Anuario estadístico en turismo (2010). Subsecretaría de turismo provincia del Neuquén, Villa La Angostura año 2010

Anuario estadístico en turismo (2011). Subsecretaría de turismo provincia del Neuquén, Villa La Angostura año 2011.

Anuario estadístico en turismo (2012). Subsecretaría de turismo provincia del Neuquén, Villa La Angostura año 2012.

Anuario estadístico en turismo (2013). Subsecretaría de turismo provincia del Neuquén, Villa La Angostura año 2013.

Anuario estadístico en turismo (2014). Subsecretaría de turismo provincia del Neuquén, Villa La Angostura año 2014.

Baron, R. R. V. (1975) "Seasonality in tourism: a guide to analysis of seasonality". Economist Intelligence Unit Technical Paper (EIU), London.

Bertoncello, Rodolfo (2000). Turismo y Territorio. Otras miradas, otras prácticas.

Bertoncello, Rodolfo (2000). Turismo en los Andes Patagónicos. Valorización turística de áreas de preservación ambiental.

Butler, R. (1994) "Seasonality in tourism: issues and problems". In: Seaton, A. V. Tourism: the state of the art. Chichester, Wiley, pp. 332-339

Carruitero, Patricia Belén. Tesis de grado. "Estacionalidad de la Demanda de Turismo en Argentina, 2011.

Coll Ramis, Miquel Àngel; Seguí Llinás Miguel (2013). El papel del clima en la estacionalidad turística y la configuración de productos turísticos emergentes. El caso de Mallorca. Universidad de las Islas Baleares. Cuadernos de Turismo, nº 33, (2014); pp. 15-30 Universidad de Murcia. ISSN: 1139-7861. Departamento de Ciencias de la Tierra. Universidad de las Islas Baleares.

Durieux Zucco, Fabricia; Do Amaral Moretti, Sergio Luiz y Lenzi, Fernando Cesar (2013). Superando la estacionalidad turística: Planificación y gerenciamiento de

eventos y comunicación integrada de marketing. Vol.22, n.6, pp. 1214-1231. ISSN 1851-1732.

GONZALEZ Jose Luis Nieto, FORTES Amate Ignacio, ROMAN SANCHEZ Isabel Maria. Revista de Humanidades y Ciencias Sociales del IEA, 17 1999-2000 PP.13-26. Departamento de economía aplicada. Universidad de Almería. Estudio de la estacionalidad turística en la provincia de Almería durante el periodo 1980-1998.

Getz, D. (1997). Event management and event tourism. Cognizant Communications Corporation, New York

Getz, D. (2008.) Event tourism: definition, evolution, and research. Tourism Management 29(3): 403-428

Ćorluka, G. University Department of Professional Studies University Split, Croatia. Seasonality in tourism, causes, implications and strategies, s.f.

Higham, James (2005). Sport Tourism Destinations. Issues, opportunities and analysis.

Informe Especial (2008). "Superar la estacionalidad del turismo en España". SAVIA. Vol.56.

Informe sectorial turismo 2004-2010 Provincia de Neuquén (2010). Dirección provincial de estadísticas y censos. Serie 2.

Informe de la Secretaría de Turismo de Villa La Angostura y Villa La Angostura Conventions & Visitors Bureau (2012).

Lee Christine, Seers Sue Bergin, Galloway Green, O'Mahory Barry and McMurray Adela. Seasonality in the tourism industry. Impacts and Startegies. CRC for Sustainable Tourism, 2008.

Leff, Enrique. La Geopolítica de la Biodiversidad y el Desarrollo Sustentable, economización del mundo, racionalidad ambiental y reapropiación social de la naturaleza.

Mantero, Juan Carlos; Bertoni, Marcela; Benseny, Graciela y Barbini, Bernarda(1997). Como afrontar la estacionalidad en Mar del Plata.

Maure Agüero, G. (2007). Definiciones y tendencias del turismo de eventos. Contribuciones a la Economía, Nº 82.

Nogueras Carrasco, Miguel Ángel. El deporte y el turismo, una relación de ahora y para el futuro.

OMT, Capítulo 11, Impactos Económicos del turismo, 2006.

OMT, Capítulo 12, Impactos Socioculturales del turismo, 2006.

OMT, Capítulo 13, Impactos Medioambientales del turismo, 2006.

Plan Estratégico contra la Estacionalidad Turística (2013). Andalucía.
www.turismonuevasideas.org

Ponce Sánchez, M. D. (2006): Las administraciones ante el turismo de reuniones y congresos en Murcia. Papeles de Geografía, Vol. 44, pp. 95-118.

Sancho, Amparo (2001). Introducción al Turismo. OMT Organización Mundial del Turismo

Simonato, Fernando R. (2009). Marketing de Fidelización. primera edición.

Solís Corvo, María de la Victoria; Romero Lamorú, Idalia Carnero González; Daili y Núñez González Yulit (2012). TURyDES. Medición de la estacionalidad, premisas para la determinación de opciones en la estacionalización de la demanda turística. Universidad de La Habana. Vol 5, Nº 13.

Sautu R., Boniolo P., Dalle P. y Elbert R. (2005). Manual de metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología. Buenos Aires: CLACSO.

Subsecretaría de turismo de Neuquén. (2011) Plan de desarrollo turístico provincial 2011-2015.

Subsecretaría de Turismo. Informe temporada estival 2013. Ministerio de desarrollo Social

Venturini Edgardo J.(2004). El turismo como estrategia para el desarrollo regional.

Venturini Edgardo J.(2001). Turismo y desarrollo local. La agenda local como instrumento para la promoción de un desarrollo turístico sustentable.

Vieira Batista Alexandra y Carrizo Moreira António. Turismo de eventos: desafíos estratégicos de la ciudad de João Pessoa (Brasil). Cuadernos de Turismo, nº 23, (2009); pp. 31-46 ISSN: 1139-7861. Universidad de Murcia

WTO and UNEP. 2008. Climate Change and Tourism: responding to Global Challenges.

Young Chung, Jin (2009). Seasonality in tourism: a review. Texas A&M University. E-Review of Tourism Research (eRTR), Vol. 7, No. 5.

Páginas web:

Ministerio de Turismo de la Nación <http://www.turismo.gov.ar/indexfs.html>

Municipalidad de Villa La Angostura <http://www.villalaangostura.gov.ar/>

Secretaría de Turismo de Villa La Angostura
<http://villalaangosturaturismo.blogspot.com.ar/>

Subsecretaría de desarrollo turístico

<http://desarrolloturistico.gob.ar/subsecretaria/desarrollo-turistico-de-argentina>

Turismo en conservación www.turismoenconservacion.org