

Este documento ha sido descargado de:
This document was downloaded from:



**Portal *de* Promoción y Difusión
Pública *del* Conocimiento
Académico y Científico**

<http://nulan.mdp.edu.ar>

EL RELEVAMIENTO TURÍSTICO: DE CICATUR A LA PLANIFICACIÓN PARTICIPATIVA

Cristina Varisco, Daniela Castellucci, María Graciela González, María Julia Muñoz,
Noelia Padilla, Lucía Campoliete & Graciela Benseny*
Universidad Nacional de Mar del Plata
ARGENTINA

Introducción

Con la intención de conocer la realidad turística de un territorio, surge la necesidad de definir una metodología de clasificación y caracterización de los atractivos que permita su inclusión/exclusión en la oferta turística de un lugar, realizada mediante un relevamiento. En este contexto, el relevamiento se transforma en una tarea compleja y consensuada, que implica una serie de actividades basadas en: la identificación de los recursos; la recolección de información; la definición de criterios y marcos conceptuales utilizados para su valoración; el análisis, interpretación y discusión de la información recolectada y su consiguiente evaluación.

El relevamiento de atractivos, facilidades y actividades permite conocer el patrimonio turístico, y por lo tanto, dar respuesta a la pregunta ¿con qué bienes cuenta una localidad, región o país para desarrollar la actividad turística? En esta ponencia, se hará referencia al relevamiento de los recursos y atractivos turísticos, considerados como la base a partir de la cual se desarrolla la actividad. El inventario turístico tiene la función de ser el sustento de las acciones encaminadas a su difusión, interpretación, puesta en valor, conservación, planificación y manejo.

El relevamiento turístico ha sido y sigue siendo preocupación de la comunidad científica. Hace más de 35 años el Centro Interamericano de Capacitación Turística (CICATUR) de la Organización de Estados Americanos presentaba en un seminario la propuesta metodológica para realizar el Inventario Turístico concretado a través de un relevamiento. Las tareas de relevamiento de los atractivos turísticos se basan en dos pasos: el registro sistematizado de la información y la evaluación. Para la identificación y registro se presentó una clasificación de los recursos y un modelo muy simple de ficha de relevamiento; en tanto que, para la evaluación se propuso un sistema de jerarquías basado en cuatro niveles. Esta propuesta tuvo un alto impacto en toda América Latina, y aún hoy constituye un punto obligado de referencia cuando se trata de identificar en un área territorial los atractivos que motivarán el desplazamiento de los turistas.

En la actualidad, la planificación turística ha evolucionado hacia formas más participativas de trabajo, con la incorporación de los diversos actores involucrados en la actividad, incluyendo no sólo a empresarios y representantes de instituciones, sino también a la comuni-

* Cristina Varisco – cvarisco@mdp.edu.ar. Daniela Castellucci - dicastel@mdp.edu.ar. María Graciela González - magragon@mdp.edu.ar. María Julia Muñoz - mjmunoz@capitalcreativo.com.ar. Noelia Padilla - noeliamdq88@hotmail.com. Lucía Campoliete - lu.campoliete@gmail.com. Graciela Benseny - gracielabenseny@yahoo.com.ar.

dad receptora. Es curioso que el tema del relevamiento turístico haya tenido en todos estos años escasos referentes, tanto en el aspecto teórico como metodológico, siendo una actividad que sirve de base a toda la gestión de los recursos.

Se realiza un estudio exploratorio y descriptivo, con el objetivo de analizar los antecedentes teórico – metodológicos del relevamiento de recursos turísticos; proponer un instrumento de recolección que aporte la base conceptual para la identificación y sistematización de la información que permita la evaluación de los atractivos y una metodología que contemple instancias de participación de los actores locales. Se utilizan fuentes de datos primarios y secundarios, consultan diferentes fuentes bibliográficas, documentales y virtuales, aplicando un enfoque cualitativo basado en un estudio de caso que analiza la oferta patrimonial turística del Partido de Mar Chiquita.

La ponencia se inserta en el marco del proyecto de investigación que se desarrolla en la Universidad Nacional de Mar del Plata: «Turismo y Desarrollo en Destinos Costeros de la Provincia de Buenos Aires» y tiene por objetivo general realizar una propuesta para el desarrollo turístico de la localidad de Santa Clara del Mar, que contribuya a su desarrollo integral. Para cumplir con este objetivo, el relevamiento de los recursos turísticos del Partido de Mar Chiquita constituye una actividad fundamental. Al mismo tiempo, se articula con el proyecto de extensión «Concientización turística – ambiental en Destinos Costeros», que se está implementando en la mencionada alta casa de estudios.

La ponencia presenta el resumen realizado de los antecedentes tomados en consideración y la metodología propuesta. Si bien se ha considerado de manera secuencial, las etapas no tienen un cumplimiento lineal, y surgen situaciones de retroalimentación. Además, por tratarse de un proyecto en curso la misma no se ha completado. Con la evaluación crítica del proceso se aspira generar un aporte en este tema básico de la investigación turística, actualizando su importancia y vigencia para la planificación y la intervención en el territorio.

1. El Relevamiento Turístico

El relevamiento turístico consiste en la identificación de los elementos con que cuenta un territorio para hacer frente a la actividad turística. La Organización de Estados Americanos (OEA), propone una metodología para realizar el inventario de los atractivos turísticos, de las facilidades (equipamiento e infraestructura) y de las actividades turísticas. Más allá de la metodología utilizada, el relevamiento de los recursos o atractivos turísticos comprende su identificación, sistematización de la información y evaluación.

La función básica del relevamiento es dar respuesta a la pregunta: ¿qué bienes y servicios pueden utilizarse para generar demanda turística y dar satisfacción a las necesidades de los visitantes? El análisis estará siempre referido a un espacio geográfico determinado (local, regional o nacional), y en el caso de los recursos, además puede contemplar elementos reales o potenciales. En consecuencia, el relevamiento es un instrumento básico para la información, planificación y gestión de la oferta turística.

1.1. ¿Recursos o Atractivos Turísticos?

Existe un conjunto de conceptos muy relacionados que se presentan en algunos casos como sinónimos y en otros con matices que permiten ordenar su significado y amplitud de lo general a lo particular. Patrimonio, oferta, producto, recursos, atractivos, conforman este conjunto de términos que se definen en función de su uso turístico, y que antes de abordar las técnicas de relevamiento, requieren alguna especificación.

El concepto de Patrimonio Turístico según la Organización Mundial de Turismo (OMT) es: «el conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales o inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse, mediante un proceso de transformación, para satisfacer sus necesidades turísticas». Al hacer referencia a lo potencial, e incluir bienes que aún no se conocen, este concepto se toma como base para analizar, desde un punto de vista teórico y poder conocer los elementos que dispone un territorio para desplegar la actividad turística.

Cuando el Patrimonio Turístico deja de ser potencial, y se integra al mercado, se transforma en Oferta Turística. Es interesante la distinción que realiza Oscar De La Torre (1980) al considerar la oferta primordial, integrada por los atractivos que motivan el desplazamiento de la demanda; en tanto que, la oferta complementaria hace referencia al conjunto de bienes y servicios que posibilitan el desplazamiento y la permanencia de los turistas, integrada a su vez por la estructura turística, la infraestructura y la supraestructura. El mencionado autor, utiliza los términos atractivos y recursos con significados equivalentes, pero hace la aclaración que el patrimonio turístico está integrado por la oferta primordial. Por otra parte, Roberto Boullón (1985) con una visión más amplia considera como patrimonio a todo el conjunto que integra la oferta, pero respecto de la distinción de los términos recurso y atractivo especifica que el primero proviene de la ciencia económica y denota recursos naturales, humanos y de capital, por lo que sugiere no utilizar ese término en el vocabulario técnico turístico.

Desde la bibliografía europea, Carmen Altés Machín menciona los recursos turísticos como la base sobre la que se desarrolla la actividad, y los define como «*aquellos atractivos que, en el contexto de un destino, pueden generar un interés entre el público, determinar la elección y motivar el desplazamiento o la visita*» (1993, p. 33). Luego, los clasifica en tres categorías según su vinculación con la naturaleza y los hechos del hombre, proponiendo: recursos relacionados con la naturaleza, con la historia y con la cultura viva. En esta misma línea discursiva, la mencionada autora sostiene que el producto turístico es el conjunto integrado por los recursos más los servicios y equipamientos, y tiene como característica distintiva respecto de los conceptos mencionados anteriormente, que está orientado a un segmento de mercado.

Por otra parte, Leno Cerro recuerda también el origen económico del término recurso para designar los medios a los que se recurre para realizar un proceso productivo y que pueden satisfacer alguna necesidad humana. Utilizado en el marco de la actividad turística, refiere a las atracciones denominadas «recursos o atractivos turísticos». Luego, hace referencia a

la definición de patrimonio de la OMT, comentada en párrafos anteriores, y agrega la definición de este organismo de recursos turísticos: «*todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda*» (OMT, 1978, p.3; en Leno Cerro, 1993). De la relación entre ambas definiciones, este autor especifica que el patrimonio turístico es el conjunto de potencialidades que con el aporte humano (medios técnicos, económicos y financieros), puede transformarse en un recurso turístico o patrimonio utilizable.

En el mismo año, Lía Domínguez de Nakayama publica su texto *Relevamiento Turístico* y analiza la diferencia entre recurso y atractivo, en base a los tres requisitos que deben cumplir los elementos de la naturaleza y de la cultura para insertarse en la actividad: ser atractivos, aptos y disponibles. El primer requisito constituye la base de los atractivos, y cuando estos tienen además, aptitud y disponibilidad, se consideran recursos (1993).

Desde la visión económica, resulta interesante analizar la propuesta de Adrian Bull, quien parte de la concepción económica de los recursos, y los clasifica como: naturales, de trabajo y de capital, para luego relacionarlos con la distinción entre recursos libres y escasos. En la actividad turística, es frecuente el uso de bienes públicos que los turistas pueden utilizar sin que disminuya la cantidad disponible para otros usuarios, pero en muchos casos, el mantenimiento de esos bienes representa un costo de oportunidad significativo. El producto turístico está conformado por ese conjunto amplio de recursos que incluye el trabajo, el capital, la tierra, el paisaje, el clima y la cultura (1994).

En el texto *Introducción al Turismo* de la OMT, Sancho (1998) hace referencia a las definiciones ya comentadas de este organismo internacional respecto del patrimonio turístico y del recurso. Esta autora va a considerar como la mayoría de los autores que los recursos geoturísticos más los servicios complementarios y la inversión conforman el Producto Turístico; pero que la Oferta Turística se genera a partir del proceso de comercialización del producto, esto es, cuando al producto se le suma la actividad de distribución y comercialización. Por su parte, Octavio Gettino marca la distinción entre patrimonio y recurso de la OMT, pero agrega que el conjunto de bienes a que hace referencia el patrimonio «*sólo se convierte en recurso turístico a partir de una decisión explícita de una comunidad o parte de la misma. Es decir, cuando por finalidades económicas o socioculturales se resuelve poner en valor turístico el patrimonio de la comunidad*» (2002, p. 49). Ninguno de estos dos autores hace referencia a los atractivos turísticos en la conceptualización del tema.

En cuanto al producto turístico, Josep Valls también considera que los atractivos son los elementos que desencadenan la actividad turística y a través de los productos, conforman el destino. «*El producto turístico selecciona algunos de los atractivos existentes en un territorio, los pone en valor y les añade los elementos necesarios para convertirlos en una amalgama de componentes tangibles e intangibles, que genera utilidades o beneficios a los consumidores en forma de experiencias concretas*» (2004, p. 30). Este autor también utiliza de manera equivalente los conceptos de recurso y atractivo, pero como se desprende de la definición anterior, para integrar un producto deben ponerse en valor, es decir, dotarse de

atributos que permitan su disfrute, como accesos, señalización, rehabilitación, interpretación, etc.

En síntesis, la mayoría de los autores mencionados utiliza los términos recursos turísticos y atractivos turísticos para hacer referencia a un mismo concepto (De La Torre, 1980; Altés Machín, 1993; Leno Cerro, 1993; Valls, 2004), posición que adoptamos para esta ponencia. Se observa consenso también respecto del patrimonio turístico como un conjunto potencial de bienes, que mediante su puesta en valor, se transforman en recursos. El alcance del concepto de patrimonio, es decir si sólo incluye los recursos o si también incluye el resto de los componentes de la oferta, requiere mayor profundización. En cuanto al producto turístico, parece generar acuerdo como conjunto integrado por recursos y servicios, organizados y puestos en valor de manera que satisfagan las necesidades de los turistas.

1.2 La metodología de la Organización de Estados Americanos (OEA)

El Centro de Investigación y Capacitación Turística (CICATUR) surge en virtud de un acuerdo suscrito el 8 de marzo de 1973 entre la Secretaría General de la Organización de los Estados Americanos (OEA) y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos, como consecuencia de la Resolución 39/72 emanada de la VIII Reunión Anual del Consejo Interamericano Económico y Social de la OEA, celebrada en la Ciudad de Bogotá en el período comprendido entre el 30 de enero al 8 de febrero de 1973 (Capanegra et al, 2012).

El centro fue inaugurado en la ciudad de México el 16 de mayo de 1974 con un período de operación de cinco años, durante el cual estuvo a cargo el arquitecto Roberto Boullón. En el mes de diciembre de 1979 se renovó el acuerdo para un nuevo quinquenio de funcionamiento y pasó a ser dirigido por el profesor Miguel Ángel Acerenza hasta la culminación del mismo.

Este centro junto con los subcentros de Argentina y Barbados, integró lo que se conocía como el «sistema de capacitación y asesoramiento a nivel interamericano», emprendido por el entonces Programa de Desarrollo Turístico de la Organización de los Estados Americanos. Wallingre (2007) menciona que CICATUR tendió a solucionar la falta de capacitación tanto de los empleados públicos del sector como profesionales de la actividad en toda América.

En 1976, se inaugura en Argentina una sede de OEA - CICATUR, con el objetivo de capacitar a un grupo de técnicos de organismos nacionales y provinciales. Entre los años 1976 y 1980, se concretan metodologías y técnicas que servirían como base para la planificación, con gran influencia de CICATUR.

Con respecto al relevamiento de atractivos, se propone una clasificación de los mismos en base a cinco categorías, que contemplan diversos tipos y subtipos. La categoría «Sitios Naturales» comprende los elementos de la naturaleza, y de manera particular, se incluyen las reservas y/o parques nacionales, que si bien están creados por el hombre, protegen y conservan especies de la fauna y/o flora representativa de un lugar. En algunos casos, se in-

cluyen geoformas como elemento de la naturaleza para conservar.

La categoría «Manifestaciones Culturales» abarca las obras del hombre del pasado, resaltando sitios arqueológicos, realizaciones urbanas, lugares históricos y museos. Todas estas obras del hombre tienen relevancia para la historia local, regional o nacional de un lugar.

Bajo la categoría «Folklore» se incluyen diversas expresiones de la cultura de un sitio, relacionadas con la forma de vida, vestimenta, comidas típicas, instrumentos musicales, bailes tradicionales, creencias, mitos, leyendas, así como también la producción de artesanías elaborados con los elementos originarios de cada región (alfarería, lapidaria, coco, tejidos, etc.).

La categoría «Realizaciones técnicas, científicas, artísticas contemporáneas» está formada por aquellas obras del hombre de reciente construcción, es decir, que pertenecen a nuestro tiempo, y que debido a su singularidad o característica excepcional poseen la capacidad de generar interés en la demanda. La fecha de corte entre la categoría Manifestaciones Culturales, vinculada a la historia, y la categoría Realizaciones técnicas, científicas, artísticas contemporáneas, vinculada a los atractivos que representan la actualidad, es motivo de discusión en relación al destino objeto de investigación.

Por último, bajo la denominación «Acontecimientos programados» se incluyen todos los eventos organizados, actuales y tradicionales, con capacidad suficiente para motivar el desplazamiento de las personas como actores o espectadores. En algunos casos, es difícil separar esta categoría con algunos tipos propuestos bajo la denominación Folklore, por ejemplo, cuando se relevan fiestas tradicionales y ferias populares.

Con respecto a la evaluación, esta metodología propone la jerarquización de los atractivos en base a cuatro niveles: la jerarquía 3 incluye los atractivos con calidad suficiente para generar una importante corriente turística internacional; la jerarquía 2, atractivos excepcionales que pueden generar una corriente internacional o nacional, por sí solos o en combinación con otros atractivos; la jerarquía 1 se otorga a los atractivos con algún rasgo llamativo y la jerarquía 0, de tipo residual, incluye al resto de los atractivos evaluados. De acuerdo al paradigma de planificación desde arriba, vigente en el momento en que se elabora la metodología de relevamiento de atractivos, todo el proceso era realizado por equipos de especialistas sin intervención del resto de los actores.

1.3. El relevamiento y la planificación turística

En la segunda mitad del siglo XX la planificación era entendida como una herramienta que garantizaba eficiencia, neutralidad y racionalidad para tomar decisiones. En efecto, la mayoría de los gobiernos latinoamericanos comenzaron a aceptar la idea de la planificación, entendiéndola como un instrumento que podía resolver los problemas de crecimiento y desarrollo de la región. Así, sostiene Capanegra (2006), se configuró una intelectualidad especialista en materia de desarrollo turístico que marcaría una profunda tendencia tecnocrá-

tica en la planificación asentada en CICATUR y en muchas universidades latinoamericanas. De esta manera, se afianzó el sesgo tecnocrático que se plasmó en la planificación indicativa buscando resultados cuantitativos en la llegada de turistas extranjeros y en los servicios que constituyeran la oferta del lugar.

Por otra parte, la introducción de empresas multinacionales al mercado nacional, y en particular en el sector turístico, implicó una serie de cambios en la gestión empresarial. Estos cambios implicaban la aplicación de técnicas administrativas y de marketing que utilizaban estas empresas, provocando una mutación importante y dando origen a la noción de planificación estandarizada de los productos turísticos. De esta manera, el desarrollo del turismo, enmarcado por el pensamiento económico neoliberal, es atravesado por procesos de planificación administrativa y comercial de gran escala exento de todo contenido ideológico (Capanegra, 2006).

La evidencia de que este tipo de planificación, basado en planteamientos rígidamente intervencionistas, de arriba a abajo, ajenos a la participación de la sociedad implicada y carente de mecanismos de control y corrección, no garantizaba la satisfacción creciente de las necesidades humanas condujo a la adopción de un estilo de planificación más flexible. Así, en la primera década de este siglo, se consolida la planificación estratégica, entendida como una forma de planificación participativa, concertada y de abajo hacia arriba (Molina, 1991). Este nuevo estilo de planificación surge como fruto de la evolución de la propia disciplina y de la adaptación de los nuevos contextos vigentes. La planificación tradicional no pudo afrontar adecuadamente los procesos de desarrollo turístico. De ahí que la planificación estratégica intenta superar estas dificultades incorporando una metodología más flexible y participativa. Es decir, una planificación integrada que posibilite la participación activa de todos los agentes sociales locales.

Por otra parte, la planificación estratégica del desarrollo turístico supone adaptar flexiblemente el modelo en cada caso en particular y conservar su filosofía o líneas esenciales a las características diferenciales de la sociedad que haya decidido implementarla. Algunos de los interrogantes que propone Zingoni (2006): ¿Cuál es nuestro presente? ¿Hacia dónde queremos ir? ¿Cómo evolucionaremos? ¿Y la etapa propositiva? ¿Qué hacer para ello? serán cuestiones a resolver de un modo participativo que permita gestionar el cambio y el mejor horizonte posible, teniendo en cuenta los puntos fuertes y débiles y las oportunidades futuras.

La planificación estratégica solo cobra sentido en tanto se ajusta a las necesidades y rasgos dominantes de la comunidad local que haya decidido iniciar un proceso de planificación. Asimismo, la capacidad que tiene de integrar coherentemente las aportaciones de los actores y agentes sociales junto a la de los gestores administrativos pertenecientes a distintos ámbitos sectoriales, permite que la elaboración y seguimiento del plan sea lo más participativo y consensuado posible.

Además, esta diversidad de agentes y actores en el proceso de planificación facilita una adecuada compensación, dado los diferentes intereses representados, de los objetivos de

sustentabilidad ambiental, equidad social y rentabilidad económica. Por último, ante la posibilidad que surjan imprevistos no contemplados en la planificación o que el diagnóstico no haya sido totalmente acertado, la propia dinámica creada en la sociedad local hace que la posibilidad de afrontarlos con éxito sea mayor al haberse generado en un contexto favorable a la adopción de decisiones de manera participativa y consensuada (OMT, 1999).

Como ya se mencionó, el relevamiento turístico constituye un insumo fundamental para la planificación turística, en cualquiera de sus niveles geográficos, y no es de extrañar, que su metodología se adapta a los nuevos enfoques de planificación participativa. Gabriela Abarzúa (2006) relata dos experiencias de detección participativa del patrimonio cultural y su posible incorporación a la actividad turística, desarrolladas en la localidad de Bragado, Provincia de Buenos Aires y en la ciudad de Neuquén. En ambos casos, los talleres abiertos a la comunidad se realizaron con el objetivo de construir un Sistema de Información del Patrimonio Cultural y sensibilizar a los vecinos sobre la importancia de este patrimonio para el desarrollo integral de la ciudad.

1.4. La evaluación de los recursos

Según el diccionario de la Real Academia Española evaluar significa *estimar, apreciar, calcular el valor de algo*. Aplicada a los recursos turísticos, la evaluación es la etapa del relevamiento en que se pondera la calidad de los atractivos y se analiza su potencial para generar interés turístico. Las técnicas utilizadas pueden ser cualitativas, cuantitativas o combinadas.

Como se comentó en el punto 1.2, la metodología de CICATUR propone la evaluación de los atractivos conforme a cuatro jerarquías, consideradas según el volumen y origen de la demanda turística. Esta forma de evaluación, si bien resulta muy clara respecto de los recursos de jerarquía 3 que por sí solos pueden generar corrientes turísticas internacionales, resulta limitada a la hora de evaluar conjuntos amplios y diversos de atractivos, porque sólo utiliza una escala de cuatro niveles para la totalidad de los recursos.

Leno Cerro realiza una amplia revisión de las técnicas de evaluación de los recursos turísticos agrupándolas en tres grupos o enfoques: la evaluación analítica de los recursos turísticos, la evaluación económica y la evaluación basada en las preferencias de los usuarios. El enfoque analítico es el más difundido e incluye un amplio conjunto de técnicas *«cuyo denominador común es la hipótesis de que, considerando la presencia o ausencia de determinados componentes y valorando cada uno de ellos, puede llegarse a una evaluación de la calidad turística de un recurso particular o de un área con vocación turística»* (1993, p. 53).

Desde una perspectiva histórica, Ricardo Dosso y Juan Carlos Mantero (1997) realizan un análisis de las técnicas de evaluación empleadas a través del tiempo y caracterizan su evolución a partir de cinco tendencias: a) una actitud analítica creciente, en el sentido de que se incorporan cada vez una mayor cantidad de criterios y variables en el análisis, incluyendo los estudios de preferencia de la demanda en la evaluación; b) la diversificación de los

actores participantes en el proceso de evaluación, con técnicas cada vez más participativas; c) revalorización de la subjetividad explícita, en la tendencia a través del tiempo de complementar la búsqueda de criterios objetivos con la consideración de la interacción sujeto – paisaje, incluyendo aspectos como representaciones previas o fenómenos psicofísicos; d) conciencia de la relatividad contextual, en oposición a la valoración aislada de cualidades intrínsecas; y e) inclusión de la problemática ambiental, situación que incluye la ponderación de los impactos ambientales del uso turístico.

Como criterio principal para la evaluación de los recursos turísticos es frecuente utilizar los requisitos de atractividad, aptitud y disponibilidad. Según Nakayama (1993), estas variables definen la posibilidad de insertarse en la actividad turística tanto de los bienes culturales como del paisaje. La atractividad se relaciona con el valor estético y emocional de los recursos, es decir que combina aspectos de la oferta, como por ejemplo las cualidades intrínsecas, y aspectos de la demanda, como el conocimiento y la preferencia de los usuarios. La aptitud se refiere a la capacidad de uso de los bienes culturales y naturales y analiza su potencial para insertarse en la actividad turística. Finalmente, la disponibilidad se refiere a la accesibilidad física, temporal y administrativa.

Es importante distinguir la evaluación ambiental de la evaluación turística; si bien, ambas están muy relacionadas cuando se analiza el potencial del patrimonio natural y cultural para insertarse en la actividad. El relevamiento se utiliza también como técnica para identificar y jerarquizar bienes culturales objeto de protección, y en estos casos, se priman criterios de evaluación específicos. Por ejemplo, en el relevamiento del patrimonio arquitectónico y urbano de Mar del Plata realizado por Novacovsky (1997) se utilizan tres criterios de valoración: el histórico – simbólico; el artístico – arquitectónico y el valor ambiental.

Por otra parte, el estudio por Beatriz Amarilla y María Pérez Moreno (2005) es un claro ejemplo donde se combina la evaluación ambiental con la turística, y representa un antecedente muy interesante que introduce el concepto de evaluación participativa. En el marco de un proyecto para la conservación del patrimonio a través del turismo sustentable del Municipio de Chascomús, se aplicó un análisis multicriterio para determinar las prioridades de conservación de edificios y sitios reconocidos como atractivos turísticos. Los criterios utilizados fueron: relevancia cultural, urgencia de intervención, costo de intervención, oportunidades y amenazas. Tanto la ponderación de estos criterios como la evaluación de los recursos se realizaron en talleres que agruparon diferentes sectores de interés, situación que permitió generar un ranking de prioridades para la intervención y un interesante análisis comparado de las evaluaciones.

Otro trabajo que resulta oportuno tomar como referencia es la tesis de maestría de Claudia Toselli (2007). En este caso, el trabajo tuvo por objetivo generar una propuesta de circuitos turístico-culturales en la provincia de Entre Ríos, en base al inventario y jerarquización del patrimonio tangible e intangible de pequeñas comunidades rurales. La propuesta metodológica incluye tres modelos de fichas (patrimonio cultural tangible mueble, inmueble e intangible) y su correspondiente evaluación patrimonial. Para la evaluación turística propone la realización de una matriz con atributos e indicadores (criterios y subcriterios) valorados en

términos cualitativos y numéricos. El resultado es un índice del potencial turístico del patrimonio cultural.

En base a los antecedentes mencionados, se define un nuevo modelo de ficha de relevamiento (Anexo 1) donde se incorpora la matriz de evaluación con los siguientes criterios y subcriterios:

a) Atractividad

- Singularidad: cualidad de ser único o muy particular en su tipo.
- Autenticidad: original y representativo de su contexto. En el caso de los recursos naturales, este subcriterio prioriza los espacios con menor intervención humana.
- Diversidad: elementos diferenciales que complementan e integran el recurso.
- Grado de Preservación / Presentación estética: mantenimiento, conservación y cuidado. Normas de protección.
- Capacidad de integración o tematización: se valorizan rasgos interpretativos diferenciales, que facilitan la comprensión del significado e importancia del atractivo.
- Recursos o atractivos turísticos complementarios cercanos.

b) Aptitud

- Tipo de actividad turística posible: variedad de opciones recreativas. Su valor privilegia la posibilidad de una experiencia más activa.
- Capacidad de carga: umbral de uso sin riesgo de deterioro. No incluye la capacidad de carga psicológica.
- Servicios y equipamientos turísticos disponibles. Cantidad y calidad de servicios complementarios (baños, información, gastronomía, etc.) en el recurso o en su cercanía.

c) Accesibilidad

- Accesibilidad temporal: período del año y horarios en que puede visitarse.
- Accesibilidad física o espacial: posibilidad de llegar y recorrer el recurso. Está determinada por la calidad de las vías de acceso y la existencia de medios públicos de transporte.
- Accesibilidad administrativa: libertad de ingreso en relación a la propiedad del recurso (pública o privada). Incluye el criterio de accesibilidad económica.

Finalmente, es importante aclarar que la evaluación adopta los principios de flexibilidad y contextualización. El primero, porque habiendo optado por un modelo único de ficha y sub-

criterios comunes a diferentes tipos de recursos (naturales, museos, estancias, acontecimientos programados), se requiere su adaptación a las cualidades intrínsecas de los recursos. La contextualización es un requisito de toda evaluación que contempla el ámbito geográfico como marco de referencia y el tipo de turismo existente o potencial (en el caso de estudio, turismo interno). La escala de valoración de cada subcriterio es alta, media o baja, otorgándose el valor 10, 5 y 0 respectivamente para la construcción del índice de valoración turística.

2. Metodología propuesta

La propuesta metodológica se sintetiza en 7 pasos:

1. Identificar los recursos culturales y naturales del área de estudio. Este primer paso, consiste en elaborar un primer listado de atractivos en base a la información del organismo oficial de turismo y a los antecedentes disponibles.

En principio, en el proyecto original se consideró realizar el relevamiento de atractivos de la localidad de Santa Clara del Mar (Argentina). Luego, considerando el potencial del producto turismo rural como estrategia de diversificación del producto sol y playa se decidió realizar el relevamiento de los atractivos del Partido de Mar Chiquita.

Decidido el alcance del relevamiento, se confeccionaron los listados a partir de la información brindada por la Secretaría de Turismo del partido de Mar Chiquita e información extraída de la consulta de sitios de Internet. La clasificación adoptó sólo tres categorías: recursos naturales, recursos culturales y acontecimientos programados.

2. Sistematizar la información secundaria a través del registro en fichas: una vez confeccionado el modelo de ficha con las variables necesarias para la evaluación, se realiza el primer registro en base a información disponible en Internet, libros y folletos.

Si bien los antecedentes revisados incluyen diferentes modelos de ficha para cada tipo de recurso, se optó por un modelo único (Anexo 1) con un diseño más abierto que permite sistematizar la información necesaria para la evaluación. En el encabezado se consigna el nombre del atractivo, tipo, código interno de identificación y el puntaje resultante de la evaluación. En términos generales, los campos Localización y Accesibilidad brindan la información necesaria para evaluar la accesibilidad; el campo Descripción General permite evaluar la atraktividad; y en el espacio destinado para Actividades, Comercialización y Conservación se registra la información necesaria para evaluar la aptitud. El cuerpo principal de la ficha se completa con los apartados Observaciones, Fuentes, Responsable y Lugar y fecha. También se decidió incorporar en el formato de la ficha la matriz de evaluación y un espacio destinado para incorporar fotos del propio atractivo.

3. Realizar el mapeo de los recursos: esta etapa permite ubicar los atractivos en su contexto espacial y visualizar situaciones de complementariedad.

En el caso del Partido de Mar Chiquita, este mapeo demuestra el contraste entre los recursos del litoral marítimo y la oferta del territorio interior, dado que en la costa se suceden varias localidades balnearias, y el principal atractivo del partido, es la Reserva de Biosfera Parque Atlántico Mar Chiquito. En el territorio interior existe un interesante conjunto de recursos complementarios, vinculados al turismo rural.

4. Completar la información con el trabajo de campo: se realizan salidas de observación y entrevistas a responsables de los recursos.

La situación ideal para esta etapa es el recorrido en conjunto, con todos los miembros del equipo de investigación, pero por cuestiones prácticas y limitaciones operativas, las salidas de campo se realizan de acuerdo a la necesidad – oportunidad de los investigadores. En este sentido, y dado que el relevamiento es sólo una parte de la investigación, las entrevistas se realizan para completar la información de las fichas, y como base para el análisis de las dimensiones con las que se aborda el estudio del desarrollo turístico de la localidad.

5. Elaborar el pre – diagnóstico: en esta etapa el equipo realiza una primera evaluación de los criterios (atractividad, aptitud y disponibilidad) y los 12 subcriterios seleccionados.

El punto inicial de referencia es la evaluación cualitativa de cada subcriterio utilizando la escala alta – media – baja. Si bien no se determinaron los indicadores específicos para cada subcriterio, la discusión grupal y el número limitado de recursos (34) permiten que se genere consenso respecto de esta primera evaluación que luego se traduce a una escala numérica.

6. Realizar talleres con actores locales: en el marco de un programa de capacitación, difusión y participación, se realizan los talleres con diferentes grupos de actores. Se incluye el trabajo con las fichas, abiertas al aporte de los participantes y la evaluación de los recursos, en esta instancia corroborada por los propios residentes del lugar.

Esta etapa del relevamiento se realiza en base al proyecto de extensión «Concientización turística – ambiental en Destinos Costeros» que articula con el proyecto de investigación. Los ejes teóricos del proyecto de extensión son el sistema turístico y las repercusiones ambientales de la actividad. En este contexto, se trabaja con empresarios, docentes, alumnos, y residentes en talleres de difusión, ampliación de la información (historias de personajes, anécdotas, otros sitios de interés local) y evaluación de los recursos.

7. Elaborar el diagnóstico: con la información del pre-diagnóstico y el resultado de los talleres se elabora el diagnóstico de los recursos turísticos de la zona objeto de estudio.

En esta etapa se construye el índice de evaluación turística de cada recurso en base a las valoraciones de los diferentes grupos y se vuelca la información en una matriz integrada con todos los atractivos. Finalmente, se elabora el documento que resume la importancia, el potencial y las limitaciones de los recursos analizados, incluyendo las situaciones de

complementación espacial y temática.

Conclusiones

Es frecuente que para hacer referencia a los recursos turísticos se apele a la metáfora donde se consideran como la materia prima de la actividad. Efectivamente, los recursos son la base que motiva el desplazamiento de los turistas y el factor de localización de los servicios. Su completa descripción y evaluación resultan fundamentales para la mayoría de las actividades que se desarrollan en un destino; tanto en los centros de información turística como en los planes de desarrollo, incluyendo la investigación sobre repercusiones, la puesta en valor, la promoción y la conservación de los recursos.

La metodología de CICATUR ha representado un hito importante en el campo de conocimiento del turismo, y a pesar de sus limitaciones, aún hoy tiene vigencia en toda Latinoamérica en los relevamientos de recursos, en la capacitación, y como punto de partida y referencia para la clasificación de los atractivos. No obstante, es difícil contemplar una clasificación que contenga la totalidad de los atractivos en un momento en que el surgimiento y consolidación de nuevas formas de turismo supone la puesta en valor de los más diversos recursos. Por este motivo, en la definición del instrumento a aplicar para determinar el inventario turístico, se ha optado por considerar preferible que las clasificaciones se adapten a los contextos y espacios de referencia de cada relevamiento.

La metodología propuesta refleja la adaptación a la planificación estratégica y participativa, de acuerdo al proyecto de investigación en curso. Considerado como un insumo para la administración pública local, el relevamiento debería contemplar una etapa adicional, (etapa 8) de post-diagnóstico, que conformaría el seguimiento de las condiciones de los recursos, para que el diagnóstico se mantenga actualizado. De esta forma, el organismo municipal de turismo podría monitorear la permanencia o modificación de las características de atraktividad, aptitud y accesibilidad de cada recurso. Una característica importante de la planificación estratégica es la evaluación y retroalimentación permanente de todo el proceso (Güell, 1997); luego, la ampliación de los actores intervinientes, no sólo mejora el resultado de la planificación sino que es el principal instrumento para la apropiación y valoración del patrimonio por parte de los residentes.

Finalmente, la articulación entre los proyectos de investigación y extensión, brinda la oportunidad de completar el proceso de planificación – acción participativa. Aquí el grupo de especialistas se considera un actor más entre otros, y a través de acciones concretas en el territorio, aspira a generar un conocimiento de interés y gestación colectivo. El relevamiento de los recursos constituye la etapa inicial de la propuesta de desarrollo turístico, y es probable que por reflejar un tema muy básico de la actividad, su importancia haya sido en algún caso subestimada. Por el contrario, para la investigación y para la extensión universitaria constituye una herramienta fundamental para aproximarse a la identidad territorial, fundamento de toda propuesta de desarrollo endógeno.

Anexo 1: Ficha de Relevamiento

TURISMO Y DESARROLLO EN DESTINOS COSTEROS DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES - UNMdP FICHA DE RELEVAMIENTO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS – MUNICIPIO DE MAR CHIQUITA		
NOMBRE DEL ATRACTIVO:		
TIPO:	CÓDIGO	PUNTAJE
LOCALIZACIÓN: Ubicación	ACCESIBILIDAD: Vías de acceso Medios de transporte Restricciones	
DESCRIPCIÓN GENERAL: Características Causas de interés turístico Atractividad		
ACTIVIDADES: Uso turístico actual Actividades potenciales	COMERCIALIZACIÓN: Circuitos Turísticos Visitantes	
CONSERVACIÓN: Estado de conservación Posibles conflictos ambientales Estudios – previsiones		
OBSERVACIONES:		
FUENTES:		
RESPONSABLE:	LUGAR Y FECHA:	

TURISMO Y DESARROLLO EN DESTINOS COSTEROS DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES - UNMdP FICHA DE RELEVAMIENTO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS – MUNICIPIO DE MAR CHIQUITA					
EVALUACIÓN TURÍSTICA INDICADORES		VALORACIÓN			PUNTAJE
		ALTA (10 puntos)	MEDIA (6 puntos)	BAJA (0 puntos)	
ATRACTIVIDAD	1. Singularidad				
	2. Autenticidad				
	3. Diversidad				
	4. Grado de preservación / presentación estética				
	5. Capacidad de integración o tematización				
	6. Recursos o atractivos turísticos complementarios cercanos				
	TOTAL ATRACTIVIDAD				/60
APTITUD	1. Tipo de actividad turística posible				
	2. Capacidad de carga				
	3. Servicios y equipamientos turísticos disponibles				
	TOTAL APTITUD				/30
ACCESIBILIDAD	1. Accesibilidad temporal				
	2. Accesibilidad física o espacial				
	3. Accesibilidad administrativa				
	TOTAL ACCESIBILIDAD				/30
TOTAL ATRACTIVIDAD + APTITUD + ACCESIBILIDAD					/120

FOTOS

Referencias

- Abarzúa, G. (2006). Patrimonio, Planificación Participativa y Turismo. *Turismo Cultural – Temas de Patrimonio Cultural* 12. Pp. 67 -79. Buenos Aires: Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.
- Altés Machin, C. (1993). *Marketing Turístico*. Madrid: Síntesis.
- Amarilla, B. & Pérez Moreno, M. (2005). Análisis Multicriterio: una aplicación al Turismo Cultural en la ciudad de Chascomús. Ponencia VII Jornadas Nacionales de Investigación en Turismo. Bahía Blanca.
- Boullón, R. (1985). *Planificación del espacio Turístico*. México: Trillas.
- Bull, A. (1994). *La economía del sector turístico*. Madrid, Alianza.
- Capanegra, C., Icaza, C., Núñez, E., & Vanevic, P. (2012). Historia del Turismo. La construcción social del turismo como factor de desarrollo, Argentina (1958-1976). Ponencia 5to Congreso Latinoamericano de Investigación Turística. Sao Pablo.
- De La Torre, O. (1980). *El turismo. Fenómeno Social*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Dosso, R. & Mantero, J.C. (1997). Técnicas de evaluación incluyentes: hacia un desarrollo sustentable. *Aportes y Transferencias*, año 1 vol. 1, pp. 115-127.
- Gettino, O. (2002). *Turismo. Entre el ocio y el negocio*. Bs. As., Ciccus.
- Güell Fernández, J.M. (1997). *Planificación Estratégica de las Ciudades*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Leno Cerro, F. (1993). *Técnicas de Evaluación del Potencial Turístico*. Madrid: MICYT.
- Molina, S. & Rodríguez, S. (1991). *Planificación Integral del Turismo*. México, Trillas.
- Nakayama, L. de (1993). *Relevamiento Turístico*. Santa Fe, Argentina: Instituto Superior de Turismo Sol.
- Novacovsky, A.; Roma, S.; & París Benito, F. (1997). *El Patrimonio Arquitectónico y Urbano de Mar del Plata. Cien Obras de Valor Patrimonial*. Mar del Plata: UNMdP.
- Organización Mundial del Turismo. (1999). *Agenda para Planificadores Locales: Turismo Sostenible y Gestión Municipal*. Madrid: OMT.
- Rivero, A.B. (2011). Intelectuales y expertos de la política turística argentina. Las ideas del grupo CICATUR OEA. *Aportes y Transferencias*, 15(1), pp. 39-64. ISSN 0329-2045
- Sancho Pérez, A. (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid: OMT.
- Toselli, C. (2007). Herramientas para el desarrollo de nuevos circuitos de turismo cultural. Estudios del IMAE nº 7 Instituto del Medio Ambiente y Ecología. Universidad del Salvador. Recuperado de: <http://.imae.usal.edu.ar/archivos/imae/otros/estudios7.pdf>
- Valls, J. (2004). *Gestión de Destinos Turísticos Sostenibles*. Madrid: Gestión 2000.
- Wallinge, N. (2007). *Historia del turismo en Argentina*. Sección etapa del turismo industrial maduro. Buenos Aires: Ediciones turísticas.
- Zingoni, J. M. & Martínez, S. M. (2006). La planificación estratégica como herramienta de concertación público-privada para el desarrollo turístico. *Aportes y Transferencias*, año 10, Vol. 2, pp.83-101.