



Maestría en Desarrollo y Gestión del Turismo

MUNICIPIO TURÍSTICO BONAERENSE: UNA PROPUESTA DE DEFINICIÓN A PARTIR DE VARIABLES CUANTITATIVAS

Lic. Lorena Beier

Director: Dra. Andrea Savoretti

Co-director: Dr. Alejandro Villar

JULIO de 2013

AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi agradecimiento

A mi Directora de Tesis, Dra. Andrea Savoretti, por su apoyo y confianza en mi trabajo y su capacidad para descifrar y guiar mis ideas.

A mi Co- director, Dr. Alejandro Villar, por su generosidad al brindarme la oportunidad de recurrir a su capacidad y experiencia en un marco de confianza, y por sus valiosas sugerencias y acertados aportes.

Al Dr. Hernán Vigier, por su presencia incondicional y su importante aporte y participación activa en el desarrollo de esta tesis. Debo destacar, por encima de todo, su disponibilidad, paciencia, apoyo continuo y confianza. Una persona fundamental para la concreción de este trabajo.

A Susana Dib, de la Dirección de Turismo del Municipio de Monte Hermoso, por su permanente disposición y por haberme brindado información valiosísima para la realización de esta tesis

A Ale, mi esposo, por su paciencia y por enseñarme a enfrentar los obstáculos con alegría.

A mis sobris, que son la luz de mi vida y me dan aliento constante para ser feliz.

A mis padres y hermanos, por su ejemplo y estímulo continuo. Por brindarme una hermosa familia y enseñarme que la perseverancia y el esfuerzo son el camino para lograr objetivos.

A mis amigas, por su calidez y compañerismo al compartir inquietudes, éxitos y fracasos durante esta etapa.

A la Universidad Provincial del Sudoeste por haberme brindado las herramientas necesarias para realizar esta maestría.

A todos aquellos, que son muchos, que contribuyeron con bibliografía, experiencias y aportes que me permitieron llegar al final de esta meta.

RESUMEN

Si bien el estudio y la producción escrita sobre la definición de municipios turísticos (MT) tuvo sus avances en el nivel mundial (siendo España el país pionero en la temática con la creación de leyes que declaran a los MT), en la experiencia sudamericana y particularmente en la Argentina es posible identificar ciertos vacíos. Aún más, la escasez de estudios específicos sobre este tema se acentúa a nivel de la provincia de Buenos Aires.

Por otra parte, se entiende que contar con una especificación del concepto de MT podría ser de gran utilidad en el diseño de una futura legislación provincial, y además permitiría establecer el grado de dependencia turística de un municipio dado, facilitando el proceso de diseño y legitimación en la definición de las políticas públicas orientadas al desarrollo.

Sin embargo, pareciera ser que este término no representa demasiadas controversias académicas, y que por lo contrario es definido de una manera sencilla, considerando que un MT es todo aquel que tiene actividad turística y muchas veces se lo asocia al concepto de destino o centro turístico. Esto genera inconvenientes al intentar diferenciar aquellos municipios que tienen al turismo como principal actividad económica de aquellos en los que se presenta como actividad complementaria, ya que cada uno deberá obrar de manera diferente frente al desarrollo de esta actividad vista desde el ámbito de la gestión pública.

En este marco, surge la necesidad de encontrar una definición de municipio turístico bonaerense (MTB) que permita identificar sus particularidades. Además, y para que ésta resulte operativa, es necesario determinar el conjunto de variables que permitan cuantificarla utilizando la información habitualmente disponible.

La investigación que se presenta es cuantitativa y descriptiva, ya que el objetivo de la misma responde a cómo es y cómo se manifiesta el fenómeno turístico en un municipio. Específicamente, se basa en la hipótesis de que es posible generar una definición de municipio turístico bonaerense a partir de variables cuantitativas medibles.

El desarrollo de este trabajo se ha dividido en siete capítulos que se describirán en el apartado 1.2. Haciendo una síntesis, se puede decir que en una primera instancia se realiza una exploración de la bibliografía actual con el fin de presentar una aproximación a la definición de los municipios turísticos bonaerense.

En una segunda etapa, se analiza el conjunto de variables e indicadores que se desprenden de la definición para diseñar un índice de municipio turístico bonaerense (IMTB) que permita delimitar al mismo y establecer el rango de importancia del turismo en la gestión local.

En este punto es importante destacar, que si bien existen varias referencias sobre el diseño y la aplicación de indicadores de sustentabilidad en los destinos turísticos¹, este trabajo busca determinar aquellas variables cuantitativas específicas que determinen el grado de dependencia económica de un municipio (como unidad territorial y administrativa) del turismo, las cuales no necesariamente son las que se aplican para medir la sustentabilidad de un destino turístico.

En una tercera etapa, se selecciona como caso testigo al Municipio de Monte Hermoso con el fin de comprobar la implementación de los indicadores definidos y del IMTB diseñado. Por último, se presentan las conclusiones a las que se abordan a partir del desarrollo de este trabajo.

Con la realización del mismo, se espera obtener aportes que puedan ser de utilidad en la gestión pública de un municipio turístico al momento de diseñar y gestionar las políticas locales y además, se procura contribuir al desarrollo de normativas para la provincia de Buenos Aires.

Finalmente, por las características del trabajo, es muy probable que los resultados puedan ser aplicados en otros municipios turísticos con características similares dentro del territorio argentino.

¹ La OMT (1997) ha desarrollado un guía práctica donde identifica, describe y explica la aplicabilidad de los Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos. A partir de esta experiencia, la OMT llevó a cabo una serie de talleres técnicos sobre el tema con el objetivo de demostrar la aplicación de indicadores para gestores y administradores del turismo. El primer taller de la serie fue organizado en Hungría (1999), el segundo en México (1999), el tercero en Sri Lanka (2000), y el último en Argentina (Villa Gesell, 2000).

INDICE

CAPITULO I: INTRODUCCIÓN.....	1
1.1- Presentación, relevancia y formulación del problema	1
1.2- Descripción de los capítulos.....	4
CAPITULO II: MARCO CONCEPTUAL	6
2.1- Municipios en Argentina.....	6
2.1.1-Generalidades	6
2.1.2- Características de los municipios argentinos	7
2.2- Recurso y atractivo turístico.....	10
2.3- Estacionalidad de la actividad turística	11
2.4- Destino y centro turístico	12
2.5- Metodología para la identificación de indicadores	14
2.5.1- Conceptos, variables e indicadores	14
2.5.2- Las fases del proceso de operacionalización.....	15
2.6 - Indicadores turísticos	20
2.6.1- Indicadores de Desarrollo Sostenible para los Destinos Turísticos	20
2.6.2 - Otros indicadores turísticos.....	22
CAPITULO III: ANTECEDENTES DE MUNICIPIO TURÍSTICO.....	28
3.1- Introducción	28
3.2-Antecedentes en el ámbito legal: España y Chile como ejemplos de reglamentaciones y casos testigo	29
3.2.1- Antecedentes en España	29
3.2.2- Antecedentes en Chile: Proyecto de ley para la declaración de Municipio Turístico.....	36
CAPÍTULO IV: MUNICIPIO TURÍSTICO BONAERENSE.....	39
4.1- Análisis de los conceptos que integran al Municipio Turístico Bonaerense.....	39
4.1.1- Definición de municipio bonaerense.....	40
4.1.2- Componentes turísticos que caracterizan al municipio bonaerense	41
4.2- Municipio Turístico y su diferenciación con centro y destino turístico.....	43
4.3- Hacia una definición propia de Municipio Turístico Bonaerense.....	44
CAPÍTULO V: VARIABLES E INDICADORES PARA LA DEFINICIÓN DE MUNICIPIO TURÍSTICO BONAERENSE	46
5.1- Proceso de selección de las variables e indicadores.....	46
5.1.1- Análisis de los Indicadores de Desarrollo Sostenible para los Destinos Turísticos según la OMT	47
5.1.2- Análisis de las variables e indicadores de las Leyes Españolas	51
5.1.3- Adaptación de variables e indicadores	52
5.2-Descripción de los indicadores y variables para la cuantificación de los MTB... 58	
5.2.1- Variable turística	58
5.2.2- Variable económica.....	59
5.2.3- Variable de gestión.....	61
5.3- Esquema para la construcción de un Índice para la cuantificación del concepto MTB	63
5.4- Definición de un Índice de Municipio Turístico Bonaerense (IMTB).....	64
5.4.1- Caso A: IMTB obtenido a partir de la comparación de varios municipios..	64
5.4.2- Caso B: IMTB para un único municipio	67
CAPITULO VI: ESTUDIO DE CASO, MUNICIPIO DE MONTE HERMOSO ..	69

6.1- Definición del área de estudio	69
6.1.1- Características generales del Municipio de Monte Hermoso.....	69
6.2- Evaluación de los indicadores e índice propuestos para el Municipio de Monte Hermoso	78
6.2.1- Fuentes de información	78
6.2.2- Evaluación del indicador Afluencia Turística.....	79
6.2.3- Evaluación del indicador Ingreso Turístico	80
6.2.4- Evaluación del indicador Empleo Turístico	83
6.2.5- La Gestión Turística en el Municipio de Monte Hermoso.....	84
6.3- Medición del Índice de Municipio Turístico Bonaerense para el distrito de Monte Hermoso	85
CAPITULO VII: CONCLUSIONES.....	87
7.1- Consideraciones finales.....	87
7.2- Alcances de la propuesta.....	89
7.2.1- Limitaciones de la metodología propuesta.....	89
7.3- Futuras líneas de investigación	90
BIBLIOGRAFÍA	91
ANEXOS	96
ANEXO 1: Información extraída del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010, INDEC.....	96
ANEXO 2: Informe Municipio de Monte Hermoso, Año 2012.....	97
ANEXO 3: Modelo de entrevista	102
ANEXO 4: Relevamiento a partir de entrevistas personales realizadas a dueños o encargados de las inmobiliarias de Monte Hermoso	104
ANEXO 5: Producto Bruto Geográfico del Municipio de Monte Hermoso	108
ANEXO 6: Organigrama del Municipio de Monte Hermoso.....	109

SIGLAS Y ACRÓNIMOS

AT: Afluencia Turística

CCAA: Comunidades Autónomas

CEPAL: Comisión Económica para América Latina y Caribe

DPE: Dirección Provincial Estadística

DPSIR: Driving Forces, Pressuere, State, Impact, Response (Causa, Presión, Estado, Impacto, Respuesta)

EPH: Encuesta Permanente de Hogares

ET: Empleo Turístico

GT: Gestión Turística

HyR: Hoteles y Restaurantes

IDH: Índice de Desarrollo Humano

IHyR: Ingreso por hoteles y Restaurantes

IMTB: Índice de Municipio Turístico

INDEC: Instituto Nacional de Estadística y Censo

ISIEA: Ingresos por Servicios Inmobiliarios, Empresariales y de Alquiler

IT: Ingreso Turístico

MT: Municipio Turístico

MTB: Municipio Turístico Bonaerense

OCDE: Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico

OMT: Organización Mundial de Turismo

PBG: Producto Bruto Geográfico

PBI: Producto Bruto Interno

PBT: Producto Bruto Turístico

PNUD: Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo

PSR: Pressure, State, Response (Presión, Estado, Respuesta)

SIEA: Servicios Inmobiliarios, Empresariales y de Alquiler

UNS: Universidad Nacional del Sur

CAPITULO I: INTRODUCCIÓN

1.1- Presentación, relevancia y formulación del problema

Como se ha establecido en el resumen, la definición de “municipio turístico bonaerense” genera ciertas controversias que son interesantes de analizar y que puede enfocarse desde dos ámbitos de discusión.

Por un lado, el enfoque teórico-conceptual que invita a reflexionar acerca del término municipio turístico. En primer lugar, orientado al concepto de municipio condado², que diferencia a la provincia de Buenos Aires de otras provincias argentinas. Finalmente, diferenciando los conceptos a partir de su comparación con el significado de destino y centro turístico.

Como segundo enfoque, se encuentra la definición de MT a partir de su principal característica: contar con la actividad turística como la base de la economía y organización social del partido.

Desde este enfoque el turismo se reconoce como un recurso de primer orden, tanto económico como social. Esta situación, genera en los municipios un compromiso y un rol muy importante que cumplir. Les corresponde prestar los servicios públicos necesarios, con empleo de cuantiosos medios humanos y materiales, durante el periodo en el que el turista permanece en el destino.

Siguiendo el decreto 158/2002 para la declaración de MT en Andalucía, queda reflejado que los municipios que han de prestar determinados servicios de manera obligatoria, se ven obligados a realizar un especial esfuerzo no sólo financiero sino también planificador y organizativo, debido al incremento transitorio de los usuarios que demandan esos servicios. Este gran esfuerzo no siempre está compensado económicamente, ocasionándoles en muchos casos un gran desequilibrio financiero.

La actividad turística genera sobre los gobiernos locales requerimientos diferentes a los existentes en aquellos municipios en los que la actividad central no es estacional como el turismo, y demanda diseños a medida para atender aumentos y bajas en la población, y por lo tanto, requerimiento de servicios.

² El municipio en esta provincia es concebido, en función a la base territorial, como un municipio condado que está compuesto tanto por las áreas urbanas como las rurales de manera tal que todo el territorio provincial queda comprendido dentro de los gobiernos locales. Esto provoca que sean los municipios, los responsables directos de generar las políticas públicas que contribuyan con el desarrollo de las actividades que se circunscriban en todo su territorio. (Villar,2007)

Esta situación se complejiza aún más, si se tiene en cuenta la estacionalidad de la demanda que poseen estos municipios. En palabras de Otero (2008): “(...) los destinos turísticos suelen enfrentar desafíos en relación a estacionalidades muy marcadas y en muchos casos muy cortas, que generan desequilibrios en el empleo y en la posibilidad de capacitar y retener personal más allá de la alta temporada y, una gran ociosidad del equipamiento turístico en una parte importante del año (...)”.

Es interesante destacar que se pueden encontrar diferentes tipos de municipios según el grado en que influye la actividad turística en su desarrollo local. Existen aquellos municipios que poseen destinos turísticos significativos, en los que se da una importante actividad turística, pero que comparten el aporte al desarrollo económico con otros sectores, como por ejemplo el agropecuario. Se encuentran también otros municipios en los que el turismo pareciera ser el principal motor de desarrollo económico del distrito.

En el sudoeste de la provincia de Buenos Aires existen varios ejemplos. Específicamente en el sudoeste bonaerense, dentro del primer grupo, se pueden citar como ejemplo al partido de Tres Arroyos que cuenta con el balneario Claramecó; a Coronel Marina Leonardo Rosales donde se localiza la villa balnearia Pehuen-có; y a Tornquist que posee el principal destino serrano de la región constituido por la Comarca Serrana Villa y Sierra de la Ventana.

En el segundo grupo, el único caso representativo que pareciera existir es el del Municipio de Monte Hermoso que podría ser considerado como un municipio turístico costero.

En el resto de la provincia de Buenos Aires, existen otros casos de municipios que podrían incorporarse dentro del segundo grupo. Ejemplo de ello, es el Municipio de Villa Gesell, que se ha considerado como caso de estudio para llevar a cabo el “Taller de indicadores de sostenibilidad en turismo para los países de Sudamérica” (OMT, 2000). En dicho trabajo el principal objetivo fue determinar los principales riesgos para la sostenibilidad de la industria del turismo y examinar los indicadores que responden mejor a los problemas y riesgos definidos. No obstante, en el documento emitido al cierre del taller se presentan indicadores de sustentabilidad y no de dependencia económica del municipio en relación con el turismo, los cuales pueden coincidir o no con los anteriores.

En este marco y, dado que el objetivo del presente trabajo es aportar una definición de municipio turístico mensurable y acotada a la realidad de la provincia de Buenos Aires, se toma como caso de estudio al municipio de Monte Hermoso. Además, se selecciona este distrito porque es posible disponer de la información necesaria, ya que se encuentra dentro del ámbito de trabajo de la Universidad en la que me encuentro desarrollando tareas de extensión e investigación.

En los siguientes párrafos, se realiza una breve descripción del Municipio de Monte Hermoso.

El origen de esta localidad data de principios del siglo pasado (1918), pero es con la aparición del turismo masivo, en la década del 50, donde comienzan sus inicios como balneario.

De esta manera se va conformando el centro urbano que en las décadas de los años 70-80 crece por encima de la media regional. En 1979 se produce un cambio jurídico-territorial, a partir del desprendimiento del partido de Coronel Dorrego y su transformación como Municipio de Monte Hermoso. Posteriormente se institucionaliza el carácter urbano y el rol turístico del distrito, cuando en 1983 alcanza la jerarquía de Partido. Esta nueva realidad posibilitó la definición de políticas locales de promoción turística que lograron aumentar la valorización del lugar permitiendo su incorporación en los circuitos turísticos nacionales.³

Sus dos características, lo urbano y lo turístico, marcan los componentes fundamentales de la dinámica poblacional y del sistema económico local. En el momento de su creación como municipio, el núcleo estable contaba con 3.100 personas (1980), el censo 1991 arrojó 3605 habitantes permanentes con una tasa de crecimiento intercensal superior a la media de la provincia de Bs. As. Los datos del censo 2001 dan un total de 5.100 residentes permanentes ubicándose su crecimiento, nuevamente, por encima de la media de los partidos vecinos. Finalmente, el censo 2010 arroja una cantidad de 6.499 habitantes.

Monte Hermoso, por su localización en el litoral marítimo atlántico, tiene su principal oferta turística en el producto sol y playa. Por tal motivo, acusa la misma problemática que la mayoría de los centros turísticos de la costa bonaerense: una marcada estacionalidad. Esta característica se convierte en la mayor restricción temporal y espacial que, sumada a la ausencia de otras alternativas turístico-recreativas, determinan la fluctuante demanda de servicios. La consecuencia directa se ve reflejada en las variaciones en el empleo y en el salario de los trabajadores, la producción y ganancia de los empresarios y, en general, en la dinámica propia del municipio como prestador de servicios afectando la calidad de vida de los residentes monterroseños.

Luego de esta breve caracterización de Monte Hermoso y a partir de lo establecido en los párrafos anteriores, se propone en este trabajo identificar las variables cuantitativas que permitan definir a un municipio turístico bonaerense. Por lo tanto, el problema de esta investigación queda definido de la siguiente manera:

³ Esta información es extraída del “Plan de Desarrollo Turístico de Monte Hermoso”, realizado por el equipo técnico de la Universidad Nacional del Sur en el año 2002.

“Alcanzar una definición de municipio turístico bonaerense a partir del peso de esta actividad en aquel, a través de un conjunto de variables cuantitativas, que sean posibles de ser medidas con la información habitualmente disponible”.

1.2- Descripción de los capítulos

El presente trabajo de tesis está dividido en siete capítulos totales. El primero, introductorio, donde se presenta el resumen y la relevancia y formulación del problema. A continuación se desarrolla el marco conceptual que se formula a partir de las palabras claves que conforman el problema central de la investigación. De esta manera se analiza el concepto de municipio y la caracterización del mismo dentro del territorio argentino y se discute sobre dos factores fundamentales que condicionan el comportamiento de los municipios turísticos: los atractivos turísticos y la estacionalidad. Por último se revisa la temática de las variables e indicadores y la metodología que se aplica para este trabajo de tesis.

El tercer capítulo se centra en el análisis de los antecedentes que existen al momento de definir a un municipio turístico tomando como caso testigo a España que es el país pionero en diseñar una legislación que los delimite.

A partir de aquí comienza la fase de revisión, reflexión y análisis de lo establecido en los capítulos anteriores para poder realizar los aportes que contribuyan con el cumplimiento del objeto de estudio. De esta manera, el capítulo cuatro se centra en encontrar una definición propia de municipio turístico acotada a la realidad de la provincia de Buenos Aires.

En el capítulo quinto se presenta un análisis detallado de las variables e indicadores turísticos existentes para seleccionar y adaptar aquellos que permitan medir el grado de influencia de la actividad turística sobre el total de las actividades de un municipio.

Como resultado de este capítulo, se obtiene un conjunto de indicadores que permiten realizar una cuantificación de los MTB. Luego se elabora un índice de municipio turístico bonaerense (IMTB) para dos casos. En el primero, este índice permitiría definir cuándo un municipio es “más turístico” que otros basándose en datos comparativos. De esta manera, es posible obtener un ranking entre un conjunto de municipios. En un segundo caso, y a partir de la ayuda de una metodología de estimación de indicadores en base a opiniones de expertos, se propone un IMTB para ser aplicado a cada municipio de forma individual, que permite calificarlo de “turístico” o “no turístico”.

El sexto capítulo muestra la aplicación del conjunto de indicadores seleccionados y del IMTB al caso de estudio del municipio de Monte Hermoso.

En el capítulo siete se presentan las consideraciones finales, los alcances de la propuesta y las futuras líneas de investigación que se desprenden de este trabajo de tesis.

CAPITULO II: MARCO CONCEPTUAL

Para llevar a cabo el marco conceptual se trabaja sobre los diferentes términos que podrían conducir a la definición buscada de Municipio Turístico Bonaerense. Además, se analizan herramientas que puedan facilitar la cuantificación deseada de la definición.

El capítulo comienza con un análisis conceptual del término municipio y luego se realiza una breve descripción del sistema municipal en la Argentina, rescatando sus funciones y características en los tiempos modernos. A continuación, con el fin de analizar el elemento turístico que influye en estos municipios, se dejan establecidas las diferencias entre atractivos turísticos, recursos turísticos, destino y centro turístico, analizándose también el problema de la estacionalidad.

En la segunda parte del capítulo, se revisan aspectos teóricos vinculados a variables e indicadores. No sólo se hace una breve revisión de estos conceptos, sino que también se presenta una metodología para la identificación de los mismos. Además, se describen algunas experiencias de sistemas de indicadores turísticos, específicamente de sostenibilidad de destinos turísticos, que podrán o no servir de base para seleccionar las variables e indicadores que se proponen identificar en este trabajo de tesis.

2.1- Municipios en Argentina

2.1.1-Generalidades

Villar (2007) considera tres dimensiones centrales en la definición de municipio. La primera, territorial, en cuanto define el espacio sobre el que ejerce sus competencias una municipalidad. La segunda dimensión se refiere al rol estatal del municipio, esto es, como aparato gubernamental el más cercano y accesible para la sociedad. Por último, comprende una sociedad local, en tanto se reconocen actores sociales, económicos y políticos que interactúan dentro de ese ámbito territorial.

Asimismo, este autor agrega que existe una segunda concepción que plantea al municipio como una sociedad que se autogobierna, limitada por los márgenes que impone la pertenencia a una comunidad mayor (la nación) y la estructura jurídico-institucional que la regula. Así, la sociedad local se encuentra en condiciones jurídicas y políticas para delinear su propio proyecto de desarrollo, en este caso local, en el marco de uso nacional y regional.

Por otra parte, Boullón (1990) designa bajo el término municipio a los diferentes tipos de organizaciones políticas cuya función es administrar los intereses particulares de comunidades

asentadas en el territorio de un país. Cada una de esas comunidades está integrada por individuos ligados por relaciones de proximidad entre sus domicilios y por las normas socialmente aceptadas y políticamente sancionadas, que regulan su coexistencia. Los municipios se caracterizan por contar con una población residente y un territorio sobre el cual ejercen su jurisdicción. Ambos elementos, territorio y población, son las variables que se emplean para definir los distintos tipos de municipios.

Boullón (1990), establece las funciones principales que debe abordar un municipio, donde la central es velar por el bien común de la población incluida en su jurisdicción. Dentro de las funciones administrativas, las más representativas son: la prestación de servicios urbanos (como la eliminación de residuos cloacales), la recolección de basura, el alumbrado público y la construcción y el cuidado de las calles, parques, jardines y demás áreas públicas. A veces dispone también de escuelas, centros de salud y policía propios, que se agregan a los nacionales y provinciales y también, eventualmente, se ocupa del mantenimiento de caminos vecinales.

Todas estas tareas se sufragan mediante la recaudación de contribuciones que los vecinos deben pagar por concepto de los servicios recibidos, así como derechos que se fijan como retribución por las labores que realiza el municipio respecto de la aprobación de planos y del control de las obras que realiza la actividad privada.

Por otro lado, Tauber (1999) establece que los municipios son el último gran eslabón de la cadena del Estado, después de la nación y de las provincias; y por lo tanto la máxima expresión de contacto con la población, con sus problemas y con sus expectativas.

Este autor, realiza una reflexión sobre el accionar del gobierno municipal, estableciendo que los municipios deben resolver de la mejor manera posible las necesidades actuales de la comunidad que administran, guiándola hacia un futuro progreso. Desde dicha instancia, se define la escala razonable para la convivencia y para las posibilidades de progreso colectivo, que preservan el sentido de pertenencia y la armonía entre cada integrante de la comunidad con su medio. Asimismo, debe convertirse en el motor de la actividad económica, organizador de la vida social y el prestador de servicios colectivos.

2.1.2- Características de los municipios argentinos

La realidad de los municipios argentinos es diferente a la de otros países, y además dentro del territorio nacional se considera a un municipio desde varios enfoques. Es por eso, que es necesario identificar las características que definen a un municipio a partir de la base

institucional, territorial, la capacidad de gestión de los recursos económicos y las funciones municipales. Para el análisis de este tema, se sigue el trabajo presentado por Villar (2007)⁴.

Desde el punto de vista institucional, el sistema federal argentino en el artículo 5 de la Constitución Nacional establece que: “Cada provincia dictará para sí una constitución bajo el sistema representativo republicano (...) que asegure su administración de justicia, su régimen municipal y la educación primaria”. El artículo 123 consagra explícitamente la autonomía municipal cuando establece que: “Cada provincia dicta su propia Constitución, conforme a lo dispuesto en el art. 5 asegurando la autonomía municipal y reglando su alcance y contenido en el orden institucional, político, administrativo y financiero”.

De esta manera, se puede encontrar que las constituciones provinciales establecen tres reconocimientos diferentes bajo esta denominación. Por un lado, se encuentran aquellas que llaman “municipio” a todas las formas de gobierno local. Por otro, las que diferencian a los municipios de otras entidades de gobierno local (comuna, comisión municipal, delegación municipal, etc.); y finalmente, las que tienen un sistema mixto que contempla tanto las distintas categorías de municipios como a las otras entidades mencionadas.

A partir de ello, hay tres provincias con municipios de categoría única (Buenos Aires, La Rioja y Mendoza), cuatro que reconocen una sola categoría de municipio pero se incluyen otras formas de gobiernos locales (Córdoba, San Luis, Santa Cruz y Tierra del Fuego); y el resto de las provincias que reconocen distintas categorías de municipios.

En cuanto a la base territorial se distinguen dos grandes grupos: el sistema de municipio condado y el sistema de ejido urbano. Siguiendo a Iturburu (2000) que cita a Hernández (1984) se define que el sistema de “ejidos colindantes” (también denominado sistema de partido, departamento, distrito o condado) incluye áreas urbanas y rurales de manera tal que todo el territorio provincial queda comprendido dentro de los gobiernos locales, siendo éste el caso de la provincia de Buenos Aires⁵. El sistema de ejido urbano hace coincidir los límites del municipio con los de la construcción urbana. Este caso más restrictivo lo utilizan las provincias de San Luis y Santa Cruz. Cuando al contorno del ejido urbano se adiciona un área rural como previsión al crecimiento de la ciudad, el sistema se denomina mixto. Ejemplo de éste son las provincias de Corrientes, Chaco, Chubut, Entre Ríos, Formosa, Neuquén, Río Negro, Santiago del Estero, Tierra del Fuego y Tucumán. Estos dos últimos sistemas se agrupan bajo el rótulo de “ejidos no colindantes”.

En lo referente a la capacidad de gestión de los municipios, siguiendo a Villar (2007), se puede observar que se ha replicado la estructura organizacional de las provincias y la nación.

⁴ En el libro “Políticas municipales para el desarrollo económico-social”

⁵ A partir de esta definición, en la provincia de Buenos Aires, se consideran como sinónimos los términos: municipio, distrito, partido y condado.

Esto conlleva el uso de las prácticas burocráticas basadas en las normas que define a una gestión donde se rutinizan las tareas y las acciones se realizan respetando el cómo, sin preocuparse acerca del para qué, generando organizaciones lentas, ineficientes, centradas en sus propios objetivos de autoconservación y reproducción, con recursos humanos desestimulados y desprestigiados. A esto se suma la escasez crónica de los cuadros técnicos y la información actualizada, pertinente y confiable para la toma de decisiones.

Otra gran debilidad de los municipios argentinos es su escasa disposición de recursos económicos, ya que sus recursos propios sólo pueden provenir del cobro de tasas. Las normas provinciales no lo facultan para el cobro de impuestos. Por otra parte, y tal como está establecido en la Ley 10559 de coparticipación federal argentina, los recursos que llegan a los municipios no son suficientes para afrontar los gastos que surgen a partir de las nuevas responsabilidades. Esta situación se agrava cuando se analiza la composición del gasto municipal de la mayoría de los municipios bonaerenses, donde el rubro personal absorbe más de la mitad del gasto agregado de los gobiernos locales.

En cuanto a las funciones municipales, se van modificando junto a las expectativas y demandas que los cambios sociales y políticos generan. En este sentido, el proceso de descentralización y la incorporación de Argentina a la globalización, produjeron modificaciones en el ámbito estatal y en la relación estado-sociedad que han obligado a los gobiernos locales a asumir nuevas funciones y resignificar otras ya existentes.

En este sentido, Rosenbaum (2004) destaca que *“una verdadera descentralización implica la transferencia tanto de las responsabilidades como de los recursos necesarios para llevar a cabo las funciones necesarias, hacia autoridades sub-nacionales que sean relativamente independientes y autónomas y que tengan la obligación de rendir cuentas a los ciudadanos de su región y/o comunidad.”*

El proceso de descentralización, tal como lo expresa Mascareño (2008) estuvo basado fundamentalmente en una visión política. El cambio de perspectiva de modelo de estado, de centralizado autoritario hacia descentralizado democrático, surgía sobre la base de una hipótesis fundamental: las autonomías territoriales permitían el acercamiento del ciudadano a las estructuras del gobierno y a la toma de decisiones, participando en los asuntos públicos a través de las organizaciones civiles.

A continuación se presenta la tabla 1 que manifiesta los cambios en las funciones de los municipios, producto del proceso de descentralización:

Tabla 1: Funciones de los municipios

Función Tradicional	Función actual
Planificación de la ciudad	Planificación estratégica
Construcción de la ciudad	Avance de los procesos de privatización
Función social	Desarrollo social
Función administrativa	Incorpora nuevas técnicas de gestión
	Seguridad
	Desarrollo económico local

Fuente: Villar Alejandro (2007)

A partir de la caracterización de los municipios argentinos se puede ver que cada provincia opta por adquirir un modelo diferente en cuanto a la autonomía municipal, la delimitación territorial, la categoría de municipio y la determinación de las competencias. Esta situación define fortalezas y debilidades diversas en los distintos gobiernos locales. Tal como lo manifiesta Iturburu (2000), esta ambigüedad en el concepto de municipio debería constituirse en objeto de preocupación para las autoridades públicas nacionales, a la hora de proponer y adoptar marcos jurídicos y soluciones administrativas diferenciadas y adaptadas a cada caso en particular.

Un punto interesante a reflexionar, es lo que establece Villar (2007) en relación a la base territorial, en cuanto a que se defina como municipio condado o ejido urbano, ya que son diferentes las atribuciones del gobierno local en las jurisdicciones. Las posibles estrategias de intervención local sobre el turismo se limitan y reconfiguran de acuerdo a si los recursos turísticos se encuentran en su jurisdicción territorial o no.

Para este trabajo de tesis, que toma como base de estudio a la provincia de Buenos Aires, se establece como municipio condado. Por este motivo, se deberá tener en cuenta que la condición para que sea considerado como turístico deberá afectar a todo su territorio, tanto urbano como rural.

El desafío radica en evaluar las fortalezas y debilidades del municipio a estudiar para poder llevar a cabo proyectos de desarrollo que contribuyan con sus necesidades específicas. Para el caso de los municipios turísticos bonaerenses, se suma además la problemática de la estacionalidad, que se analizará en los próximos apartados.

2.2- Recurso y atractivo turístico

Los atractivos turísticos comprenden la materia prima de cualquier municipio turístico. Boullón (1990) indica que el espacio turístico está condicionado a la presencia de atractivos

turísticos, puesto que constituyen la causa principal que motiva el viaje turístico. La característica del municipio están relacionada con la presencia, la cantidad y la jerarquía de atractivos turísticos, dentro de los que se encuentran: sitios naturales, museos, manifestaciones culturales, folklore y realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas.

En la misma línea conceptual, la OMT (1998) aporta que las atracciones son uno de los principales componentes del sistema turístico. En este sentido, Leiper afirma que “los viajeros se desplazan desde la región de origen hacia el destino turístico, porque allí es dónde encuentran las atracciones que desean conocer” (Leiper 1990 en OMT 1998).

Por otro lado, no hay que confundir las atracciones con recursos. Como apunta Gunn (1993 en OMT 1998), los recursos naturales, culturales, etc. son el fundamento para el desarrollo posterior de la atracción. Así, pueden promocionarse las playas, las montañas o la historia de un país, pero a no ser que estos elementos estén situados en localidades accesibles y válidas para la explotación turística, no pueden ser considerados realmente atracciones turísticas. Al respecto, Piperoglou establece que “el desarrollo turístico es un problema de encajar los recursos naturales o históricos de un lugar con la demanda y preferencias de los turistas actuales o potenciales” (Piperoglou 1967 en OMT 1998). Por lo tanto, los recursos en su forma original no son más que la materia prima de las futuras atracciones.

Para finalizar con la idea de recursos y atractivos turísticos, es interesante destacar el aporte de Leiva (1997) que indica que, según los tipos y la calidad de los atractivos turísticos que posea una comuna o localidad, ella estará en condiciones de desarrollar alguna de las formas de turismo.

2.3- Estacionalidad de la actividad turística

La estacionalidad parece ser una problemática que afecta en mayor o menor medida a toda la actividad turística. En algunos casos, cuando el recurso turístico es la playa, la estacionalidad es muy marcada y se transforma en un elemento fundamental a tener en cuenta al momento de definir políticas de desarrollo.

Leiva (1997) define a la estacionalidad como las diferencias estacionales en la llegada de visitantes, lo que se traduce en un uso intensivo de los recursos turísticos durante un periodo del año llamado temporada alta y una marcada subutilización de los mismos el resto del año llamada temporada baja.

Mantero J.C. (2006) indica que la estacionalidad en el litoral marítimo argentino es muy marcada. Se concentra en un 70% en los meses de enero y febrero y en un 6% y 7% en los meses de diciembre y marzo respectivamente. Esto determina que haya en los meses del verano alta concentración y, con frecuencia, saturación. Este efecto de la estacionalidad tiene su

correlato en la capacidad ociosa del equipamiento turístico durante el resto del año, incidiendo en el precio de los servicios en las diferentes temporadas. Tal es el caso de los municipios en los que la actividad se basa en el producto sol y playa como en toda la costa de la provincia de Buenos Aires.

Asimismo, según lo indica Fernández Fuster (1991), la estacionalidad produce un desequilibrio en la demanda de bienes y servicios, demanda elástica, y origina la saturación en la temporada, y paro y pérdida en el equipo receptor de los períodos de baja temporada. De aquí que los organismos y empresas turísticas pretendan ampliar la estación receptiva y nivelar la curva de afluencia aumentando la llegada de turistas en la temporada baja.

Aunque es muy difícil eliminarla completamente, Leiva (1997) establece que existen algunas formas que permiten reducir en una cierta medida la estacionalidad del turismo. Como por ejemplo:

- desarrollo de productos turísticos alternativos que le den un uso a las instalaciones durante la temporada baja, por ejemplo: organización de festivales, exposiciones, congresos y otros eventos especiales durante el invierno en los balnearios.
- promoción de viajes para la población de la tercera edad, la que por formar parte de la población pasiva es más libre de viajar en cualquier período del año, y que además, por lo general, prefieren evitar congestiones que se producen durante temporada alta.
- practicar precios de transporte y de servicios significativamente más bajos que los de la temporada alta.

Fuster (1991) agrega que si bien la demanda puede ser incitada a viajar en meses distintos a los de temporada alta, quedan latentes otros problemas que pueden englobarse bajo los condicionamientos de la oferta. Cuando la estacionalidad está dada por las características de la oferta (ejemplo de esto son los centros de sky o los destinos de sol y playa) queda claro que ninguna medida sobre escalonamiento de vacaciones podrá favorecerse en ese período y resultará más difícil contrarrestar esta estacionalidad.

2.4- Destino y centro turístico

Muchas veces se asocian los términos destino o centro turístico con el concepto de municipio turístico. Esto no ayuda a contextualizar completamente el análisis de las problemáticas y oportunidades específicas que se desprenden de estos municipios particulares, ya que la diferencia de situación jurídico-política entre ambos y el municipio da origen a escenarios completamente diferentes.

Es por eso que a continuación se definirán ambos términos para analizar, en capítulos posteriores, las diferencias que se presentan entre dichos conceptos.

Wallingre (2009) realiza una revisión muy precisa del concepto de destino turístico y agrega que hay diversos aportes y enfoques respecto de cómo definir al mismo. Para ello toma las definiciones de varios autores para proponer una concepción integrada del término.

Esta autora afirma que según Bull (1994), un destino turístico es “el país, región o ciudad hacia el que se dirigen los visitantes, teniéndolo como su principal objetivo.”. Asimismo agrega que Cooper (1992) lo define como “la concentración de instalaciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de los turistas”. Por otro lado, manifiesta que Kotler (2004) lo entiende como “el lugar con algún tipo de límite real, imaginario, político o creado por el mercado”, mientras que para Ejarque (2003) “es un conjunto de recursos que generan una capacidad de atracción suficiente para inducir al viajero a realizar los esfuerzos necesarios para desplazarse hacia él”. Por último, manifiesta que según Valls (2002) “el destino turístico es el conglomerado de productos turísticos que actúan dentro de una demarcación geográfica determinada a los que hay que añadir factores comunes tales como el clima, las infraestructuras, los servicios y los recursos naturales y culturales”.

De esta manera, Wallingre (2009) establece una definición ampliada donde sostiene que un “destino turístico es un lugar (ciudad, comarca, corredor, región, provincia, país, etc.) que reúne homogeneidades de recursos e identidades que permiten el desarrollo de productos turísticos compartidos, y que debe disponer de servicios, infraestructuras e instalaciones, englobados mediante un tejido institucional favorable que permita satisfacer las necesidades de la demanda”.

El grupo de trabajo sobre gestión de destinos de la OMT (2005) define a un destino turístico local como “un espacio físico en el que el visitante pasa al menos una noche. Incluye productos turísticos tales como servicios de apoyo y atracciones y recursos turísticos en un radio que permite ir y volver en el día. Tiene unos límites físicos y administrativos que definen su gestión e imágenes y percepciones que determinan su competitividad en el mercado”.

Por otro lado, se puede definir a un centro turístico a partir del aporte de Boullón (1985) donde establece que “es todo conglomerado urbano que cuenta en su propio territorio o dentro de su radio de influencia con atractivos turísticos de tipo y jerarquía suficientes para motivar un viaje turístico. A fin de permitir un viaje de ida y regreso en el día, el radio de influencia se ha estimado en dos horas de distancia-tiempo.” Asimismo agregar que, “otra de las particularidades de los centros turísticos es que, dentro de los límites máximos establecidos, su radio de influencia es flexible”.

El mismo autor agrega que los centros deben abastecer al área que dominan a través de una planta turística que cuente con los siguientes servicios:

- Alojamiento
- Alimentación
- Esparcimiento
- Agencias de viajes de acción local
- Información turística sobre las facilidades y atractivos locales
- Comercios turísticos
- Oficinas de teléfonos y correos
- Sistema de transporte interno organizado
- Conexiones con los sistemas de transporte externo.

Puede ser que el conglomerado urbano donde se asienta un centro turístico viva exclusivamente de esta actividad, o que en dicho conglomerado urbano el turismo sea una actividad más.

2.5- Metodología para la identificación de indicadores

Para definir la metodología que se utilizará al momento de identificar y seleccionar los indicadores que permitan cuantificar la definición de un MT, se tomará como base el proceso de operacionalización que se utiliza para las investigaciones aplicadas en las ciencias sociales.

Con este fin, se realizará una breve referencia a la definición de conceptos, variables e indicadores para poder analizar y adaptar el proceso de operacionalización en la definición de indicadores que contribuyan con el objeto de estudio de este trabajo. Para ello, se sigue lo establecido por Di Filippo (2008)⁶ que presenta un detallado análisis de este proceso de operacionalización.

2.5.1- Conceptos, variables e indicadores

Los **conceptos** pueden definirse como el “contenido semántico o significado de los signos lingüísticos y de las imágenes mentales” (Corbetta, 2003 en Di Filippo, 2008). Es decir, son

⁶ En el artículo titulado “Los Indicadores Sociales en la Formulación de Proyectos de Desarrollo con Enfoque Territorial”

abstracciones, construcciones lógicas que expresan un hecho o fenómeno no directamente observable.

El proceso de operacionalización consiste en la transformación de conceptos y proposiciones teóricas en variables empíricas o indicadores.

Según Ander Egg (2004) una **variable** es “una característica observable o un aspecto discernible en un objeto de estudio que puede adoptar diferentes valores o expresarse en varias categorías, al menos dentro de ciertos límites, en una escala continua”

Por otro lado, se denomina **indicador** a “una observación empírica que sistematiza aspectos de un fenómeno que resultan importantes para uno o más propósitos analíticos y prácticos. Si bien el término indicador puede aludir a cualquier característica observable de un fenómeno, suele aplicarse a aquellas que son susceptibles de expresión numérica” (CEPAL, 2004).

De esta manera, la medición de una variable consistiría “en el proceso de asignar valores o categorías a las distintas características que conforman el objeto de estudio” (Cea D’Ancona, 1999).

2.5.2- Las fases del proceso de operacionalización

El procedimiento para la operacionalización de conceptos más difundido es el formulado por Lazarsfeld (citado en Di Filippo, 2008) y comprende las siguientes fases (luego de haber seleccionado la unidad de análisis):

- 1. Representación teórica del concepto**, de forma de que queden reflejados sus rasgos definitorios.
- 2. Especificación del concepto**, descomponiéndolo en las distintas dimensiones o aspectos relevantes que engloba. En general, los conceptos asociados a fenómenos sociales comprenden una pluralidad de dimensiones.
- 3. Elección de indicadores (o variables empíricas)** que indiquen la extensión que alcanza la dimensión en los casos analizados. Cada dimensión debe tener al menos un indicador.
- 4. Construcción de índices.** A cada indicador se le asigna un peso o valor, de acuerdo con su importancia. A partir de estos valores se confecciona un índice, una medida común que agrupe a varios indicadores de una misma dimensión conceptual operacionalizada numéricamente, o un índice que agrupe la totalidad de las dimensiones que componen el concepto.

En síntesis, luego de haber seleccionado la unidad de análisis o de observación, para operacionalizar un concepto: 1º se enuncia o define el mismo (definición teórica); 2º se

identifican sus dimensiones o aspectos principales (definición operativa); 3° se seleccionan indicadores de cada dimensión y, 4° se construye, según el caso, un índice.

En la primera y segunda fase el concepto o construcción abstracta es definido en forma teórica y luego analizado en sus principales componentes de significado, “dimensiones” o “aspectos”. Así, Lazarsfeld sostiene que las componentes o dimensiones “pueden ser deducidas analíticamente a partir del concepto general que las engloba, o empíricamente, a partir de la estructura de sus intercorrelaciones” (Lazarsfeld, 1973 en Di Filippo 2008).

En la bibliografía sobre metodología de investigación social se realizan numerosas consideraciones sobre estas fases del proceso de operacionalización. Así, se destaca que los conceptos incluyen una gran variedad de aspectos o dimensiones por lo que nunca puede abarcarse la totalidad del mismo; sin embargo, se señala que desagregar el concepto en numerosas dimensiones dificulta su análisis. Por esta razón, según Di Filippo (2008) en general se acepta que una importante tarea del investigador consiste en seleccionar aquellas dimensiones consideradas más relevantes.

La segunda fase, la descomposición del concepto en sus dimensiones, aspectos o variables, es señalada como la fase de operacionalización en sentido estricto (Corbetta, 2003 en Di Filippo 2008).

La tercera fase consiste en la selección de los indicadores correspondientes a cada dimensión. De este modo, el problema se concentra en lograr la mayor correspondencia posible entre el sistema conceptual y el empírico, para alcanzar resultados válidos y confiables acerca del fenómeno que se analiza.

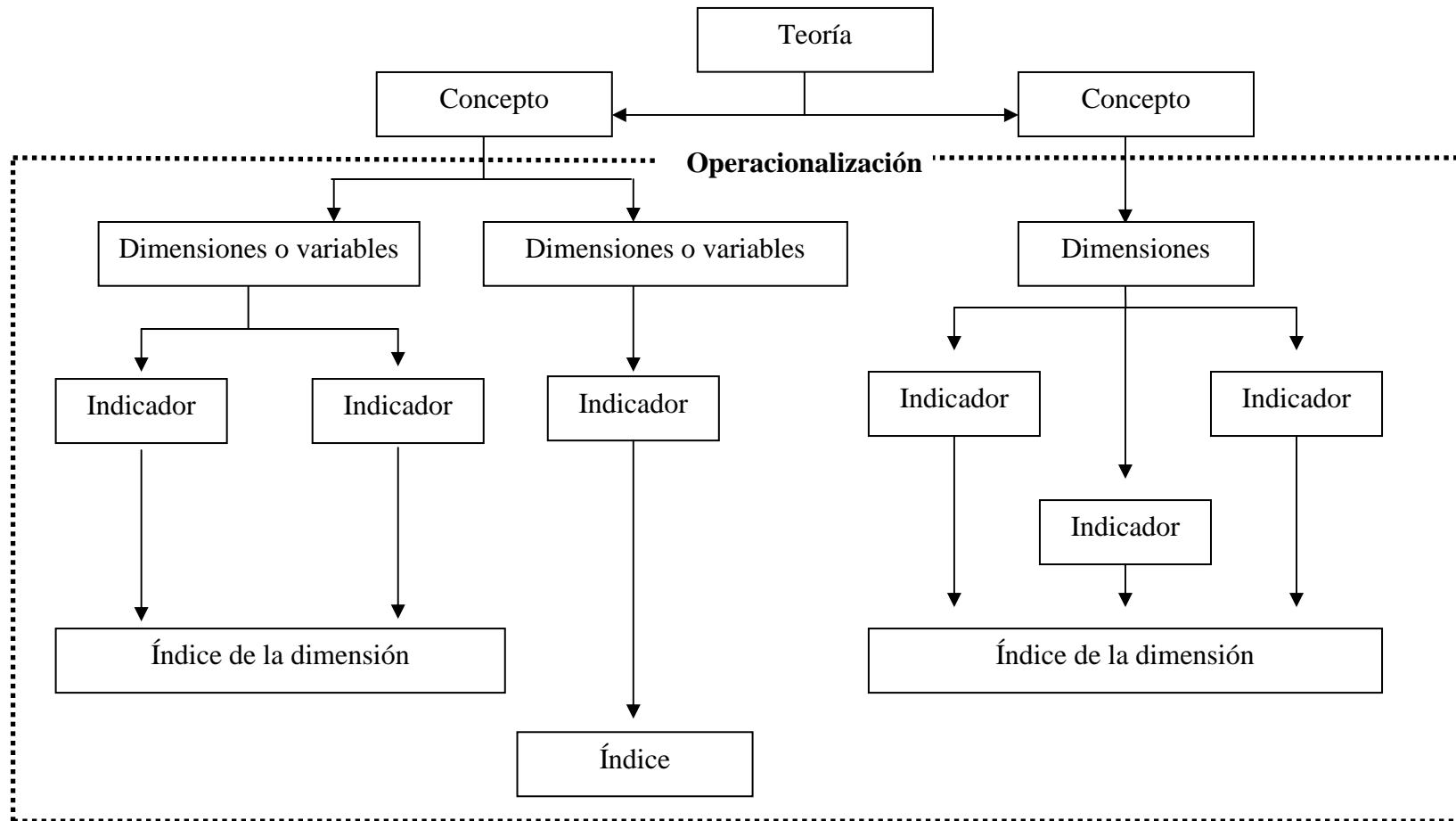
Finalmente, la cuarta fase señalada por Lazarsfeld “consiste en sintetizar los datos elementales obtenidos en las etapas precedentes” (Lazarsfeld, 1973 en Di Filippo 2008). El interés puede estar puesto en la construcción de un índice general, es decir, que a partir de información numérica provista por los indicadores de cada dimensión del concepto se puede generar un índice o cifra resumen de los diversos indicadores utilizados (Lazarsfeld, 1973 en Di Filippo 2008).

De este modo, se presenta de manera gráfica el proceso de operacionalización en la figura 1. Asimismo, es posible ejemplificar este proceso a partir de la propuesta de medición del Desarrollo Humano realizado por el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

Este índice utiliza cuatro variables interrelacionadas: la esperanza media de vida, la tasa de alfabetización de adultos, el índice de escolarización y el PBI per cápita calculado de modo que tiene en cuenta las diferencias de precios entre países. Desde 1990, con la elaboración de este índice supone una interesante aportación al estudio de las relaciones entre crecimiento y

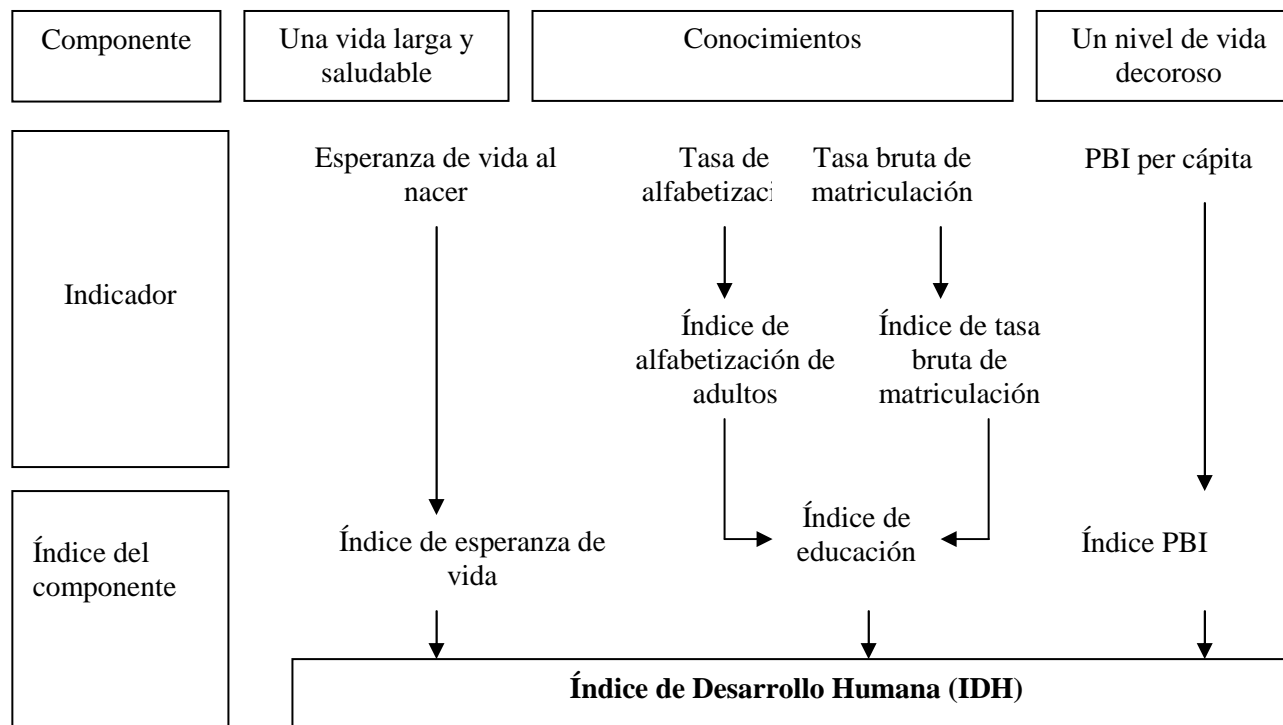
desarrollo y sus efectos en los niveles de desigualdad en el plano internacional. En la figura 2 se presentas la construcción de este índice.

Figura 1: Las fases del proceso de operacionalización de conceptos o variables



Fuente: Di Filippo y Mathey (2008).

Figura 2: Construcción del Índice de Desarrollo Humano (IDH) - PNUD



Fuente: <http://www.desarrollohumano.org.ar/Dhumano.asp>

2.6 - Indicadores turísticos

2.6.1- Indicadores de Desarrollo Sostenible para los Destinos Turísticos

La OMT (2005) ha desarrollado una guía práctica donde identifica, describe y explica la aplicabilidad de los indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos.

Esta guía ofrece elementos y referencias para elaborar indicadores que contribuyan a disminuir los problemas o dificultades en materia de política y gestión que puedan encontrarse en cualquier destino. Su fin radica en ayudar a los administradores del turismo a obtener y utilizar la mejor información posible en apoyo de una adopción de decisiones más adecuada respecto del desarrollo sostenible del turismo.

La OMT (2005) define a los indicadores como "conjunto de información formalmente seleccionada que se utiliza con carácter regular en la medición de los cambios pertinentes para el desarrollo de la gestión del turismo". Pueden medir:

- a) cambios en las propias estructuras turísticas y factores internos
- b) cambios en los factores externos que afectan al turismo
- c) las repercusiones del turismo

Asimismo, establece que en cualquier destino los mejores indicadores son los que responden a los riesgos y preocupaciones fundamentales respecto de la sostenibilidad del turismo, y facilitan información que puede ayudar a circunscribir problemas y evaluar respuestas.

Los indicadores turísticos, responderán normalmente a asuntos relativos a los recursos naturales y al medioambiente de un destino, a inquietudes respecto de la sostenibilidad económica, a problemas sobre los activos culturales y los valores sociales y, más ampliamente a cuestiones de organización y gestión, tanto en el sector turístico como en el conjunto del destino.

Dentro de la guía, la OMT propone una lista de cuestiones básicas e indicadores básicos generados a partir de un exhaustivo análisis de los problemas ambientales, socioeconómicos y administrativos que pueden afectar a los destinos turísticos. De esta manera, se presentan las cuestiones básicas que son aquellas que pueden considerarse como esenciales para la mayoría de los destinos, y para cada una de ellas, se recomiendan indicadores básicos que tiene la características de ser los más sencillos y comprensibles. Estas cuestiones e indicadores básicos constituyen un punto de partida de análisis que abarcan problemas sociales, económicos y ambientales.

A continuación se presenta la tabla 2 enunciativa de las cuestiones básicas y sus respectivos indicadores básicos que elabora la OMT.

Tabla 2: Cuestiones e indicadores básicos de la OMT

<i>Cuestiones básicas</i>	<i>Indicadores básicos</i>
<i>Satisfacción de los residentes con el turismo</i>	- Nivel de satisfacción de los residentes con el turismo.
<i>Efectos del turismo en la comunidad</i>	- Proporción entre turistas y población autóctona (media y día de máxima afluencia) - Porcentajes de personas que opinan que el turismo ha ayudado a crear nuevos servicios o infraestructura (basado en cuestionario) - N° y capacidad de servicios sociales disponibles para la comunidad (% atribuible al turismo)
<i>Mantenimiento de la satisfacción de los turistas</i>	- Nivel de satisfacción de los turistas (cuestionario de salida) - Percepción de la relación calidad-precio - Porcentaje de turistas que vuelven a visitar el destino.
<i>Estacionalidad del turismo</i>	- Llegadas de turistas al mes o trimestre (distribución a lo largo del año) - Tasas de ocupación al mes en alojamientos autorizados (oficiales) (periodos de máxima actividad en relación en relación con la temporada baja) y porcentaje de la ocupación total durante el trimestre (o mes) de máxima afluencia - Porcentaje de establecimientos comerciales abiertos todo el año - N° y % de puestos de trabajo del sector turístico que son fijos o anuales (en comparación con los contratos temporales)
<i>Beneficios económicos del turismo</i>	- N° de residentes (y relación hombres-mujeres) contratados en el sector turístico (asimismo, proporción de empleo en el sector turístico respecto del empleo total) - Ingresos generados por el turismo como porcentaje de los ingresos totales generados en la comunidad.
<i>Gestión energética</i>	- Consumo per. cápita de la energía de todas las fuentes (general y por sector turístico, por persona-día) - Porcentaje de negocios que participan en programas de conservación de energía o aplican políticas y técnicas de ahorro energético. - Porcentaje de consumo energético de recursos renovables (en destinos, establecimientos)
	- Agua utilizada: volumen total consumido y litros por turista y día

<i>Disponibilidad y conservación del agua</i>	- Ahorro de agua (% de agua ahorrada, recuperada o reciclada)
<i>Calidad del agua potable</i>	- Porcentaje de establecimientos turísticos donde el tratamiento del agua cumple las normas internacionales - Frecuencia de aparición de enfermedades provocadas por el agua: % de visitantes que han comunicado enfermedades por este motivo durante su estancia.
<i>Tratamiento de las aguas residuales (gestión de las aguas residuales)</i>	- Porcentaje de aguas residuales del sitio que reciben tratamiento (en los niveles primario, secundario y terciario) - Porcentaje de establecimientos turísticos (o alojamiento) sometidos a sistemas de tratamiento.
<i>Gestión de los residuos sólidos (basura)</i>	- Volumen de residuos producidos por el destino (toneladas) (por mes) - Volumen de residuos reciclados (m ³ /volumen total de residuos (m ³))(especificar por tipos diferentes) - Cantidad de residuos desparramados en la vía pública (recuento de basura)
<i>Control del desarrollo</i>	- Existencia del algún proceso de planificación territorial o desarrollo que incluya el turismo - Porcentaje del área sometida algún tipo de control (densidad, diseño, etc.)
<i>Control de la intensidad de uso</i>	- N° total de llegadas de turistas (promedio, mensual, máximo) - N° de turistas por mts. 2 del sitio (ej. En playas, atracciones) por Km. 2 del lugar de destino- promedio/mes de máxima afluencia y promedio/día de máxima afluencia.

Fuente: Guía práctica: Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos. OMT (2005)

2.6.2 - Otros indicadores turísticos

Existen otros antecedentes de indicadores turísticos como los definidos en el Taller de indicadores de sostenibilidad en turismo para los países de Sudamérica, llevado a cabo en Villa Gesell, Argentina, OMT (2000). El objetivo primordial del estudio fue determinar los riesgos clave para la sostenibilidad de la industria del turismo, donde se han tenido en cuenta tanto variables cuantitativas como cualitativas, y permitió examinar los indicadores que responden mejor a los problemas y riesgos definidos a partir de la problemática de la sustentabilidad.

El resultado del mencionado taller brinda el diseño de indicadores de sostenibilidad orientados hacia los tres ejes detectados: ambiental, económico y social.

En la Tabla 3 se presenta un resumen con los indicadores que surgieron de este taller.

Tabla 3: Resumen de problemas/factores de riesgo e indicadores asociados

Áreas de riesgo	Indicadores
Ambientales	
<i>1. Degradación de la playa</i>	Grado de erosión de la playa Contaminación de la playa
<i>2. Calidad del agua de mar</i>	Contaminación de agua de mar
<i>3. Desechos líquidos y sólidos</i>	Nivel de tratamiento de aguas servidas Nivel de tratamiento de la basura
<i>4. Recursos de agua dulce</i>	Disponibilidad de agua dulce Calidad del agua dulce Impermeabilización del suelo
<i>5. Deforestación</i>	Nivel de cobertura forestal
<i>6. Gestión de reservas naturales</i>	Control de ingreso a las reservas
<i>7. Compromiso local</i>	Grado de participación de la comunidad Grado de participación municipal Grado de participación empresarial
Económicos	
<i>8. Dinamismo de la economía local</i>	Impacto económico local
<i>9. Vulnerabilidad en el segmento de Mercado</i>	Dependencia del mayor mercado turístico
<i>10. Competitividad del sector Empresarial</i>	Competitividad operativa: costo salarial Grado de satisfacción de los turistas Niveles comparativos de precios
<i>11. Estacionalidad</i>	Eventos en temporada baja Llegadas de turistas (temporadas alta y baja) Nivel de ocupación diario
<i>12. Monoproducto</i>	Nivel de utilización de la playa Diversificación del producto
<i>13. Sobreoferta de servicios turísticos</i>	Tasa de ocupación de los balnearios Tasa de ocupación hotelera Tasa de ocupación extrahotelera Nivel de ventas en temporada alta por área de

	la ciudad
Socioculturales	
<i>14. Presión sobre la población local</i>	Proporción de turistas sobre población (temporada alta) Acceso de la población a los servicios públicos
<i>15. Ocupación de la población local</i>	Nivel de desempleo
<i>16. Participación de la comunidad en la toma de decisiones</i>	Involucramiento de la comunidad en el proceso de planificación Opinión comunitaria
<i>17. Cualificaciones laborales de los empleados en el sector turístico</i>	Nivel de cualificación laboral de los empleados en turismo Formación continua de los empleados del sector turístico
<i>18. Delincuencia, crimen</i>	Nivel de criminalidad
<i>19. Satisfacción de los turistas</i>	Idem económicos
<i>20. Polución visual y auditiva</i>	Niveles de polución visual y auditiva

Fuente: Taller de Indicadores de Sostenibilidad en Turismo para los países de Sudamérica, Villa Gesell, Argentina. 25-27 de octubre de 2000. OMT.

Por otro lado, la Eurostat (Oficina Estadística de la Comisión Europea) ha desarrollado un trabajo denominado “Methodological work on measuring the sustainable development of tourism” (2006). En este documento se toma como base el listado de indicadores para el desarrollo sustentable de destinos turístico propuesto por la OMT, y utiliza el modelo fuerza motriz, presión, impacto, respuesta para crear el sistema de indicadores. Este modelo surge a partir del marco analítico PSR ⁷(presión, estado, respuesta) creado por la OCDE en 1993. En 1998, la Agencia Europea de Medio Ambiente diseña un nuevo modelo que denomina DPSIR correspondiente a los términos ingleses de driving forces, pressure, state, impact, response, que incorpora las causas de la presión (crecimiento económico y demográfico, urbanización, etc.) y los impactos consecuencia de las modificaciones del estado de las condiciones ambientales en el propio medio o en la salud humana.

⁷ El modelo PSR se basa en el concepto de causalidad, es decir las actividades humanas ejercen presiones sobre el medio (Presión), se describen las condiciones actuales en calidad y cantidad de los recursos (Estado) y se cuantifica cómo responde la sociedad a esos cambios mediante las acciones políticas, ambientales, sectoriales y económicas (Respuesta) (OCDE, 1993).

A partir del mencionado trabajo, y utilizando el modelo DPSIR, Eurostat crea un sistema de indicadores que permite medir el desarrollo sustentable de los destinos turísticos. A partir de ello surge el siguiente listado:

Conjunto básico de indicadores de desarrollo sostenible para el turismo

Fuerza motriz

1. Número de camas en hoteles y establecimientos similares
2. Número de viajes por medio de transporte
3. Relación del empleo turístico como % del empleo total
4. Gasto de los hogares en consumo turístico
5. Turismo en porcentaje del PIB

Presión

6. Número de pernoctaciones turísticas en varios tipos de alojamiento
7. Emisiones de CO₂ provenientes del uso de energía en las instalaciones turísticas
8. El uso del agua por los turistas, por persona y día en relación con el uso por la población residencial.
9. Generación de residuos municipales por los turistas
10. Descarga de aguas residuales debido al turismo

Estado

11. Superficies dedicadas a actividades de ocio, por ejemplo: puertos deportivos, campos de golf, zonas de esquí, etc, series de tiempo
12. Las áreas cubiertas por bosques y otras tierras boscosas (%), series de tiempo
13. Áreas Protegidas (% de la superficie terrestre en las regiones turísticas), series de tiempo

Impacto

14. Los turistas expuestos al ruido en el hotel y establecimientos similares
15. Calidad de las aguas, series de tiempo

Respuesta

16. Plantas de tratamiento de aguas de alcantarillado (volúmenes de agua tratada en series de tiempo)

17. Porcentaje de establecimientos de empresas turísticas que participan en programas reconocidos de medio ambiente
18. Gastos para mantener / restaurar el patrimonio cultural e histórico
19. Instalaciones turísticas con certificación ecológica (como % del total)
20. Existencia de uso de la tierra o los procesos de planificación del desarrollo, específicamente en referencia a las actividades de turismo

Hasta aquí, se han desarrollado ejemplos de indicadores que surgen del listado original propuesto por la OMT. Sin embargo, resulta interesante describir alguna de las propuestas que se han definido al momento de establecer parámetros de medición para la declaración de "municipios turísticos" en España.

Para ello, se contempla el artículo "El Concepto de Municipio Turístico en la Legislación Española. Indicadores Estadísticos" realizado por Menéndez et al. (2004), que aporta algunos parámetros de medición de las variables establecidas en las leyes españolas.

Menéndez (2004) indica que, en general, los indicadores cuantitativos más adecuados para la caracterización de un municipio como turístico son los que vienen expresados en forma de tasa; en el numerador figura una variable estrictamente turística y en el denominador otra variable, turística o no, pero relacionada con la anterior.

Seguidamente se presenta una serie de indicadores que propone este autor.

Referidos al número de visitantes

1- Tasa de visitantes (turistas más excursionistas) por residente

$T1 = \text{N}^\circ \text{ medio de visitantes diarios del municipio} / \text{N}^\circ \text{ de residentes del municipio}$

2- Tasa de turistas por residente

$T2 = \text{N}^\circ \text{ medio de turistas diarios en el municipio} / \text{N}^\circ \text{ de residentes del municipio}$

Referidos al número de pernoctaciones

3- Tasa de pernoctaciones por residente

$T3 = \text{N}^\circ \text{ medio de pernoctaciones diarias en el municipio} / \text{N}^\circ \text{ de residentes del municipio}$

4- Tasa de pernoctaciones por km.2

$T4 = \text{N}^\circ \text{ medio de pernoctaciones diarias en el municipio} / \text{N}^\circ \text{ de Km}^2 \text{ de superficie del municipio}$

5- Proporción de pernoctaciones turísticas

$P1 = \text{N}^\circ \text{ de pernoctaciones turísticas en el municipio} / \text{N}^\circ \text{ total de pernoctaciones en el municipio}$

Referidos al número de plazas turísticas

6- Tasa de plazas turísticas por residente

$T5 = \text{N}^\circ \text{ de plazas turísticas en el municipio} / \text{N}^\circ \text{ de residentes en el municipio}$

7- Tasa de plazas turísticas por km.2

$T6 = \text{N}^\circ \text{ de plazas turísticas en el municipio} / \text{N}^\circ \text{ de km.2 de superficie del municipio}$

Referidos al número de unidades de contratación

8- Tasa de unidades de contratación por vivienda principal

$T7 = \text{N}^\circ \text{ de unidades de contratación turística del municipio} / \text{N}^\circ \text{ de viviendas principales del municipio}$

9- Tasa de unidades de contratación por km.2

$T8 = \text{N}^\circ \text{ de unidades de contratación turística del municipio} / \text{N}^\circ \text{ de km.2 de superficie del municipio}$

Otros indicadores de interés

10- Tasa de gasto turístico por residente

$T9 = \text{Gasto turístico total anual en el municipio} / \text{N}^\circ \text{ de residentes del municipio}$

11- Proporción de suelo ocupado por equipamientos turísticos complementarios

$P2 = \text{Superficie ocupada por equipamientos turísticos complementarios} / \text{Superficie total del municipio}$

12- Proporción de empleo en hostelería/restauración respecto al empleo en el municipio

$P3 = \text{N}^\circ \text{ de empleados en hostelería/restauración en el municipio} / \text{N}^\circ \text{ total de empleados en el municipio}$

Además de los 12 indicadores propuestos, se puede considerar un conjunto de otros 12 dividiendo cada numerador de los anteriores, que va referido al municipio, entre la misma magnitud, pero referida al ámbito superior (por ejemplo, la provincia).

De esta manera, se finaliza con el marco conceptual que ha permitido sentar las bases teóricas y conceptuales para los futuros aportes que se llevarán a cabo a lo largo del desarrollo de este trabajo de tesis.

CAPITULO III: ANTECEDENTES DE MUNICIPIO TURÍSTICO

Conociendo que la unidad de análisis de este trabajo es el municipio turístico bonaerense (MTB), se considera fundamental revisar los antecedentes en el tema para consensuar en una definición acorde a los objetivos de esta investigación.

Con este fin, si bien no se ha encontrado una definición que considere todos aquellos elementos que resultan de interés, se han encontrado antecedentes en el abordaje del concepto desde el ámbito legal.

3.1- Introducción

En el contexto argentino, no se ha hallado en el entorno legal la utilización de un criterio explícito para la definición de MT, pero sí existen leyes que manifiestan el reconocimiento de esta figura.

Al respecto, es posible exponer algunos ejemplos.

En la provincia de Neuquén, la ley provincial N° 2.414 en el artículo 6 inciso c) capítulo 1 indica “el reconocimiento de los Municipios Turísticos, conforme su condición de tales establecida reglamentariamente”. Asimismo, se agrega en el capítulo IV, artículo 18 que a los efectos de esa ley se entiende por MT a “aquellas comunas cuyas características individuales conforman elementos del patrimonio turístico o expresan la identidad turística neuquina, estando su actividad económica sustentada mayoritariamente por dicho sector, manifestándose ello institucionalmente mediante la afectación de recursos presupuestarios y humanos destinados al desarrollo del turismo municipal y la consolidación de la conciencia turístico-receptiva de la comunidad, presentando además una oferta de servicios y equipamiento acorde a su condición de turísticos y recreativos e integrándola armónicamente al ecosistema”.

En este caso, queda claro que esta provincia considera importante la calificación de MT, aunque no manifiesta los requisitos específicos que permitirán su denominación, ya que se delega dicha reglamentación a los gobiernos municipales. En este punto, si bien se ha avanzado en denominar a tres municipios como turísticos (Villa Langostura, San Martín de los Andes y Caviahue-Copahue), aún no se han reglamentado.⁸

Otro ejemplo se presenta en la ley de coparticipación provincial N° 10.559 que en el artículo 1 establece que “las Municipalidades de la Provincia recibirán en concepto de coparticipación el

⁸ Esta información surge de la consulta a los responsables de las áreas de turismo de los municipios declarados como turísticos.

16,14% del total de ingresos que percibe la Provincia en concepto de impuestos sobre los Ingresos Brutos no descentralizados al ámbito municipal, Impuesto Inmobiliario Urbano, Impuesto a los Automotores, Impuesto de Sellos, Tasas Retributivas de Servicios y Coparticipación Federal de Impuestos". Además agrega que "el importe resultante de la aplicación de dicho porcentaje será distribuido según el inciso a) el 58% entre todas las Municipalidades de acuerdo a lo siguiente:

- El 62% en proporción directa a la población. Para los municipios de la Costa, Pinamar, Villa Gesell y Monte Hermoso, se tomará como población la resultante de la suma de los residentes permanentes en el lugar, más la doceava parte del caudal turístico receptado en cada uno de los municipios a lo largo del año base, el que se calculará de acuerdo a los datos suministrados por la Subsecretaría de Turismo, dependiente del Ministerio de Gobierno de la Provincia de Buenos Aires"

En este último ejemplo, queda reflejada indirectamente la condición turística de estos municipios.

Dado que estos son los únicos antecedentes encontrados en el ámbito nacional, a continuación se analizará la legislación española, que ha sido la pionera en delimitar cuantitativamente a los MT. En la misma se los define como aquellos que cumplen con los requisitos establecidos en las leyes correspondientes. Si bien no se explicita una definición concreta, la técnica consiste en declararlo en función del cumplimiento de los estándares necesarios para ser merecedor de esa calidad.

Por otra parte, se considerará un proyecto de ley que se ha llevado a cabo en Chile tomando el caso español como base de estudio, con el fin de establecer una legislación que permita su declaración.

3.2-Antecedentes en el ámbito legal: España y Chile como ejemplos de reglamentaciones y casos testigo

3.2.1- Antecedentes en España

España está organizada políticamente en comunidades autónomas (CCAA) que asemejan sus funciones a las de las provincias en el territorio argentino⁹. Cada CCAA posee su propia ley

⁹ "La Constitución argentina dispone que la República está organizada bajo la forma de un Estado federal. Cada miembro de la Federación lleva el nombre de Provincia (o de Ciudad Autónoma en el caso de la Ciudad de Buenos Aires), pero *se trata del equivalente de las Comunidades Autónomas españolas* o de los Estados de los Estados Unidos"

Embajada Argentina en España. Web: <http://www.embajadaargentina.es>.

de ordenación del turismo, y en cada una de ellas, se contempla la figura de “Municipio Turístico”.

Con el fin de entender la problemática que atraviesan estos distritos y fundamentar su distinción de municipio turístico, la ley 12/1999 de Andalucía establece que los municipios que han de prestar determinados servicios de manera obligatoria, se ven comprometidos a realizar un especial esfuerzo no solo financiero sino también planificador y organizativo debido al incremento de los usuarios que demandan esos servicios, motivado por el flujo turístico. Este esfuerzo no está compensado económicamente, lo que ocasiona un desequilibrio financiero superior al que habitualmente vienen sufriendo.

Asimismo, la ley establece que “para corregir o al menos aminorar estos efectos, se debe dotar al MT de infraestructura de todo tipo y de los servicios necesarios que hagan que se pueda disfrutar de un turismo de auténtica calidad. De este modo se espera generar efectos beneficiosos directos para los vecinos del municipio y efectos mediatos para el conjunto de la sociedad, a través de la creación, entre otras cosas, de empleo y riqueza”.

Jaime Pastor et al (2008) expresa claramente los motivos que han llevado a las CCAA españolas a dedicar sus esfuerzos en la declaración de municipios turísticos:

“Sea desde la Federación Española de Municipios, sea desde ayuntamientos concretos, periódicamente se reclama el reconocimiento de que los municipios turísticos deben cargar con unos costes extraordinarios y superiores a los de otros al tener que atender, con los recursos presupuestarios habituales (cuya cuantía viene referida a la población de derecho), a una población adicional que, generalmente, se concentra en períodos muy concretos al año y que, en ocasiones, multiplica varias veces a la población residente. Esta línea de argumentación conduce, inevitablemente, a la reclamación de dotar a los municipios turísticos con unos recursos adicionales que les permita afrontar esos mayores costes”.

A continuación se presenta una recopilación de los principales extractos de las leyes de las CCAA de España al referirse a MT, con el fin de poder identificar los requisitos que cada comunidad autónoma considera como fundamentales al momento de su declaración.

Ley 12/1999 de Ordenación del Turismo de Andalucía (Título II - Capítulo II). Decreto 70/2006

Artículo 2. Requisitos previos para la declaración de municipio turístico.

“Podrán solicitar la declaración de municipio turístico aquellos cuya población de derecho exceda en 5.000 habitantes y no supere los 100.000, y cumplan alguno de los siguientes requisitos:

- 1- Media anual de las pernoctaciones diarias en establecimientos de alojamiento turístico mayor del 10% de la población vecinal del municipio o que se alcance la cifra anterior al menos tres meses al año en media diaria mensual.
- 2- Número de visitantes mayor que 5 veces el de vecinos durante más de 30 días al año.

Para la declaración de municipio turístico se tendrán en cuenta los siguientes elementos:

- Inversiones municipales en promoción e infraestructuras turísticas
- Actuaciones municipales en relación con los servicios mínimos en salubridad pública e higiene, transporte público, protección civil y seguridad ciudadana y otros de relevancia turística.
- Plan turístico municipal, con diagnóstico y acciones para mejorar la oferta
- Oficinas de turismo
- Relevancia de los recursos turísticos
- Adopción de medidas de defensa y restauración del patrimonio cultural y urbano.
- Existencia de ordenanzas fiscales y de medio ambiente, en las que figuren debidamente recogidas medidas para la preservación de los valores medioambientales.
- Ubicación del término municipal en alguno de los espacios naturales protegidos de Andalucía.
- Adopción de medidas de protección y recuperación del entorno natural y del paisaje.
- Existencia de un planeamiento urbanístico que contemple las dotaciones de espacios libres y otras que cumplan las reservas mínimas previstas por la legislación urbanística, referidas a la población de derecho y a la población turística asistida.
- Contar con planes de accesibilidad para la supresión de barreras arquitectónicas, urbanísticas y de transporte.

Ley 6/2003 de Ordenación del Turismo de Aragón (Título I - Capítulo III)

Artículo 15. Municipio Turístico

1 - Podrán solicitar la declaración de municipios turísticos aquellos en los que concurran, al menos, dos de los siguientes requisitos:

- a) Que se trate de municipios cuya población de hecho al menos duplique la población de derecho en las temporadas turísticas.
- b) Que se trate de términos municipales en los que el censo de viviendas sea superior al doble de las viviendas habitadas por sus habitantes de derecho.

c) Que se trate de poblaciones en las que el número de plazas turísticas hoteleras o extrahoteleras duplique, al menos, la población de derecho.

2- Para la declaración de Municipio Turístico se tendrán en cuenta los siguientes elementos:

a) La existencia de planeamiento urbanístico, con especial valoración del sistema de espacios libres.

b) La existencia de zonas verdes y espacios libres que sirvan de protección del núcleo histórico edificado.

c) El esfuerzo presupuestario realizado por el municipio en relación con la prestación de los servicios municipales obligatorios y de todos aquellos servicios con especial repercusión en el turismo.

d) La adopción de medidas de protección y recuperación del entorno natural y del paisaje.

e) La adopción de medidas de defensa y restauración del patrimonio cultural y urbano.

f) La relevancia de los recursos turísticos existentes en el término municipal.

Ley 5/1999 de Ordenación del Turismo de Cantabria (Título IV - Capítulo IV)

Artículo 39. Comarcas y Municipios Turísticos

1- La Consejería competente en materia de turismo establecerá Comarcas Turísticas, que agruparán territorios identificados por la unidad de su recurso turístico y que podrán llevar a cabo funciones de promoción, gestión y comercialización de sus productos turísticos.

2- Podrán conseguir la consideración de municipios turísticos de Cantabria aquellos que puedan acreditar:

a) Parámetros con afluencia considerable de visitantes y pernoctaciones, la existencia de un número significativo de alojamientos turísticos de segunda residencia y en los que la actividad turística represente la base de su economía o, como mínimo, una parte importante de ésta.

b) Parámetros cuantitativos. El municipio deberá acreditar un programa de promoción y fomento del turismo sostenible. La calidad y la innovación serán aspectos de la máxima importancia en la formulación del programa, detallando como mínimo las siguientes cuestiones:

- La necesidad de desarrollar un turismo que responda a las expectativas económicas y a las exigencias de protección del entorno.
- Toda actuación turística ha de tener incidencia efectiva en la mejora de la calidad de vida de la población, contribuir a su enriquecimiento sociocultural y a la creación de

trabajo digno.

- El mantenimiento de la cultura, historia y personalidad del municipio.
- La adaptación del urbanismo y la edificación al paisaje local y la ordenación integral del patrimonio.
- La existencia de reservas de agua estratégicas, así como su depuración y reutilización.
- El nivel de generación de residuos estará ligado a la existencia en la zona de planes de recogida, reducción, reutilización y reciclaje.
- Planes de formación y reciclaje profesional para los trabajadores y gestores del sector turístico.
- Planes para la reconvención de los recursos potenciales en productos turísticos y su ordenación en el territorio.

Ley 13/2002 de Ordenación del Turismo de Cataluña (Título II - Capítulo III)

Artículo 18. Concepto

1 - Pueden tener la consideración de Municipio Turístico, a efectos de la presente Ley, los municipios que cumplan como mínimo una de las siguientes condiciones:

- a) Que la media ponderada anual de población turística sea superior al número de vecinos y el número de plazas de alojamiento turístico y de plazas de segunda residencia sea superior al número de vecinos.
- b) Que el término municipal incluya un área territorial que tenga la calificación de recurso turístico esencial.

Ley 2/2003 de la Administración Local de la Comunidad de Madrid

Requisitos:

Municipios que soporten, temporal o estacionalmente, un considerable aumento de población o reciban un flujo de visitantes que afecte a la viabilidad de los servicios municipales habituales.

Ley 9/1997, de Ordenación y Promoción del Turismo de Galicia

Requisitos:

- a) Por la afluencia periódica o estacional, la media ponderada anual de población turística sea superior al 25 % del número de residentes o el número de alojamientos turísticos superior al 50 % del número de viviendas de residencia primaria.
- b) Los que tengan, dentro de su territorio, algún servicio turístico susceptible de producir

una atracción turística de visitantes en una cantidad cinco veces superior a su población, computada a lo largo de un año y repartido, al menos, en más de treinta días.

- c) Alcantarillado y tratamiento de aguas residuales.
- d) Recogida y tratamiento de residuos.
- e) Protección de la salubridad pública.
- f) Seguridad en lugares públicos.
- g) Protección civil.
- h) Planeamiento urbanístico.
- i) Oficina de información turística, al menos, durante la época de mayor afluencia turística.
- j) Medidas eficaces de protección y recuperación del entorno natural, el paisaje y el medio ambiente en general.

A continuación, se presenta la Tabla 4 con el fin de sintetizar los requisitos considerados para la declaración de municipio turístico según las leyes españolas.

Tabla 4: Síntesis de los requisitos para declaración de Municipio Turístico en las Leyes Españolas

Tipo	VARIABLES	Andalucía Ley 12/99	Aragón Ley 06/03	Cantabria Ley 05/99	Cataluña Ley 13/02	Galicia Ley 09/07
Cuantitativas	Nº de turistas (pernoctaciones)	Media anual de pernoctaciones mayor al 10% de los residentes	Población de hecho duplica la población de derecho en temporada turística	Afluencia considerable de visitantes y pernoctaciones	Media anual de pernoctaciones es superior al nº de residentes	Media anual de pernoctaciones mayor al 25% de los residentes
	Nº de plazas de alojamiento turístico		Nº de plazas hoteles y extra-hoteleras duplica la población residente		Nº de plazas de alojamiento turístico y segundas residencias es superior al Nº de residentes	Nº de alojamientos turísticos es un 50% superior al de viviendas de residentes
	Nº de visitantes	Nº de visitantes 5 veces mayor que los residentes, al menos un mes				
	Nº de residentes	Población entre 5.000 y 100.000 hab				
	Nº de segundas residencias		Nº total de viviendas es el doble de las viviendas habitadas por los residentes	Nº significativos de segundas residencias		
	Turismo como base de la economía			Actividad turística representa una parte importante de la economía		
Cualitativas	Recursos turísticos relevantes	Relevancia de los recursos turísticos	Relevancia de los recursos turísticos		Relevancia de recursos turísticos	Relevancia de recursos turísticos
	Planificación turística	Plan turístico municipal	Planeamiento urbanístico con especial valoración de espacios verdes	Programa de promoción y fomento del turismo sostenible		Planeamiento urbanístico
	Área de turismo local					Ofician de informes turísticos

Fuente: Elaboración propia

3.2.2- Antecedentes en Chile: Proyecto de ley para la declaración de Municipio Turístico

Como se ha descrito en el inciso anterior, España ya ha avanzado en la reglamentación para la declaración de municipio turístico. Sin embargo, se encuentran dos elementos relevantes para considerar al momento de analizar estos antecedentes con el fin de aplicarlos en el territorio argentino.

Por un lado, se deberá tener en cuenta el grado de avance en el desarrollo del turismo; y por otro, la realidad política e institucional en la que se circunscribe el municipio dentro del territorio argentino.

Desde el punto de vista del desarrollo turístico, pareciera ser que las realidades son diferentes, ya que el fenómeno turístico se ha impuesto en el territorio español con anterioridad al argentino. En la actualidad, gran parte de los municipios turísticos españoles son destinos en saturación o en el tope máximo de crecimiento, mientras que en Argentina no han llegado a ese ciclo de vida, sino que por el contrario, los destinos turísticos se encuentran en un proceso de desarrollo. Es por eso que se ha considerado interesante reflexionar sobre los antecedentes que presenta Chile en su propuesta de proyecto de ley para declarar a un municipio como MT, ya que el grado de desarrollo turístico es similar al de Argentina.

Desde hace varios años el gobierno chileno viene llevando a cabo diversos programas y acciones tendientes a fortalecer la forma en que los gobiernos locales participan, en el ámbito de su competencia territorial, en la planificación, administración, fomento y promoción del turismo. Estas acciones han puesto de manifiesto la centralidad que ocupan los municipios en el fomento e impulso del sector turístico. Por ésto, han propuesto la creación de un marco jurídico que otorgue competencias, regule atribuciones, beneficios y deberes en materia de turismo, a los municipios que, a partir de ciertas razones y criterios, la autoridad considera necesario estimular a través de algún instrumento.

Szmulewicz P. et al (2007) define las bases para la propuesta de un proyecto de ley de municipios turísticos para Chile. En este trabajo se establece que las razones para otorgar un estatus especial a estos municipios se basan en la singularidad de la estacionalidad, la excepcionalidad de los servicios municipales a prestar y la complejidad en la gestión territorial y residencial, con la consiguiente necesidad de mayores cuotas de financiamiento y descentralización fiscal.

El mismo autor agrega que el municipio finalmente (en un efecto de cascada) carga con la responsabilidad de enfrentarse al consumidor final (el turista) y brindarle todos los servicios públicos que requiere a pesar de las graves carencias de muchos gobiernos locales. Una ley de municipios turísticos vendría a darles la oportunidad de responder adecuadamente a las demandas de la población flotante y de la actividad económica que genera, con los recursos

humanos, materiales y financieros necesarios, en aquellas comunas donde la actividad turística es prioritaria.

Un aspecto fundamental que considera el autor es la conceptualización del término MT. Para ello, toma como antecedente el proyecto de ley de Perú que contempla la siguiente definición: “los municipios turísticos son entidades locales territoriales, cuyos órganos de gobierno promueven el desarrollo local sobre la base del impulso y fomento de actividad turística sostenible, con la finalidad de convertir al municipio en destino turístico nacional y extranjero”. Szmulewicz P. et al (2007)

Luego, el mismo autor (Szmulewicz P. et al (2007)), teniendo en cuenta los requisitos que permiten vincular el concepto desde la teoría hacia parámetros concretos de cuantificación y valoración, propone que: “una comuna turística es la unidad territorial básica, en nuestra organización político administrativa, que cuenta con una amplia y diversa variedad de recursos y atractivos turísticos, posee asimismo una dotación de servicios básicos disponibles para turistas, junto a una planta turística capaz de satisfacer, con niveles de calidad adecuados, los requerimientos de la demanda turística y sus autoridades, públicas y privadas, manifiestan un claro compromiso con la planificación y ejecución del desarrollo turístico sustentable, todo lo cual le ha permitido alcanzar significativas cuotas de afluencias de visitantes”.

Este concepto tiene como elementos fundamentales:

- Presencia de recursos turísticos
- Dotación de servicios básicos y equipamiento de nivel turístico
- Existencia de turistas en volumen importante
- Liderazgo de autoridades públicas y privadas comprometidas con el sector
- Ratificación de una estrategia de planificación y gestión adecuada para el desarrollo turístico

Si bien en el trabajo no se definen las variables que se utilizan para evaluar cada elemento de la definición, un análisis preliminar permite establecer que serían: número de residentes, número de visitantes, número de plazas de alojamiento, contar con recursos naturales o socioculturales de relevancia, existencia de un plan de desarrollo turístico, contar con un área de turismo en la administración local.

A partir de ello, se puede rescatar que las variables que utilizarían son similares a las que consideran las regulaciones españolas. El aporte que agregaría la propuesta chilena es considerar la importancia de definir un concepto claro y preciso para el término MT.

Del análisis de esta información, se puede inferir que existen un conjunto de parámetros acerca de los que hay consenso para utilizar al momento de definir al MT. No obstante, es necesario realizar una serie de consideraciones acerca de la diferente naturaleza jurídica de Chile respecto a Argentina en lo que respecta a su división y organización política.

Desde este punto de vista, las diferencias entre Argentina y Chile son notorias. En el Art. N° 3 de la Constitución de Chile, se establece que es una república unitaria y su territorio se divide en regiones, mientras que Argentina es federal y se divide en provincias.

El carácter unitario provoca que las regiones sean delegaciones del gobierno central de Chile, y que presente una legislación única y similar para todo el país. Sin embargo en Argentina las provincias son autónomas y presentan ciertas facultades, como la de legislar sobre las municipalidades, respetando el principio de autonomía brindado a éstas en la Reforma de la Constitución en 1994. Esto último, queda reflejado en el art. 121 de la Constitución Nacional Argentina, donde establece que “las provincias conservan todo el poder no delegado por esta Constitución al gobierno federal”. Asimismo, en el Art. 123, agrega que: “cada provincia dicta su propia constitución, conforme a lo dispuesto por el art. 5°, asegurando la autonomía municipal y reglando su alcance y contenido en el orden institucional, político, administrativo, económico y financiero”.

En cuanto a la autonomía, la misma se ejerce de manera diferente en ambos países. En Chile, tal como lo define Venezuela Barros (1997), la autonomía para generar recursos propios de las Regiones y Municipios es escasa y, además, no hay precisión sobre cuáles son las verdaderas atribuciones de los gobiernos. Los Municipios tienen un rol muy pasivo respecto al principal impuesto local.

En Argentina, la autonomía llega hasta la sanción de las Cartas Orgánicas municipales (en municipios de más de 5.000 o 10.000 habitantes según la provincia), la posibilidad de crear tasas y de recibir una cuota parte de la Coparticipación Federal.

De todas maneras, si bien queda claro que el nivel de autonomía es diferente en ambos países, esto no tiene efectos directos sino en las atribuciones que surgen a posteriori de la aplicación de la definición a un municipio.

Se retomará el tema de las variables hasta aquí presentadas en el capítulo V, en el que se definirán aquellas que permitan medir el grado de incidencia turística en el ámbito económico y social de un municipio.

CAPÍTULO IV: MUNICIPIO TURÍSTICO BONAERENSE

En los capítulos anteriores, se ha reflexionado acerca de los diferentes contextos a partir de los cuales se puede analizar a los municipios turísticos.

Se han detallado los antecedentes que presenta en la temática el gobierno español, que es el pionero en implementar una legislación que contemple la figura de MT con el fin de propiciar el desarrollo del turismo en su ámbito nacional.

Asimismo, y con el fin de acercarse aún más a la realidad Argentina, se ha considerado la propuesta del proyecto de ley en Chile. Este análisis ha permitido abordar la temática desde el ámbito legal.

Por otro lado, en el marco conceptual, se han presentado definiciones respecto de todos los términos que se utilizan en “municipio turístico bonaerense”, incluyendo aclaraciones para evitar potenciales confusiones en aspectos vinculados específicamente con la cuestión turística.

En este capítulo, se realizan las consideraciones necesarias para arribar a una definición de MTB capaz de contar con todos los elementos de interés para la unidad de estudio.

4.1- Análisis de los conceptos que integran al Municipio Turístico Bonaerense

De acuerdo a lo visto en el marco conceptual, se puede observar que hay varias definiciones que se aproximan al concepto de municipio turístico pero ninguna de ellas lo define claramente. Pareciera ser que es un término que no ha despertado demasiadas controversias y que, muy por el contrario, la mayoría de los autores da por entendida su significación, además de asociarlo, muchas veces, con el término destino o centro turístico. Esto genera inconvenientes al intentar diferenciar aquellos municipios que tienen al turismo como principal actividad económica, de aquellos en los que se presenta como actividad complementaria, ya que cada uno deberá obrar de manera diferente frente al desarrollo de esta actividad, vista desde el aspecto del desarrollo local.

Considerando que es de gran interés definir con precisión el significado de “municipio turístico bonaerense”, es que se considera de utilidad desglosarlo en cada término.

4.1.1- Definición de municipio bonaerense

En cuanto al término "municipio", si se reflexiona acerca de las diferentes definiciones que aportan los autores, se puede arribar a la conclusión de que un municipio tiene ciertas características que lo identifican en tres dimensiones: la institucional, la territorial y la población que lo conforma.

Desde el punto de vista institucional, el municipio es una unidad que cuenta con autonomía político-administrativa, aunque cabe aclarar que, a pesar del mandato constitucional, en la provincia de Buenos Aires aún no se reconoce la autonomía municipal¹⁰.

Siguiendo a Iturburu (2000), se considera que uno de los factores de diferenciación entre municipios es el derecho de ejercer el poder constituyente. Un municipio habilitado para dictar su carta orgánica es intrínsecamente distinto del municipio que no tiene ese derecho. Una vez cumplidos los requisitos que lo habilitan sólo resta la voluntad política de ejercer dicha atribución. El otro factor de diferenciación es el uso concreto de ese derecho, ya que recién allí se ejercita en plenitud la autonomía institucional. Al hacerlo, el marco normativo varía porque es la Carta Orgánica la norma que regula el funcionamiento municipal. Bajo esta perspectiva, son muy escasas las constituciones que conciben una única identidad municipal y aún menos las que prescriben una única forma de gobierno local, tal como se presenta en la Provincia de Buenos Aires.

A partir de ello y siguiendo lo establecido por Villar (2007) se define al municipio bonaerense como de categoría única donde se reconoce en éste a todas las formas de gobierno local (ver Inciso 2.1.2).

En cuanto a la base territorial, tal como lo define Boullón (1990), los municipios se caracterizan por contar con un territorio sobre el cual ejercen su jurisdicción. El mismo, según Villar (2007) puede ser de tipo condado o tipo ejido urbano (ver Inciso 2.1.2). En este caso, cuando se quiere definir al municipio dentro del territorio bonaerense, se toma como municipio condado, es decir que incluye áreas urbanas y rurales; y de esta forma todo el territorio provincial queda dividido en ámbitos de gobiernos municipales.

Por último, teniendo en cuenta a la población, Boullón (1990) agrega que los municipios se identifican por contar con una población residente, integrada por individuos ligados por relaciones de proximidad entre sus domicilios y por las normas socialmente aceptadas y políticamente sancionadas que regulan su coexistencia.

¹⁰ Se puede encontrar más información acerca de la autonomía y la categoría de todos los gobiernos provinciales en la pág. 55 – 59 de la publicación de Municipios Argentinos de Iturburu (2000).

En resumen, se puede definir al municipio bonaerense como aquel de categoría única y de tipo condado. Además se corresponde con tres elementos fundamentales: gestión y organización pública, territorio en el que se circunscribe y población que reside, a la cual representa el gobierno local. Este último tendrá a su cargo la administración de los intereses particulares de la comunidad asentada en dicho territorio y velar por el bien común de la población.

4.1.2- Componentes turísticos que caracterizan al municipio bonaerense

Para considerar la totalidad de los elementos de la definición que se busca establecer, es necesario identificar el componente turístico que se desarrolla en este tipo de municipios. Para ello, se debe tener en cuenta la presencia de atractivos turísticos que permiten el desarrollo de esta actividad, así como la importancia que tiene la actividad turística en la gestión de este tipo de municipios. Y por último, no debe dejarse de lado la principal problemática que la caracteriza: la estacionalidad, que puede ser entendida tanto desde la oferta como desde la demanda

Para analizar el primer elemento es posible seguir a Boullón (1990), que indica que cualquier espacio turístico está condicionado a la presencia de atractivos turísticos. Se puede asumir que los "municipios turísticos bonaerenses" son aquellos que poseen algún recurso turístico relevante y además están situados en localidades accesibles y válidas de explotación turística¹¹ (ver inciso 2.2).

En cuanto a la importancia que presenta el turismo en la gestión municipal, es interesante destacar el aporte de Leiva, R. V. (1997) en el libro "Turismo y Gestión Municipal" que establece que son las municipalidades –en cuanto responsables de asegurar la participación de la sociedad en el progreso económico, social y cultural de su comuna- las que deben intervenir tempranamente en el desarrollo del turismo comunal, para que éste se transforme en una actividad permanente y sustentable, tanto desde el punto vista ambiental como económico. Con el propósito de mantener el equilibrio del sistema turístico, es necesario conocer y controlar los impactos o repercusiones producidas por el libre juego de la oferta y la demanda, potenciar aquellos que son positivos –como la generación de empleo- , y reducir o evitar aquellos que son negativos, por ejemplo, el deterioro del medioambiente por sobreuso. Estas funciones, conocer y controlar, dentro del sistema turístico deben ser asumidas generalmente por las municipalidades, instituciones que cuentan con capacidad de obtener una visión global o sistémica del desarrollo del turismo en la comuna.

¹¹ Cuando se habla de explotación turística, se hace referencia al término turismo que, según la OMT (1993), comprende a las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

Para definir aún más las características que distinguen a los municipios turísticos y la problemática que encierran en su gestión, es interesante resaltar la concepción de Fernández Fuster, L (1991) que argumenta que:

“Un núcleo turístico surge paulatinamente por la afluencia de una corriente turística atraída hacia él. A veces la corriente turística crece inconteniblemente en su rapidez. Sobre la población se superpone otra población flotante y temporal que paga bienes y servicios, pero los exige. La aldea dormida en el tiempo, con estructuras deprimidas y descapitalizadas, contempla con asombro un crecimiento urbanístico y una exigencia de servicios desequilibrados para sus medios de previsión y de realización. Muchas veces el crecimiento se da en las afueras del pueblo, dentro de su término municipal, por buscar preferentemente las playas o las pistas de nieve.

Así se plantea un cuadro de gastos en el que se destacan principalmente los conceptos de presentación de la ciudad con la mejora de calles, plazas, parques y jardines públicos, alumbrado, abastecimiento de aguas, conservación de alcantarillado, recogida de basura, subvenciones para festejos y desarrollo turístico en general. Y, en cambio, los ingresos del Municipio son totalmente insuficientes para dichas atenciones. Se componen de ingresos de Hacienda autónoma, con conceptos eminentemente rurales. En cambio, conforme el núcleo receptor va volcándose hacia el turismo, los impuestos sobre licencias de obras, plusvalías, distintivos, solares sin edificar.

Lo que ocurre es que la recaudación que los municipios obtienen en este reparto se realiza en base a la población de cada municipio, y en ésta no se tienen en cuenta la población flotante y temporal que el turismo envía. Así, dos poblaciones de similar número de habitantes reciben una similar aportación, suficiente en los rurales e insuficiente si es un municipio turístico, por los problemas que se le presentan, urgentes e ineludibles, especialmente en sus comienzos.

La problemática de los municipios turísticos radica principalmente en tres problemas:

- La preparación técnica de sus miembros.
- La instrumentación necesaria para llevar a efecto sus fines.
- Los recursos económicos”.

A partir de lo establecido anteriormente, queda claro que el turismo es un componente importante dentro de la agenda local de aquellos municipios que presentan las características que propician este tipo de actividad.

Por último, es necesario contemplar la estacionalidad que posee la actividad económica en este tipo de municipios, ya que influye directamente con las posibilidades de desarrollo local. En este punto, es interesante destacar que existen dos tipos de estacionalidades. Por un lado aquella que se deriva de la oferta, por ejemplo en destinos de sol y playa o nieve; y por otro aquella que se procede a partir de la demanda que surge de los períodos vacacionales de los turistas.

En este sentido, si el MTB presenta una estacionalidad basada en las características de la oferta, tendrá mayores problemas para evitar los grandes escalonamientos del servicio. Sin embargo, si proviene de la demanda, podrá tomar estrategias (como la promoción de eventos fuera de la temporada o la disminución de los precios, entre otras) que favorecerán a la prestación de los servicios fuera de la temporada alta.

De los párrafos anteriores, se puede concluir que el turismo es una actividad que obliga a los municipios a adoptar una gestión específica considerando las fluctuaciones que se generan en la oferta y demanda de servicios, y que muchas veces puede ser considerado como la base del desarrollo social y económico de la comunidad a la que representa.

4.2- Municipio Turístico y su diferenciación con centro y destino turístico

Varios autores han definido el término destino y centro turístico (ver Inciso 2.4), sin embargo no ha sucedido lo mismo con el concepto municipio turístico. Como se ha mencionado anteriormente, se suele asociar estos conceptos como sinónimos, aunque dado el objeto de este trabajo es fundamental contemplar sus diferencias.

Retomando el análisis comparado entre estos tres vocablos, el que se acerca más a municipio turístico es aquel que define la OMT (2005) de destino turístico, identificándolo como *“ un espacio físico en el que el visitante pasa al menos una noche. Incluye productos turísticos tales como servicios de apoyo y atracciones y recursos turísticos en un radio que permite ir y volver en el día. Tiene unos límites físicos y administrativos que definen su gestión e imágenes y percepciones que determinan su competitividad en el mercado”*.

Esta definición, incorpora los límites administrativos que otros no consideran, y que es justamente el elemento distintivo del municipio. Sin embargo, no especifica si ese límite es local, regional o internacional. Por lo tanto, un destino turístico podría ser un municipio, una provincia o un país.

De esta manera, si al momento de definir al MT, se considera el concepto de destino turístico como sinónimo, se estaría cometiendo dos tipos de errores. Por un lado, el de subestimar al destino turístico considerando que solo tiene alcance local. Por otro, el de incorporar dentro del término municipio a destinos turísticos que no poseen un aspecto fundamental que tiene el municipio: el elemento jurídico administrativo. Esta característica le brinda la capacidad y le otorga la competencia para diseñar e implementar políticas y programas turísticos en pos del desarrollo de la comunidad a la que representa.

Por lo tanto, todo MT puede ser considerado como un destino turístico, pero no todo destino tiene la autonomía para definir sus propias políticas.

De esta manera, se podría establecer que un MT es entendido como aquel destino turístico que comprende la menor unidad territorial delimitada y que además posee la unidad jurídica-administrativa que le permite diseñar e implementar políticas turísticas.

Lo mismo sucede cuando se compara el término con centro turístico. Haciendo referencia a la definición que aporta Boullón (1985) donde establece que es “todo conglomerado urbano que cuenta en su propio territorio o dentro de su radio de influencia con atractivos de tipo y jerarquía suficientes para motivar un viaje turístico”.

Si bien en esta definición se destaca que un centro puede asimilarse a un espacio geográfico urbano, no se demuestra la necesidad de circunscribirse dentro de un gobierno propio que es el elemento esencial que diferencia a un municipio turístico de un centro turístico.

Por lo tanto si se tomaran como sinónimo se podría cometer el error de incluir en la definición de MT a aquellos centros cuyo territorio es inferior a la delimitación de influencia del gobierno local, y por lo tanto, no cuenten con las herramientas necesarias para diseñar las políticas locales orientadas hacia el desarrollo del turismo.

4.3- Hacia una definición propia de Municipio Turístico Bonaerense

Sobre la base del análisis que se ha establecido en los apartados anteriores y considerando la necesidad de adaptarlo al contexto argentino, es que se propone una definición propia de municipio turístico bonaerense.

De esta manera, se define al Municipio Turístico Bonaerense (MTB) como: “la menor unidad territorial con la autonomía político-administrativa que la legislación provincial vigente le permite, que tiene la capacidad de diseñar e implementar políticas y programas, donde el turismo sea considerado la base del desarrollo económico y social de la comunidad”

Como se observa, esta definición está integrada por cuatro componentes:

- 1- Componente territorial del municipio: la menor unidad territorial geográfica
- 2- Componente institucional del municipio: con autonomía político-administrativa que la legislación vigente le permite.
- 3- Componente de gestión municipal: que tiene la capacidad de diseñar e implementar políticas y programas
- 4- Componente económico y social: donde el turismo sea considerado la base del desarrollo económico y social de la comunidad

A partir de esta definición, se puede observar que existen dos elementos fundamentales al momento de caracterizarlos y establecer las variables a partir de las cuales se puede cuantificar al municipio. Ellos son, la existencia de una unidad político-administrativa con capacidad de diseñar e implementar políticas turísticas; y la consideración del turismo como base del desarrollo económico y social de la comunidad (dentro de un territorio delimitado).

El primer elemento hace referencia a los requisitos cualitativos, específicamente: el compromiso de la gestión pública con el turismo y la formalización de la gestión a partir de planes, políticas, programas formalizados y aprobados. El segundo elemento, más fácilmente cuantificable, se encuentra vinculado con las variables que permitan demostrar si el turismo es la base de la economía local, tema que se profundizará en el siguiente capítulo.

CAPÍTULO V: VARIABLES E INDICADORES PARA LA DEFINICIÓN DE MUNICIPIO TURÍSTICO BONAERENSE

En el marco conceptual de este trabajo de tesis se han presentado las diferentes propuestas de indicadores que se vienen utilizando para medir la actividad turística en los distintos contextos de análisis.

A partir de ello, y con el fin de sintetizar el proceso de selección de aquellos que permitan constituir la identificación de un municipio como turístico, se consideran y analizan los indicadores definidos por la OMT y los que establecen las legislaciones españolas.

Para ello, se definen los criterios de selección y se adecuan los indicadores hacia la definición de MTB brindada en el capítulo anterior. Asimismo, se tiene en cuenta la información disponible que posibilitará su consecuente medición en los municipios de la Provincia de Buenos Aires.

Finalmente, se construye un modelo de índice de municipio turístico bonaerense (IMTB) que permitirá evaluar la condición turística de un municipio dado.

5.1- Proceso de selección de las variables e indicadores

A partir del análisis de los indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos definidos por la OMT (Tabla 2), y de las variables que aportan las leyes españolas (Tabla 4), se puede iniciar el proceso de selección de aquellas variables e indicadores que puedan ser de utilidad para evaluar la incidencia del turismo en una localidad y cuantificar el concepto de MTB.

La OMT (2005) propone un conjunto de pautas, estableciendo que los indicadores se deben elegir siguiendo un procedimiento de selección que considera cinco criterios básicos:

- 1- Pertinencia del indicador respecto del problema seleccionado
- 2- Posibilidad real de obtener y analizar la información necesaria
- 3- Credibilidad de la información y fiabilidad de los datos para los usuarios
- 4- Claridad de la información, que será fácil de entender por los usuarios
- 5- Comparabilidad en el tiempo y entre jurisdicciones o regiones

Teniendo en cuenta las pautas propuestas, y poniendo especial atención en el objetivo que se espera alcanzar, se describen los requisitos que se considerarán para la selección de los indicadores:

- a) La pertinencia de la variable con la definición de MTB propuesta en el apartado anterior, es decir, que la misma se relacione con:
 - a.1) la unidad territorial delimitada tiene autonomía político-administrativa
 - a.2) tener la capacidad de diseñar e implementar políticas y programas turísticos,
 - a.3) el turismo sea considerado la base del desarrollo económico y social de la comunidad.
- b) La correspondencia directa con el fenómeno turístico
- c) La variable deberá determinar si el municipio es turístico al momento actual y no relacionarse con la sustentabilidad en el tiempo del mismo, ya que se busca seleccionar aquellos indicadores que valoren la existencia del fenómeno, y no la evaluación de su continuidad en el tiempo.

Se analizarán, en lo que sigue, las variables y los indicadores que propone la OMT, para determinar su utilidad y aplicabilidad en el objeto de estudio. Se redefinen, para ello, a las "cuestiones básicas" que identifica la OMT, como "**variables**" y a los "indicadores básicos" como "**indicadores**".

5.1.1- Análisis de los Indicadores de Desarrollo Sostenible para los Destinos Turísticos según la OMT

Analizando la Tabla 2 del capítulo II, se puede apreciar que las variables consideradas por la OMT no sólo tienen que ver con lo estrictamente turístico, sino que incluyen otras problemáticas como las sociales y ambientales que están relacionadas directamente con el desarrollo sostenible de un destino turístico, objeto de estudio de esa guía práctica.

De esta manera, es posible establecer en un primer análisis, que las variables relacionadas con la problemática ambiental no tienen directa pertinencia con el objeto de este estudio. Esta afirmación no intenta desvalorizar los problemas ambientales, sino más bien especificar los elementos a tener en cuenta a la hora de realizar la selección de indicadores. Por lo tanto, aquellos indicadores que tienen relación con la gestión energética, la disponibilidad y conservación del agua, la calidad del agua potable y el tratamiento de las aguas residuales, no serán considerados.

A continuación se presenta una breve descripción de las variables que en un primer análisis no han sido descartadas, con el fin de contar con mayor información que permita concluir con el proceso de selección.

5.1.1.1- Satisfacción de los residentes con el turismo

Esta variable constituye una medida directa de la opinión real de los habitantes de un partido en relación al turismo y sus efectos. La satisfacción abarca aspectos concretos y otros que dependen de la percepción, como la masificación, el acceso a puestos de trabajo, la participación en los beneficios, etc. La variación del nivel de satisfacción puede ser un indicador de alerta temprana de la existencia de hostilidad o de la posibilidad de que se produzcan incidentes, así como un medio para obtener información sobre problemas y motivos de malestar incipientes antes de que se agraven. Es fundamental para la sostenibilidad de un destino turístico, ya que hace hincapié en la percepción del residente en el beneficio o no que genera el turismo en su comunidad. Sin embargo, no presenta una relación directa con la definición de un MTB ya que el grado de satisfacción de los residentes con la actividad turística y sus efectos es una variable que surge una vez que el fenómeno está establecido en el distrito y no resulta fundamental para definirlo como tal, es decir, no cumple con el requisito c) propuesto en el inciso 5.1.

5.1.1.2- Efectos del turismo en la comunidad

Esta variable incorpora elementos que permiten vislumbrar las consecuencias del turismo para una comunidad y su cultura. Dentro de ellas se encuentran: las actitudes de la comunidad frente al turismo (incluidos acuerdos y cohesión sobre el turismo), los beneficios asociados al turismo, los efectos generales en la vida de la comunidad, los cambios en el modo de vida de los residentes, las cuestiones de viviendas y los indicadores demográficos comunitarios.

Permitirá medir las principales inquietudes locales y a determinar los problemas existentes o incipientes.

Al igual que la anterior, esta variable no será tomada en cuenta ya que no cumple con el requisito c) del inciso 5.1.

5.1.1.3- Mantenimiento de la satisfacción de los turistas

De la satisfacción del turista depende que regresen al destino, lo recomienden a otras personas, o por el contrario, desaconsejen a los demás que lo visiten. Por lo tanto es un importante indicador de la sostenibilidad de un destino a largo plazo. La satisfacción de los turistas se basa en muchos factores diferentes, incluida la gama de lugares de atracción del destino, su posición en el mercado, la calidad de los servicios, las expectativas de los turistas y la experiencia de cada uno de ellos durante su estancia.

Esta variable no cumple con el requisito a) y c) del inciso 5.1, por lo tanto no será considerada para la definición de MTB.

5.1.1.4- Estacionalidad del turismo

La estacionalidad constituye una característica típica de la actividad turística. Las temporadas turísticas, especialmente en el turismo de playa, dependen en gran medida de los ciclos climáticos de los mercados de destino y de origen (factores de expulsión-atracción). Las estacionalidades muy marcadas provocan problemas de desempleo temporario, escasas inversiones e infraestructura ociosa durante gran parte del año.

Es sabido que puede existir un MT que presente una marcada estacionalidad, o aquel que haya podido subsanar esta problemática a partir de las propiedades de sus recursos y/o por la gestión en actividades turísticas, y no por eso dejará de ser un MT. De este modo, a pesar de ser una cuestión directamente relacionada con la actividad turística, no se puede decir que es un elemento que permite caracterizar al municipio. Por lo tanto, no se incluirá esta variable para la valoración de la definición de MTB.

5.1.1.5- Beneficios económicos del turismo

El turismo puede atraer inversiones y oportunidades laborales a un destino, así como requerir inversiones en servicios e infraestructura del sector público. Una comunidad necesita evaluar la rentabilidad de su propia inversión en turismo, de los empleos directos e indirectos creados, de la renta percibida por el gasto turístico, de los impuestos obtenidos con las actividades turísticas y de cualquier aumento del valor patrimonial. Estas consideraciones económicas permitirán conocer el comportamiento del municipio.

Se considera que esta variable es fundamental para la definición de MTB, ya que conocer la principal actividad económica del municipio claramente define su perfil, y permite determinar qué acciones tendrán impacto significativo sobre su desarrollo. Es por eso que, cuantificar la influencia del aporte económico del turismo sobre el total de la actividad económica del distrito, será muy importante para definirlo como turístico. Esta variable será incluida en la cuantificación de la definición.

Se considerarán entonces los indicadores que propone la OMT para esta variable:

Indicadores:

- Nº de residentes (y relación hombres-mujeres) contratados en el sector turístico
- Proporción de empleo en el sector turístico respecto del empleo total

- Ingresos generados por el turismo como porcentaje de los ingresos totales generados en la comunidad

5.1.1.6- Control del desarrollo

Si no existen procesos de control sobre el desarrollo, la comunidad en general y la industria turística en particular, tendrán escasas herramientas para monitorear y conocer el grado de avance en el mismo, y así determinar si se está caminando o no hacia el tipo de destino que desean.

Hay dos elementos importantes e interrelacionados en la actividad de control: la existencia de un proyecto/programa de planificación que se implemente como un proceso en el municipio y la capacidad de supervisión del cumplimiento de la normativa para el control de áreas específicas.

Los planes de ordenamiento territorial y los controles sobre el desarrollo pueden variar enormemente en alcance, forma y contenido, sin embargo resulta de gran importancia identificar su existencia en un municipio.

En un primer análisis, se considera que esta variable podrá incluirse en la definición de MTB ya que hace referencia a la estructura interna de un municipio y refleja la importancia que se le otorga a la actividad en el ámbito municipal. Sin embargo, en los próximos apartados, será necesario analizar el grado de adecuación de esta variable a la realidad argentina, y en particular a la provincia de Buenos Aires. .

Indicadores:

- Existencia del algún proceso de planificación territorial o desarrollo que incluya el turismo
- Porcentaje del área sometida a algún tipo de control (densidad, diseño, etc.)

A partir del análisis anterior, quedan definidos como posibles indicadores útiles aquellos propuestos para las variables "**beneficios económicos del turismo**" y "**control del desarrollo**".

Sin embargo, falta aún analizar la posible incorporación de otros indicadores que tengan una relación directa con la definición de MTB que no hayan sido propuestos por la OMT, como es el caso de los que se definen a partir de los requisitos que establecen las legislaciones españolas al momento de delimitar a un municipio como turístico. Este análisis se realizará en el próximo apartado.

5.1.2- Análisis de las variables e indicadores de las Leyes Españolas

Para analizar las variables e indicadores que se incluyen en la legislación española, es necesario remitirse a la Tabla 4 que se presentó en el capítulo III. En la misma se presentan las variables clasificadas en cuantitativas y cualitativas y se puede observar que la normativa de declaración de municipios turísticos no es homogénea en todas las Comunidades Autónomas de España.

Dentro de las variables cualitativas, los dos elementos fundamentales considerados son la existencia de recursos turísticos relevantes y la de un plan turístico o área de turismo en el gobierno local.

Asimismo, se puede visualizar que el primer requisito es considerado por todas las CCAA, salvo Cantabria, que tiene como único parámetro cualitativo la existencia de un programa de promoción y fomento del turismo sostenible.

Por otro lado, la incorporación del elemento planificación turística es reiterada en todas las comunidades, exceptuando a Cataluña.

Por último, cabe destacar que Galicia es la única que incorpora como requisito cualitativo la existencia de un área de turismo local dentro del municipio.

En cuanto a los requisitos cuantitativos, se puede apreciar una diferencia aún mayor entre las CCAA. Por un lado, no todas las comunidades consideran la misma cantidad de requisitos ni presentan el mismo grado de exigencia. De esta manera, Andalucía, Aragón y Cantabria requieren el cumplimiento simultáneo de tres de ellos, mientras que Cataluña y Galicia sólo de dos.

Asimismo, se puede apreciar que Aragón es la CCAA que tiene parámetros más exigentes, utilizando como medida de inclusión, en todos los casos, que el valor de la variable turística duplique el valor de la variable no turística.

En contraposición, Cantabria no especifica en ninguno de los casos una medida concreta, indicando sólo expresiones subjetivas, tales como: “considerable”, “significativos”, “una parte importante”, situación que hace más difícil la tarea del evaluador al momento de definir si un municipio es turístico o no. Sin embargo, esta Comunidad incorpora una variable fundamental que el resto de las CCAA no tiene en cuenta, que es la consideración del aporte económico del turismo, expresado en términos de que “la actividad turística representa una parte importante de la economía”.

Andalucía incorpora dos nuevas variables. Una hace referencia a los visitantes, con el fin de incluir a aquellos municipios que se encuentran cercanos a los grandes centros emisivos y reciben una gran afluencia de visitantes, muchas veces, mayor a la de los turistas. La otra

variable tiene relación con la cantidad de habitantes, estableciendo que sólo podrá solicitar la declaración de MT, aquel que tenga una población mayor a los 5.000 habitantes y menor a 100.000.

A modo de síntesis, se presenta a continuación un listado de las variables que podrían adoptarse para el objeto de este trabajo que son utilizadas en la legislación española:

Variables cuantitativas:

- Nº de turistas medido en pernотaciones
- Nº de plazas de alojamiento turístico
- Nº de visitantes
- Nº de residentes
- Nº de segundas residencias
- Turismo como base de la economía

Variables cualitativas:

- Recursos turísticos relevantes
- Planificación turística
- Área de turismo Local

5.1.3- Adaptación de variables e indicadores

5.1.3.1. Adoptadas desde la OMT

Como hemos mencionado, de las variables e indicadores propuestos por la OMT, surgen como centrales para este trabajo dos variables. La primera relacionada con los beneficios económicos del turismo que incluye los indicadores de: proporción de empleo en el sector turístico respecto del empleo total e ingresos generados por el turismo como porcentaje de los ingresos totales generados en la comunidad.

La segunda, relacionada con el control del desarrollo, donde se considera la existencia del algún proceso de planificación territorial o desarrollo que incluya el turismo, y la existencia de algún porcentaje del área del destino sometida a algún tipo de control.

En cuanto a la variable **beneficios económicos del turismo**, se observa que existen dos tipos de indicadores. Por un lado aquellos referidos a la **importancia económica del turismo** en relación al resto de las actividades del municipio, y por otro aquellos que hacen referencia al **empleo turístico**.

En relación a la **importancia económica del turismo**, el camino más adecuado parece ser un enfoque a través de los **ingresos turísticos**, aunque es necesario realizar un análisis para determinar el indicador más representativo.

Para ello, se tomará como referencia lo establecido por Ball F. e Ibáñez J. (2009), que realizan un análisis económico del sector a través de una estimación del aporte de la industria de viajes y turismo en el producto bruto geográfico (PBG). De esta manera, utiliza el enfoque de barrido transversal por todas las actividades económicas consideradas en el sistema de cuentas regionales y calcula cuál es el aporte estimado de viajes y turismo en el PBG. Esto se realiza a partir de la generación de valor agregado en los sectores en los que impacta esta actividad.

Las actividades económicas que se contemplan en el PBG (Ver Anexo 5) se dividen en: actividades primarias y extractivas; industria manufacturera; construcción; comercio al por mayor y menor y reparación; hoteles y restaurantes; transporte, almacenamiento y comunicaciones; intermediación financiera y otros servicios financieros; servicios inmobiliarios, empresariales y de alquiler; administración pública, defensa y seguridad social.

Teniendo en cuenta que dentro de las actividades económicas que integran el PBG no aparece discriminada la actividad turística, se tomarán para la definición del indicador aquellas actividades económicas que pueden ser generadas mayoritariamente a partir de la existencia de actividad turística en el municipio, a partir del cálculo del producto bruto turístico (PBT).

De esta manera, los rubros hoteles y restaurantes (HyR) son sin duda, referentes de las actividades que tienen mayor relación con el turismo, ya que son dos de los servicios que se consideran dentro de lo que la OMT establece como “característico del turismo”¹². Este único elemento será suficiente en los casos donde la oferta del alojamiento turístico de un municipio se basa en la hotelería. Sin embargo, es sabido que existen destinos turísticos donde el alquiler de segundas residencias es el que se prioriza al momento de elegir la estadía. Por lo tanto, es necesario considerar a los servicios inmobiliarios, empresariales y de alquiler (SIEA) como contribución generada a partir del turismo en esos destinos turísticos, que pueden o no ser municipios, en la provincia de Buenos Aires.

De esta manera, se podrá definir el PBT a partir de dos indicadores que surgen, específicamente, de la manera de analizar los resultados. Uno mide la contribución que generan en un municipio dado, las actividades de hoteles y restaurantes más los servicios inmobiliarios,

¹² Incluye a aquellos que dejarían de existir o su consumo se vería sensiblemente disminuido si no existiera la actividad turística. Lo integran los servicios de alojamiento, de provisión de alimentación y bebidas, de transporte de pasajeros, de agencias de viajes, tour operadores y guías de turismo, culturales, recreativos y otros servicios de esparcimiento y los servicios turísticos diversos (que incluyen a los servicios financieros y de seguros y otros como los de alquiler de bienes y otros servicios turísticos). OMT (2000)

empresariales y de alquiler, en relación al PBG del municipio. El otro mide la misma contribución pero en relación al resto de las actividades que conforman el PBG.

La debilidad que presenta este indicador es que no considera la contribución total que realizan aquellos turistas que, siendo dueños de segundas residencias, deciden vacacionar en el destino.

El **empleo turístico** no genera demasiados problemas al momento de definirlo. Sólo se deberán tener en cuenta las alternativas posibles de presentar el indicador en base a la información disponible y los resultados que se quieran medir. De esta manera, es posible optar nuevamente por dos indicadores. El primero que evalúe la proporción del empleo turísticos en relación al total del empleo generado en un municipio, y el segundo que lo analice respecto al empleo generado por otras actividades, distintas al turismo.

Sintetizando, para las variables vinculadas con **beneficios económicos del turismo**, se adoptarán:

- **Para ingresos turísticos:**

- Porcentaje de los ingresos generados por el turismo sobre los ingresos totales generados en el partido; $PBT/PBG * 100$, ó
- Porcentaje de los ingresos generados por el turismo sobre el resto de los ingresos generados por otras actividades en el partido; $PBT / (PBG - PBT) * 100$

- **Para empleo turístico:**

- Porcentaje de empleo en el sector turístico respecto del empleo total, ó
- Porcentaje de empleo en el sector turístico respecto al empleo generado por otras actividades.

Finalmente, la variable llamada **control de desarrollo** por la OMT, no sólo hace referencia a la planificación del municipio, sino también al porcentaje del área sometida a algún tipo de control. Las leyes españolas, en cambio consideran relevantes la planificación turística y la existencia de un área de turismo en el gobierno local, que si bien tiene relación con el control de desarrollo, hacen básicamente a la variable de la **gestión turística**.

Para este trabajo, se considera pertinente modificar la variable de control de desarrollo por la de gestión turística con el fin de concentrar el análisis sólo en el compromiso del municipio en la gestión del área y descartar el indicador propuesto por la OMT, que incluye porcentaje del área sometida a algún tipo de control. De esta manera, quedará modificada la variable **control de desarrollo** por la de **gestión turística** incorporando el indicador de **existencia de un área de turismo en el gobierno local**, que es objetivamente verificable. De la misma manera, se

descartará la posibilidad de medir este indicador a través de la existencia de algún proceso de planificación territorial o desarrollo que incluya el turismo, ya que el sólo hecho de que exista un plan, no es un elemento suficiente para determinar la importancia del turismo en la gestión local. Sería necesario considerar el grado de implementación y aplicación del mismo, tarea que traspasa el análisis objeto de este estudio.

A continuación, se analizarán las variables e indicadores que puedan cuantificar la definición que no hayan sido propuestos por la OMT, sino que aparecen en las leyes españolas y que permiten completar esta propuesta.

5.1.3.2. Adoptadas a partir de la Legislación Española

Al momento de seleccionar las variables a partir de las propuestas en las leyes españolas, considerando que los requisitos están orientados básicamente a la declaración de MT, no queda duda acerca de la pertinencia de las mismas con la definición, ni la correspondencia directa con el fenómeno turístico. Por lo tanto, se observará fundamentalmente la posibilidad de aplicar dichos requisitos en Argentina, teniendo en cuenta no sólo la información disponible sino también el grado de desarrollo de la planificación turística.

Tal como se ha mencionado oportunamente, estas variables se pueden dividir en cuantitativas y cualitativas. Las primeras tienden a medir el porcentaje de turistas respecto a la población local, a través de la cuantificación de número de turistas medido en pernотaciones, número de plazas de alojamiento turístico, número de visitantes o número de segundas residencias. Además aparece la importancia de la actividad turística en la economía local.

Dentro de las variables cualitativas surgen dos elementos importantes. Por un lado, la existencia de recursos turísticos relevantes que generen actividad turística, y por otro, la formalización de la gestión local a través de la existencia de planes de desarrollo turístico y/o la de un área de turismo en la gestión local.

A partir de esta información, se puede decir que las variables españolas que podrían ser utilizadas son: cantidad de plazas de alojamiento turístico en relación a la cantidad de residentes ó el porcentaje de turistas medidas en pernотaciones en relación a los residentes, el porcentaje de segundas residencias sobre las primeras residencia, la existencia de recursos turísticos relevantes y la existencia de un plan de desarrollo turístico o de un área de turismo en el gobierno local.

Retomando el análisis de la Tabla 4, se puede inferir que las variables **número de plazas de alojamiento turístico** y **número de turistas medido en pernотaciones**, se pueden relacionar con el **número de residentes habituales**, con el fin de determinar una relación entre los

habitantes permanentes y los turistas presentes en dicho municipio durante un período de tiempo. Estas variables hacen referencia a la **afluencia turística** de un municipio.

Lo mismo sucede con el **número de segundas residencias**, que son consideradas principalmente en aquellos municipios donde la característica esencial es el turismo residencial. En éstos, la oferta de alojamiento hotelero y extra-hotelero no es tan importante como la de casas de alquiler o de casas de fin de semana.

Por otro lado, el **número de visitantes** refleja importancia en las leyes españolas para aquellos municipios que se emplazan a poca distancia de los grandes flujos emisivos, lo que provoca una gran afluencia de visitantes, que muchas veces pueden superar al número de turistas. Sin embargo, esta variable no refleja tal importancia en Argentina (aún menos en la provincia de Buenos Aires) ya que no se presentan antecedentes sobre destinos en los que los visitantes alcancen a superar la afluencia de turistas.

Por lo tanto, considerando las variables número de plazas de alojamiento turístico, número de turistas medido en pernoctaciones, número de residentes y número de segundas residencias, se está en situación de determinar una nueva variable que hace referencia a la “**afluencia turística**”, que establecerá la relación del flujo turístico respecto a la población permanente.

Un párrafo aparte merece la variable de **existencia de recursos turísticos relevantes** en el municipio. Si bien esta variable es importante en las legislaciones españolas, no se considera necesaria su incorporación en este análisis ya que se supone que si el municipio cuenta con una afluencia de turistas considerable, existe al menos un recurso turístico que motiva dicha afluencia. Por lo tanto, a los fines de este trabajo, no será necesario establecer el tipo de recurso turístico ni la relevancia del mismo.

En cuanto a la variable de existencia de un plan de desarrollo turístico o área de turismo en la gestión local, ya se analizó con anterioridad al momento de definir la variable de **gestión turística**.

Hasta aquí se han redefinido y complementado las variables e indicadores de ambos casos testigos con el fin de arribar a una posible delimitación de aquellos que aportarán a cuantificar la definición de MTB. Sintéticamente, se propone el uso de los siguientes indicadores turísticos:

Empleo turístico (ET)

- Porcentaje de empleo en el sector turístico respecto del empleo total ó del empleo generado a partir de otras actividades

Ingresos Turísticos (IT)

- Porcentaje del PBT (IHyR+ ISIEA) respecto al PBG del partido ó del resto de las actividades del PBG

Gestión Turística (GT)

- Existencia de un área de gestión del turismo en el gobierno local

Afluencia Turística (AT)

- Porcentaje de plazas de alojamiento turístico respecto a la población local

Es posible ahora reorganizar este análisis en tres variables:

- a) La que hace al turismo como actividad característica, que se denominará “**variable turística**”.
- b) La que relaciona la actividad turística con el resto de las actividades económicas del municipio, que se denominará “**variable económica**”.
- c) La que tiene que ver con la decisión política de gestionar la actividad turística, que se denominará “**variable de gestión**”.

La **variable turística** hace referencia a la principal característica que identifica a todo destino turístico y a partir del cual se condiciona el funcionamiento del mismo. Se trata de la afluencia de turistas, es decir, de la cantidad de turistas que recibe un municipio y su relación con la población local. Si un municipio recibe, durante un período de tiempo, de manera sistemática, un número mayor de turistas a la cantidad de habitantes permanentes, estamos frente a un municipio donde el turismo es una actividad importante. Para su cuantificación se incluirá el indicador **afluencia turística**.

La **variable económica** es esencial para fundamentar la base de la definición del MTB. Como se ha expresado en apartados anteriores, la definición de un MTB incluye la consideración acerca de la actividad económica principal, adoptando la condición de que ésta radique en el turismo. Pero será necesario establecer parámetros que puedan diferenciar a un municipio cuya principal actividad sea el turismo de aquel en el que la actividad turística es complementaria.

Dentro de esta variable se incluirán los indicadores correspondientes a **empleo turístico e ingreso turístico**.

Por último, se considera la **variable de gestión**, que se relaciona básicamente con el hecho de que se está analizando a un municipio y éste tiene la capacidad de diseñar e implementar políticas, elemento que lo diferencia de cualquier centro o destino turístico que no se integre como un municipio. Es por eso que se considera imprescindible incluir variables e indicadores que reflejen la voluntad política de un municipio para desarrollar el turismo. Para ello, se incluirá como indicador de **gestión turística** la existencia o no de un área de turismo dentro del gobierno local.

5.2-Descripción de los indicadores y variables para la cuantificación de los MTB

Se describirá a continuación el conjunto final de variables e indicadores seleccionados para las tres dimensiones. Se incorporan además los potenciales valores límites de los parámetros a partir de los cuales se clasificarán los municipios y la determinación de la fuente para la obtención de datos.

5.2.1- Variable turística

a) Indicador: Afluencia turística

AT= N° de plazas turísticas en el municipio (hoteleras +extrahoteleras+ 2° residencias)/ N° de residentes habituales del municipio.

Descripción:

Está claro que uno de los problemas que debe afrontar un municipio turístico es la existencia de una población flotante durante cierta temporada del año. Este tipo de población está compuesta por turistas que requieren los servicios básicos del municipio pero que no contribuyen directamente con el presupuesto local. Es por eso que contemplar este tipo de indicador es fundamental para determinar si un municipio es turístico o no.

A continuación se definirán los conceptos que están incluidos dentro de este indicador.

Plazas: cantidad de personas que se pueden alojar en un determinado tipo de alojamiento.

Plazas Hoteleras: comprende la cantidad de turistas que se pueden alojar en modalidades tales como: hotel, apart hotel, cabañas o bungalows, hostería u hostel y residencial u hospedaje.

Plazas Extra-hoteleras: comprende a la cantidad de turistas que se pueden alojar en camping y en segundas residencias. Para realizar el cálculo de cantidad de plazas en camping, se supone 4 personas por carpa

Segundas residencias: son aquellas viviendas que se utilizan para fines turísticos y no comprende la vivienda permanente del propietario. Se determina a partir de la cantidad de viviendas deshabitadas en el municipio fuera del período de temporada alta.

Residentes habituales: comprende la cantidad de habitantes que viven de manera permanente en el municipio.

Para medir la afluencia turística se pueden tomar dos caminos. Uno es hacerlo a partir de la demanda. El comportamiento de la demanda es la forma ideal para definirla ya que determina el número exacto de turistas que vacacionan durante un período determinado en un destino. Sin

embargo, conocer la cantidad de turistas que llegan a un destino dado no es una tarea sencilla ya que requiere de la existencia de controles de ingresos de visitantes en todos los accesos y salidas del destino y el procesamiento de los datos estadísticos por parte de la gestión local. Además resulta difícil diferenciar el ingreso de turistas con los excursionistas.

La segunda opción es medirla a partir de la oferta. Si bien los datos que se obtienen no logran mostrar la realidad con precisión (ya que se mide la capacidad de alojamiento y no la cantidad real de turistas), se puede obtener con mayor facilidad ya que puede hacerse relevando la capacidad de alojamiento disponible en el municipio.

Para determinar el valor que debiera tomar este indicador, se tomará como antecedente lo manifestado en las legislaciones de Cataluña (Ley 13/2002) y Andalucía (Ley 12/1999), que consiste en exigir simple superioridad de las variables turísticas en relación con las variables permanentes.

Por lo tanto, cuanto mayor sea el número que surge entre la capacidad hotelera y extra-hotelera (incluidas las segundas residencias) respecto a la cantidad de residentes, con más seguridad podrá asumirse que la actividad turística tiene una gran importancia local.

En cuanto a la evaluación del indicador, para conocer el número de plazas hoteleras y extra-hoteleras, así como las residencias habituales se consultará a los registros municipales y en caso de que no exista esa información se procederá a realizar un relevamiento específico en el territorio.

Para conocer el número de segundas residencias se consultará el Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas realizado por INDEC en el año 2010, donde se determinan las viviendas deshabitadas.

5.2.2- Variable económica

Para cuantificar la variable económica se tomarán dos indicadores: empleo turístico e ingreso turístico. Como se ha analizado con anterioridad existen dos maneras posibles de presentarlos de acuerdo a la información disponible. En principio, se optará por analizar las actividades turísticas respecto del resto de las actividades generadas en el municipio.

a) Indicador: Empleo turístico

$ET = N^{\circ}$ de empleos por actividades relacionadas al turismo / N° de empleos por otras actividades en el partido

Descripción:

Una manera de definir el impacto del turismo en el territorio local es a partir de la generación de empleo de este sector. Para determinar las empresas que demandan recursos humanos para la prestación de servicios turísticos, se considerará la definición de los “productos característicos del turismo” establecida por la OMT, que propone que se entienda por estos productos a aquellos que dejarían de existir o su consumo se vería sensiblemente disminuido si no existiera la actividad turística. Lo integran los servicios de alojamiento, de provisión de alimentación y bebidas, de transporte de pasajeros, de agencias de viajes, tour operadores y guías de turismo, culturales, recreativos y otros servicios de esparcimiento y los servicios turísticos diversos (que incluyen a los servicios financieros y de seguros y otros como los de alquiler de bienes y otros servicios turísticos). No siempre es posible disponer de toda la información para la evaluación de este indicador.

Para determinar el valor que debiera tomar, no se dispone de antecedentes a considerar como orientación, por lo tanto se optará por algún porcentaje representativo de la generación de empleo a través del turismo respecto al empleo generado por otras actividades en el municipio.

Para su evaluación, se podrá consultar la Encuesta Permanente de Hogares (EPH) llevada a cabo por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) conjuntamente con las Direcciones Provinciales de Estadística (DPE). En caso de que esta información no se encuentre disponible, se deberá recurrir a encuestas periódicas elaboradas por el municipio, que podrán ser un requisito en caso de que les resulte conveniente a los municipios ser considerados como MTB.

b) Indicador: Ingreso turístico

$IT = \frac{PBT (IH_yR + ISIEA)}{PBG - PBT} \text{ del distrito} * 100.$

Descripción:

Los ingresos turísticos son cuantificados a partir de la proporción entre el PBT y el resto de las actividades que aportan al PBG del distrito. Para definir el PBT, se toman en cuenta aquellas actividades que comprende el PBG que tienen una relación directa con el turismo. De esta manera, el PBT se define a partir de los ingresos generados por hoteles y restaurantes (IH_yR) y los ingresos generados por los servicios de inmobiliarias, empresariales y de alquiler (ISIEA).

En cuanto a la tendencia de este indicador no se tienen antecedentes orientativos, por lo que se optará por definir algún porcentaje representativo de la generación de riqueza a través del turismo respecto al resto de los ingresos generados en el partido.

Uno de los problemas de utilizar este indicador es que existan mediciones con la frecuencia suficiente. Es sabido que disponer todos los años de una estimación del PBG es casi imposible,

ya que su medición histórica indica que esta estimación se realiza con poca frecuencia. Como alternativa se pueden tomar las estimaciones existentes y utilizar algún método de actualización que permita estimar una variable proxy a partir de un dato existente.

5.2.3- Variable de gestión

a) Indicador: Gestión turística

Existencia de un área de turismo dentro del gobierno local

Descripción:

Una medida de la importancia que se le otorga a la actividad turística dentro del gobierno local está dada por la existencia de un área específica dentro de la estructura de gobierno. La manera de evaluar este indicador será simplemente la determinación de su existencia.

En cuanto a la tendencia de este indicador, será necesario establecer si el área debería ser una Dirección de Turismo, una Secretaría de Turismo o simplemente una Oficina de Informes Turísticos.

Se adoptará como parámetro la existencia de una Dirección de Turismo, o cualquier figura equivalente dentro del organigrama de gobierno municipal. Esto implicaría un compromiso medio con la actividad. La existencia sólo de una oficina de informes, no reflejaría el compromiso que se requiere con la actividad. Por otro lado, si la exigencia es el grado de Secretaría, quizás sólo por cuestiones de índole presupuestaria queden afuera un conjunto de municipios que son turísticos pero que no estén en condiciones de permitirse este rango.

La información para evaluar este indicador se podrá obtener consultando las publicaciones oficiales del municipio respecto a la organización de su gestión.

A continuación se presenta la Tabla 5, con un resumen de las variables e indicadores que se proponen para cuantificar al MTB.

Tabla 5: Descripción de las variables e indicadores definidos para los MTB

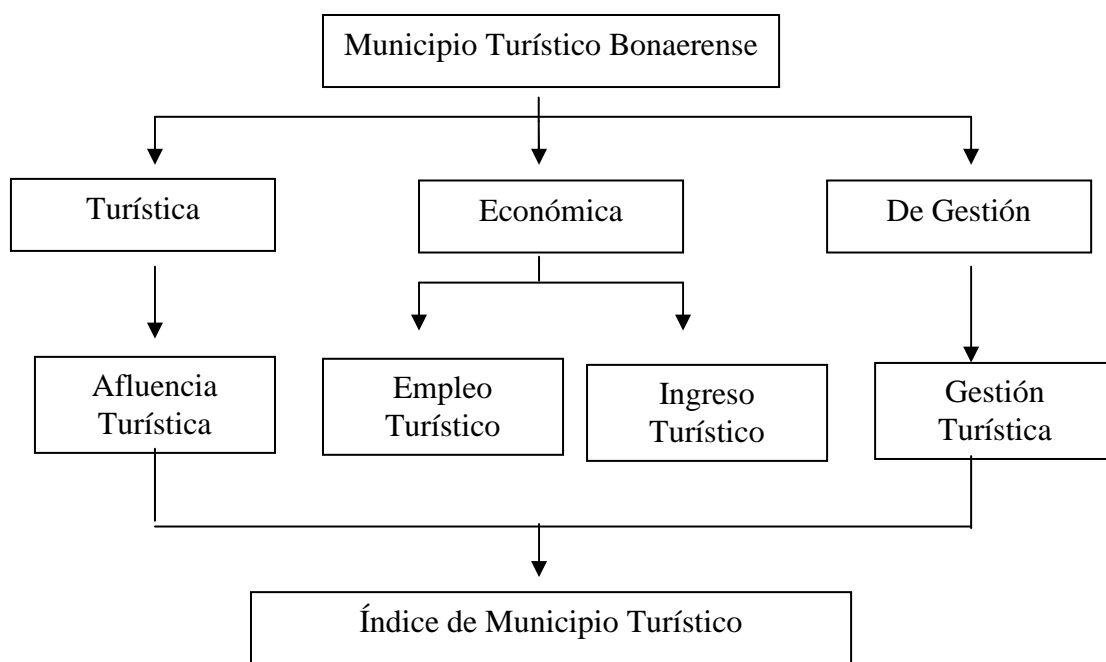
Variable	Indicador	Descripción	Indicador	Fuente
Turística	Afluencia Turística	Importancia del flujo turístico sobre la población local	Nº de plazas turísticas en el municipio (hoteleras +extrahoteleras+2º residencias) / Nº de residentes del municipio	Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas realizado por INDEC en el año 2010 Relevamiento específico en el municipio -2010
Económica	Empleo Turístico	Importancia del empleo turístico en el municipio	Nº de empleos por actividades relacionadas al turismo / Nº de empleos por otras actividades en el partido	Encuesta permanente de hogares -EPH Relevamiento específico
	Ingreso Turístico	Importancia económica del turismo en relación al resto de las actividades	PBT (IHyR+ ISIEA) / (PBG – PBT) del municipio	Dirección Provincial Estadística 2003. Ministerio de Economía de la Provincia de Buenos Aires Relevamiento específico
De Gestión	Gestión turística	Importancia del turismo en la agenda del gobierno local	Área de turismo dentro del gobierno local	Relevamiento específico

Fuente: Elaboración propia

5.3- Esquema para la construcción de un Índice para la cuantificación del concepto MTB

Con el avance realizado en los apartados anteriores, se está en condiciones de definir, teniendo en cuenta el proceso de operacionalización presentado en el apartado 2.5.1.1, un esquema con las relaciones del concepto especificado (MTB), las dimensiones que lo describen (Turística, Económica, De Gestión), los indicadores elegidos para cuantificar estas dimensiones (Afluencia Turística, Empleo Turístico, Ingreso Turístico y Gestión Turística) y un potencial Índice que nos permitirá cuantificar la definición propuesta. El mismo se presenta en la Figura 3.

Figura 3: Resultado del proceso de operacionalización para el concepto MTB



Fuente: Elaboración propia

En lo que sigue, se trabajará en la definición del Índice propuesto, teniendo especial consideración en la información disponible.

5.4- Definición de un Índice de Municipio Turístico Bonaerense (IMTB)

En este apartado se propone determinar el IMTB con el fin establecer si un municipio es o no turístico, o en su defecto, cuál es el grado de importancia de la actividad turística en el municipio en relación al total de sus actividades.

Una de las cuestiones que surgieron de esta evaluación se relaciona con la posibilidad de llevar a cabo un ranking que indique con diferente grado el índice “turístico” de un municipio. Sin embargo, es evidente que para poder construir un ranking es necesario disponer de información de un conjunto de municipios (óptimamente de todos los existentes en el área de estudio) y a partir de ello poder construirlo utilizando comparaciones relativas. No obstante, puede darse el caso, y es la circunstancia de este trabajo, en el que solo se dispone de información para un municipio. Por esta razón es que se presentan dos casos posibles. El primero, es en el que se comparan varios municipios para determinar cuál de ellos es “más turístico” y se puede establecer un orden para definir el grado de importancia relativa del turismo en un municipio respecto de los otros. El segundo caso se aplica cuando sólo se está analizando un municipio. A continuación se presenta el detalle de análisis para cada caso.

5.4.1- Caso A: IMTB obtenido a partir de la comparación de varios municipios

Para determinar este índice se debe definir cuándo un municipio es "más turístico" en comparación con otros municipios. Para ello, se adopta la siguiente definición: un municipio será de mayor naturaleza turística con respecto a otro cuanto mayor sea la diferencia entre cada indicador y el promedio de ese mismo indicador resultante en todos los municipios medidos.

Para comparar a los municipios se propone elegir un criterio de normalización de los indicadores, es decir, se debe elegir un mecanismo que permita independizar el resultado del indicador de las unidades de medida que se utilicen para el mismo. Uno normalmente utilizado es estimar cada indicador con respecto al promedio del grupo de indicadores para todos los municipios.

Para estimar el indicador agregado, se llevará a cabo para cada indicador el cociente entre cada Indicador x y el mismo Promedio del Indicador x . Una vez estimado para cada indicador y por cada municipio, se lleva a cabo la suma de los cuatro indicadores previstos para este caso y se ordena el resultado de mayor a menor. Los municipios con mayor valor de la suma son los que se deben considerar como “más turísticos”.

En la tabla 6 se presenta un ejemplo con valores supuestos donde se puede observar que el municipio “más turístico” es el 4, le sigue el 1, después el 2 y finalmente el menos turístico es el

3. En este caso se considera cada indicador con el mismo peso, es decir, se establece la misma ponderación del valor para cada uno.

Sin embargo, se podría pensar que existen indicadores que son más importantes que otros al momento de determinar cuán turístico es un municipio. Es decir, el valor del IMTB, se podría haber definido suponiendo que cada indicador tiene una influencia diferente. Esta ponderación se puede determinar de manera subjetiva consultando a un experto que aplicará el criterio en base al conocimiento, en función de las circunstancias. O bien, puede ser el resultado de la voluntad política de dar diferente valor a los indicadores utilizados.

De esta manera, se puede pensar, por ejemplo, que la importancia relativa de afluencia turística es del 50%, del ingreso turístico es del 30%, del empleo un 10% y de la gestión turística un 10%. Al aplicar este supuesto al ejemplo anterior se obtendrían los resultados que se presentan en la tabla 7.

En este ejemplo se puede observar que proponiendo una ponderación, se pueden obtener resultados diferentes. Ahora resultaría “más turístico” el Municipio 1, le sigue el 4, luego el 2 y por último el 3.

Esta es la forma que se propone utilizar para obtener un IMTB a partir de la comparación entre varios municipios. Sin embargo, y como ya hemos mencionado, no siempre se puede contar con esta información, y de todos modos, no siempre es de interés un resultado comparativo. En el próximo apartado se analizará el caso de un solo municipio.

Tabla 6: Ejemplo de IMTB obtenido a partir de la comparación de varios municipios sin ponderación de los indicadores

INDICADOR	Municipio 1	Municipio 2	Municipio 3	Municipio 4	Promedio	Municipio 1	Municipio 2	Municipio 3	Municipio 4
Afluencia Turística	7,47	6,3	8	7	7,19	1,04	0,88	1,11	0,97
Ingreso Turístico	1,81	1,9	1,7	1,6	1,75	1,03	1,08	0,97	0,91
Empleo Turístico	0,92	1	0,7	1,1	0,93	0,99	1,08	0,75	1,18
Gestión Turística	1	1	0	1	0,75	1,33	1,33	0,00	1,33
IMTB						4,39	4,37	2,84	4,40

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7: Ejemplo de IMTB obtenido a partir de la comparación de varios municipios con ponderación de los indicadores

INDICADOR	M 1	M 2	M 3	M 4	Promedio	M 1	M 2	M 3	M 4	Ponderación	M 1 Pdo	M 2 Pdo	M 3 Pdo	M 4 Pdo
Afluencia Turística	7,47	6,3	8	7	7,19	1,04	0,88	1,11	0,97	50%	0,52	0,44	0,56	0,49
Ingreso Turístico	1,81	1,9	1,7	1,6	1,75	1,03	1,08	0,97	0,91	30%	0,31	0,33	0,29	0,27
Empleo Turístico	0,92	1	0,7	1,1	0,93	0,99	1,08	0,75	1,18	10%	0,10	0,11	0,11	0,12
Gestión Turística	1	1	0	1	0,75	1,33	1,33	0,00	1,33	10%	0,13	0,13	0,00	0,13
IMTB											1,06	1,00	0,95	1,01

Fuente: Elaboración propia

Referencias: M = Municipio

M 1 Pdo= Municipio 1 ponderado

5.4.2- Caso B: IMTB para un único municipio

Para analizar el índice que surge de la aplicación de los indicadores elegidos a un solo municipio, se propone el uso de restricciones lógicas para el valor de cada indicador. Para ello, se puede utilizar un criterio ordinal que permite normalizar las variables, donde el valor de un indicador se basa en la naturaleza del mismo y se establece que:

- Si el indicador es “alto” vale 2,
- Si el indicador es “intermedio” vale 1,
- Si el indicador es “bajo” vale 0.

Que un indicador sea alto, intermedio o bajo es una definición discrecional basada en el conocimiento específico de la variable en función de criterios intuitivos y esperados, que en general son expresados por individuos denominados “expertos”.

La utilización de metodologías de estimación de indicadores en base a opiniones de expertos se incorpora dentro del amplio campo de conocimiento denominado “Matemática Borrosa”. Siguiendo a Zadeh (1965) la matemática borrosa (o fuzzy Logic)¹³, es un campo de conocimiento que se origina en la Lógica Multivalente y parte de la premisa de que los conjuntos que definen una circunstancia no son siempre conjuntos binarios. La lógica borrosa admite la existencia de “funciones de pertenencia” que establecen que un elemento “pertenece con un grado de pertenencia” a un conjunto particular. Esta definición de conjunto ha permitido determinar una serie de operaciones matemáticas basadas en lógicas multivalentes que implican la incorporación de nuevas técnicas al análisis de información, y en mayor medida cuanto mayor incertidumbre presente la misma.

En esto caso, permite que los expertos califiquen relativamente cada indicador simplemente en Alto, Medio y Bajo y con ello, se pondera el indicador para un Municipio. En función de este criterio discrecional se define SI – NO el municipio es turístico. Si el valor promedio ponderado es mayor a 1 es turístico, si es menor no lo es y si es igual a 1 es indistinto. Una metodología similar se utilizó en el trabajo “Aplicación de la Matemática Borrosa al Proceso de Selección de Inversiones” (Vigier, 1995).

Se adoptarán los siguientes criterios para cada indicador:

a) **Afluencia turística (AT)**

Si AT es mayor que 2, implica que hay por lo menos el doble de plazas turísticas respecto al número de residentes permanentes. En ese caso el índice siempre vale 2.

Si AT es menor que 2 pero mayor que 1, el índice valdrá 1.

¹³ Zadeh L.: Fuzzy Logic, Information y Contro IVolume 8, Issue 3, June 1965, Pages 338–353

En cualquier otro caso vale 0

b) Ingreso turístico (IT)

Si IT es mayor que 1, significa que más de la mitad del PGB es proporcionado por las actividades turísticas. En ese caso el índice vale siempre 2.

Si IT es menor a 1 pero mayor a 0,5, el índice valdrá 1.

En otro caso vale 0.

c) Empleo turístico (ET)

Si ET es mayor que 1, implica que más de la mitad del empleo es proporcionado por las actividades turísticas.

Si ET es menor a 1 pero mayor a 0,5, el índice valdrá 1.

En otro caso vale 0.

d) Gestión turística (GT)

Si tiene GT vale 2, en otro caso vale 0.

También, como en el Caso A, es posible tomar diferentes valores de ponderación, a criterio de los evaluadores.

A partir de la definición de estos valores, se podrá aplicar la evaluación del Índice al municipio de Monte Hermoso, tal como se muestra en el próximo capítulo.

CAPITULO VI: ESTUDIO DE CASO, MUNICIPIO DE MONTE HERMOSO

6.1- Definición del área de estudio

Dentro del sudoeste bonaerense existen municipios que tienen una gran actividad turística debido a la presencia de algún destino turístico de importancia (como el partido de Tornquist con la Comarca Serrana). Sin embargo, pareciera ser que el Municipio de Monte Hermoso es un municipio en el que la estructura socio-económica se ve fuertemente influenciada (prácticamente definida) por las características de la actividad turística, resultando la de mayor importancia dentro de la actividad económica del partido.

Es por eso que se pretende comprobar la aplicación del conjunto de indicadores propuestos para definir a un MTB, para el Municipio de Monte Hermoso.

Este capítulo se organiza comenzando con una breve descripción del Municipio, que incluye su localización, su historia, principales atractivos, la estructura organizacional municipal, sus problemáticas, sus líneas de desarrollo estratégicas y una caracterización de la demanda. A continuación, se realiza la evaluación de los indicadores y el índice propuestos, utilizando la información disponible en los anexos de este trabajo.

6.1.1- Características generales del Municipio de Monte Hermoso

6.1.1.2- Localización

El partido de Monte Hermoso se encuentra localizado en el suroeste de la provincia de Buenos Aires y comprende una superficie de 209 Km². Se extiende a manera de franja paralela al mar, a lo largo de 32 Km, en dirección este/oeste e incluye toda la laguna Sauce Grande y el río homónimo, hasta la desembocadura que marca el deslinde con el partido de Coronel Dorrego.

Las condiciones y características de la playa son los factores determinantes del sitio de la localidad de Monte Hermoso. Se ubica sobre la Costa Atlántica Sur, dentro de la barrera medanosa austral.

La playa presenta como principales características: el suave declive (dado el resguardo que genera la proximidad a la Bahía Blanca, la temperatura de las aguas (superior hasta en 5° a la temperatura del resto de la Costa Atlántica por la influencia de la corriente cálida del norte), las

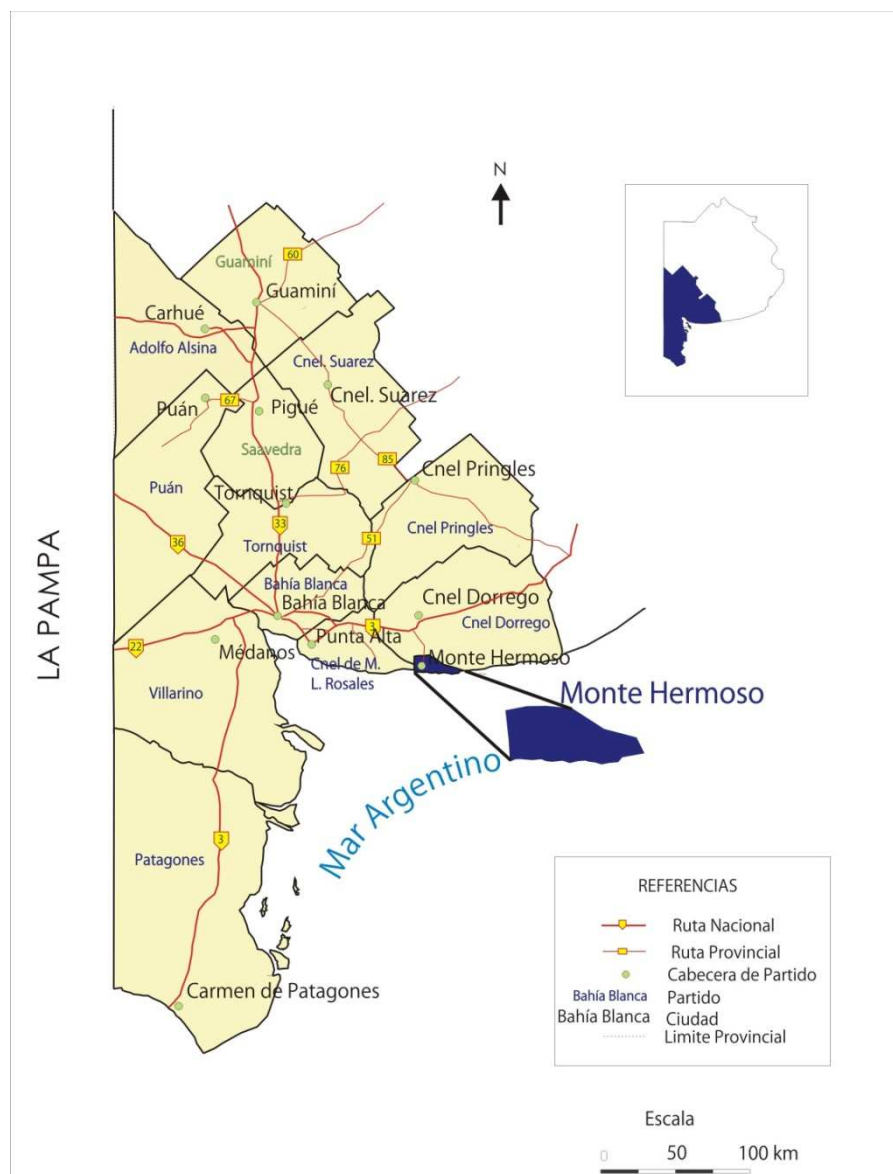
aguas libres de contaminación y la posición geográfica (de este a oeste) que permite que el sol salga y se ponga en el mar.

A lo largo de la playa se extiende una cadena de dunas que presentan en algunos casos vegetación y en otros sólo médanos vivos.

El área urbanizada, que comprende una extensión de 186 has., presenta una disposición longitudinal siguiendo la zona costera sobre un sistema de dunas poco elevado.

A continuación se presenta en la figura 4 un mapa de localización del municipio de Monte Hermoso.

Figura 4: Mapa de localización del Municipio de Monte Hermoso



Fuente: Rodríguez, Cecilia (2013)

6.1.1.3- La transformación del territorio del municipio. Breve reseña histórica.

Monte Hermoso surge a principios del siglo XX y se transforma en una nueva alternativa turística en la extensa Costa Atlántica.

El 1 de abril de 1917 una situación insólita cambió absolutamente el destino del lugar. Se trató de una importante carga de madera que, desde el velero norteamericano “Lucinda Sutton”, fue arrojada al mar en las cercanías del Faro para evitar su naufragio. Las tablas, a la deriva por el oleaje, se dispersaron por las playas. Ante la imposibilidad de su traslado, un estanciero llamado Don Esteban decidió comprarlas. Este fue el origen del primer Hotel de Madera frente al mar, inaugurado en enero de 1918, denominado “Hotel Balneario Monte Hermoso”. Estaba ubicado a unos 7 km. del poblado, por camino sinuoso y empajonado. Este hotel, hoy desaparecido, se destacó por el buen gusto, la suntuosidad y la elegancia de su estructura, semejante a cualquier distinguida residencia europea de entonces.

Hasta el año 1935 Monte Hermoso pertenecía al partido de Bahía Blanca. A partir de este año, a través de un proyecto del legislador Gregorio Juárez se anexan las tierras al partido de Coronel Dorrego, del que se independiza definitivamente un 1° de abril de 1979 bajo la forma de municipio urbano de Monte Hermoso. Finalmente, el 23 de mayo de 1983 es promulgada la ley 9.949 designándolo Partido de Monte Hermoso.

6.1.1.4- Los atractivos turísticos de Monte Hermoso

Sin duda el principal atractivo turístico de este municipio es su extensa playa de finas arenas. Sin embargo existen otros atractivos que complementan la recreación para el turista. Dentro de ellos se describirán los más visitados y los preferidos por los turistas.

Faro Recalada: Inaugurado el 1° de Enero de 1.906. Está elevado sobre una torre metálica de 67 metros, y por su altura ocupa el primer lugar en Sudamérica entre los faros de estructura abierta. La vista panorámica que ofrece el mirador, es ideal para la toma de fotografías e imágenes únicas del balneario y sus playas.

Balneario Sauce Grande: Ubicado a 6 km. de la ciudad. Se accede a través del Camino Costero que nace en La Rambla. Este balneario, cuyas playas presentan idénticas características a las de Monte Hermoso, es agreste y de frondosa vegetación. Es un lugar ideal para el descanso y la observación de aves terrestres y acuáticas, ya que es considerado un verdadero reservorio de especies.

La Desembocadura: El río Sauce Grande recorre un extenso camino partiendo desde Sierra de la Ventana hasta desembocar en el mar. La “Boca”, es el nombre con el que los lugareños llaman a la desembocadura del Río Sauce Grande. Es el lugar donde convergen las aguas del río

con el Océano Atlántico. La belleza del lugar impacta a los visitantes por la diversa avifauna, la inmensa cadena de médanos, la vegetación y la abundante pesca.

Golf Club Monte Hermoso: La cancha del Monte Hermoso Golf Club está ubicada en un bosque rodeado de médanos a 400 metros del mar en el Barrio Monte Hermoso del Este. El predio fue diseñado por el arquitecto Fernando González Prieto, cuenta con 9 hoyos que se distribuyen en un espectacular bosque y en un futuro inmediato se construirán los nueve restantes. Cuenta, en la actualidad, con más de 130 socios. El predio tiene una superficie de 65 hectáreas, un Club House y cancha de driving, además de disponer de un profesor permanente.

Laguna Sauce Grande: Ubicada a sólo 7 km. del centro de la ciudad; es un extenso espejo de agua dulce de 2.900 has., reservorio de avifauna y paraíso de pescadores y de los amantes de los deportes náuticos. Es ideal para safaris fotográficos y observaciones de aves. Existe un complejo privatizado donde se pueden encontrar todos los servicios que el turista exigente requiere: confitería, restaurante, venta de carnada, accesorios de pesca, cabalgatas, alquiler de botes y lanchas, fogones cubiertos y al aire libre, forestación, actividades recreativas para toda la familia y todo aquello que asegure una jornada imperdible.

Casino: Moderno y amplio edificio, ubicado en la calle Pedro de Mendoza casi Pablo Pandelés. Funciona con mesas de ruletas modernas, Black Jack, Punto y Banca y máquinas tragamonedas. Además de servicio de confitería, cuenta con una cómoda playa de estacionamiento. Permanece abierto todo el año y actualmente se encuentra liberado el cobro de la entrada.

Yacimiento Arqueológico Monte Hermoso: A pocos kilómetros del centro de Monte Hermoso y muy próximo al Camping Americano, se encuentra el Sitio Arqueológico Monte Hermoso I, más conocido como El Pisadero. En este lugar se pueden observar pisadas humanas con una antigüedad de 7.000 años aproximadamente (según datación realizada con carbono 14, en Estados Unidos). Este sitio es uno de los pocos en el mundo de estas características, que dan testimonio de la vida en comunidad de los seres más antiguos de nuestra zona. Se puede acceder por el camino costanero hasta el Camping Americano y desde allí en excursión pedestre.

Médanos Blancos: Hacia los sectores este y oeste de la ciudad, a medida que nos alejamos de la zona más densamente poblada, nos encontramos con una cadena medanosa de importante magnitud, de finas y claras arenas, conocida como “médanos blancos”. Con espesa vegetación en algunos casos o totalmente desérticos en otros casos, estos altos médanos son ideales para la práctica de Sandboard y expediciones en camionetas 4 x 4.

6.1.1.5- Caracterización del entorno organizacional de la municipalidad

La Municipalidad de Monte Hermoso se encuentra organizada en ocho Secretarías y una Jefatura de Gabinete. Dentro de las secretarías se encuentran la de: Gobierno, Obras y Servicios Públicos, Salud, Turismo y Cultura, Deporte, Seguridad, Acción Social y Contaduría General. Asimismo cuenta con varias direcciones y departamentos. (Ver en Anexo 6 el organigrama municipal).

Monte Hermoso cuenta con aproximadamente 7.000 habitantes estables y alcanza alrededor de 40.000 personas en los momentos picos de la temporada. Según datos obtenidos de una encuesta realizada por el Departamento de Geografía y Turismo de la UNS (2012) el 41% de los turistas posee su inmueble propio y el 37% tiene procedencia de la ciudad de Bahía Blanca¹⁴. Esta situación hace que el municipio tenga una particularidad especial.

La estacionalidad de la demanda que posee este destino costero genera desequilibrios en aspectos de estabilidad del empleo y esto se traduce en la dificultad de capacitar y retener personal más allá de la temporada alta y en una gran ociosidad del equipamiento turístico en una parte importante del año.

El destino se ha consolidado como de sol y playa. Ha presentado un importante desarrollo espontáneo, apareciendo por ello ciertos problemas que tienen efectos directos tanto sobre la actividad turística como sobre la vida cotidiana de los residentes. Se pueden mencionar:

- Crecimiento desordenado que implica la localización de inmuebles en áreas no aptas para la construcción (ejemplo: en la línea de médanos)
- Inconveniente de los residentes por conseguir alquiler de vivienda durante la temporada alta, ya que los dueños de los inmuebles suelen alquilarlas durante la temporada baja a los residentes y en temporada alta a los turistas.
- Déficit en hoteles de categoría y en el número de restaurantes.
- En verano se saturan los servicios básicos de agua y luz.
- Escasez de oferta recreativa para adultos.
- Escasez de servicios complementarios como: playas de estacionamiento, teléfonos públicos, cajeros automáticos y estaciones de servicio.
- Desequilibrio en la relación precio-calidad del servicio.
- Exceso en la capacidad de carga de la playa durante la temporada alta.

¹⁴ Datos extraídos de las encuestas realizadas por el Departamento de Geografía y Turismo de la Universidad Nacional del Sur. Análisis de la demanda de Monte Hermoso. Temporada 2012.

- Falta de concientización turística de la población local.

El gobierno local, por su parte, se viene ocupando de mitigar y/o solucionar algunas de estas problemáticas, para mejorar la calidad de vida local y el servicio a los turistas.

La Secretaría de Turismo y Deporte del distrito está trabajando en la actualidad sobre tres ejes estratégicos: recreación, promoción y conciencia turística. Estos ejes se enmarcan en el Plan de Gestión Turística del municipio de Monte Hermoso 2007-2011.

El gobierno local de Monte Hermoso considera al turismo como su principal fuente de recursos económicos¹⁵, ya que esta actividad contribuye sustancialmente con la economía del distrito.

Se relevaron un conjunto de elementos que conforman la agenda política de los gobiernos monteroseños en la última década. Entre las estrategias de fortalecimiento para el crecimiento del partido, se pueden mencionar las siguientes:

Diversificación de la oferta turística. La oferta turística de Monte Hermoso tiende a diversificarse en relación con las recientes tendencias de los consumidores, a través de la incorporación de nuevos productos que surgen como variaciones del producto turístico existente, ya sea con extensiones en su línea básica o con productos sustitutivos o complementarios. Se distinguen los siguientes productos nuevos: Turismo de golf, Turismo de congresos y convenciones, Turismo de aventura, Actividades deportivas, Ecoturismo, Turismo urbano.

Reforzamiento del producto básico sol y playa. Con el objetivo de revertir los efectos negativos en el ambiente costero y en la búsqueda de nuevos mercados, se refuerza el producto básico sol y playa mediante la realización de mejoras adicionales, desde los supuestos de la sustentabilidad, a través de campañas de educación del turista, control de normas de convivencia en la playa, control y ordenamiento del tránsito, etc.

Paradores playeros que ofrecen exclusivamente servicios de playa. En base a las recientes modificaciones en la normativa municipal, los paradores pasan a formar parte de una nueva oferta de servicios al turista. Prestan únicamente servicios de playa (comida, bebidas, alquiler de sombrillas, etc.) con la finalidad de evitar problemas de contaminación sonora y, en materia de construcción, deberán atenerse a una normativa tendiente a su integración con el medio.

¹⁵ El intendente, Marcelo Dichiará, en una presentación publicada en el diario La Nueva Provincia (2009), manifestó: “Nosotros tenemos la convicción muy firme que Monte Hermoso es un municipio netamente turístico”.

Integración regional. Si bien la región del Sudoeste Bonaerense no posee un atractivo de características excepcionales capaz de generar por sí solo demanda internacional, la diversidad de los mismos permite la complementariedad como para ofrecer circuitos capaces de satisfacer una demanda regional y nacional. En dicho contexto, se rubrican los siguientes acuerdos de integración:

Circuito Mar y Sierra. A partir de la complementariedad representada por el mar (Municipio de Monte Hermoso) y la sierra (Municipio de Tornquist) se concreta el expresado circuito turístico, consolidado a partir de la reciente pavimentación del tramo Frapal-Salungaray de la ruta provincial N° 72. Ambas partes, suscriben en el año 2005 un acuerdo de colaboración, con la finalidad de promover conjuntamente sus atractivos turísticos y así generar un fuerte dinamismo en el desarrollo turístico regional.

Convenio turístico. Los municipios de Monte Hermoso y Patagones firman en el 2006 un convenio de promoción, colaboración y diseño de estrategias de integración mediante la elaboración de paquetes turísticos integrados para favorecer el desarrollo de la actividad turística de ambos partidos.

Además, a nivel de la gestión municipal, el gobierno está trabajando fuertemente en la conservación de los recursos naturales. En particular, a través de una serie de acciones para favorecer el desarrollo sustentable de la playa.

Las principales iniciativas, programas y proyectos que se han determinado son:

Programa “Cuidemos la playa”. Dicho programa, a cargo de MONDO Promociones, comenzó a funcionar en 1997, con el apoyo de la empresa Petrobras y de la Municipalidad de Monte Hermoso. El objetivo estriba en mantener el aseo en el sector de playa y contribuir a la conservación del medio ambiente.

Sanción de la ordenanza municipal N° 1505/05. Para de provocar un cambio sustancial en los perjudiciales hábitos desde el punto vista ambiental y vista la necesidad de mejorar el uso del frente costero, se aprueba en el año 2005 ordenanza 1505. La misma considera, por un lado, la prohibición vehicular y de estacionamiento en el sector de playa comprendido entre el Balneario Sauce Grande y el barrio Las Dunas de la ciudad de Monte Hermoso y por el otro, la zonificación, a través del establecimiento de la Zona de Baño Exclusiva y la Zona de Embarco y Arribo.

Remodelación de la rambla. Se trata de una obra de mejoramiento del sector costero a partir de la sustitución del material constitutivo: del hormigón a la madera. Provoca una mutación desde el punto de vista estético y ambiental. Respecto a esto último, se apunta a recomponer el equilibrio entre el sistema dunícola y la playa, de modo de mitigar el problema de la erosión costera.

En relación a la dimensión social y cultural, Monte Hermoso cuenta con acciones tendientes a generar el contacto de la cultura de los turistas con la local, la generación de conciencia turística y la equidad e inclusión social, principalmente planteada a partir de la capacitación y educación de la comunidad. En este sentido se pueden mencionar las siguientes acciones:

Campaña “Monte Hermoso y Brillante”. Consiste en un programa sustentado en uno de los tres ejes políticos: Conciencia turística. Implica un trabajo conjunto entre los diferentes agentes intervinientes en el desarrollo de la actividad, a través de un proceso formativo de conducta en el residente permanente y el turista, y de la aplicación de medidas, en base a la necesidad de preservar y mejorar la calidad ambiental y de servicios.

Formación y profesionalización de los recursos humanos. Las propias características de la comunidad local tanto en cuanto a su formación como a su hospitalidad constituyen recursos de indudable valor para el desarrollo del destino. En Monte Hermoso se llevan adelante diversos procesos formativos, a través de la capacitación y profesionalización destinada a la comunidad local, cuya finalidad radica en el fortalecimiento de la identidad local y en el fomento a una adecuada gestión del sector turístico, fundamentalmente.

Proyecto “Conociendo Monte Hermoso”. Inicia sus funciones en el año 2003. Se basa en la revalorización del patrimonio socio-cultural y natural del partido, a través de una experiencia educativa, con el objetivo de afianzar el sentido de pertenencia y la identidad local. Los principales destinatarios del proyecto son los alumnos en edad escolar del distrito, por medio de la capacitación docente como principal forma de transferencia.

Curso de Guía Municipal de Turismo y Orientador Turístico. Es un curso orientado a la formación y capacitación de guías locales en la atención de turistas. El curso se llevó a cabo en el año 2005, destinado al público en general y dictado por profesionales de la Universidad Nacional del Sur.

Proyecto “Investigando nuestra historia”. Es un proyecto turístico-recreativo. Surge en el año 2006 y se enmarca en la campaña Monte Hermoso y Brillante. El objetivo general propuesto radica en generar una estrategia de concientización y de pertenencia en los residentes y visitantes, otorgando importancia a los valores históricos, culturales y naturales del Municipio.

Programa Introducción a la Problemática del turismo. El citado programa forma parte del Itinerario Formativo Ciclo 2006, incorporado por la Escuela de Educación Media N° 1 (nivel polimodal) de la ciudad de Monte Hermoso. Permite a los egresados obtener conocimientos orientados a la cuestión turística.

Carrera universitaria Técnico Universitario en Emprendimientos Turísticos. Se enmarca en el Programa de Estudios Universitarios en la Zona (PEUZO) mediante un convenio entre la Universidad Nacional del Sur, el Municipio de Monte Hermoso y la Universidad

Provincial del Sudoeste. La carrera se inició en el año 2007 y posee una duración de tres años. Los graduados potencian su perfil emprendedor y desarrollan habilidades y capacidades suficientes para realizar diversas acciones relativas a una acertada gestión del turismo.

Por último, el gobierno local ha definido lineamientos estratégicos para el desarrollo de la actividad turística, basados en los siguientes factores:

- 1- Los renovados gustos, preferencias y necesidades de los turistas, un factor clave a tener en cuenta al abordar la competitividad en los destinos turísticos.
- 2- El problema de la marcada estacionalidad de los flujos de visitantes, que enfrentan los municipios turísticos costeros cuyo producto básico es el sol y la playa. Esto último, exige una aptitud climática estival que conlleva a la temporalización de la actividad.
- 3- El crecimiento, como objetivo prioritario del destino, a través del logro de una mayor cuota de mercado, en términos de número de turistas, o bien, en términos de ingresos por turismo.

6.1.1.6- Caracterización de la demanda de Monte Hermoso

El departamento de Geografía y Turismo de la Universidad Nacional del Sur, viene realizando encuestas a turistas durante la temporada estival desde el año 2006 hasta la actualidad. Esta información permite obtener el perfil de la demanda de Monte Hermoso¹⁶.

Los grupo están compuestos fundamentalmente por familias, de un segmento etario mayoritario de 19 a 40 años, cuyo nivel de educación es alto, siendo fundamentalmente profesionales, empleados privados y empresarios.

Los aspectos determinantes en la elección de Monte Hermoso para vacacionar son el mar y la playa y la seguridad del destino.

El medio más usado para acceder al destino es en auto, siendo la principal procedencia de los turistas la ciudad de Bahía Blanca. Este centro emisor, en conjunto con el resto de la Provincia de Buenos Aires (es decir, Sudoeste Bonaerense, Capital Federal y Gran Buenos Aires, etc), aportan el 80% de los turistas.

La estadía promedio es de 12 días y el principal medio de alojamiento es en inmueble propio, correspondiendo el menor porcentaje al uso del camping. Se observa un aumento porcentual del uso de cabañas/bungalows y hoteles.

¹⁶ Estos datos fueron extraídos del documento denominado: Análisis de la demanda de Monte Hermoso, temporada 2012, realizado en conjunto por la Universidad Nacional del Sur, Departamento de Geografía y turismo y la Secretaría de Turismo de Monte Hermoso. Informe aportado por el municipio.

Es importante destacar que, si bien el principal motivo de atracción de Monte Hermoso sigue siendo el mar y la playa, los turistas incorporan otros sitios en sus recorridos a los ya mencionados. Hacen especial referencia a las peatonales, los centros de recreación nocturna (bares, confiterías y boliches), y el Balneario Sauce Grande entre otros.

Las mejores valoraciones positivas sobre el Balneario se refieren a las características naturales del mismo: sus aguas cálidas, el entorno natural, el buen clima y las horas de sol, la tranquilidad y las mejoras realizadas tanto en el ejido urbano como en el sector de la playa. Se destacan también el ambiente familiar, la seguridad y el buen trato de los residentes.

Los aspectos negativos más relevantes en el que coinciden la mayoría de los turistas, corresponden a los inconvenientes suscitados en el abastecimiento de combustible y los cortes de luz y agua (especialmente en el mes de enero). Le sigue el reclamo de más cajeros automáticos y la inclusión alguno de la red Banelco, junto con el reclamo por los precios elevados (principalmente los relacionados al alojamiento). A su vez se hace mención a la presencia de mascotas en la playa y la deficiencia de controles en este sentido.

En cuanto a la valoración de la calidad turística presente en Monte Hermoso, se observa un índice positivo, debido principalmente a la mejora notable de las siguientes variables: “iluminación”, “nivel de información”, “capacidad para resolver problemas”, “centros de información turística”, “alojamiento” y “entretenimientos y actividades culturales y/o recreativas”.

6.2- Evaluación de los indicadores e índice propuestos para el Municipio de Monte Hermoso

6.2.1- Fuentes de información

Para realizar la aplicación al estudio de caso, se han llevado a cabo una serie de etapas que contribuyeron a la recopilación de los datos.

En la primera etapa, se procedió a realizar una entrevista personal con el Secretario de Turismo del Municipio de Monte Hermoso, con el fin de consultar acerca de las fuentes disponibles que podrían llegar a ser de utilidad para estimar las variables cuantitativas y cualitativas; y a partir de ello poder solicitar los registros oficiales y documentos públicos que existieran.

Dentro de la información específica que se solicitó, se encuentran:

- Datos estadísticos en general que permitan caracterizar al Municipio de Monte Hermoso
- Plan de Desarrollo Turístico 2002

- Datos específicos de la actividad turística en el Municipio de Monte Hermoso: criterios cuantitativos de demanda, oferta, proporción de empleo turístico, presupuesto público, etc.

Además, se consultó a otros organismos públicos que cuentan con información estadística validada como el INDEC y la Dirección Provincial de Estadística de la Provincia de Buenos Aires.

En una segunda etapa, se realizaron entrevistas personalizadas a las inmobiliarias del municipio con el fin de obtener mayor información acerca de la afluencia e ingreso turístico.

Con la recopilación y sistematización de estos datos, fue posible crear una base de datos útil para la evaluación de los indicadores propuestos.

Dado que una fuente muy importante de información es el INDEC, se toma como año para la estimación el año 2010, al que corresponden los últimos datos estadísticos oficiales. Para algunos indicadores es necesario complementar la información y, en algunos casos, actualizar datos siguiendo un criterio de aproximación razonable.

6.2.2- Evaluación del indicador Afluencia Turística

Para medir la afluencia turística se consultaron las siguientes fuentes de información:

- Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010. INDEC. (Anexo 1)
- Informe del Municipio de Oferta Turística 2012 (Anexo 2)
- Relevamiento en Monte Hermoso a través de entrevistas personales a inmobiliarias (Anexo 3).

La estimación del indicador se realiza a través del cálculo de:

- **Cantidad de Plazas Hoteleras:** se obtiene a partir de la sumatoria de la capacidad de alojamiento comprendida en 3 hoteles en categoría 3 estrellas, 7 en 2 estrellas, 25 de 1 estrella, 2 residenciales, 2 hostels, 8 appart y 146 cabañas.

- **Cantidad de Plazas Extra-hoteleras:** comprende a la cantidad de turistas que se pueden alojar en campings y en segundas residencias. Para realizar el cálculo de cantidad de plazas en campings, se supone 4 personas por carpa. Hay un total de 13 campings. La cantidad de segundas residencias se determina a partir de la cantidad de viviendas deshabitadas en el municipio en temporada baja. Para determinar el número de plazas en segundas residencias, se utilizó información suministrada por las inmobiliarias locales, las que informan sobre el promedio de capacidad de las casas y departamentos en alquiler o venta y la proporción de la existencia de cada tipo (Ver Anexo 3). De esta manera se define que el promedio de ocupación

de la casa es de 6 personas, siendo un 54% del total de las segundas residencias; y 4 personas es la capacidad de los departamentos que ocupan el 46% restante.

- **Cantidad de Residentes:** se obtiene a partir de los datos obtenidos por el INDEC 2010 y el valor es de 6.499 habitantes

A continuación se presenta la tabla 8 con los valores obtenidos para este indicador:

Tabla 8: Medición de Afluencia Turística en el municipio de Monte Hermoso

VARIABLE	CANTIDAD
Plazas hoteleras	4.031
Plazas en camping	4.740
Plazas en segundas residencias	39.802
Residentes habituales	6.499

INDICADOR

$$AT = \frac{\text{Cant. de plazas hoteleras} + \text{Cant. de plazas en camping} + \text{Cant. de plazas en segundas residencias}}{\text{Cant. de residentes habituales}}$$

$$AT = \frac{48.573,00}{6.499} = 7,47$$

6.2.3- Evaluación del indicador Ingreso Turístico

La fuente principal para medir una variable representativa del ingreso turístico en el Municipio de Monte Hermoso, es a partir del Producto Bruto Geográfico del mismo ¹⁷. Sin embargo, el último dato disponible del PBG es del año 2003, por lo que será necesario valerse de supuestos y otros datos que permitan actualizarlo.

Para esta estimación, se han consultado las siguientes fuentes de información:

- Producto Bruto Geográfico. Desagregación Municipal. Cuadro 4.5.84 Monte Hermoso. Dirección Provincial Estadística 2003. Ministerio de Economía de la Provincia de Buenos Aires. (Anexo 5)
- Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010. INDEC. (Anexo 1)
- Relevamiento a través de entrevistas personales a inmobiliarias de Monte Hermoso (Anexo 3).

Como se ha explicado anteriormente, de todos los rubros que aportan al PBG se considera que las actividades que se relacionan directamente con los ingresos generados por el turismo son aquellas que provienen de hoteles y restaurantes (HyR) y servicios inmobiliarios, empresariales y de alquiler (SIEA).

¹⁷ El Producto Bruto Geográfico, es una estimación de la medida monetaria del valor de la producción regional de un espacio geográfico delimitado.

Para concluir que las actividades generadas por SIEA dependen fundamentalmente del movimiento turístico, se ha consultado a las inmobiliarias de Monte Hermoso en un relevamiento específico (Anexo 3). De esta encuesta resulta que la actividad predominante es el alquiler de casas, departamentos y cabañas, resultando un promedio del 70% de la actividad total que realizan las inmobiliarias. El período de mayor actividad es durante los meses de diciembre a marzo, que coincide con la temporada alta de turismo, y el motivo por el cual crece la actividad durante el mayor período, resulta en un 95,45% por turismo.

A partir del PBG del 2003, se obtienen los datos presentados en la Tabla 9.

Tabla 9: Participación de las actividades consideradas como turísticas en el PGB de Monte Hermoso

Sector de actividad económica	Miles de \$	Estructura
Hoteles y restaurantes	3.730	6,1%
Servicios inmobiliarios, empresariales y de alquiler	31.866	51,8%
Total de actividades que aportan al PBT	35.596	57,9%
Resto de actividades que aportan al PGB	25.927	42,10%
Valor Total del PGB	61.523	100%

Fuente: Elaboración propia a partir del PBG 2003.

Con el fin de actualizar el PBG al año 2010 es necesario determinar algunas variables directamente vinculadas con las actividades turísticas y con las no relacionadas al turismo.

Una variable que parece ser representativa es el crecimiento de las viviendas. Puede decirse que, dada la naturaleza del tipo de alojamiento en Monte Hermoso, el crecimiento de la actividad turística está directamente relacionado con el aumento en las segundas residencias. El aumento de las primeras residencias puede asociarse al crecimiento del resto de las actividades. En la Tabla 10 se presentan los valores correspondientes a primeras y segundas residencias según datos del INDEC, en los años 2001 y 2010.

Tabla 10: Crecimiento de primeras y segundas Residencias durante el período 2001-2010 en Monte Hermoso.

	2001	2010	Crecimiento 2001-2010 en %
Segundas residencias	5977	7835	31,1%
Primeras residencias	1790	2290	27,9%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos por el INDEC 2001 y 2010.

Como se ha dicho, se puede asociar el mismo aumento de las segundas residencias (variable turística) a las actividades de SIEA y HyR en el período 2003-2010, es decir, un 31,1%; y se

puede asumir que el resto de las actividades que aportan al PBG del municipio han crecido en el mismo porcentaje que las primeras residencias (variable no turística), es decir, un 27,9%.¹⁸

De esta manera se presentan en la tabla 11 los valores actualizados al año 2010.

Tabla 11: Actualización del PBG al año 2010

	PBG 2003 en \$	Incremento en %	PBG 2010 en \$
Servicios inmobiliarios, empresariales y de alquiler	31.866	31,1%	41.776,3
Hoteles y restaurantes	3.730	31,1%	4.890,0
Resto de actividades que aportan al PBG	25.927	27,9%	33.160,6

Fuente: Elaboración propia

Así, se pueden definir las variables que se incluirán en este indicador, donde:

- **Ingresos por Servicios Inmobiliarios Empresariales y de Alquiler:** se obtiene a partir de la actualización de los datos obtenidos del PBG del año 2003 para el Municipio de Monte Hermoso. Para la actualización al año 2010, se toma como dato el 31,1% del incremento de las 2° residencias según de los datos del INDEC 2001 - 2010.

- **Ingresos por Hoteles y Restaurantes:** se obtiene a partir de la actualización de los datos obtenidos del PBG del año 2003 para el Municipio de Monte Hermoso. Con el fin de ser equitativo en la actualización de los datos para el 2010, se utiliza el mismo incremento que la actividad anterior.

- **Resto de las actividades del PBG del Municipio:** comprende la sumatoria de las actividades que no tienen una relación directa con el turismo que se incluyen en el PBG. Para su actualización al año 2010, se toma el 27,9% del incremento de las 1° residencias según de los datos del INDEC 2001 - 2010.

.De esta manera, se obtuvieron los datos para determinar el ingreso turístico en el Municipio de Monte Hermoso. A continuación se presenta la tabla 12 con los valores obtenidos para este indicador:

¹⁸ Para validar esta información, se puede comparar con la variación de la actividad generada por SIEA en el PBI durante el período 2003-2010 que se obtiene a partir de la Dirección Nacional de Cuentas Nacionales, donde se produjo un crecimiento del 36,9 % (esto surge del incremento de ingresos de las SIEA en el año 2010 respecto al 2003). El comportamiento de este incremento es similar al de las segundas residencias, que fue del 31,1%. La diferencia de ese 5 % puede surgir a partir de un aumento en los precios, ya que en el PBI se mide los ingresos y en las segundas residencias sólo las cantidades.

Tabla 11: Medición del Ingreso Turístico en el Municipio de Monte Hermoso

VARIABLE	CANTIDAD
Ingresos x Ss. Inmobiliarios, empresariales y de alquiler	\$ 41.776,3
Ingresos x hoteles y restaurantes	\$ 4.890,0
Resto de actividades del PBG del Municipio	\$ 33.160,6

INDICADOR

$$IT = \frac{\text{Ingresos x Ss. inmobiliarios, empresariales y de alquiler} + \text{Ingresos x Hoteles y restaurantes}}{\text{Ingresos generados x resto de las actividades del PBG del Municipio}}$$

$$IT = \frac{41.776,3 + 4.890}{33160,60} = 1,41$$

En caso de establecer una norma que modifique la utilización del PBG para calcular el ingreso turístico, será necesario calcularlo con la periodicidad que ésta lo requiera.¹⁹

6.2.4- Evaluación del indicador Empleo Turístico

Para medir el empleo turístico en Monte Hermoso, se consultaron los documentos elaborados por la Secretaría de Producción del Municipio. De allí surgen los diferentes tipos de empleo:

- **Empleados durante todo el año:** son aquellos que trabajan todo el año.
- **Empleados por temporada:** son los que trabajan desde diciembre a marzo.
- **Empleados por temporada +por períodos alternados:** son los que trabajan desde diciembre a marzo y en fechas puntuales como vacaciones de invierno, semana santa, primavera, entre otros fines de semana largos.

A partir de la información disponible, se obtiene la Tabla 13.

¹⁹ Si se calculara el IT a partir de los datos del PBG del año 2003, se obtiene como resultado la siguiente ecuación: $(51,8 + 6,1) / 42,1 = 1,37$

Tabla 13: Distribución de empleo en el Municipio de Monte Hermoso

Período	M.O. Foránea	M.O. Local	Total
Todo el año	246	920	1166
Por temporada más por períodos alternados	245	148	393
Por temporada	405	272	677

Fuente: Elaboración propia a partir de la información aportada por el Municipio de Monte Hermoso.

M.O.= mano de obra

Se puede asumir que la mano de obra por temporada sumada a aquella por temporada + por períodos alternados tiene una relación directa con la estacionalidad de la demanda turística. Por lo tanto, se puede establecer que la sumatoria de esos períodos corresponde al empleo turístico. Una limitación que presenta este indicador es conocer la distribución de empleos durante todo el año para establecer cuáles son aquellos que están afectadas directamente al turismo.

A partir de aquí se puede definir que:

- **Número de empleos por actividades relacionadas al turismo:** se obtiene a partir de la sumatoria del empleo por temporada + alternado y el empleo por temporada.

- **Número de empleos por otras actividades:** corresponde al empleo durante todo el año.

De esta manera se obtuvieron los datos para determinar el indicador empleo turístico, cuyos valores se presentan en la Tabla 14.

Tabla 14: Medición del Empleo Turístico en el Municipio de Monte Hermoso

VARIABLE	CANTIDAD
Nº de empleos por actividades relacionadas al turismo	1070
Nº de empleos por otras actividades	1166

INDICADOR

$$ET = \frac{\text{Nº de empleos por actividades relacionadas al turismo}}{\text{Nº de empleos por otras actividades}}$$

$$ET = \frac{1070}{1166} = 0,92$$

6.2.5- La Gestión Turística en el Municipio de Monte Hermoso

Este indicador cualitativo se evalúa fácilmente. Como se ha desarrollado en apartados anteriores, se ha decidido tomar una variable sencilla de medir que es la existencia o no de un

área de turismo dentro del gobierno local para establecer la importancia que presenta esta actividad en la agenda del municipio.

Monte Hermoso cuenta con la Secretaría de Turismo y Cultura que depende directamente del Intendente Municipal y que tiene a su cargo la Dirección de Turismo, la Dirección de Museo de Ciencias Sociales, la Dirección del Museo Histórico, el Departamento de Cultura y el Departamento de la Biblioteca Popular.

Esta estructura es completamente consistente con la información presentada en apartados anteriores, donde se han detallado los diferentes programas que está llevando a cabo el gobierno local en pos de un desarrollo de esta actividad.

6.3- Medición del Índice de Municipio Turístico Bonaerense para el distrito de Monte Hermoso

Para realizar la aplicación del IMTB al municipio de Monte Hermoso, se utiliza el caso b presentado en el inciso 5.3.2 que analiza el índice cuando se obtiene información un sólo municipio. Para ello, se compararán los datos obtenidos en cada indicador con el valor discrecional establecido en dicho inciso.

Se recuerda que, según esta metodología será considerado el municipio como turístico si el resultado del índice es mayor a 1.

A partir de ello se puede evaluar el Índice para este municipio en las dos alternativas propuestas. La primera bajo el supuesto de que todos los indicadores componen el Índice en la misma proporción, y la segunda que surge de diferentes valores de ponderación de los indicadores. De esta forma, se obtienen los resultados que se presentan en las Tablas 15 y 16 respectivamente.

Tabla 15: IMTB con la misma ponderación para cada indicador

Ponderación	Indicador	Datos	Valor
25%	Afluencia Turística	7,47	2
25%	Ingreso Turístico	1,41	2
25%	Empleo Turístico	0,92	1
25%	Gestión Turística	1	2
100%	IMTB		1,75

Fuente: Elaboración propia

Según los resultados obtenidos, y en el marco de las definiciones previas, se puede ratificar que el Municipio de Monte Hermoso reúne las condiciones para ser MTB: el valor del Índice es mayor a 1.

Tabla 16: IMTB con diferente ponderación para cada indicador

Ponderación	Indicador	Datos	Valor
50%	Afluencia Turística	7,47	2
30%	Ingreso Turístico	1,41	2
10%	Empleo Turístico	0,92	1
10%	Gestión Turística	1	2
100%	IMTB		1,9

Fuente: Elaboración propia

Para este caso, se aplica la ponderación propuesta en inciso 5.3.2, donde se supone que la AT es el indicador más representativo al momento de analizar a un MTB, seguida por el IT y con menor peso relativo se encuentran los indicadores de ET y GT. Como se puede observar, adoptando un promedio ponderado bajo los criterios de conocimiento de la real influencia de las variables, el resultado sigue siendo representativo de la realidad del municipio de Monte Hermoso, quedando calificado como MTB.

CAPITULO VII: CONCLUSIONES

Este capítulo se divide en tres apartados para brindar un mejor ordenamiento. En el primero, se presentan las consideraciones finales que merecen los desarrollos realizados en el presente trabajo de tesis. En el apartado 2 se detallan los alcances de la propuesta, o mirado desde otro extremo, se exponen las limitaciones que presenta. Por último, se analizan las posibles líneas de investigación que surgen a partir del trabajo realizado.

7.1- Consideraciones finales

Retomando el objetivo e hipótesis de este trabajo de tesis, surgen cuatro elementos claves que se han podido analizar y desarrollar: 1) el concepto de Municipio Turístico Bonaerense (MTB), 2) el análisis y adaptación de los indicadores turísticos existentes para la cuantificación de esta definición, 3) la determinación de los indicadores y el diseño del Índice de Municipio Turístico Bonaerense (IMTB), y 4) la evaluación del índice en el caso testigo.

Para analizar el concepto de municipio turístico (MT) y lograr su adaptación a uno que refleje la realidad de los distritos de la provincia de Buenos Aires, se ha llevado a cabo una extensa revisión bibliográfica.

En este punto, si bien se encontraron antecedentes de la calificación de MT en España, se detectó que esa definición surge a partir del cumplimiento o no de los requisitos establecidos y que no se presenta una conceptualización clara del término. Este trabajo, en cambio, se centró en analizar cada elemento del concepto permitiendo arribar a una definición propia de MTB denominándolo como *“la menor unidad territorial con la autonomía político-administrativa que la legislación provincial vigente le permite, que tiene la capacidad de diseñar e implementar políticas y programas, donde el turismo sea considerado la base del desarrollo económico y social de la comunidad”*.

Esta definición permitió diferenciar el concepto de centro turístico con el de MTB, ya que agrega la condición de la autonomía político-administrativa que le permite diseñar políticas que puedan contribuir con su desarrollo, siendo ésta una característica distintiva de los municipios. Al respecto, es posible exponer un ejemplo que permitirá visualizar mejor la idea planteada. La Comarca Serrana es un centro turístico muy importante del partido de Tornquist. Sin embargo, la principal actividad económica del municipio es la agropecuaria, y por ello gran parte de las políticas de desarrollo municipal están orientadas hacia ese rubro. De esta manera, el turismo, que es fundamental para las localidades de Sierra de la Ventana y Villa Ventana (integrantes de la Comarca Serrana), queda necesariamente en segundo plano para las políticas locales,

ocasionando el descontento de empresarios y parte de la población local que trabajan en este rubro. Este ejemplo, clarifica de qué manera la principal actividad económica del distrito condiciona el rumbo de la agenda local. Es por eso que el otro punto fundamental de la definición de MTB es que el turismo sea considerado la base del desarrollo económico y social de la comunidad.

A partir de ello, se propuso identificar los indicadores turísticos que permitieron delimitar a aquellos municipios turísticos de los que no lo son. Con este fin, inicialmente se realizó una revisión bibliográfica para conocer los indicadores que se utilizan para medir la actividad turística. Los principales antecedentes se han obtenido de los indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos desarrollados por la OMT y de los requisitos tenidos en cuenta en las diferentes leyes españolas para delimitar a los MT.

En concordancia con ello, se inició el proceso de selección de variables e indicadores para la definición de MTB. En esta etapa fue necesario establecer los criterios de selección y adaptar y redefinir los indicadores para que cumplan con las condiciones establecidas que llevaron a cumplir el objeto de estudio.

La posibilidad de obtener un conjunto de indicadores que tienen relación directa con la definición de MTB y que son posibles de ser medidos en el territorio bonaerense a partir de la información disponible, constituye uno de los aportes clave de este trabajo de Tesis. De esta manera, se definieron y describieron los indicadores y se diseñó del Índice de Municipio Turístico Bonaerense. Si bien la propuesta presenta algunas limitaciones (que serán desarrolladas en el próximo apartado), se ha encontrado una posible manera de identificar a un municipio turístico bonaerense y a partir de ello disponer de una herramienta que puede colaborar en futuras leyes, y contribuir así con el desarrollo local de los MTB.

Respecto al conjunto de indicadores propuestos y al IMTB, vale la pena resaltar aquí la utilidad de los mismos en términos de la información disponible, ya que el mejor diseño de indicadores o índices puede colaborar en la identificación de los componentes de un concepto, pero de ningún modo resultar de utilidad si no se disponen de las fuentes de información necesarias para su evaluación. Como se ha podido apreciar, los diseñados en esta propuesta son perfectamente calculables con la información disponible, aplicando un pequeño ajuste o corrección, cuando es necesario.

Finalmente, al aplicar el IMTB en Monte Hermoso se buscó comprobar el éxito del indicador, ya que es un municipio que presenta una clara dependencia del turismo en su estructura socioeconómica. Este caso testigo, no sólo permitió validar la propuesta sino también identificar sus problemáticas, necesidades, oportunidades y factores claves de su desarrollo.

Por último, es importante resaltar que la motivación por realizar este trabajo tesis se basó en las particularidades encontradas en estos tipos de municipios. Estos reflejan problemas relacionados con la estacionalidad tanto de la oferta como de la demanda y la excepcionalidad de los servicios municipales a prestar. Además, debe sumarse la complejidad en el manejo de las políticas locales. Esta investigación permitió identificar dichas características distintivas y aportar una herramienta que podrá ser útil para una futura legislación de Municipio Turístico en la Provincia de Buenos Aires.

7.2- Alcances de la propuesta

7.2.1- Limitaciones de la metodología propuesta

Tal como se ha descripto oportunamente, se presentan fundamentalmente dos casos posibles en este trabajo. En el caso en el que se propone la realización de un ranking, la principal limitación está dada por la potencial distorsión en la calificación, ya que si se aplicara a un subconjunto de municipios prácticamente no turísticos igualmente sería capaz de obtener una relación comparativa. Este resultado no es incorrecto en términos de la aplicación rigurosa, pero requiere una interpretación cuidadosa de los resultados.

Cuando se lleva a cabo la aplicación para un municipio único, probablemente la mayor limitación esté dada por la necesidad de aplicar un criterio discrecional en la selección de las restricciones lógicas. Si bien hay que reconocer que la opinión de los especialistas, muy conocedores del comportamiento de las variables importantes es de altísima utilidad, la posibilidad de la existencia de discrepancias entre expertos, claramente conducirá a resultados diferentes al aplicar la metodología propuesta. De todos modos, aún teniendo ésto presente, la aplicación de la metodología permite obtener resultados lógicos (en algún caso tal vez no exactamente iguales) que pueden resultar de utilidad.

7.2.1.1-Limitaciones de los indicadores

Si bien se ha propuesto diseñar indicadores que pudieran ser evaluados con la información disponible, se debe admitir que no siempre es posible disponer de toda la información actualizada. La necesidad de contar con datos locales de los municipios condiciona la periodicidad con que pueden ser evaluados los indicadores, ya que no están sistematizadas las

actividades de relevamiento de información en todos los municipios de la provincia de Buenos Aires.

La otra cuestión a tener en cuenta es que la propuesta permite una calificación en un dado momento, y no considera la evaluación de una serie temporal para disponer de la evolución de los indicadores en el tiempo.

7.3- Futuras líneas de investigación

Por las características de este trabajo de tesis es posible proponer, a priori, dos nuevas líneas de investigación. Una de ellas puede ser la continuidad del estudio con el fin de sentar las bases para una legislación de MTB. Para ello, será necesario analizar las leyes vigentes relacionadas con el turismo tanto a nivel provincial como nacional, y aportar los resultados que se obtuvieron de esta tesis para la delimitación y la consideración diferencial de los MTB. El paso siguiente es la propuesta de condiciones de desarrollo diferenciales para estos municipios.

Por otro lado, es posible que los resultados puedan ser aplicados en otros municipios turísticos con características similares dentro de la Provincia de Buenos Aires y en el resto del país. Con este fin, será necesario analizar nuevamente el conjunto de indicadores propuesto y el diseño de IMTB para lograr un modelo que se pueda replicar en cualquier municipio y permita ser evaluado con una serie de tiempo.

Ambas líneas de investigación podrán ser de utilidad en la gestión pública de los municipios turísticos al momento de diseñar y gestionar las políticas públicas, y a más largo plazo, podrán generar un impacto en la comunidad local, contribuyendo en forma directa a mejorar la calidad de vida, aumentar el empleo, y evitar así la migración hacia las grandes ciudades.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Citada

- Ander-Egg E. (1995), “Técnicas de Investigación Social”. 24º edición. Ed. Lumen. Argentina.
- Ball, F. e Ibáñez J. (2009) “Medición de la importancia económica del turismo: el caso de la provincia del Chubut”, en Anales Asociación Argentina de Economía Política. XLIV Reunión Anual.
- Boullón R. (1985), “Planificación del Espacio Turístico”. Ed. Trillas. México
- Boullón R. (1990), “Los Municipios Turísticos”. Ed. Trillas. México.
- Di Filippo M. y otro (2008), “Los Indicadores Sociales en la Formulación de Proyectos de Desarrollo con Enfoque Territorial” Ed. Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. Argentina.
- EUROSTAT (2006) “Methodological work on measuring the sustainable development of tourism. Part 2: Manual on sustainable development indicators of tourism. European Communities.
- Fernández Fuster L (1991) “Introducción a la Teoría y Técnica del turismo”. Ed. Alianza. España.
- Iturburu M. (2000) “Municipios Argentinos. Fortalezas y debilidades de su diseño institucional”. INAP.
- Ivars Baidal J. (2001) “Planificación y Gestión del Desarrollo Turístico Sostenible: Propuestas Para la Creación de un Sistema de Indicadores”. Proyecto METASIG. Referencia 1FD97-0403. Comisión Interministerial de Ciencia y Tecnología (CICYT), Plan Nacional I+D Comisión Europea (FEDER)
- Jaime Pastor V. (2008) “Análisis Normativo de la Figura del Municipio Turístico en España. Un nuevo abordaje para el desarrollo del turismo local”. PUC Minas. Revista de Turismo. 3 (4):2.
- Leiva R. V. (1997) “Turismo y Gestión Municipal”. Ed. Asociación Chilena de Municipalidades. Chile.

- Mantero J. (2006) “Urbanizaciones del litoral y modalidades del interior. Actualidad y potencialidad turística en territorio bonaerense”. Centro de Investigaciones Turística de la Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Mascareño C (2008) “Descentralización y democracia en América Latina: ¿una relación directa? Elementos conceptuales para su estudio. Recuperado el 18 de octubre de 2012, de <http://www.lasc.umd.edu/Publications/WorkingPapers>
- Menéndez J. M y otros (2004). El concepto de municipio turístico en la legislación española. V congreso de turismo y tecnologías de la información y las comunicaciones – Turitec.
- OMT (1998) “Introducción al Turismo”. Ed. OMT. España.
- OMT (2000) “Taller de Indicadores de Sostenibilidad en Turismo para los países de Sudamérica”. Informe Final. Villa Gesell, Argentina.
- OMT (2005) “Indicadores de Desarrollo Sostenible para los Destinos Turísticos – Guía Práctica”. Ed. OMT. España.
- Otero A. (2006) “La Importancia de la Visión de Territorio para la Construcción de Desarrollo Competitivo de los Destinos Turísticos”. Cuadernos de Turismo. Universidad de Murcia. España.
- Szmulewicz E. y otros (2007) “Bases para una Legislación de Municipios Turísticos para Chile”. Seminario Internacional de Legislación Turística. OMT. Chile.
- Tauber F. (1999) “Municipio y Desarrollo. El nuevo desafío.” Ed. Universidad Nacional de Mar del Plata. Argentina.
- UNS (2002) “Plan de Desarrollo turístico de Monte Hermoso”. Argentina.
- Valenzuela Barros J. P. (1997) “Descentralización Fiscal: Los Ingresos Municipales y Regionales en Chile. Naciones Unidas. Proyecto Regional de Descentralización fiscal. CEPAL/GTZ. Chile: 5 - 11.
- Vigier H. y otros (1995) “Aplicación de la Matemática Borrosa al Proceso de Selección de Inversiones”. UNS. II Congreso Internacional de Gestión y Economía Fuzzy. Santiago de Compostella. España. 15-17 Noviembre.
- Villar A. (2007) “Políticas Municipales de Desarrollo Económico Social. Revisando el Desarrollo Local”. Ed. Ciccus. Argentina.
- Wallingre N. y otro (2009) “Desarrollo y Gestión de Destinos Turísticos. Políticas y Estrategias”. Ed. Universidad Nacional de Quilmes. Argentina.

- Zadeh L. (1965) Fuzzy Logic, Information y Control Volume 8, Issue 3, June 1965, Pages 338–353

Bibliografía Complementaria

- Antón Clavé S. y otro (2005) “Planificación Territorial del Turismo”. Editorial Universitat Operta de Catalunya. España.
- Ariznabarreta Echebarria K. (1993) “La Planificación Estratégica de Ciudades. Un enfoque metodológico”. Boletín de Estudios Económicos. 48 (148).
- Bolonini L. y otro (2002) “El Planeamiento Estratégico en el Campo Turístico”. Federación, misión imposible. Del turismo espontáneo al planeamiento estratégico.
- Boto L. (2010) “Turismo y Gobierno. La construcción de una política interdisciplinaria. Fundación FAPPU. Argentina.
- Capece G. (2001) “Política Turística. Metodología para su concepción y diseño”. Ed. Ladevi. Argentina.
- Díaz Pérez F. (2006) “Política Turística: la competitividad y sostenibilidad de los destinos” Ed. Tirant lo Blanch. España.
- Francesc Sastre Alberti D. (1996) “Efectos sobre los presupuestos municipales de los planes de inversión en infraestructura. El caso Baleares”. III Congreso de la AECIT: 96-103.
- Francisco Candela D. (1996) “La Financiación del Municipio Turístico”. III Congreso de la AECIT: 32-37.
- González L y otros (2004). “Una Evaluación Económica y Estadística de la aplicación del Concepto de Municipio Turístico en Andalucía. V Congreso “Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones” TuriTec 2004.
- Gosende E. (1993) “Presentación al concurso de becas UBACYT”.
- Gosende E. (2008) Apuntes de la Cátedra “Metodología y Técnicas de la Investigación en Turismo”.
- Granados Maguiño M. (2000) “Rol de los Municipios en el Desarrollo del Turismo”. Gestión en el Tercer Milenio.
- Mendioca G. (2003) “Sobre Tesis y Tesistas”. Lecciones de enseñanza-aprendizaje”. 1º edición. Ed. Espacio. Argentina.

- Sampieri R. y otros (2006) “Metodología de la Investigación”. 4º edición. Ed. MacGraw-Hill, México.
- OMT (1999) “Agenda para Planificadores locales: turismo sostenible y gestión municipal”. Ed. OMT. España.
- Sánchez D. “Un Sistema de Indicadores Turísticos Básicos: primera aproximación”. Recuperado el 3 de marzo de 2010, de 2016.turismo.gov.ar/wp_turismo/wp.../2cnct-ponencia-sanchez.pdf.
- Sancho Perez A (2001) “Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo”. 1º edición. Ed. OMT. España.
- Vaquero M. y otros (2004) “Comunidad – Municipio – Universidad. Propuesta de Desarrollo Turístico. Estudio de caso: Municipio de Monte Hermoso”. Aportes y Transferencias. 8 (1): 75-87.
- Varisco C. (2000) “Municipios Turísticos del Litoral. Instituciones del Sector Público y Privado”. Aportes y Transferencias. 4. (2): 63-88.
- Vera Rebollo, F. (2001) “Planificación y Gestión del Desarrollo Turístico Sostenible: propuesta para la creación de un sistema de indicadores. Instituto Universitario de Geografía. Universidad de Alicante.
- Vera F. y otros (1997) “Análisis Territorial del Turismo”. Ed. Síntesis. España.

Referencias Legales

- Constitución Nacional de la República Argentina.
- Constitución Política de Chile.
- Ley 09/1997 de ordenación y promoción del turismo de Galicia.
- Ley 05/1999 de ordenación del turismo en Cantabria.
- Ley 12/1999 de ordenación del turismo en Andalucía.
- Ley 13/2002 de ordenación del turismo en Cataluña.
- Ley 02/2003 de administración local de la comunidad de Madrid.
- Ley 06/2003 de ordenación del turismo en Aragón.
- Ley 10559 de coparticipación de la Provincia de Buenos Aires.
- Ley 2414/02 de turismo de Neuquén.

Páginas web consultadas

- <http://www.desarrollohumano.org.ar/Dhumano.asp>
- <http://www.indec.gov.ar>
- <http://www.embajadaargentina.es>
- <http://montehermoso.gov.ar>

ANEXOS

ANEXO 1: Información extraída del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010, INDEC

1.1- Primeras residencias. Cuadro H5-D. Provincia de Buenos Aires, partido Monte Hermoso. Hogares por tipo de vivienda, según combustible utilizado principalmente para cocinar. Año 2010.

	Total de hogares	Tipo de vivienda						
		Casa	Rancho	Casilla	Departamento	Piezas en hotel o pensión	Local no construido para	Vivienda móvil
Total	2.331	1.858	8	35	405	3	7	3

Fuente: INDEC. Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010.

1.2- Residencias habituales. Cuadro P2-D. Provincia de Buenos Aires, partido Monte Hermoso. Población total por sexo e índice de masculinidad, según edad en años simples y grupos quinquenales de edad. Año 2010.

Edad	Población total	Sexo		Índice de masculinidad
		Varones	Mujeres	
Total	6.499	3.326	3.173	104,8

Fuente: INDEC. Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010.

1.3- Segundas residencias. Cuadro V1-P. Provincia de Buenos Aires, interior de la provincia. Total de viviendas por partido. Año 2010.

Partido	Total de viviendas	Viviendas particulares		Viviendas colectivas
		Habitadas	Deshabitadas	
Monte Hermoso	10.125	2.270	7.835	20

Fuente: INDEC. Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010.

ANEXO 2: Informe Municipio de Monte Hermoso, Año 2012

2.1- Alojamiento en campings

Nombre	Sup. Has.	Carpas	Plazas (4 pax/carpa)
Americano	30 hect.	300	1200
Arco Iris	1/2 hect.	55	220
El Viejo Campamento		60	240
Hipocampo	1 hect.	95	380
Las Dunas	3000 mts	100	400
Las Palmas	1 1/2 hect.	60	240
Los Abuelos	1 hect.	75	300
Monte Sol	9 hect.	75	300
Municipal	1 hect.	50	200
Ruta Sur	1 1/4 hect.	100	400
Salud Pública	1/2 hect.	70	280
Tío Pepe	1 hect.	70	280
Y.M.C.A.Mar	13 hect.	75	300
TOTAL		1185	4740

Fuente: Alojamiento: Camping. Relevamiento del municipio de Monte Hermoso. Año 2012

2.2- Alojamiento en hoteles

Categoría	Nombre	Plazas	Hab. Dobles
3 estrellas	España	100	50
3 estrellas	Nauta	40	20
3 estrellas	La Goleta (Sindicato Camioneros)	96	48
2 estrellas	Altea	45	23
2 estrellas	D'Horizont	107	54
2 estrellas	Li Del	45	23
2 estrellas	Maga	100	50
2 estrellas	Savoy	46	23
2 estrellas	Sosba (Sindicato)	97	49
2 estrellas	Traful	48	24
1 estrella	Ameghino	43	22
1 estrella	América	100	50
1 estrella	Americano	150	75

1 estrella	Atlas	38	19
1 estrella	Capri	50	25
1 estrella	Caldenar	56	28
1 estrella	Cavismar	50	25
1 estrella	Confiar	39	20
1 estrella	Family	40	20
1 estrella	Florida	64	32
1 estrella	Hermitage	22	11
1 estrella	Las Dunas	65	33
1 estrella	Mares	80	40
1 estrella	Monte Hermoso	40	20
1 estrella	Nuevo Ancla	54	27
1 estrella	Oikel (Sindicato Empleados de Comercio)	60	30
1 estrella	Otto Kundt	68	34
1 estrella	Petit	85	43
1 estrella	Piscis	46	23
1 estrella	Polo		0
1 estrella	Plaza	35	18
1 estrella	Prince	90	45
1 estrella	Soleado	61	31
1 estrella	Saúl	60	30
1 estrella	Tial (Sindicato Luz y Fuerza)	25	13
Residencial	Costa Azul	30	15
Residencial	Paco's	53	27
Hostels	Monte H.	35	18
Hostels	Hospedaje Williman	31	16
Appart	Arcos	36	18
Appart	Italia	54	27
Appart	La Marina	36	18
Appart	Mar Nuestro	25	13
Appart	Posada del Mar	23	12
Appart	Saúl	25	13
Appart	Strada Di Francesco	36	18
Appart	Villa Obispo	30	15
TOTAL		2559	1280

Fuente: Relevamiento del municipio de Monte Hermoso. Año 2012.

2.3- Alojamiento en cabañas

Complejo de Cabaña	Cant. de cabañas	Cant. de plazas
Aguas Cálidas	4	20
Alfonso	1	10
Alpina Sauce Grande	1	9
Arenas II	4	28
Ayún del Bosque	2	12
Bambalinas	2	11
Betina Home	1	5
Brisa del Mar	4	25
Brisas del Mar	2	10
Cabañas del Sol	5	30
Camping Americano	9	37
Camping Ymcamar	36	144
Causas y Azares	5	30
Cuernavaca	1	6
Del Calamar	1	5
Del Espegón	2	8
Del Este	4	28
Del Faro	9	33
Del Sauce Grande	4	18
Del Solar	3	18
Don Manuel	8	48
Doña Lidia	2	12
Dunas Delfin	4	20
El Pinar	2	10
El Secreto	2	8
Estrella de Mar	1	4
Faros del Sol	2	12
Fey Wekus	2	18
Goyeneder	3	18
Hechizos de Luna	4	20
Kalevala	5	33
La Posada	2	14

La Posada del ángel	4	24
La Terrano	4	17
Las Escondidas	2	8
Los Caba	3	18
Los Narajos	3	20
Los Onitas Ranch	5	24
Los Prados	4	28
Los Troncos	4	24
Los Vasquitos	4	18
Los Zorzales	1	6
Marea Alta	2	10
Marina del Este	5	27
Marina del Mar	6	36
Mirador del Mar	4	24
Monam	3	20
MyM	2	13
Nahuel	5	26
Nosrro	6	36
Pablo	3	14
Para ti	10	38
Pedro de Mendoza	10	34
Pinar del Sol	8	48
Puerto Mopane	2	10
Raices de mi tierra	7	56
Reis	9	42
Rincón del Mar	3	12
Rocio y Kapote	2	12
Rucale	4	24
Rucantu	4	24
Ruka Lafken	2	12
Sueños del Este	3	11
Tatu	3	21
Tierra de Madres	2	7
Tumuleti	1	6
Va-cam	2	8

Vista Hermosa	2	10
TOTAL	281	1472

Fuente: Relevamiento del municipio de Monte Hermoso. Año 2012.

ANEXO 3: Modelo de entrevista

Nombre de la inmobiliaria:

Ubicación:

Horario:

Entrevistado:

- 1- De las siguientes actividades, señale la actividad predominante, siendo 1 la menos predominante y 5 la más predominante.

Actividad	1	2	3	4	5
Venta de casas o departamentos					
Venta de terrenos					
Alquiler de casa y departamentos					
Alquiler de cabañas					
Otras					

- 2- Si tuviera que otorgar un porcentaje entre las siguientes actividades, en qué porcentaje cree que realiza cada una de las siguientes:

Actividad	%
Venta de casas o departamentos	
Venta de terrenos	
Alquiler de casa y departamentos	
Alquiler de cabañas	
Otras	

- 3- De las ventas que realiza, ¿qué percepción tiene respecto al uso de la propiedad?

Permanente	Temporario	
	Solo uso estival	Estival + finde largo

- 4- Y los alquileres?

Permanente	Temporario	
	Solo uso estival	Estival + finde largo

5- Cuál es la capacidad promedio de plazas en:

Tipo	Capacidad
Casas	
Departamentos	

6- En tipos de propiedad disponible, ¿En qué porcentaje están representadas?

Tipo	%
Casas	
Departamentos	

7- ¿Cuál es el período de mayor actividad? **1: baja 5: más alta**

Actividad	1	2	3	4	5
Diciembre - Abril (estival)					
Abril - Agosto					
Agosto - Diciembre					

8- Del período de mayor actividad, ¿Por qué motivo piensa que crece la actividad en ese período? Indique su percepción en %

Actividad	%
Turismo	
Requerimiento de Vivienda permanente	
Requerimiento de Vivienda temporaria	
Negocios	
Otras	

ANEXO 4: Relevamiento a partir de entrevistas personales realizadas a dueños o encargados de las inmobiliarias de Monte Hermoso

4.1- Actividad predominante

Inmobiliaria	Actividad predominante			
	Vta. c/dto	Vta. Terreno	Alq. c/dto/cab	Otras
De Leon	4	2	5	0
Fernandez Luis	4	3	5	0
MB Ss. Inmobiliarios	3	3	5	1
Semillán	4	3	5	0
Daniel Luis	2	4	5	0
Resar	1	1	5	0
Blum	3	3	5	0
Rusconi	3	3	5	0
Fernandez Harmsen	1	4	5	0
Oceánica	3	4	5	0
Atlantic	2	3	5	1
TOTALES	30	33	55	2

Fuente: Elaboración propia

4.2- Porcentaje de la actividad que realiza

Inmobiliaria	Porcentaje que realiza la actividad			
	Venta casa/dto	Venta Terreno	Alquiler casa/dto/cabaña	Otras
De Leon	40	10	50	0
Fernandez Luis	15	15	70	0
MB Ss. Inmobiliarios	20	5	75	0
Semillán	2	0	98	0
Daniel Luis	20	25	55	0
Resar	15	15	70	0
Blum	10	10	80	0
Rusconi	30	0	70	0
Fernandez Harmsen	5	10	95	0
Oceánica	10	20	70	0
Atlantic	15	20	50	15
TOTALES	182	130	783	15
PORCENTAJES	16,55%	11,82%	71,18%	1,36%

Fuente: Elaboración propia

4.3- Capacidad promedio y tipo de vivienda

Inmobiliaria	Capacidad promedio de plazas		Tipo de propiedad en %	
	casas	dptos.	casas	dptos.
De Leon	6	4	70	30
Fernandez Luis	5	4	50	50
MB Ss. Inmobiliarios	6	4	40	60
Semillán	5	4	60	40
Daniel Luis	5	5	40	60
Resar	5	5	25	75
Blum	6	4	70	30
Rusconi	5	4	50	50
Fernandez Harmsen	6	4	50	50
Oceánica	6	4	70	30
Atlantic	6	4	70	30
TOTALES	5,5	4,2	54,1%	45,9%

Fuente: Elaboración propia

4.4- Uso de la propiedad que se alquila

Inmobiliaria	Uso de la propiedad que alquila		
	Permanente	Estival	Estival+finde
De Leon	10	0	90
Fernandez Luis	0	90	10
MB Ss. Inmobiliarios	0	0	100
Semillán	0	98	2
Daniel Luis	1	0	99
Resar	0	0	100
Blum	0	0	100
Rusconi	0	0	100
Fernandez Harmsen	0	0	100
Oceánica	0	0	100
Atlantic	0	0	100
TOTALES	11	188	901
PORCENTAJES	1%	17,9%	81,91%

Fuente: Elaboración propia

4.5- Uso de la propiedad que se vende

Inmobiliaria	Uso de la propiedad que vende		
	Permanente	Estival	Estival+finde
De Leon	0	0	100
Fernandez Luis	0	0	100
MB Ss. Inmobiliarios	0	0	100
Semillán	0	0	100
Daniel Luis	0	0	100
Resar	20	0	80
Blum	0	0	100
Rusconi	0	0	100
Fernandez Harmsen	0	0	100
Oceánica	0	0	100
Atlantic	0	0	100
TOTALES	20	0	1080
PORCNETAJES	1,82%	0%	98,18%

Fuente: Elaboración propia

4.6- Periodo de mayor actividad

Inmobiliaria	Periodo de mayor actividad		
	Dic - mar	abril- julio	agosto - nov.
De Leon	5	1	2
Fernandez Luis	5	1	2
MB Ss. Inmobiliarios	5	1	1
Semillán	5	1	3
Daniel Luis	5	1	3
Resar	5	0	1
Blum	5	3	4
Rusconi	5	1	3
Fernandez Harmsen	5	2	1
Oceánica	5	1	3
Atlantic	5	2	3
TOTALES	55	14	26

Fuente: Elaboración propia

4.7- Motivo por el que crece la actividad en ese periodo

Inmobiliaria	Motivo por el que crece la actividad en ese periodo				
	turismo	vivienda perm	vivienda temp	negocios	otros
De Leon	80	0	15	5	0
Fernandez Luis	100	0	0	0	0
MB Ss. Inmobiliarios	100	0	0	0	0
Semillán	100	0	0	0	0
Daniel Luis	100	0	0	0	0
Resar	100	0	0	0	0
Blum	100	0	0	0	0
Rusconi	80	0	0	20	0
Fernandez Harmsen	100	0	0	0	0
Oceánica	90	0	0	10	0
Atlantic	100	0	0	0	0
TOTALES	1050	0	15	35	0
PORCENTAJES	95,45%	0,00%	1,36%	3,18%	0,00%

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 5: Producto Bruto Geográfico del Municipio de Monte Hermoso

Sector de actividad económica	Miles de \$
A Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	1684
B Pesca y servicios conexos	165
C Explotación de minas y canteras	0
D Industria manufacturera	2450
E Electricidad, gas y agua	1135
F Construcción	3146
G Comercio al por mayor, al por menor y reparaciones	4519
H Hoteles y restaurantes	3730
I Transporte, almacenamiento y comunicación	2852
J Intermediación financiera y otros servicios financieros	1592
K Servicios inmobiliarios, empresariales y de alquiler	31866
L Administración pública, defensa y seguridad social obligatoria	1830
M Enseñanza	1646
N Servicios sociales y de salud	1561
O servicios comunitarios, sociales y personales n.c.p.	2833
P Servicios de hogares privados que contratan ss. domésticos	514
TOTAL	61523

Fuente: Dirección Provincial estadística. 2003. Ministerio de Economía de la provincia de Buenos Aires. Producto Bruto Geográfico. Desagregación Municipal. Cuadro 4.5.84 Monte Hermoso

ANEXO 6: Organigrama del Municipio de Monte Hermoso



Fuente: Elaboración propia a partir de la extracción del organigrama completo del Municipio de Monte Hermoso

