



**UNIVERSIDAD ABIERTA
INTERAMERICANA**

Facultad de Turismo y Hospitalidad
Licenciatura en Turismo

Trabajo Integrador Final

**CARACTERIZACIÓN DEL TURISTA QUE
REALIZA TRAVESÍAS NÁUTICAS**

En embarcaciones de recreo a motor,
desde San Fernando a Carmelo

Romero Ana Luz
Matricula H2 - 15108

Noviembre de 2007

CARACTERIZACIÓN DEL TURISTA QUE REALIZA TRAVESÍAS NÁUTICAS

En embarcaciones de recreo a motor desde San Fernando a Carmelo

“Cuenta la leyenda que en los primeros días de la creación, Dios descendió a la Tierra para contemplar su obra. Como iba oscureciendo, se inclinó sobre el terreno y apoyó la palma de su mano abierta para reconocer el lugar. Al levantarse advirtió que en el suelo, todavía fresco por su reciente formación, había quedado marcada su huella. Rápidamente la llenó con las aguas de un río, originando el Delta del Paraná.”

Anónimo



*Este Trabajo esta dedicado a
mi mejor amiga, mi madre, quien me acompañó y me
dio fuerzas para volver a estudiar.*

*A mis hijos, Ian y Camila,
dos personitas maravillosas que han brindado
parte de su tiempo de diversión conmigo
para que pudiera continuar con la carrera,
por ayudarme a recortar y pegar imágenes,
juntar información y hasta disfrazarse para
participar de la Exposición de Circuitos
Turísticos ...*

*Y para él, quien con su cariño, su paciencia,
su ceño fruncido, su sonrisa, sus noches sin
dormir a horario y el empujoncito de cada día, me
ayudo a tomar la decisión de terminar este
trabajo...*

*para ese hombre increíble,
mi Gran Amor, mi ancla, mi brújula...Horacio.*

*Gracias a cada uno por permitir hacer realidad
uno de mis sueños.*



INDICE

Introducción	04
<i>Capítulo I</i>	
Problematización	07
<i>Capítulo II</i>	
Objetivos	10
<i>Capítulo III</i>	
Antecedentes	11
<i>Capítulo IV</i>	
Marco Teórico	18
<i>Antecedentes históricos</i>	18
<i>Turismo Náutico</i>	20
<i>Turista</i>	22
<i>Travesía Náutica</i>	27
<i>San Fernando, punto de partida</i>	29
<i>Destino Turístico</i>	34
<i>Carmelo, punto de llegada</i>	36
<i>Embarcaciones de recreo a motor</i>	51
<i>Capítulo V</i>	
Aspecto Metodológicos	58
Población y Muestra	58
Variables	60
Instrumentos	63
<i>Capítulo VI</i>	
Análisis de Datos	65
Conclusión	85
Bibliografía	92
Anexos	95



Introducción

El turismo, que según la OMT¹, *comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocio y otros*; es una actividad clave, siendo en muchos casos la principal fuente generadora de divisas, por lo cual toda investigación que se realice, tiene gran importancia para el desarrollo del sector turístico y principalmente para el desarrollo de un país, ya que constituye a la balanza de pagos, al PBI y a la creación de empleos.

Por tal motivo, decidí que debía comenzar el Trabajo Final Integrador y así elaborar un instrumento que brinde información para la toma de decisiones o para la construcción de predicciones bajo varios escenarios posibles de futuro y me permita alcanzar la Licenciatura en Turismo en la Universidad Abierta Interamericana.

Indagando, pesquisando, relevando y transformando en una herramienta todo lo aprendido durante cuatro años, intente encontrar un tema para investigar y fue cuando, en una de las actividades que más disfruto realizar junto a mi familia... sin ir muy lejos, sin escalar montañas, sin sumergirse en el mar y sin adentrarse en la selva... descubrí, que navegando por las aguas que acarician el Delta del Paraná, existe un mercado que nos puede brindar una oportunidad para el desarrollo sustentable del turismo, porque el turista náutico es un elemento dinámico del sistema, y escuchando sus necesidades e identificando y conociendo sus características se puede describir realidades, que ayuden a generar conocimientos nuevos y puedan ser puestos en practica con diferentes fines.

Entonces surgió una pregunta *¿Qué investigar?* Parecía fácil, sabía que deseaba investigar sobre el Turismo Náutico pero era inabordable, debía interrogar el tema hasta llegar a formular con claridad una pregunta, sin la cual ningún proceso de conocimiento tiene lugar. Debía deconstruir y construir el objeto de estudio para lo cual comencé con una exploración bibliográfica integrando el tema a diversos contenidos de asignaturas cursadas tales como Introducción al Turismo, Circuitos Turísticos I - Argentina, Medios de Transporte, Psicología Aplicada al Turismo, Marketing Turístico, Sociología Aplicada al Turismo, Economía, Problemática del Mundo Actual e Investigación y sus Métodos entre otras. Consulte diversas páginas web, investigaciones previas y revistas especializadas; siempre buscando un orden para evitar la pérdida de tiempo.

De esta forma descubrí, que si bien es un tema estudiado en profundidad en otros países como España, tal como lo demuestran los antecedentes analizados en el Capítulo III; en Argentina existe escasa información al respecto.

No se hallaron diagnósticos ni planeamientos para el tipo de turismo que se relaciona con la náutica a nivel municipal, provincial y nacional; ni estudios que definan y caractericen al turista náutico; sólo se ha podido acceder al relevamiento de comercios e industrias de 2006 efectuado por la Municipalidad de San Fernando para el estudio de la actividad económica en el partido, donde hace referencia al sector y contabiliza 9.879 lugares de guarda de embarcaciones, con un incremento respecto al 2004 en un 7,09%. Este dato fue importante a la hora de reafirmar que la investigación sobre el tema tenía relevancia, porque cada lugar de guarda representa como mínimo un potencial turista náutico.

También cabe destacar que se optó por San Fernando como espacio de investigación porque dicha ciudad es representativa al ser la Capital Nacional de la Náutica.

Además hemos accedido al trabajo titulado San Fernando y la Náutica, efectuado por la Municipalidad de dicha ciudad, del cual se han tomado datos notables que son transcritos en el capítulo IV.

De aquí en más, creí firmemente que valía la pena avanzar y era viable hacerlo, porque tengo acceso a las fuentes, participo de la actividad asiduamente y porque los resultados pueden ser útiles como revisión de las condiciones de mercado para estudios previos de factibilidad en proyectos de inversión², ser información cuantitativa y cualitativa e integrar un pronóstico de la actividad turística en un proceso de planificación³, puede proporcionar un valor añadido adicional a una empresa como poseedora de un conocimiento que la diferencia respecto de sus competidores y principalmente puede ser útil para abrir caminos a futuras investigaciones que permitan situar a la náutica, dentro de la oferta turística de nuestro país.

Tal como lo menciona Sampieri⁴ en el libro Metodología de la Investigación, *“...Llego el momento de afinar y estructurar más formalmente la idea de investigación...”*



Problematización

Capítulo I

Los seres humanos necesitamos indagar, describir y comprender fenómenos o acontecimientos, explicar las razones y buscar; es entonces cuando comenzamos a investigar; sin embargo no lo podemos hacer a pura intuición, ni a través de una serie de tanteos sin plan y sin orden, sino que debemos adoptar una actitud científica, que nos permita hacer un mejor uso de las facultades que tenemos para el conocimiento de hechos y fenómenos de la realidad.

La actual investigación, con la cual se intenta conocer, saber o averiguar algo para satisfacer una amplia variedad de necesidades, en un proceso creativo con dificultades imprevistas, se relaciona con la actividad náutica, de la cual soy participe durante todo el año; por tal motivo una de las principales actitudes a tomar fue pretender ser objetiva, intentando obtener un conocimiento que concuerde con la realidad, que lo describa o explique tal cual es, y situarme frente al objeto de estudio como algo externo y no encerrarme en los conceptos previos.

Tuve que oponerme, compenetrarme, separarme y acercarme al objeto de estudio; despojarme completamente de toda carga de valores, deseos e intereses, aunque tratar de alcanzar este fin, en plenitud, es inaccesible.⁵

Luego de interrogarme arduamente sobre *¿Qué es el Turismo Náutico? ¿Qué es una travesía náutica? ¿Cuáles son las motivaciones que lo llevan al turista a optar por realizar una travesía? ¿Con quién viaja? ¿Qué edad tiene? ¿Cuál es su ocupación? ¿Cuál es su nivel de gasto turístico? ¿Prefiere pernoctar en la embarcación o busca un hotel? ¿Qué actividades realiza? ¿Cómo accede a la información turística?*, en las mismas preguntas comenzaron a aparecer los

conceptos que me permitieron ir construyendo el objeto de estudio y perfilar la metodología a implementar. O sea, problematice el tema para avanzar en el recorrido del diseño de la investigación.

Según Carlos Sabino⁶, *“La delimitación del tema a investigar es una etapa ineludible en todo proceso de obtención de conocimientos, porque nos permite reducir nuestro problema inicial a dimensiones prácticas dentro de las cuales es posible efectuar los estudios correspondientes.”* Fue así que comencé a enfocar en términos más concretos el área de interés, especificando el alcance y determinando los límites.

Para este momento, mi objeto de estudio estaba enfocado en el Turista Náutico, pero era muy difícil abordarlo en un sólo trabajo, por lo tanto tuve que delimitar el tema en tiempo y espacio, y comencé a identificar como objeto de estudio a las personas que realizan actividades náuticas turísticas, en embarcaciones de recreo a motor partiendo desde San Fernando, Capital Nacional de la Náutica; hacia Carmelo, durante el 2006 y 2007.

Encaminado el tema, inicié la tarea de construir un referente teórico, o sea, *contar con un bagaje conceptual y de teorías ya elaboradas al respecto, pero reelaboradas para los fines específicos de nuestro caso* según el concepto de Sabino⁷, el cual se presenta en el capítulo denominado Marco Teórico.

Luego pase a la etapa de la formulación del problema concreto de conocimiento, que asume generalmente la forma de una pregunta, de algún interrogante cuya respuesta sólo se puede obtener después de realizada la investigación.

Para el presente Trabajo Final, la formulación del problema es la siguiente:

¿Cuáles son las características del *Turista* que realiza travesías náuticas en embarcaciones de recreo a motor, que parten desde San Fernando (AR)¹ hacia Carmelo (UY)²; durante el período comprendido entre Agosto de 2006 a Julio de 2007?

Previamente se puede redactar un enunciado que puede o no ser confirmado por los hechos, el cual se transforma en una respuesta conjetural supuesta a la pregunta del problema a investigar, donde se corrobora o refuta la realidad o experiencia.

No obstante, en este estudio se tendrán bien definidos los objetivos y no se planteara una hipótesis concreta, porque *no puede presuponerse (afirmando) algo que apenas va a explorarse*. (Sampieri-1991)⁸ y tal como lo afirma Sabino⁹, en los estudios de tipo exploratorio-descriptivo, muchas veces es posible omitir las hipótesis, ya que pueden ser amplias, imprecisas y pocas definidas.

Juan Samaja¹⁰ también hace mención a este punto, diciendo “...*Si bien es cierto que todo proceso de investigación presupone hipótesis, eso no presupone que en todo proyecto de investigación deban figurar de manera explícita y en un apartado especial dichas hipótesis...*”

¹ AR: Argentina

² UY: Uruguay



Objetivos

Capítulo II

Los objetivos son enunciados claros y precisos que señalan que es lo que queremos saber acerca del objeto de estudio, y fijan las metas que se van a conseguir mediante el proceso planificado de la investigación¹¹. Los mismos se clasifican en generales y específicos, y corresponden ser formulados mediante preguntas o en verbos de acción. Es imperioso que los mismos sean realistas, o sea, que tengan en cuenta los recursos disponibles.

OBJETIVOS GENERALES

1. Identificar y analizar las características del turista que realiza travesías náuticas, en embarcaciones de recreo a motor que parten desde San Fernando (AR) hacia Carmelo (UY) durante el período que se extiende desde Agosto de 2006 a Julio de 2007.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Conocer y desarrollar los aspectos que definen al Turismo Náutico y sus antecedentes históricos.
2. Determinar y analizar las características demográficas y comportamentales del turista que realiza travesías náuticas en embarcaciones de recreo a motor, desde el Partido de San Fernando hacia la ciudad de Carmelo.
3. Establecer y analizar las motivaciones del sujeto que realiza travesías en embarcaciones de recreo a motor que parten desde San Fernando, Capital Nacional de la Náutica; hacia Carmelo, Uruguay.

LA RELEVANCIA DEL TURISMO NÁUTICO EN LA OFERTA TURÍSTICA¹²

Instituto: Universidad de Murcia (*España*)

Autor: Salvador Ferradás Carrasco

Año: 2001

La investigación se refiere al turismo náutico como un segmento relacionado con prácticas de ocio y actividades deportivas en contacto con el mar. Desde el punto de vista del estudio específico de éste producto se puede observar que contribuye a una serie de beneficios, tanto en el apartado socioeconómico, como en el incremento de la cualificación y diversificación de la oferta turística. Por otra parte, es un producto que se puede llevar a cabo en cualquier época del año, lo cual es un criterio muy importante para la actividad turística como factor desestacionalizador de la oferta.

El trabajo, considera que se debe apoyar y potenciar este producto y una forma es por medio de la Red de Estaciones Náuticas, tal como se ha hecho en otros países, como Francia, Grecia, Turquía, etc.

Esta exploración versa sobre la importancia del turismo náutico como factor socioeconómico y la impronta que puede llegar a dejar en la oferta turística, a la par de señalar como mejora el propio producto náutico turístico por mediación de acciones conjuntas.

En la conclusión, presenta un extracto de un análisis D.A.F.O., así como una síntesis del muestreo realizado a los usuarios de instalaciones náuticas; ambos aspectos forman parte de un trabajo prospectivo más amplio, que se espera que por su interés y relevancia operativa en el conocimiento de la oferta y demanda de este producto, quede plasmado en publicaciones o futuros artículos realizados por aquellas entidades o personas interesadas en la

actividad turística y específicamente en el turismo náutico, a cuya disposición queda la investigación.

El Marco Teórico esta basado en información secundaria extraída de diferentes trabajo realizados por el Instituto de Turismo de España y de diferentes textos de autores tales como Esteban y Yepes Piqueras (1998) que habla sobre la incidencia climática en el turismo náutico, Pearse (1998) que hace referencia a que el clima y turismo son dos términos asociados, Christine Smith y Paul Jenner que manifiestan la importancia de las instalaciones náuticas como dinamizador de un espacio turístico y datos del total de la flota de embarcaciones de la Dirección de la Marina Mercante, entre otros.

En el estudio se hizo una síntesis de una investigación previa, donde uno de los instrumentos utilizados fue la encuesta. La misma se realizo a 305 usuarios de instalaciones náuticas de la Comunidad de Valencia a fin de identificar el perfil de la demanda. También se realizaron entrevistas a expertos en la materia de náutica turística, tal es el caso de los directores-gerentes de instalaciones náuticas. Tales instrumentos tuvieron como objetivo, conocer mejor a la demanda, para así poder aportar datos con los que se lleven a cabo políticas oportunas que optimicen inversiones y reduzcan costes.

Al relacionar este estudio con la investigación actual, cabe destacar la importancia que se da al hecho de conocer las características y las necesidades del sujeto que participa de las actividades náutico turísticas, para que los datos obtenidos, sean referentes para el desarrollo del turismo náutico en nuestro país.

EL PLANEAMIENTO DE INFRAESTRUCTURAS PARA EL TURISMO NÁUTICO¹³

Instituto: Universidad Politécnica de Valencia (*España*)

Autor: Vicent Esteban Chapapría

Año: 2000

El trabajo aborda la descripción de las instalaciones náuticas de recreo en determinadas áreas turísticas, así como el análisis de sus usuarios.

Hace referencia a los diferentes objetivos de las instalaciones y al potencial del turismo náutico a través de una descripción de las características de la demanda de turismo náutico. En sus conclusiones hace mención a la complejidad del planeamiento de las instalaciones náuticas y su importancia para el desarrollo del turismo.

El Marco Teórico esta basado en información tomada de algunas entidades tales como la Secretaria de Estado de Comercio, Turismo y Pyme de Madrid, de la cual se tomo el estudio de la red de estaciones náuticas y de textos como el de Álvarez Osorio, (1997) que hace referencia a la oferta de puertos deportivos como dinamizadora del entorno turístico.

El trabajo toma el análisis de la empresa pública Turismo Andaluz S.A. que a través de una encuesta, relevó datos importantes sobre las actividades náuticas de España y las características de los practicantes.

Esta investigación hace hincapié en la importancia de la infraestructura para el desarrollo del Turismo Náutico, esto nos da el antecedente, de que hay que tener muy en cuenta tal eslabón del sistema turístico a la hora de describir el origen y destino de las travesías que realizan los turistas en estudio. A su vez, hace referencia al análisis de sus usuarios, en concordancia con el objetivo del presente Trabajo Integrador Final.

EL TURISMO NÁUTICO EN EL MEDITERRÁNEO¹⁴

Instituto: Universidad de Murcia (*España*)

Autor: Salvador Ferradás Carrasco

Año: 2002

Este estudio hace mención a que el Turismo Náutico está cobrando gran importancia gracias al estudio de diversas entidades públicas y privadas.

En España una de las bases principales en la economía es la actividad turística y dentro de ésta un componente que puede ayudar a desestacionalizar, diversificar y cualificar la oferta turística, es el turismo náutico.

Algunas variables que identifican la importancia de este producto quedan reflejadas al observar las siguientes cifras. Dentro del terreno laboral el personal directo relacionado con la actividad náutica turística se cifra en 3.124, siendo de 23.409 el persona inducido. Las cifras son lo suficiente reveladoras como para darse cuenta que se esta ante un producto que se debe potenciar y valorar en su justa medida. Pero también hay que considerar, que el turismo náutico cuenta con un enorme potencial que revaloriza la oferta turística, atrayendo al segmento interesado en las actividades náuticas y produciendo el incremento general de la oferta (restaurantes, comercios, etc.).

En definitiva, la importancia de potenciar el turismo náutico proviene de la propia necesidad de mejorar y cualificar la oferta turística.

Esta investigación versa sobre las posibilidades de mejorar el turismo náutico de España por medio del estudio y análisis de aspectos tales como conocer los factores de cambio que afectan a la actividad turística, las tendencias motivacionales de la demanda o el turismo náutico en otros países.

Algunos datos del perfil del turista náutico revelado en este informe, nos referencia a un individuo de entre 30 a 60 años, activo, con un nivel adquisitivo importante, mas informado y exigente.

El presente trabajo nos da la pauta de la importancia de realizar investigaciones que aporten datos de relevancia para el desarrollo del turismo, siendo de sumo interés para el sector económico del país.

Dentro de las posibilidades detectadas en España, el turismo náutico es un

segmento que puede ampliar la oferta turística, conociendo entre otros temas, las tendencias motivacionales de la demanda; tal como se intenta realizar en la vigente investigación.

ESTUDIO SOBRE EL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA DE TURISMO NÁUTICO EN LA REGIÓN DE MURCIA¹⁵

Instituto: Unidad de Estudios y Estadística – Secretaría General (*España*)

Autor: Consejería de Turismo, Comercio y Consumo

Año: 2005

En este estudio se presentan los resultados del proyecto de investigación del mercado de turismo náutico en la Región de Murcia desarrollado por la Unidad de Estudios y Estadística de la Consejería de Turismo, Comercio y Consumo. Se ha pretendido estudiar el comportamiento de la demanda de este producto turístico a través de una encuesta realizada en los meses de julio y agosto de 2005 en los puertos deportivos y otras instalaciones náuticas de la Región, que ha aportado datos sobre las principales características sociodemográficas de los turistas que practican este tipo de actividades, sus motivaciones, las características de su viaje, así como su fidelidad al destino y la valoración de los servicios turísticos e instalaciones relacionadas.

El ámbito geográfico se circunscribe a los principales puertos deportivos de la Región de Murcia, así como centros o escuelas de vela y deportes con tabla, motonáutica y submarinismo.

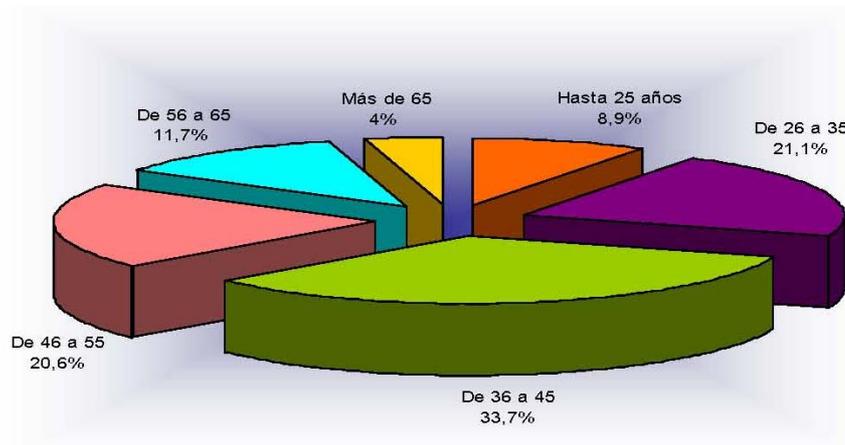
Resultados

El turista náutico en la región de Murcia:

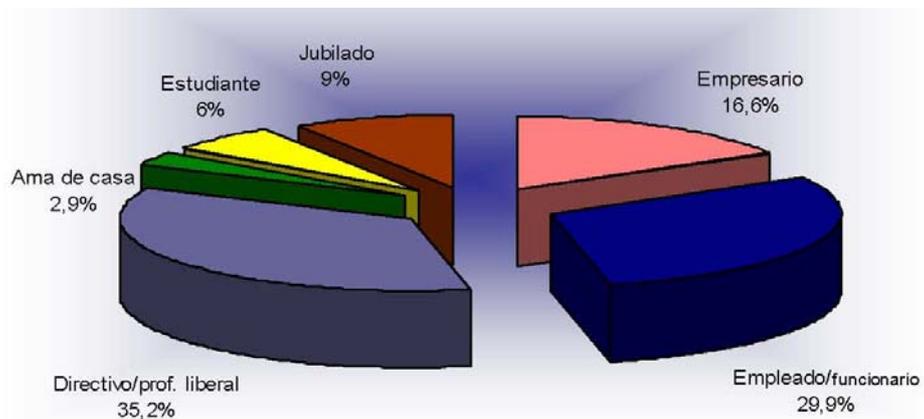
- Reside, mayoritariamente, en Madrid (56%)
- Ha permanecido más de 15 días de vacaciones (40%)
- Disfruta de sus vacaciones con la familia (56,9%)
- Se ha alojado, preferentemente, en vivienda propia o prestada (56%)
- Su edad está comprendida entre los 36 y 45 años (33,7%)
- Su lugar de alojamiento es principalmente La Manga o el Mar Menor

- (52,9%)
- Un alto porcentaje de los turistas ya habían visitado la Región en ocasiones anteriores (90,3%)

EDAD



PROFESIÓN Y SITUACIÓN LABORAL



La investigación sobre las características de la demanda del turismo náutico en la Región de Murcia esta en línea con el estudio actual, ya que ambos tienen como objetivo identificar las características del turista de tal actividad, al igual que el estudio siguiente, que trata sobre el perfil del turista náutico de Balears.

EL TURISMO NÁUTICO COMO ELEMENTO DE DIVERSIFICACIÓN TURÍSTICA: EL CASO BALEARS¹⁶

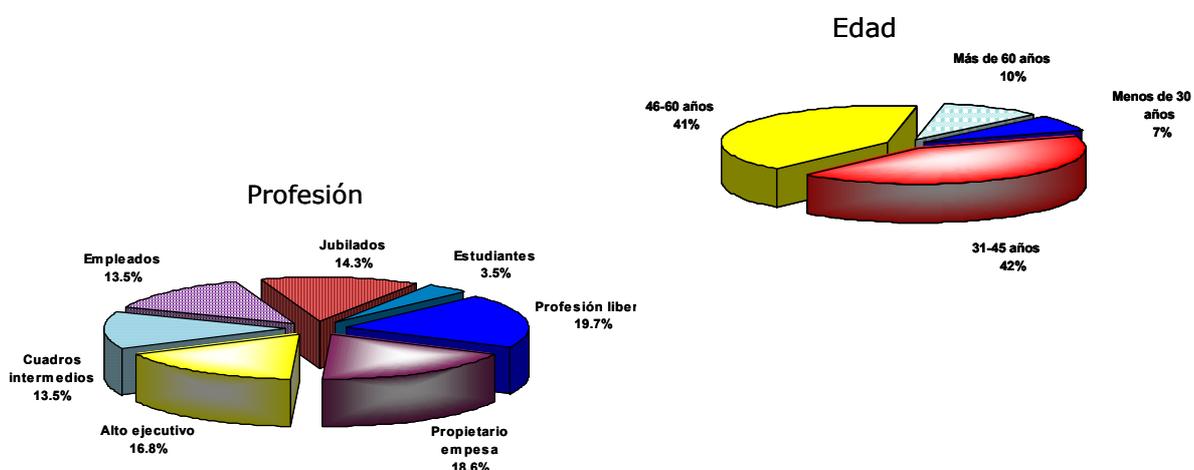
Instituto: Universitat de les Illes Balears

Autor: Joan B. Garau-Vadell

Año: 2004

El autor concluye su investigación en la descripción del siguiente perfil del turista náutico de Balears.

- El 91% no es residente, y sus profesiones son altamente remuneradas (El 19.7% es profesional, el 18.6 % es propietario de una empresa y el 16.8% es un alto ejecutivo)
- El 48.5% viaja en embarcaciones con una eslora entre 10 y 15 metros.
- El 67.3% viaja en embarcaciones de su propiedad.
- El 30.1% realiza al menos 2 viajes de turismo náutico al año y 22.7% cuatro o más.
- El 88.8% realiza sus viajes en verano, buscando un buen clima en un 71.4% y diversidad de paisajes en un 56.4%
- El 47% se informa a través de amigos, familiares y conocidos.
- Disfruta de sus vacaciones con la familia (66%)
- Su edad está comprendida entre los 31 y 45 años (42%)





Marco Teórico

Capítulo IV

El marco teórico es definir conceptualmente las variables y el universo de estudio. Plantea las teorías implícitas que sostienen la problemática. Nos permite clarificar los conceptos, elaborar definiciones, delimitar significados y precisar nociones vagas o difusas. Además constituye a la organización del conocimiento obtenido.

ANTECEDENTES HISTÓRICOS

El antecedente más antiguo tiene su origen en el yachting, que inicialmente fue la navegación a vela y que tuvo su primera regata en Inglaterra en 1681, hasta que dos siglos después, en 1853, se introduce la navegación a motor, como una nueva opción a este deporte que era la síntesis del elitismo de la época.

Así podemos decir que la náutica actual se divide en dos grandes grupos: los que navegan con los vientos, que incluyen en sus embarcaciones un motor para maniobras o situaciones de emergencia y los que navegan sólo a motor. Esta diferencia es fundamental al analizar el turismo náutico, el cual muchas veces se confunde con otras actividades por lo que será necesaria una definición. Tal definición se plasma en párrafos posteriores.

El trabajo “San Fernando y la Náutica”, que se encuentra publicado en la página web de la Municipalidad de dicha ciudad, narra las siguientes líneas con relación al origen de la Náutica ya no como un deporte, sino también como el navegar por placer: *“...Con los años, las embarcaciones deportivas comenzaron a tener mayor preponderancia que las embarcaciones de trabajo, y se empezó a difundir la náutica desde esta perspectiva: como una actividad deportiva y de competición.*

Cabría preguntarse hasta qué punto, y se podría afirmar que fueron los grandes medios periodísticos como el diario La Nación, la revista El Gráfico y

otros, quienes impulsaron la actividad en esa dirección.

Obviamente, las competencias deportivas, las famosas regatas, poseían un brillo especial, que atrajo al periodismo, lo que a su vez, impulsó el desarrollo de la náutica en esa dirección, divulgando también todo un clima y un lenguaje referido al deporte náutico, clima y lenguaje, que de todas maneras no llegó a alcanzar a la mayor parte de la población. Sin embargo, el mismo sirvió para alentar una mayor participación en la náutica, sobre todo de las capas medias de la sociedad.

Las emociones del deporte náutico, contrastan con el otro aspecto al que se fue circunscribiendo la actividad náutica: la náutica como navegación de placer. Aquí, ya no se trata de la pericia en la velocidad, sino de la pericia en el recorrido, en el placer de navegar, y de navegar bien.

Sobre el tema, además de las consabidas notas periodísticas, surgieron algunos manuales, que indicaban y adiestraban al buen navegante.

Paralelamente, las costas del Luján, se fueron poblando de otro tipo de consumidores del río, aquellos que los fines de semana se acercaban a las orillas a contemplar a quienes practicaban deportes, a “pescar”, o simplemente a pasar un rato de descanso.

Hacia 1985, el municipio de San Fernando estableció una infraestructura más adecuada para su Balneario Municipal, que había ido creciendo, a lo largo de los años, rodeado de clubes náuticos. Y entrada la segunda mitad de la década del '90, bajo la gestión de Osvaldo Amieiro, el municipio mejoró para estos otros amantes de la náutica, la costanera pública que se extiende unos 400 metros desde la prolongación de la calle Del Arca hasta la prolongación de la calle Lanusse.

TURISMO NÁUTICO

Se considera fundamental la realización de una aproximación conceptual al significado del término “Turismo Náutico”, por lo tanto, al no encontrar un apartado específico en los textos vinculados con las asignaturas cursadas en la U.A.I. durante los cuatro años de la Licenciatura en Turismo, se ha consultado al respecto en las investigaciones que se encuentran enlazadas como antecedentes en el Capítulo anterior.

Varias definiciones han sido enunciadas desde diversos puntos de vista, dependiendo del área de trabajo de los autores de las mismas, por lo que resulta interesante destacar que ninguna de ellas es correcta o incorrecta, sino que todas contribuyen a conceptualizar la actividad.

Las definiciones más importantes se exponen a continuación:

Como el turismo náutico es un segmento del turismo, cabe recordar, tal como se menciona en la introducción de este trabajo, que *el mismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocio y otros.*¹⁷

Según Ramón Dávila, en su informe para la Asociación de Promotores de Turismo Residencial y Deportivo de Andalucía, *el turismo náutico se define como vacaciones activas en contacto con el agua que permiten realizar todo tipo de actividades deportivas y recreativas.*”

Otra definición es la que lo asocia a *todas las actividades que se dan en el agua* (Fernández Fuster 1985)¹⁸.

Para Cardona Martorell¹⁹, el turismo náutico *es un producto en sí mismo, que forma parte del producto turístico global de un destino. Se define generalmente como vacaciones activas en contacto con el mar que permite realizar todo tipo de actividades náuticas en tiempo de ocio.*

En general, la mayoría de los trabajos sobre el tema, tienden a diluir la definición de turismo náutico y más bien sacarla por exclusión o nominación, lo cual nos lleva a definiciones muy amplias y otras muy restringidas.

Si se agrupa las definiciones según sean las actividades que éstas abarcan, nacen tres grupos:

- Las que definen al turismo náutico a partir de la navegación, en cualquiera de los tres escenarios posibles: lacustre, fluvial o marítimo y por cualquiera de las dos formas: a partir de la fuerza del viento o por motor, y que estas actividades requieren de una infraestructura específica, desde clubes a marinas, pasando por puertos, zonas de fondeo u otra infraestructura que permita desenvolver la actividad.
- La definición amplia, más en el marco de lo que inicialmente planteó Fernández Fuster, donde el Turismo Náutico esta formado por todas las actividades asociadas a los deportes de agua, no sólo navegación, sino también pesca deportiva y submarinismo.
- La que abarca a todas las actividades que se realizan en el agua, desde los cruceros a los que viven en casas flotantes, pasando por las formas de entretenimiento acuática y los deportes de agua.

Para redefinir al Turismo Náutico, se construyó y enunció lo siguiente:

El turismo náutico es un segmento del turismo, que comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, efectuando una navegación a partir de la fuerza del viento o por motor; en un escenario lacustre, fluvial o marítimo, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por deporte y otros.

En lo que respecta a la investigación en curso, y partiendo de la definición final expuesta, el tipo de navegación que se tomará en cuenta para la caracterización del turista, es la navegación a motor, en un escenario fluvial, y

cuyo fin es la navegación de recreo; ya que no surge a causa de una necesidad económica (trabajo) o por deporte, sino como una actividad lúdica, a la que se destina el tiempo de ocio.

La práctica náutica de recreo comporta una actividad económica, es decir, un “producto turístico”. Éste se define como el conjunto de recursos e infraestructuras capaces de atraer y prestar los correspondientes servicios a los turistas.

TURISTA

El Turista es toda persona que viaja a un sitio distinto de su residencia habitual y ajena a su entorno habitual, por un período mínimo de una noche y no superior a un año, y cuyo principal motivo de visita no sea ejercer una actividad remunerada en el país visitado. El término abarca a las personas que viajan por ocio, recreo o vacaciones para visitar familiares o amigos, por negocios o motivos profesionales. Por tratamiento de salud, por religión, peregrinación u otros motivos’. No se consideran turistas a aquellas personas que se encuentran de paso, desplazados, diplomáticos, viajes de rutina, personal fuerzas armadas, viajeros temporales. (OMT, 1994)

Según el capítulo III del Proyecto Escalera Náutica del Mar de Cortés²⁰, que impulsa el Gobierno Federal de México, existe una clasificación de los usuarios de instalaciones náuticas para embarcaciones de recreo y deportivas que resulta muy útil analizar para el estudio presente.

De acuerdo el esquema planteado en el Proyecto mencionado, se puede definir en primer lugar, a un usuario base, que es socio en un club náutico o propietario de una amarra. Los usuarios base pueden residir en el entorno geográfico de influencia de su instalación y, por lo tanto, no generar al menos una pernoctación en la práctica de su afición, en cuyo caso no serían considerados turistas. Si los usuarios base no residen en dicha área, o bien residiendo en la misma, la práctica de la náutica de recreo origina al menos una

pernoctación, nos encontramos con turistas en una de las dos situaciones siguientes:

- Que sean propietarios de una vivienda de segunda residencia en el área en la que pernoctan o lo hagan en cualquier otro tipo de alojamiento.
- Que pernocten a bordo de la embarcación y en este caso ésta se convierte en alojamiento convencional.

En un segundo gran grupo de usuarios estarían los transeúntes, que pueden clasificarse en tres tipos:

- Usuarios de la embarcación como alojamiento y de la instalación náutica como lugar de invernada: es el caso de personas sin obligación laboral, que disfrutan de los espacios turísticos por tal razón, entre otras, de su clima y que pasan en puerto largos periodos del invierno, ausentándose también para ver a sus familiares en sus países de origen y realizando cruceros más o menos largos en primavera y verano.
- Otros usuarios transeúntes son quienes utilizan las instalaciones náuticas desplazando las embarcaciones por carretera, mediante remolques, desde su país de origen. Habitualmente, aunque la embarcación lo permita, no pernoctan a bordo, utilizando otro tipo de alojamientos como hoteles, apartamentos, etc.
- El último grupo lo integran los transeúntes, aquellos que utilizan por uno o más días los amarres en tránsito y que pernoctan habitualmente a bordo.

De acuerdo con los objetivos del actual trabajo, cabe exponer los siguientes conceptos:

*SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA*²¹

Consiste en la división del mercado en grupos basados en variables demográficas como la edad, el género, la familia, el ciclo de vida familiar, el

ingreso, la ocupación, la educación, la religión, la raza y la nacionalidad.

En la presente investigación y según los objetivos propuestos, solo fueron abordadas las siguientes variables:

- ✓ Sexo
- ✓ Edad
- ✓ Ocupación
- ✓ Residencia

El motivo de la selección de este tipo de segmentación radica, en que las necesidades, los deseos y la frecuencia de uso de los turistas varían a menudo con las variables demográficas. Otro motivo es que dichas variables son fáciles de medir.

SEGMENTACIÓN SEGÚN EL COMPORTAMIENTO²²

Consiste en dividir a los consumidores en grupos basados en sus conocimientos, actitudes, uso o respuesta hacia un producto.

Muchos mercadólogos creen que las variables de comportamiento son el mejor punto de partida para crear segmentos de mercado.

Los turistas se pueden agrupar según la ocasión: cuando tienen la idea, realizan la compra o utilizan el producto. Y este tipo de *segmentación basada en la ocasión* ayuda a las empresas a incrementar el uso del producto.

A los turistas también se los puede agrupar *de acuerdo a los beneficios* que pretende en el producto y *según el tipo de usuario*, o sea, usuario antiguo, potencial, de primera vez y habitual de un producto; siendo este tipo de segmentación ideal para mantener a los usuarios habituales y atraer a los usuarios potenciales.

Otra forma de segmentar es a través de la frecuencia de uso, agrupando a los usuarios en ocasionales, moderados y frecuentes. Estos últimos son los que

los mercadólogos desean identificar y así diseñar estrategias para atraerlos.

Un mercado también puede segmentarse con base a la lealtad de marca.

En un momento determinado, las personas atraviesan por diferentes etapas y disposición para adquirir un producto turístico. Algunos desconocen el producto, otros lo conocen, algunos están informados, otros desean el producto y otros más tienen la intención de adquirirlo.

Para que una segmentación sea eficaz y útil, los segmentos de un mercado deben reunir las siguientes características:

- Mensurabilidad: es el grado en el que es posible medir el tamaño y el poder de compra del segmento.
- Accesibilidad: Es el grado de acceso y servicio de los segmentos.
- Sustanciabilidad: Es el grado en el cual los segmentos son suficientemente grandes o rentables para funcionar como mercados. Un segmento debe ser un grupo homogéneo lo más grande posible y económicamente viable para apoyar un programa de mercadotecnia basado en sus necesidades.
- Accionamiento: Es el grado en el cual es posible diseñar programas eficaces para atraer y dar servicio a los segmentos.

La segmentación revela las oportunidades de mercado disponibles para una empresa. Posteriormente, la empresa selecciona el o los segmentos más atractivos como metas hacia las que dirigirá sus estrategias de mercadotecnia para lograr los objetivos deseados.

Para el estudio en curso se tomaron las siguientes variables para la segmentación según el comportamiento:

- ✓ Según el tipo de usuario: Para identificar si los turistas son usuarios de primera vez, ocasionales, habituales o antiguos de las Travesías Náuticas.

- ✓ Según la ocasión: Cómo y cuándo los turistas realizan Travesías Náuticas.
- ✓ Según los conocimientos: Durante el momento previo a la adquisición del producto, cuáles son los medios por los que obtiene información para la realización de Travesías Náuticas.
- ✓ Según la actitud:Cuál es el tipo de alojamiento que selecciona el turista que realiza Travesías Náuticas a Carmelo y qué actividades realiza en destino.

MOTIVACIONES²³

Existen muchas causas que inducen al hombre a viajar, ya sea al extranjero o dentro de su país. Algunas son de orden práctico y transforman al viaje en una obligación, por ejemplo los viajes que se realizan por razones de salud, negocios, trabajo o para efectuar trámites de cualquier naturaleza.

El resto de los viajes, que sí pueden considerarse como netamente turístico, merecen un análisis que nos pueda ayudar a saber porque los individuos viajan, cuando nadie los obliga a ello.

De la comparación de varias investigaciones, Boullón concluye en que las causas de un viaje no obligatorio se pueden resumir en seis motivaciones:

- Por Hedonismo: que incluye cosas muy concretas y otras un tanto ambiguas como, pasarla bien, comer bien, tostarse al sol, ver cosas interesantes, conocer gente linda, extravagante y acogedora, vivir una aventura amorosa o sexual, experimentar emociones, divertirse, o simplemente no hacer nada.
- Por deseo de cambio: que incluye la búsqueda de algo que compense los sentimientos de rechazo hacia el medio ambiente de trabajo, hacia la rutina de la vida cotidiana, hacia el núcleo familiar o social de pertenencia o hacia las presiones de la vida en la ciudad.
- Por razones culturales o educativas: que se refiere al deseo de

conocer (o volver a visitar) lugares o cosas de las cuales se tiene un conocimiento previo bastante preciso; entre los que se encuentran las obras de arte, de arquitectura, ciudades antiguas o modernas, restos arqueológicos, curiosidades de la naturaleza o lugares de vida silvestre. También entran en esta categoría los viajes para asistir a un congreso, una convención, un seminario o un curso de corta duración.

- *Para descansar:* que supone un sentimiento de agotamiento motivado por la edad, el trabajo, la familia o la vida urbana.
- *Para efectuar compras:* que responde a la inclinación que todos tenemos de adquirir cosas típicas, que sólo se consiguen en el lugar de origen y pueden ser mostradas como testimonios de nuestro viaje, o a la de obtener artículos conocidos a menor precio.
- *Para practicar deportes:* es una motivación válida únicamente para aquellas personas que ya han adquirido una habilidad y viajan atraídas por las características especiales de algún sitio para practicar su deporte favorito, que puede ser montañismo, sky sobre nieve, caza, pesca, observación submarina. De esta lista quedan excluidos otros deportes tales como el golf, el bowling, que aunque muy difundidos, actúan como complemento y no como la actividad que se espera realizar en el viaje.

TRAVESIA NÁUTICA

Se entiende por travesía náutica a la distancia recorrida entre dos puntos durante la navegación por río o por mar.

A su vez, cabe definir como base para la investigación actual, que este tipo de viaje por agua, estará contemplado como una **actividad turística**²⁴ cuyas características son:

- Especie de la actividad, que refiere a las diferentes clases en que se puede clasificar a las actividades turísticas. Tal clasificación debe tomar en cuenta dos factores: las características de los atractivos turísticos y las cosas que se pueden hacer en ellos. Según los usos actuales, las especies se dividen en las siguientes categorías: Esparcimiento – Visitas culturales – Visita a sitios naturales – Deportivas y Asistencia a acontecimientos programados; que a su vez se subdividen en dos tipos: Actividades al aire libre y Actividades bajo espacio cubierto.
- Naturaleza de la actividad, implica tomar como sujeto de análisis al propio turista, o recreacionista, para investigar su comportamiento y actitud durante la visita a un atractivo o el uso de algún servicio específico. Conformes a las características de la actividad, la participación del turista puede variar, ya que puede ser protagonista o espectador según la actitud personal, puede realizar la actividad individualmente o en grupo, y por último la actividad puede producir concentración que es la consecuencia espacial del modo de practicarla, por ejemplo tomar sol en una playa o la caza que se realiza en grupos pequeños. Al mismo tiempo cada una de las categorías se tipifican descomponiendo la demanda, ya sea por su origen, por nivel socioeconómico (se mide por los distintos estratos de ingreso), por la forma del turismo (social, interno, receptivo) o por el volumen de concurrencia (masivo o selectivo).
- Estructura de la actividad, existen dos factores que conducen al conocimiento de la estructura de una actividad; éstos son: la intensidad y la distribución del espacio. La intensidad de la actividad investiga la importancia relativa de la misma, a través del número de turistas que la practican, y su duración, en cuanto al número de días del año y a las mejores horas del día en que llega a su máxima expresión. El factor distribución en el espacio sirve para analizar y resolver las formas de ocupación del territorio y las necesidades de superficie de cada actividad, para lo cual se determina la densidad, procedimiento por el cual se establece el número óptimo de personas por unidad de

superficie para que cada actividad se realice. Ese dato se completa con el estudio del grano, concepto mediante el cual se estudia para una misma unidad espacial, si las actividades programadas se pueden desarrollar en forma conjunta (grano fino), o si cada una, o algunas de ellas requiere un espacio propio por ser incompatible con las demás (grano grueso).

En lo que respecta al Trabajo sobre la “Caracterización del turista que realiza travesías náuticas”, se puede definir que dichas travesías son actividades turísticas que según su especie se clasifican en asistencia a acontecimientos programados al aire libre, donde la actitud del turista es la de ser participante, realizando la misma en forma grupal o individual, donde la concentración varía según la cantidad de embarcaciones de recreo a motor que participan de la actividad.

La tipificación se dará a conocer una vez investigadas las variables que se desprenden de los objetivos propuestos.

En cuanto al estudio de la estructura de la actividad, como requiere de un estudio más complejo, no se analizará en el presente Trabajo, ya que no se cuenta con los recursos necesarios.

SAN FERNANDO, punto de partida

Situado en la Zona Norte del Gran Buenos Aires, el partido de San Fernando comprende una sección continental de 23 km², densamente poblada, con preeminencia de actividades industriales, comerciales y de servicios, y una sección de Islas del Delta del Paraná de más de 900 km².

La ciudad limita con San Isidro y con Tigre. Su sector continental se encuentra integrado por las localidades de San Fernando, Victoria y Virreyes.

En armonía con el desarrollo comercial y los procesos de modernización

urbana, los cascos históricos de San Fernando y de Victoria aún conservan sus atractivos tradicionales, entre los que se encuentran edificios construidos hacia fines del siglo XIX y principios del siglo XX. A ellos, se suman diversos espacios culturales y sociales, así como modernos centros comerciales, que incluyen –entre otros aspectos- una oferta gastronómica para todos los gustos.

Debido a su ubicación costera, a orillas del Río Luján, San Fernando ofrece a sus vecinos y visitantes atractivos espacios públicos, aptos para el descanso, la recreación, la pesca y la práctica de deportes náuticos.²⁵

Cabe tomar algunas líneas del escrito “San Fernando y la Náutica” para describir a dicha ciudad relacionada íntimamente con la náutica:

“...Quienes se detuvieron por primera vez frente al Río Luján, encontraron el encanto de una puerta, de variedades de marrones y verdes isleños, que se abre hacia un mundo amplio y nunca del todo conocido.

Quienes disfrutan casi cotidianamente de la navegación en el Norte del Gran Buenos Aires y su Delta, saben que nunca el paisaje es igual.

Las tonalidades que enriquecen al agua, a la naturaleza y a las construcciones que se desparraman por la costa, viran lentamente, de la mano de las horas del día y de los meses del año. De la mano de ese fluir incesante del río, se contemplan pequeños cambios: una embarcación que se acerca o se aleja, una bandada de pájaros, un saludo, la vegetación crecida.

Además, están los tiempos de cada uno, los tiempos de la gente que vive la náutica. Tiempos de trabajo y tiempos de recreación. Barcos areneros, chatas, lanchas colectivas, lanchas pequeñas y lanchas grandes, lanchas taxi, lanchas almacén que se internan en el Corazón del Delta para el reencuentro cotidiano de isleños y “gente del pueblo”, de la ciudad. Desde canoas a motor hasta veleros señoriales, desde botes de paseo hasta optimist, cadets, y botes de competición. Motos de agua y yates.

Los tiempos... del horario de partida, del tránsito atento en el río... al sosiego tras un fondeo o una buena amarra en lugares esperados, o quizás donde el

destino de quien busca conocer algo más así lo dispone.

*Su costa dispone de poco menos de cuatro kilómetros de extensión sobre el Luján, entre la calle Uruguay (límite con San Isidro), y el tradicional Canal de San Fernando (límite con Tigre) que sirvió de puerta y puerto del Delta para numerosas generaciones. Sobre la franja costera, se sucede una amplia diversidad de actividades, que contribuyeron para la distinción, en 1972, de San Fernando como **Capital Nacional de la Náutica**.*

Treinta años después, la dinámica del sector sostiene con orgullo la marca que contribuyó a generar e integra el corredor náutico que se extiende desde el límite con la Ciudad Autónoma de Buenos Aires hasta Entre Ríos.



Todo aquello que ha hecho posible la orilla y el río, todo aquello que ha hecho posible el río y el barco, es una historia en movimiento. Y en esta historia en movimiento son los hombres y mujeres, siempre, los únicos protagonistas. Todo es historia y presente...”



Fuente Propia: Imagen tomada de la costa del río el 7 de Julio de 2007, durante una travesía Náutica.

En base al Relevamiento de Comercios e Industrias de 2006, que hace referencia a la Actividad Económica de San Fernando, a continuación se hace una síntesis del sector náutico de dicha ciudad.

“...San Fernando se caracteriza por tener una diversidad de actividades económicas, concentradas en un territorio continental de 23 km². Esta dinámica se refleja en que uno de cada diez inmuebles está destinado a la actividad económica o productiva. Si se hace hincapié en el sector náutico, se dice que éste se consolida como una de las principales actividades económicas desarrolladas en el Partido junto con la actividad maderera.

El sector náutico en su totalidad ocupa a 1.448 trabajadores en forma directa y declarada. Esto implica que cerca del 7,15% del total de trabajadores de San Fernando está abocado a la actividad náutica o sus actividades complementarias que representan aproximadamente cerca del 2,28% de empleo de la población ocupada. Se trata de la actividad desarrollada por 148 establecimientos entre los que se destacan: astilleros, talleres navales, servicios de reparación navales, fabricación de embarcaciones de material plástico, venta de embarcaciones nuevas y usadas, comisionistas navales, más sus actividades complementarias realizadas dentro de los clubes y guarderías como son los restaurantes, estaciones de servicio y salones de fiestas.

Se contabilizaron en total 9.879 lugares de guarda de embarcaciones, 5.906 camas náuticas y 3.973 amarras. Respecto al 2004, se produce un incremento en la cantidad de lugares en un 7,09%, donde el total de camas era de 4.911 y de amarras de 4.314; siendo el 20,06% en camas náuticas. Esto reafirma un ciclo dinámico de la actividad que está básicamente asociada a las actividades de recreación y tiempo libre.

La actividad naval es tradicional, competitiva en el ámbito internacional, actualizada tecnológicamente y con una fuerte ocupación de mano de obra, que se encuentra radicada mayoritariamente en la Zona Norte del Gran Buenos Aires.

El avance tecnológico le ha permitido a la industria náutica alcanzar un alto grado de madurez. La introducción de resinas plásticas reforzadas con fibra de vidrio en la construcción naval, permitió un acceso masivo a la actividad náutica: en la actualidad, el parque náutico registra unas 100 mil

embarcaciones sólo en el área de Buenos Aires.

Los 10 mil km2 del Delta vecino a la ciudad de Buenos Aires, con una extensa red de ríos y canales navegables, favorecieron el desarrollo de la actividad y como consecuencia de la industria de embarcaciones y de las actividades complementarias.

La actividad se encuentra por una red de servicios necesarios para el desarrollo, de esta manera clubes, guarderías, marinas y talleres pueblan la costa norte del Gran Buenos Aires, constituyendo un complemento necesario para las actividades de turismo y deporte en la zona del Delta del Paraná y en toda su cuenca fluvial.

En la actualidad, el sector está orientado tanto a la satisfacción de la demanda de mercado interno en los rubros de recreación y deporte, defensa nacional, seguridad y embarcaciones de trabajo para la pesca y el turismo. Asimismo, tiene capacidad y realiza exportaciones a los mercados más exigentes del mundo.



Fuente Propia: Imagen tomada de la guardería Sarthou el 7 de Julio de 2007.

DESTINO TURISTICO

Según la OMT existen algunas definiciones como la de Bull (1994) que define al **destino turístico** como “*el país, región o ciudad hacia el que se dirigen los visitantes, teniéndolo como su principal objetivo*“. Otros autores (Cooper et al., 1993), lo reducen como “*la concentración de instalaciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de los turistas*”.

Entonces podemos decir, que al hablar del destino turístico “Carmelo”, se hace referencia a un lugar de llegada, de acogida, de recepción de los visitantes; un **espacio geográfico**, que es la *base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y la demanda y en dónde se sitúa la población residente, que si bien no es en sí misma un elemento turístico, se considera un importante factor de cohesión o disgregación, según se la haya tenido en cuenta o no a la hora de planificar la actividad turística* (OMT); por lo tanto, Carmelo es el espacio geográfico hacia donde se desplazan los turistas que realizan travesías náuticas.

El desplazamiento es uno de los elementos determinantes de la experiencia turística y el destino, se transforma en un **espacio turístico** consecuencia de la presencia y distribución territorial de los atractivos, que constituyen el objetivo del turista.²⁶

Según la OMT, ese espacio turístico es el lugar geográfico determinado donde se asienta la oferta turística y hacia el que fluye la demanda. Además, Boullón (1990) descompone este espacio en unidades más pequeñas: zona, área, complejo, núcleo o **centro turístico** como es el caso de Carmelo, ya que es un conglomerado urbano que cuenta en su propio territorio o dentro de su radio de influencia con



Centro Turístico CARMELO - Accesos Fluviales
Fuente: <http://www.ciudadcarmelo.com/comollegar.htm>

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 en un radio de influencia estimado de dos horas de distancia – tiempo o bien de 200 km.²⁷

El desplazamiento mayor a 24 horas de un país de origen cualquiera, a un *destino* determinando, se denomina **turismo receptivo**. No importa el motivo, sin embargo es la forma de turismo más sensible a las variables exógenas, tal como los cambios sociopolíticos y el clima. Por ejemplo, las travesías náuticas que realizan los turistas en estudio, en varias ocasiones deben ser canceladas por el mal tiempo.

El turismo receptivo genera un importante ingreso al país receptivo y se da en mayor frecuencia entre países limítrofes, tal como el destino que forma parte del estudio en curso.

El destino turístico cuenta con servicios que se venden a los turistas y son elaborados por un subsistema al que se denomina “**Planta Turística**”²⁸, que está integrado por dos elementos:

- El **equipamiento**, que incluye todos los establecimientos que se dedican a prestar servicios básicos. Ej: Alojamientos, Restaurantes, Cines y Teatros, Agencias de Viajes, etc.
- Las **Instalaciones**, que son todas las construcciones especiales imprescindibles para que una actividad pueda realizarse. Ej: Muelles, Miradores, Circuitos de senderos, etc.

Para poder operar, la planta turística – lo mismo que la planta industrial – requiere de materia prima. En la industria, la materia prima se obtiene de los recursos naturales y en el turismo es aportada por los **Atractivos**.

Los mismos se dividen en:

- Sitios Naturales (Montaña-Planicies-Lagos y lagunas-Ríos y arroyos-Caídas de agua-Lugares de observación de flora y fauna-Lugares de

caza y pesca-Caminos pintorescos-Parques Nacionales y reservas de flora y fauna-Termas-Caverna)

- Museos y manifestaciones culturales del pasado (Museos-Obras de arte y técnica-Lugares históricos-Ruinas y sitios arqueológicos)
- Folklore (Manifestaciones religiosas y creencias populares-Ferias y mercados-Música y danza-Artesanía y artes populares-Comidas y bebidas típicas-Grupos étnicos-Arquitectura popular y espontánea)
- Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas (Explotaciones mineras-Explotaciones agropecuarias-Explotaciones industriales-Obras de arte y técnica-Centros científicos y técnicos)
- Eventos programados (Artísticos-Deportivos-Ferias y exposiciones-Concursos-Fiestas religiosas y profanas-Otros)

En cuanto a los que es **Infraestructura**, Boullón dice que es la dotación de bienes y servicios con que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas. Forman parte de la misma la educación como las comunicaciones, la energía, los servicios sanitarios, la vivienda y los trasportes.

Y en lo que respecta a la **Superestructura**, dice que comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como privados, encargados de optimizar y modificar cuando fuese necesario el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema, así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico

CARMELO, punto de llegada

Carmelo fue fundada por el Coronel José Gervasio Artigas, el 12 de Febrero de 1816. Artigas, desde Purificación (Paraguay), decretó expresamente el traslado del poblado llamado Víboras, lo que con el tiempo determinaría que Carmelo sea el único centro poblado de la república creado por voluntad del prócer

nacional. En los primeros tiempos se conocía como el pueblo "De Las Vacas" y su puerto "Del Vacas". Hacia 1826 aparece en documentos el pueblo "Del Carmelo" y luego sí "Carmelo".

Es la segunda ciudad del departamento de Colonia (aprox. 22000 hab.) por población y por atractivos turísticos.

Sus límites son: al norte el departamento de Soriano por el Arroyo Sauce, al Sur y el oeste el Río de la Plata y por el este con el departamento de San José por el Arroyo Cufre.²⁹

En Carmelo, que se encuentra ubicado a sólo 80 km al noroeste de Colonia, se puede disfrutar de diferentes opciones, como visitar viñedos, canteras, bucear en la viejas canteras, ahora espléndidas lagunas que sirven para practicar este deporte y conocer entre otros atractivos el viejo puente Artigas.

¿Por qué Carmelo?... Si bien existen diversos destinos, tales como Colonia/ROU (Sobre el Río de la Plata – Con un mínimo de 02 días de travesía), Nueva Palmira/ROU (Sobre el Río Uruguay - Con un mínimo de 02 días de travesía), Río Negro y Yaguarí/ROU (Con un mínimo de 03 días de travesía), Soriano (Sobre el Río Uruguay - Con un mínimo de 02 días de travesía) y San Pedro (Sobre el Río Paraná - Con un mínimo de 03 días de travesía) entre tantos otros; Carmelo se presenta como el destino más propuesto por las Guarderías, las Escuelas Náuticas y la Fundación Náutica Deportiva (FUNADE – www.funade.com.ar) porque su acceso no es complicado y para quienes se inician en esta actividad resulta fácil de navegar, además cuenta con equipamiento e instalaciones acorde a los requerimientos del turista y con atractivos para todas las edades y gustos.

Carmelo goza de diversos **recursos turísticos**, que se pueden definir como los bienes y servicios que por intermedio de la actividad del hombre y de los medios que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen la necesidad de la demanda.

A fin de poder evaluar el equipamiento, las instalaciones, los atractivos y las actividades turísticas de Carmelo, a continuación se adjuntan los inventarios correspondientes.

ATRATIVOS

Nombre del Atractivo: CANTERAS DEL CERRO

Categoría: SITIO NATURAL

Tipo: CANTERA

Jerarquía: 03



Descripción *Las "Canteras del Cerro" es una alta planicie de más de 50 has. En dichas canteras se labraron los adoquines y los cordones para la ciudad de Carmelo. Bajando al Norte nos encontramos con la gran cantera de tres pisos, cuya profundidad oscila entre los 35 y 40 mts, llena de agua, hoy en día es un lugar de práctica del buceo por gran cantidad de turistas amantes del deporte submarino.*

Nombre del Atractivo: PLAYA SERÉ

Categoría: SITIO NATURAL

Tipo: PLAYA

Jerarquía: 03



Descripción: *Es el centro de reunión por excelencia en la temporada veraniega. Es reconocida la calidad de sus blancas arenas y sus tranquilas aguas. Cuenta con zonas de camping, restaurantes y todos los servicios de una ciudad turística de primer nivel.*

Nombre del Atractivo: BALNEARIO ZAGARZAZÚ

Categoría: SITIO NATURAL

Tipo: PLAYA

Jerarquía: 03



Descripción *A sólo siete kilómetros del centro de la ciudad se encuentra esta pequeña playa, la cual es reconocida por su tranquilidad. Ideal para visitar en cualquier estación del año; allí estará en verdadero contacto con la naturaleza.*

ATRATIVIVOS

Nombre del Atractivo: ARROYO LAS VACAS

Categoría: SITIO NATURAL

Tipo: ARROYO

Jerarquía: 02



Descripción *Sus aguas dividen en dos a Carmelo, y su recorrido ondulante desemboca en las aguas del Río de la Plata. Recubierto naturalmente de las inclemencias climáticas, es muy utilizado por variados deportes acuáticos.*

Nombre del Atractivo: RESERVA DE FAUNA

Categoría: SITIO NATURAL

Tipo: RESERVA

Jerarquía: 02



Descripción: *Hermoso paseo tanto para grandes, como para chicos que descubren un vínculo único con la naturaleza.*

Entre otros animales se hallan: liebres maras, patos, carpinchos, Ciervo axis, emú, ñandúes, cisnes de cuello negro, patos, flamencos, pavos reales, faisanes, chajás, palomas, chivos, tortugas, yacarés, etc.

Nombre del Atractivo: CALERA DE LAS HUÉRFANAS

Categoría: FOLKLORE

Tipo: ARQUITECTURA POPULAR

Jerarquía: 02



Descripción *Estancia ubicada a pocos km de Carmelo, con el núcleo central junto al arroyo interior "Juan González" donde levantan la Capilla de 21 metros de largo con siete de ancho y muros perimetrales de casi un metro de espesor, grandes y numerosas habitaciones de ladrillos alrededor de dos patios, talleres de herrería y carpintería, tahona, dulcería, panadería, telares, hornos de ladrillos y tejas, hornos de cal.*

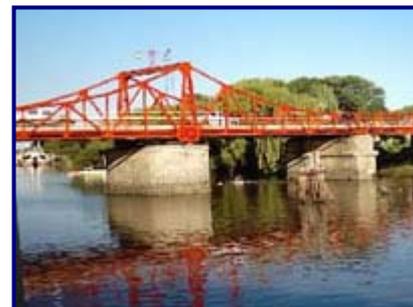
ATRATIVIVOS

Nombre del Atractivo: PUENTE GIRATORIO

Categoría: REALIZACIONES TÉCNICAS

Tipo: OBRA TÉCNICA

Jerarquía: 02



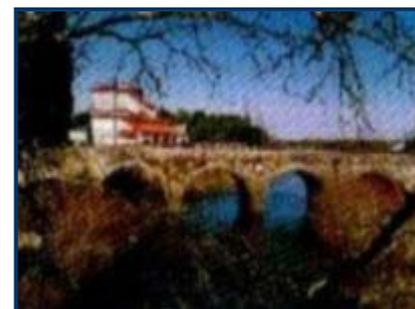
Descripción *Primer puente movido a tracción humana en nuestro país y único en Sudamérica. Dirigió su construcción el Ing. Juan T. Smith, siendo habilitado para el uso público desde el 15 de enero de 1912. Sobre él versa una antigua leyenda: "Todo aquel que te cruza regresa... siempre regresa."*

Nombre del Atractivo: PUENTE CASTELLS

Categoría: REALIZACIONES TÉCNICAS

Tipo: OBRA TÉCNICA

Jerarquía: 02



Descripción *Antiguo puente que data de 1853, enviado a construir por el gobierno nacional de la época. Aun se mantiene en un estado excelente, siendo digno de admirar su bello diseño arquitectónico. Se encuentra a 10 kilómetros del centro urbano.*

Nombre del Atractivo: RAMBLA DE LOS CONSTITUYENTES

Categoría: REALIZACIONES TÉCNICAS

Tipo: OBRA TÉCNICA

Jerarquía: 02



Descripción *Obra realizada por el Comité Patriótico Femenino e inaugurada el 7 de diciembre de 1930 en conmemoración del centenario de nuestra carta constitucional. Es el marco inolvidable con que Carmelo recibe a sus visitantes a orillas del Arroyo de las Vacas.*

ATRATIVOS

Nombre del Atractivo: PLAZA ARTIGAS

Categoría: FOLKLORE

Tipo: ARQUITECTURA POPULAR

Jerarquía: 02



Descripción *Entre los frondosos Ibirapitaeas (árbol de Artigas) luce una placa con el Acta de Fundación de Carmelo, llevada a cabo el 12 de Febrero de 1816. La estatua del Prócer, obra de los escultores Félix y Vicente Morelli, fue inaugurada para los festejos del centenario*

Nombre del Atractivo: PLAZA INDEPENDENCIA

Categoría: FOLKLORE

Tipo: ARQUIRECTURA POPULAR

Jerarquía: 02



Descripción: *Es el centro comercial de la ciudad. Remozada totalmente, cuenta con una hermosa fuente, figuras de enorme belleza y árboles de diversos lugares.*

Nombre del Atractivo: PLAZA DE LA MADRE Y DE LAS NACIONES

Categoría: FOLKLORE

Tipo: ARQUIRECTURA POPULAR

Jerarquía: 02



Descripción *Tradicional paseo de la zona norte de Carmelo, ideal para un descanso y provista de una frondosa sombra y gran cantidad de juegos para niños. Se destaca el monumento a todas las madres.*

ATRATIVIVOS

Nombre del Atractivo: ARCHIVO Y MUSEO DEL CARMEN

Categoría: MUSEOS Y MANIFESTACIONES CULTURALES

Tipo: MUSEO

Jerarquía: 02



Descripción *El edificio fue mandado a construir por el Presidente Oribe entre los años 1848 y 1849 con destino a escuela. Pueden verse aún sus antiguos pisos, techos de teja y aberturas. Posee valiosos objetos y documentos pertenecientes al pueblo y capilla de las Víboras y a la Calera de las Huérfanas, como las partidas de nacimiento de los tres hermanos mayores del Libertador Don José de San Martín.*

Nombre del Atractivo: CASA DE LA CULTURA

Categoría: MUSEOS Y MANIFESTACIONES CULTURALES

Tipo: LUGAR HISTÓRICO

Jerarquía: 02



Descripción: *Antigua casa del Coronel Ignacio Barrios, actualmente es centro de actividades culturales. Cuenta con una vasta hemeroteca así como también dispone de folletería turística para los visitantes.*

Nombre del Atractivo: TEMPLO DEL CARMEN

Categoría: MUSEOS Y MANIFESTACIONES CULTURALES

Tipo: LUGAR HISTÓRICO

Jerarquía: 02



Descripción *Nació con el pueblo como rancho de adobe y paja. A comienzos de 1830 los vecinos, oficiando de albañiles, carpinteros o peones, comienzan la obra del nuevo templo. La tarea culmina el 12 de Abril de 1848, cuando la Virgen de Belén de la Estancia de las Vacas luce en él su nuevo hábito de la Virgen del Carmen.*

EQUIPAMIENTO

Nombre: HOTEL CASINO CARMELO

Categoría: ALOJAMIENTO

Tipo: HOTEL 3 ESTRELLAS

Localización: Av. Rodó s/n (Barrio Centenario).

Tel.: Telefax: (0542) 2314 / 2333

E-mail: airemar@adinet.com.uy

Web: www.hotelcasinocarmelo.com

Hotel Casino
CARMELO



Descripción: Es un acogedor hotel que se encuentra cerca del atracadero de yates y del parque de Reserva de Flora y Fauna, resultando un gran atractivo para todos aquellos que ingresan a la ciudad en sus propias embarcaciones y desean un contacto con la naturaleza.

Cantidad de Habitaciones y Tipo: 85 habitaciones privadas, divididas en tres categorías: Junior – Superior – Standard . Equipadas con televisor color, servicio de cable, teléfono, DDI, calefacción central y room service las 24 horas. Además cuenta con amplias suites equipadas con jacuzzi y aire acondicionado, buscando brindarle el mayor confort durante su estadía.

Servicios: Sala de máquinas de slots - Restaurant – Bar – Salones para eventos – Jardines – Canchas de paddle – Piscina y piscina cubierta.



EQUIPAMIENTO

Nombre: HOTEL FOUR SEASONS RESORT

Categoría: ALOJAMIENTO

Tipo: HOTEL 5 ESTRELLAS

Localización: Ruta 21, Km 262

Tel.: 598 (542) 9000 Fax. 598 (542) 9999

Web: www.fourseasons.com

Descripción: Es un lujoso hotel, rodeado y protegido por árboles de pino y eucalipto próximo al Río de Plata.

Cantidad de Habitaciones y Tipo: El hotel cuenta con Bungalows y Suites, con los siguientes servicios: amenities-Aire acondicionado y control de temperatura-Servicio de café y té-Artículos de tocador complementarios-Edredones y almohadas de plumas-Estufa a leña-Secador de pelo-Caja fuerte-Minibar-Televisión vía satélite-Alarmas de humo-Batas-Servicio de limpieza dos veces al día-Cable con todas las noticias/-Teléfono inalámbrico-Enchufe de módem telefónico-Dos teléfonos con dos líneas cada uno-Correo de voz

Servicios: Spa – Tres Restaurantes – Bar – Canchas de Golf de 18 hoyos – Gimnasio completamente equipado – Canchas de tenis – Programa para niños - Piscina y Casino con máquinas de slots, ruleta y mesas de juegos de carta.



FOUR SEASONS RESORT
Carmelo, Uruguay



EQUIPAMIENTO

Nombre: SALA CARMELO

Categoría: ESPARCIMIENTO

Tipo: CASINO Y JUEGO DE AZAR

Localización: La sala está ubicada en el **Hotel Casino**

Av. José E. Rodó s/n

Tel.: (054) 22-309 / Fax: (054) 22-579

Descripción: La sala ubicada en la zona de playas, cuenta únicamente con máquinas de slots



Nombre: CASINO CARMELO

Categoría: ESPARCIMIENTO

Tipo: CASINO Y JUEGO DE AZAR

Localización: La sala está ubicada en el **Hotel Four Seasons Resort Carmelo**

Ruta 21, Km. 262

Tel.: (054) 29-215 / Fax: (054) 22-579

Descripción: El casino ubicado a 7 kilómetros del centro urbano, cuenta con máquinas de slots así como juegos de cartas o la famosa ruleta.



EQUIPAMIENTO

Nombre: DEPARTAMENTO DE INFORMACIONES TURÍSTICAS

Categoría: OTROS SERVICIOS

Localización: 19 de Abril 225 - Carmelo

E-mail: infoturismo@ciudadcarmelo.com

Teléfono: (00-598) 542-5389

Descripción: Oficina encargada de suministrar información al turista respecto a hoteles y a las actividades que se pueden realizar en la ciudad. También realiza cambio de divisas.



INSTALACIONES

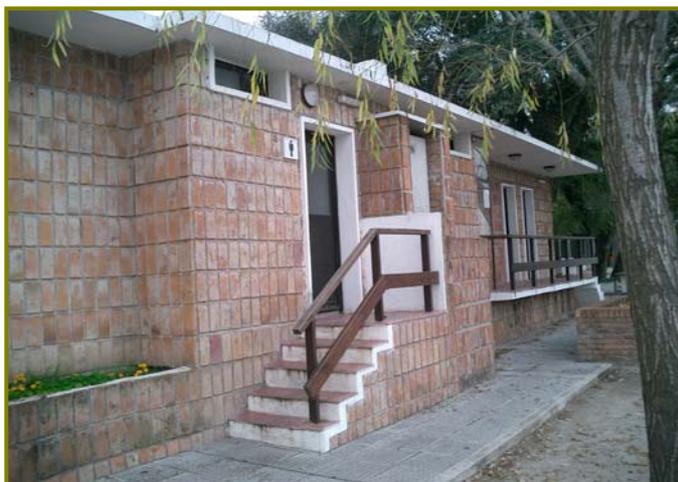
Nombre: AMARRADERO MUNICIPAL

Categoría: DE AGUA Y PLAYA

Tipo: MUELLE - ATRACADERO

Descripción: Entre sus características que lo hacen único, están: muro de atraque de aproximadamente 600 mts, instalación eléctrica, agua potable, capacidad para 200 amarras, servicios higiénicos, duchas de agua caliente, parrilleros fijos y móviles, pileta para lavado de vajilla, predio exclusivo para camping náutico, servicio de comidas rápidas.

Sin costes de amarre



INSTALACIONES

Nombre: CARMELO ROWING CLUB

Categoría: DE AGUA Y PLAYA

Tipo: MUELLE - ATRACADERO



Descripción: El club cuenta con 80 metros de atracadero privado, servicio de electricidad, agua potable y TV por cable. Una planchada flotante permite el acceso de embarcaciones a remo con la posibilidad de guardado de los botes bajo techo, que lo convierte en atractivo destino para los aventureros que se animan a cruzar el Río de esta manera.

Se encuentran además, al servicio de los visitantes las instalaciones de baños y duchas para damas y caballeros, sin limitaciones de uso diario. Adjuntos al amarradero, los parrilleros cerrados son de acceso libre para los visitantes.

Costos de Amarre: El metro de eslora U\$S 1 (un dólar americano). En temporada baja se realiza un descuento de un 30% en este valor. Para embarcaciones de 20 metros o más: un dólar por metro de eslora + U\$S 15 por día por consumo eléctrico.

Amarre anual: Esta modalidad le permite a usted disfrutar de todo lo anterior en cualquier época del año sin costos adicionales. Costo en dólares (U\$S) Lanchas hasta 7 metros - 150 entre 8 y 12 metros - 250, entre 13 y 18 metros 300, de 19 metros en adelante – 400, (+15 diarios/consumo eléctrico) .



ACTIVIDADES

Actividad: PASEO EN MOTO

Tipo: ACTIVIDAD AL AIRE LIBRE

Categoría: ESPACIMIENTO

Localización: El local de alquiler de motos se encuentra en la periferia del amarradero municipal. Se llama “El Negro”

Descripción: Carmelo brinda la posibilidad de realizar un paseo en moto por la ciudad y sus alrededores. Por lo general salen en grupos.

Costo: El costo por el alquiler de la moto es de USD 15 por día



Actividad: COMPRA DE ARTESANIAS / RECUERDOS

Tipo: ACTIVIDAD AL AIRE LIBRE o BAJO ESPACIO CUBIERTO

Categoría: ESPARCIMIENTO

Localización: Existen diferentes locales de recuerdos en el centro de la ciudad y puestos de artesanías y recuerdos en los puntos de interés turístico.

Descripción: Carmelo brinda la posibilidad de comprar algún recuerdo o artesanía para llevar.

Costo: El costo varían de acuerdo a la compra



ACTIVIDADES

Actividad: VISITA A MONUMENTOS y RUINAS

Tipo: ACTIVIDAD AL AIRE LIBRE

Categoría: VISITAS CULTURALES

Localización: Existen diferentes puntos de la ciudad de interés turístico que pueden ser visitados.

Costo: El costo varía de acuerdo a la duración de la excursión. O bien, es gratuito si uno lo hace por su cuenta.

Recorrido: Puede ser o no guiado



Actividad: VISITA A MUSEO

Tipo: ACTIVIDAD BAJO ESPACIO CUBIERTO

Categoría: VISITA CULTURAL

Localización: Hay pocos museos en Carmelo, pero uno se destaca, es el Museo de los lápices que a su vez, expone diferentes colecciones tales como llaveros.

Costo: El costo está integrado al ingreso a la Estancia donde se encuentra.

Recorrido: No está guiado



EMBARCACIONES DE RECREO A MOTOR

En sus comienzos, el desarrollo del transporte se vio impulsado por intereses militares, administrativos y de negocios, ya que encontraba su principal justificación en la necesidad de transportar bienes y productos, generalmente dentro del propio país.

Hasta el siglo XIX, los desplazamientos se producían por los motivos antes reseñados y sólo en pocas ocasiones por motivos vacacionales, eran rudimentarios y lentos, puesto que se realizaban básicamente a caballo o en carruajes y, cuando se trataba de trayectos marítimos o vías fluviales, el velero era el medio más utilizado.

Desde 1840 en adelante, mientras tenía lugar la Revolución Industrial en Europa y Estados Unidos, el invento de la máquina a vapor fue implantado en el sector de transporte marítimo con los primeros barcos a vapor, dándole un giro nuevo y provocando un aumento del viaje de placer en una escala creciente entre distintos países y continentes.

El siglo XX trajo consigo una importancia cada vez mayor del transporte a motor por carretera y del transporte aéreo, y debido a las continuas mejoras tecnológicas fueron ocupando el puesto de los barcos en los desplazamientos de larga distancia.

Por lo tanto, según lo evidencia la historia, la aparición de nuevos medios de transporte más rápidos, cómodos y seguros, fue determinante en el crecimiento ascendente del turismo. Por ello, se puede afirmar que el desarrollo de ambos sectores se halla íntimamente ligado y sigue un proceso paralelo y de mutua influencia.

En el estudio “San Fernando y la Náutica, publicado en la web de la Municipalidad de dicha ciudad, nos adentra en la historia de los pioneros en la construcción de embarcaciones en Argentina y nos refiere a la “Revolución del Plástico”, valiéndose de referencia los datos recabados de tal informe para la

investigación en marcha.

La publicación cuenta que “...Los primeros hombres públicos preocupados en la explotación de las riquezas del Delta, fueron, indudablemente, Marcos Sastre, que residió por temporadas en San Fernando y Domingo Faustino Sarmiento. En esta relación entre San Fernando y el Delta, los ríos, y obviamente, el transporte a través de ellos, se constituyeron en el elemento vital de la comunicación. Ya a fines del Siglo XIX se establecieron las primeras líneas de navegación, entre ellas, la de Francisco Mari, que introdujo el primero vapor local en los ríos delteños. Posteriormente se inició en esta tarea José Luciano, quien en un principio obtuvo el apoyo de Antonio Obligado, y posteriormente de Nicolás Ambrosini. Fueron estos hombres los que crearon la Compañía de Navegación Isleña, cuyos barcos, también, han perdurado en el recuerdo y la poesía. Pero el centro de anclaje de hombres, embarcaciones y mercaderías fue el canal de San Fernando, cuyo dique de carena, construido en 1875, cambió la historia del partido todo, elevando el movimiento del pueblo hasta el punto de convertirlo en ciudad, casi con su sólo empuje...Pero si todo este movimiento era importante, construido el dique, los malecones y dragado el Canal, el movimiento se hizo más intenso todavía.

Entre las industrias en relación con la náutica, la más importante es la de los astilleros, que fundamentalmente se ocuparon de la reparación de embarcaciones, incluso de grandes barcos, y comenzaron a extenderse a lo largo de la costa del Río Luján. Uno de los primeros astilleros instalado en 1909 por José Sánchez Gómez, construyó el famoso vapor “Nicolás E. Ambrosini”. Posteriormente, en 1907, se estableció el astillero Pagliettini, en el que se construyeron infinidad de embarcaciones que surcaron los ríos del Delta. En 1924, apareció el astillero de los hermanos Regnicoli.

En esos tiempos se construían las canoas isleñas, y las embarcaciones para el trabajo, porque en aquella época no estaba muy difundida la actividad náutica deportiva. Eran muy pocas familias, no era accesible a una clase media que le interesa el deporte. Los apellidos eran de familias tradicionales de la Argentina, que como unos aventureros, practicaban la motonáutica.



Fuente: San Fernando y La Náutica, Municipalidad de S.F.

Hasta los años cincuenta, la náutica no alcanzó gran desarrollo, en parte, porque se hallaba cerrada la importación de motores marinos, probablemente debido que su consumo era visto como suntuario y propio de la “oligarquía”. En los países centrales ya existían un gran desarrollo de motores fuera de borda, pero a la Argentina no llegaban.

Cuenta Horacio Regnicoli, hijo del fundador del astillero que lleva el mismo nombre, que en aquellos años, no habían motores marinos, entonces compraban un coche antiguo en la calle Warnes, lo traían andando como podían y lo cruzaban del otro lado del río, le sacaban el motor, y el radiador que era de bronce, lo vendían. El motor lo marinizaban, o sea, lo convertían en un motor marino, lo adaptaban, y lo instalaban en las lanchas.

A partir del año 1959, cambió la situación. Para entonces, un decreto del gobierno nacional habilitó la importación de motores para los astilleros de buques, es decir, para la industria naval pesada; pero la industria naval liviana aprovechó la circunstancia, y se empezaron a importar motores y entraron en nuestro país los primeros “fuera de borda”. El primer astillero, que operó en el

rubro de importación, fue el de Domingo Pagliettini. Su empresa fue representante de una marca estadounidense muy afamada de motores fuera de borda: la Mercury. Tal astillero producía las lanchas, que eran un paso intermedio entre la madera y el plástico: sus lanchas eran de madera, pero de madera terciada, lo que para la época fue todo un avance. Es decir, ya no eran las lanchas “a medida” del cliente.

Entrando a la década del 60 se inicio un concepto más “industrial”, de línea, donde las unidades eran todas iguales, y donde lo único que difería entre ellas era la potencia del motor y el color del casco – que se pintaba a pincel-

En estos años, la producción de lanchas se incrementó de tal manera, que los proveedores no daban abasto. Entonces, el propio Pagliettini, inaugura un nuevo período en el mundo de la náutica, introduciendo el plástico reforzado en la fabricación de embarcaciones. Este cambio fue fundamental, porque a partir de allí se inició el gran desarrollo de la náutica en Argentina.

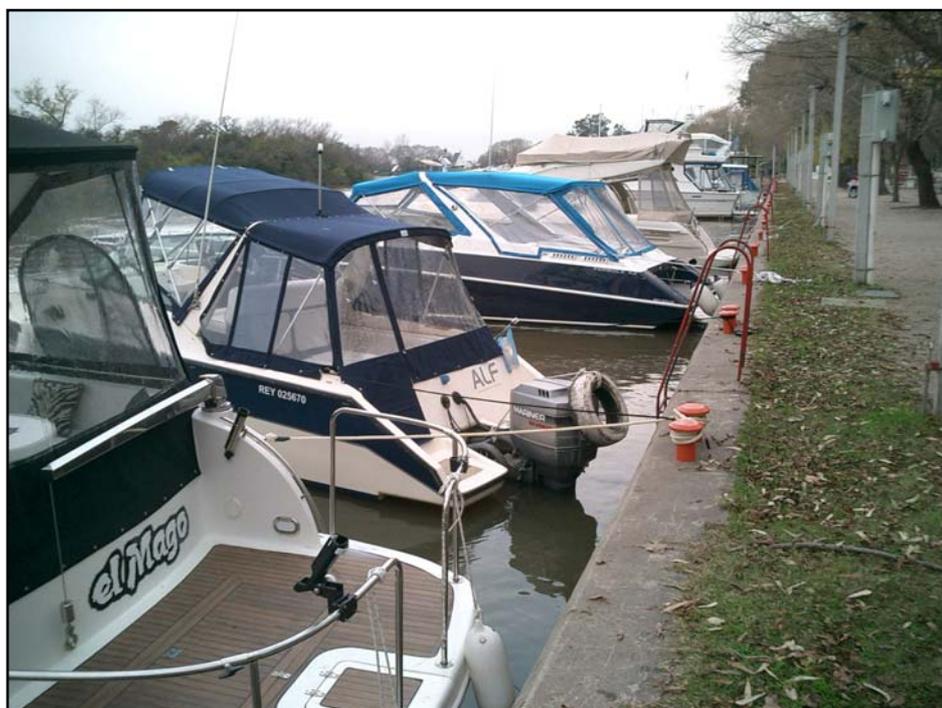


Fuente: San Fernando y La Náutica, Municipalidad de S.F.

Para el astillero Regnicoli, que se sumó de manera inmediata a la “Revolución del Plástico”, el hecho coincidió con el ingreso a la empresa de una segunda generación de la familia, los primos Jorge y Horacio Regnicoli. Con esta llegada, también hubo un gran adelanto tecnológico que apareció al principio

de la construcción naval, con el uso de la fibra de vidrio, en lanchas de plástico reforzado...”

Hoy, existe una importante diversidad de transportes marítimos fluviales que forman parte del sistema de transporte que se ha ido formando a través de los años tal como se narra en los párrafos anteriores, sin embargo, en esta investigación sólo se hace referencia al que se clasifica según el tipo de embarcación como de recreo, con el sistema de propulsión a motor, que también pueden denominarse yates.



Fuente propia: Embarcaciones de recreo a motor que participaron de la Travesía Náutica
Imagen tomada el 7 de Julio de 2007 en el atracadero de Carmelo

Tales embarcaciones representan el medio de acceder a un destino, por ejemplo “Carmelo”, desde un punto de origen, “San Fernando” y constituyen el movimiento de los Turistas en estudio. No obstante, dichas embarcaciones también pueden ser consideradas en sí mismas como una atracción turística por derecho propio, ya que la etapa *en route* forma igualmente parte de la experiencia turística.³⁰

Las mismas están destinadas a fines recreativos y se dedican a actividades de placer, solo pueden tener ánimo de lucro cuando son alquiladas por terceros. No pueden realizar actividades de transporte de carga o de pasajeros ni de

pesca no deportiva (comercial).

Deben disponer de su correspondiente Matrícula y Certificado de Seguridad del Material de Equipo para Embarcaciones, y así estar sujetos a la Legislación Argentina.

Los titulados náuticos profesionales podrán desempeñar en las embarcaciones de recreo a motor, el cargo que corresponda a las atribuciones que su título profesional les confiere.

Según la Prefectura Naval Argentina tales títulos se clasifican en:³¹

- Certificado de Conductor Náutico: para el gobierno de embarcaciones propulsadas a motor que realicen navegación fluvial y lacustre, Río de la Plata con los siguientes límites: al norte de la línea imaginaria que une Punta Piedras (República Oriental del Uruguay) con la margen sur del Río Paraná Guazú; en la franja costera determinada entre la línea de ribera y el Canal Emilio Mitre. En las otras zonas del Río de la Plata y en zonas marítimas los lugares que establezca la Dependencia de Prefectura. Límite de eslora: 7 metros. Solo podrá navegar bajo condiciones climáticas favorables. Potencia Máxima 140 HP. Artefactos Acuáticos Deportivos sin límite de potencia.
- Certificación de Timonel de Yate: cuando se efectúa el gobierno de embarcaciones hasta 20 metros de eslora, que realicen navegación lacustre y ríos interiores en toda su extensión. Río de la Plata; la zona al oeste de la línea imaginaria que une Punta Atalaya en la R.A.³ con Punta Rosario en la R.O.U.⁴. En zona marítima los lugares que establezca la Dependencia de Prefectura.
- Certificado de Patrón de Yate: cuando se efectúa el gobierno de embarcaciones que realicen navegación lacustre, fluvial o costera marítima mientras se navegue a una distancia de la costa no superior a 12 millas náuticas (incluye Río de la Plata sin limitaciones).

³ República Argentina

⁴ República Oriental del Uruguay

En lo que respecta a las travesías náuticas con destino a Carmelo que se tratan en la investigación, el conductor de las embarcaciones participantes, debe contar como mínimo, con el Certificado Náutico de Timonel de Yate; no siendo obligatoria la Certificación de Patrón.

Aspectos Metodológicos

Capítulo V

El trabajo final debe contar con un plan que le permita al investigador salir de la especulación y hacer funcionar el modelo en la realidad, entonces se pregunto ¿Cuál es el adecuado? y se llego a la conclusión que no hay una respuesta única, pero un buen diseño combina buenos criterios de recolección de datos y un posterior análisis de los mismos desde la perspectiva de los objetivos; por lo tanto, era preciso pensar en qué alcance tendría la investigación.

Fue así que se opto por el diseño *Descriptivo*, ya que se desea realizar una exploración y descripción del estado actual del problema con miras a la obtención de datos a través de la recolección de información por fuentes primarias y secundarias, que luego se analizaran tanto cuantitativamente como cualitativamente para la consecución y cumplimiento de los objetivos propuestos.

En la presente investigación se contemplaron cuatro etapas que situaron al Trabajo Final en la fase de contrastación empírica que exige la adecuación de los procedimientos con los enunciados a verificar.

PRIMERA ETAPA

Población y Muestra

En la primera etapa, se definió quienes iban a ser medidos y cuál es la población sobre la cual se pretende profundizar los resultados.

Al analizar las características esenciales que deberá tener cada unidad de análisis para ser incluida en el universo a estudiar, según el problema ya formulado, la misma quedo definida por comprensión de la siguiente forma:

Cada uno de los turistas que realizan travesías náuticas en embarcaciones de recreo a motor, desde San Fernando hacia Carmelo, durante el período comprendido entre Agosto de 2006 y Julio de 2007.

Si se expresa en números la cantidad total de unidades de análisis involucradas, se define por extensión X, porque no es factible en relación con los recursos disponibles, recabar información sobre toda la población.

Al no ser viable, se seleccionó una parte del universo, a través de una *muestra no probabilística intencional*, seleccionado en forma directa e intencionalmente un conjunto de individuos de la población en estudio, en forma completamente arbitraria y sin instrumentos de orden estadístico que nos indique el tamaño exacto de la muestra de modo que la misma sea lo más representativa posible a los efectos de la investigación que se desea realizar; partiendo del supuesto de que las unidades seleccionadas son las más características o las que pueden proporcionar la mayor información sobre la población para estudiar el problema en profundidad.³²

La ventaja de este tipo de muestra es que no exige personal altamente capacitado y su costo es relativamente bajo.

Muestra: se seleccionaron 56 personas que partieron en embarcaciones de recreo a motor el 7 de Julio de 2007, para realizar una Travesía Náutica desde San Fernando provincia de Buenos Aires hacia Carmelo-Uruguay; con regreso a la Capital Nacional de la Náutica el 9 de julio de 2007.

SEGUNDA ETAPA

Variables

Retomando el problema, los objetivos formulados y los conceptos centrales del Marco Teórico se analizaron las características relevantes de las unidades de análisis para su indagación, previendo la factibilidad de obtener información sobre las mismas. Luego se definieron las Dimensiones (valores teóricos) que se espera encontrar de cada variable o término teórico, controlando que se vinculen necesariamente con el problema y los objetivos ya formulados. También se listaron los indicadores posibles por cada variable/término teórico seleccionado y se determinaron que procedimientos corresponden a cada uno de ellos.³³

A través de este análisis se esquematizó la operacionalización de las variables centrales de análisis, de la siguiente forma:

UNIDAD DE ANALISIS: TURISTAS*					
VARIABLE	DIMENSIONES	SUBDIMENSIONES	VALOR TEÓRICO	PROCEDIMIENTO	OBJETIVO
Demográfica	Sexo	Hombre	Si / No	Encuesta	OBJETIVO ESPECIFICO 02 Determinar y analizar el perfil demográfico y comportamental del turista que realiza travesías náuticas en embarcaciones de recreo a motor, desde San Fernando.
		Mujer			
	Edad	De 14 a 19 años	Si /No	Encuesta	
		De 20 a 24años			
		De 25 a 34 años			
		De 35 a 44 años			
		De 45 a 54 años			
		De 55 a 64 años			
	65 o más años				
	Lugar de residencia	Capital Federal	Si / No	Encuesta	
		Gran Bs.As.			
		Bs.As.			
		Provincia			
	Ocupación	Extranjero	Si / No	Encuesta	
		Empleado/a			
		Directivo			
Empresario/a					
Profesional					
Ama de Casa					
Jubilado/a					
Prefiero no responder					

- * Cada uno de los turistas que realizan travesías náuticas en embarcaciones de recreo a motor con, desde San Fernando (AR) hacia Carmelo (UY) , durante el periodo comprendido entre Agosto de 2006 y Julio de 2007

UNIDAD DE ANALISIS: TURISTAS*					
VARIABLE	DIMENSIONES	SUBDIMENSIONES	VALOR TEÓRICO	PROCEDIMIENTO	OBJETIVO
Comportamentales	<i>Cantidad de veces que realizó una Travesía Náutica</i>	Es la primera vez	Si / No	Encuesta	OBJETIVO ESPECIFICO 02 Determinar y analizar las características demográficas y comportamentales del turista que realiza travesías náuticas en embarcaciones de recreo a motor, desde San Fernando con destino Carmelo.
		2 ó 3 veces			
		4 ó 5 veces			
		6 ó 7 veces			
		8 veces o más			
	<i>Modalidad de viaje</i>	Solo	Si / No	Encuesta	
		En pareja			
		En familia			
		Con amigos/as			
	<i>Medios por los que obtiene información para realizar Travesías Náuticas</i>	Amigo/Familiar	Si / No	Encuesta	
		Publicidad en revista Náutica			
		Anuncio en programa de TV			
		Guía/Revista de Turismo			
		Internet			
		Agencia de Viajes			
		Guardería/Marina/Escuela Náutica			
		Local de venta de art. Náuticos			
	<i>Tipo de alojamiento seleccionado</i>	Embarcación	Si / No	Encuesta	
		Hotel			
	<i>Actividades que realizan en destino</i>	Paseos peatonales o en vehículo	Si / No	Encuesta	
		Disfrutar del sol y la playa			
		Juegos de azar / casino			
		Visita a monumentos, ruinas			
		Visita a museos			
		Actividades rurales			
		Compra de artesanías			
		Deportes náuticos			
		Deportes en tierra			
Asistencia a espectáculos					
<i>Gasto promedio durante la Travesía</i>	De \$ 0.- a \$ 499.-	Si / No	Encuesta		
	De \$ 500.- a \$ 1499.-				
	De \$ 1500.- a \$ 2499.-				
	Más de \$ 2500.-				

* Cada uno de los turistas que realizan travesías náuticas en embarcaciones de recreo a motor con, desde San Fernando (AR) hacia Carmelo (UY) , durante el período comprendido entre Agosto de 2006 y Julio de 2007

UNIDAD DE ANALISIS: TURISTAS*					
VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	VALOR TEÓRICO	PROCEDIMIENTO	OBJETIVO
Motivaciones	<i>Por razones culturales o educativas</i>	Deseo de conocer o volver a visitar lugares o cosas de las cuales se tiene un conocimiento previo, o bien, realizar alguna actividad educativa	Si / No	Encuesta	OBJETIVO ESPECIFICO 03 Establecer y analizar las motivaciones del sujeto que realiza travesías náuticas en embarcaciones de recreo a motor que parten desde San Fernando, Capital Nacional de la Náutica.
	<i>Por deseo de cambio</i>	Búsqueda de algo que compense los sentimientos de rechazo hacia la rutina de la vida cotidiana	Si /No	Encuesta	
	<i>Por hedonismo</i>	Pasarla bien, comer bien, ver cosas interesantes, conocer gente linda, extravagante y acogedora, vivir una aventura, experimentar emociones, divertirse o simplemente no hacer nada.	Si /No	Encuesta	
	<i>Para descansar</i>	Sentimiento de agotamiento motivado por el trabajo o la vida urbana	Si /No	Encuesta	
	<i>Para conocer</i>	Sentimiento de casi todas las personas que emprenden un viaje al exterior de su lugar habitual	Si /No	Encuesta	
	<i>Por Salud</i>	Sin estar enfermo, viaja para concurrir a lugares especializados en rejuvenecimiento, estética	Si /No	Encuesta	
	<i>Para efectuar compras</i>	Deseo de adquirir cosas típicas, que sólo se consiguen en el lugar de origen, o artículos a menor precio.	Si /No	Encuesta	

* Cada uno de los turistas que realizan travesías náuticas en embarcaciones de recreo a motor con, desde San Fernando (AR) hacia Carmelo (UY) , durante el período comprendido entre Agosto de 2006 y Julio de 2007

TERCERA ETAPA

Instrumentos

❖ OBSERVACIÓN

Con el fin de identificar las actividades que realizan los turistas que participan de Travesías Náuticas, se efectuaron dos observaciones en un contexto natural en forma participante.

La primera fue en la Travesía del 6 al 7 de Agosto de 2006, en la cual se realizó una exploración del tema escogido para la actual investigación, donde el tipo de registro empleado fue no sistemático, ya que se necesitaba flexibilidad por ser la primera aproximación al tema. Para la misma se utilizaron registros narrativos.

La segunda observación se efectuó en la Travesía del 23 al 24 de Septiembre de 2006, previo al armado de la encuesta. En esta ocasión, se utilizó un tipo de registro no sistemático semiestructurado, ya que los mismos brindan una orientación general y nos guían hacia todo lo pertinente de la variable en juego. En tal observación se clasificaron las actividades según su tipo y forma, o sea, si eran de esparcimiento, visitas culturales, folklóricas, deportivas, acontecimientos programados u otras y si las mismas eran realizadas al aire libre o bajo espacio cubierto.³⁴

CARMELO COMO DESTINO TURÍSTICO PARA QUIEN REALIZA TRAVESIAS NÁUTICAS											Fecha	23-sep-06
ACTIVIDADES	TIPOS DE ACTIVIDAD										OBSERVACIONES	
	AL AIRE LIBRE					BAJO ESPACIO CUBIERTO						
	ESPARCIMIENTO	VISITAS CULTURALES	FOLKLÓRICAS	DEPORTIVAS	ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS	ESPARCIMIENTO	VISITAS CULTURALES	FOLKLÓRICAS	DEPORTIVAS	ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS		
PASEOS EN MOTO	x											Las motos se alquilan en el atracadero de yates
PASEOS A PIE	x											Cerca del hotel existen diversos senderos por los cuales caminar, además del centro de la ciudad
TOMAR SOL	x											Aunque el clima no ayude, hay gente exponiendo su rostro al sol
TOMAR MATE EN LA PLAYA	x											Varios grupos disfrutan de la playa tomando mate
IR AL CASINO						x						Existen 2 casinos, uno fuera de la ciudad y otro cerca del atracadero
JUGAR A LAS CARTAS						x						Juegan en el casino y en la recepción del hotel
VISITAR RUINAS, MONUMENTOS		x										En moto se llegó a las canteras, y en bus a las ruinas
VISITAR MUSEO DE COLECCIÓN							x					Dentro de una estancia
IR A UNA ESTANCIA			x									Almuerzo y recorrido
COMPRAR ARTESANÍAS Y RECUERDOS			x			x						En punto de observación de ruinas, diversos puestos
ANDAR EN JET SKI				x								Se ve la practica de este deporte desde el amarradero y desde la playa
ANDAR EN MOTO DE AGUA				x								Se ve la practica de este deporte desde el amarradero y desde la playa
JUGAR AL FUTBOL				x								En los alrededores del hotel se organiza un equipo / no programado
JUGAR AL PADDLE				x								En las canchas del hotel, sin programacion
NADAR EN PISCINA CUBIERTA								x				No hay un programa con juegos, cada uno accede cuando lo desea
Totales	04	01	02	04	00	03	01	01	00	00		

Fuente Propia: Planilla de observación semiestructurada

Posteriormente, los datos fueron analizados para determinar las dimensiones de la variable “actividades” que forma parte de la encuesta diseñada, en coherencia con los objetivos propuestos.

❖ ENCUESTA

Se llevaron a cabo en forma de *entrevista personal*, de modo tal que se pudiera captar las reacciones y comentarios de los respondientes³⁵; 56 **encuestas** diseñadas *con preguntas cerradas*, a sujetos que se encontraban realizando una travesía que había partido el 7 de julio de 2007 desde la localidad de San Fernando con destino a la ciudad de Carmelo en Uruguay, con regreso el 9 de julio de 2007 al punto de partida.

Tales encuestas se clasificaron como *descriptivas*, porque según el alcance de los objetivos refirieron con precisión a variables dependientes de una muestra y *transversales* porque se realizaron durante un tiempo único,

El instrumento seleccionado se *planifico* de acuerdo al planteo del problema y a los objetivos.

En una primera instancia se realizó una *prueba piloto o pretest*³⁶(se adjunta modelo en anexos) que es una primera aplicación de la encuesta a una muestra pequeña pero de similares características a las de las personas que serán encuestadas en el estudio final, con el objetivo de ver cómo funciona el instrumento elaborado. De esta forma se averiguo si las preguntas eran comprendidas correctamente, si las opciones de respuesta estaban bien planteadas, si la duración de la encuesta era la indicada y si alguna pregunta generaba rechazo. Para tal pretest, la muestra fue de 15 personas y se llevo a cabo durante la Travesía del 11 al 12 de Noviembre de 2006.

En seguida, a través de un análisis de los datos obtenidos en tal acción, se modificó la encuesta y se excluyeron ítems que no concordaban con los objetivos propuestos para la presente investigación, por ejemplo: datos sobre la embarcación (si era propia o alquilada y metros de eslora), percepción de medidas para el cuidado del medio ambiente, y destinos visitados a través de

una travesía náutica entre otros.

También se prescindieron de datos tales como si el encuestado era timonel, patrón o acompañante, ya que se seleccionaba en forma directa e intencionalmente un porcentaje similar de cada uno.

En cuanto al estado civil, se optó por descartar este ítem para evitar situaciones incómodas para los respondientes, ya que se observó tal situación en el pretest.

Finalmente, del 7 al 9 de Julio de 2007 se participó de la Travesía donde se recolectó el material definitivo, y posteriormente se realizó el análisis correspondiente, el cual se detalla en el Capítulo Análisis de Datos.

La elección del instrumento “encuesta” para la recolección de datos, se debe a que éste permite captar de primera mano datos individuales para el análisis metódico de las variables investigadas, que luego podrán ser considerados en forma conjunta.



Fuente propia: Imagen tomada el 9 de Julio - Grupo de personas que participaron de la Travesía a Carmelo del 7 al 9 de Julio de 2007

Además el procesamiento, la medición y la comparación de las respuestas obtenidas a través de la encuesta, son procedimientos fáciles que nos dan la ventaja de ahorrar tiempo y tener un costo menos elevado que optando por otro instrumento.

A continuación se presenta el modelo de encuesta final, utilizado para el trabajo en campo.

Por favor, dedique unos minutos a completar esta encuesta, la información que nos proporcione nos es muy útil para conocer mejor a las personas que realizan Travesías Náuticas. Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la investigación llevada a cabo por Ana Luz Romero, estudiante de la UAI (Matricula H2-15108) para el desarrollo del Trabajo Integrador Final, el cual le permitirá acceder a la obtención de la Licenciatura en Turismo.

Esta encuesta dura aproximadamente [5] minutos.
MUCHAS GRACIAS POR SU TIEMPO...

Por favor, marque con una X su respuesta

1-Sexo: Hombre
Mujer

2-Edad: De 14 a 19 años
De 20 a 24 años
De 25 a 34 años
De 35 a 44 años

De 45 a 54 años
De 55 a 64 años
65 o más años

3-Ocupación: Empleado/a
Directivo/a
Empresario/a
Profesional
Ama de casa
Jubilado/a

4-Lugar de residencia: Cap.Fed.
Gran Bs As
Buenos Aires
Provincia
Extranjero

5-Veces que participo en Travesías Náuticas:

Es la primera vez
2 ó 3 veces
4 ó 5 veces
6 ó 7 veces
8 veces o más

6-Modalidad de viaje:

Solo
En pareja
En familia
Con amigos/as

7-Medios por los que obtuvo información para realizar la Travesía Náutica:

Amigo/Familiar
Publicidad en Revista Náutica
Anuncio en Programa de TV
Guía/Revista de Turismo
Internet
Agencia de Viajes

Guarderia/Marina/Escuela Náutica
Local de venta de artículos náuticos
Por News Letter

8- Tipo de alojamiento seleccionado para hospedarse en destino

Embarcación
Hotel

9-Gasto promedio durante la Travesía (Sin incluir combustible)

De \$ 0.- a \$ 499.-
De \$ 500.- a \$ 1499.-
De \$ 1500 a \$ 2499.-
Más de \$ 2500.-

10- Actividades que realizó en destino:

Paseos peatonales o en vehiculo
Disfrutar del sol y la playa
Juego de azar/casino
Visita a monumentos, ruinas
Visita a museos

Actividades rurales
Compra de artesanías
Deportes náuticos
Deportes en tierra
Asistencia a espectáculos

11-Motivo/s por los que decide realizar una Travesía

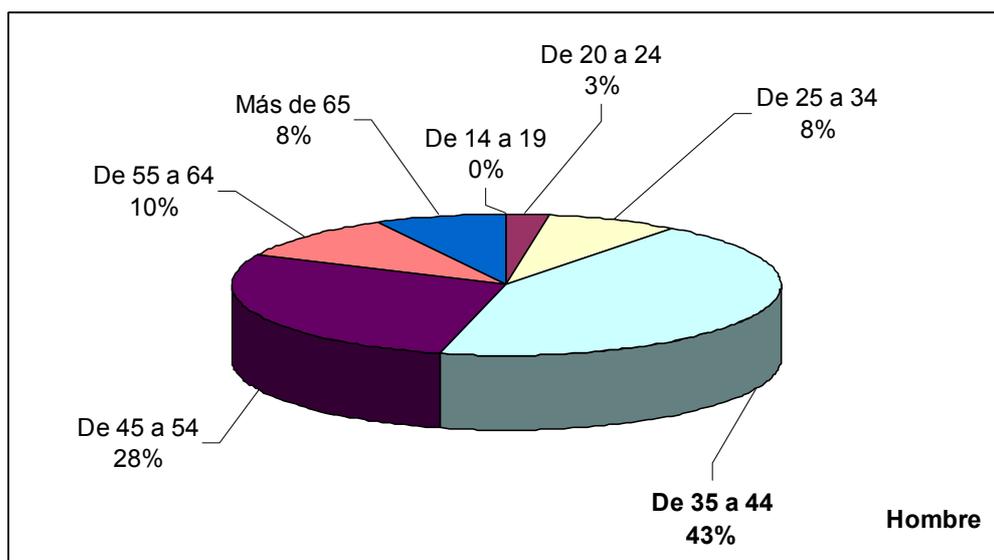
Por razones culturales o educacionales
Por deseo de cambio
Por hedonismo
Para descansar

Para conocer
Por salud
Para efectuar compras

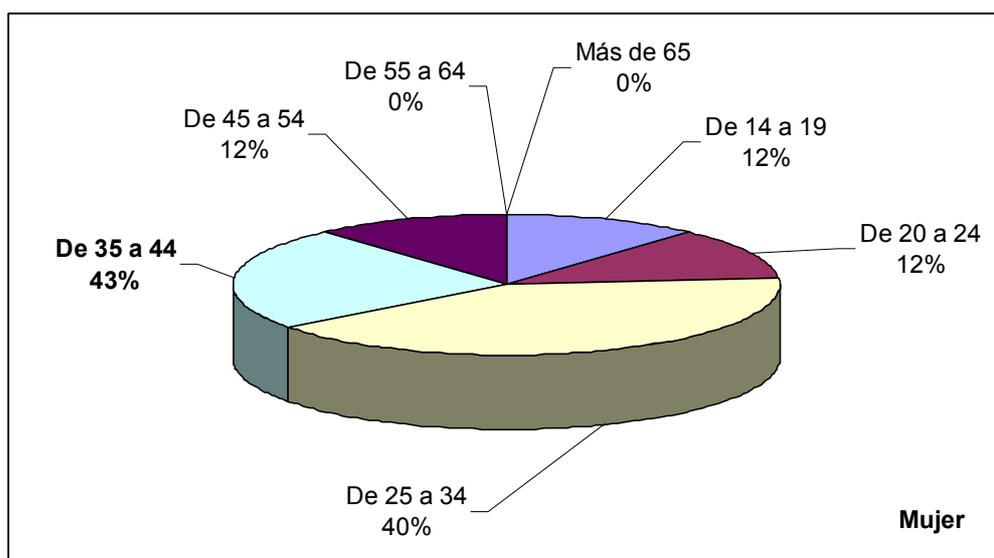
FIN

Teniendo en cuenta la matriz y las diferentes variables que se han relevado, se procedió a cruzar algunas de ellas, con el fin de obtener mayores datos que nos acerquen más a la caracterización del turista que realiza travesías náuticas a Carmelo.

Entonces, se determinó que el 70% de los turistas que participaron de la Travesía fueron hombres, de los cuales en un 43% su edad variaba entre 35 y 44 años; mientras que las mujeres, que fueron un 30% del total de turistas, también su edad variaba en un 43% entre 35 y 44 años.



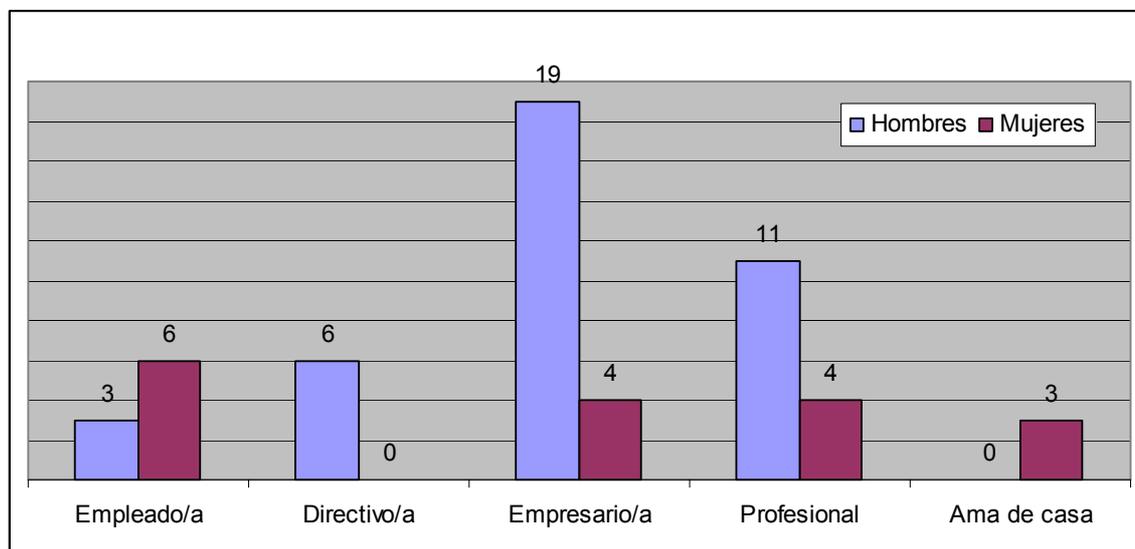
Fuente Propia



Fuente Propia

De los 39 hombres que participaron, el 49% era empresario, el 28% profesional, el 15% directivo y sólo un 8% era empleado.

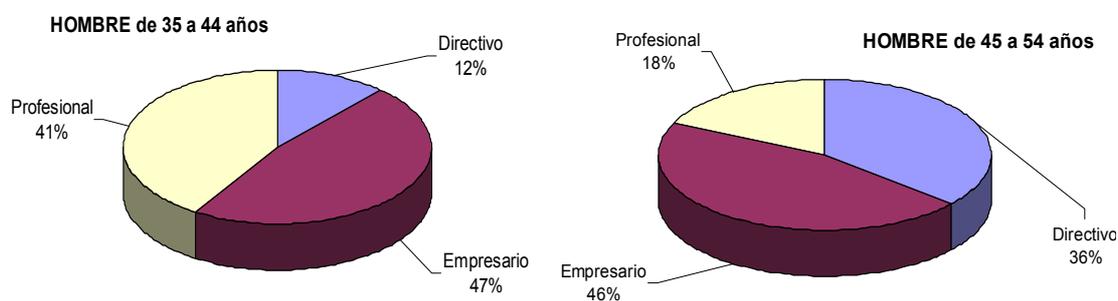
Mientras que entre las 17 mujeres, el 34% era empleada, el 24% empresaria, el 24 % profesional y un 18% ama de casa. No se registraron datos de mujeres con posición de directivo de empresa.



Fuente Propia

Si se selecciona los dos grupos, segmentados por edad y sexo, de mayor porcentaje sobre el total de turistas, se puede decir que de los hombre entre 35 y 44 años de edad, en un 47% son empresarios, en un 41% profesionales y en un 12% directivos de alguna empresa.

Mientras que los hombres entre 45 y 54 años de edad, en un 46% son empresarios, en un 36% directivos y en un 18% profesionales.

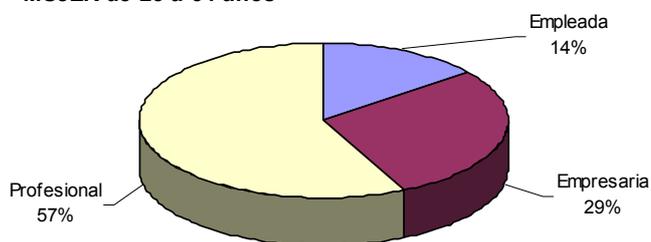


Fuente Propia

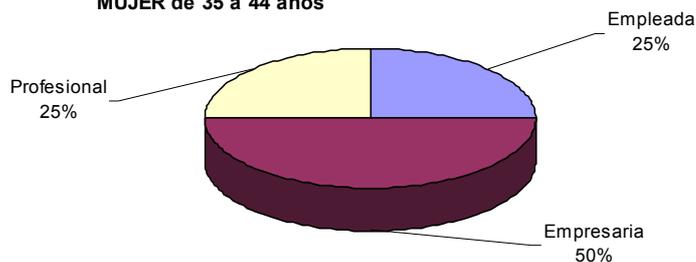
En cuanto al grupo de mujeres, dentro del segmento cuya edad varia entre los 25 y 34 años, un 57% es profesional, un 29% empresaria y un 14% empleada de alguna empresa.

Mientras que las mujeres de 35 a 44 años, el 50% es empresaria, el 25% profesional y el 25% empleada.

MUJER de 25 a 34 años



MUJER de 35 a 44 años

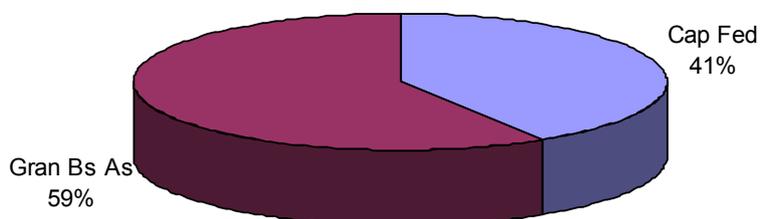


Fuente Propia

Tanto en el grupo de hombres como de mujeres, el mayor porcentaje es de empresarios, excepto en el grupo de mujeres cuya edad oscila entre los 25 y 34 años, donde la mayoría es profesional.

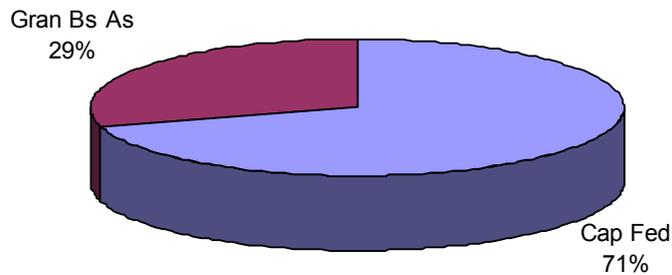
Del total de turistas que realizaron la Travesía Náutica a Carmelo, el 41% eran empresarios y el 27% profesionales.

De los 39 hombres el 59% tiene como lugar de residencia el Gran Buenos Aires, mientras que el 41% vive en Capital Federal.



Fuente Propia

Con las 17 mujeres sucede lo contrario, ya que el 71% reside en Capital Federal, mientras que sólo el 29% viven en el Gran Buenos Aires.



Fuente Propia

No se registraron datos de personas que vivan en la Provincia de Buenos Aires, en alguna Provincia del Interior o en el exterior.

Al tomar como referencia a los dos grupos más destacados en cuanto a su ocupación según su género, se extrajeron los siguientes datos:

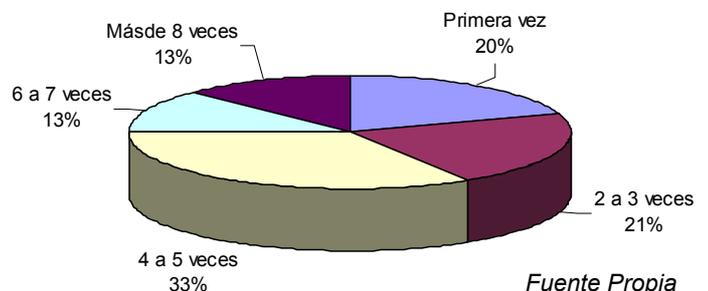
Los empresarios residen en un 63% en el Gran Buenos Aires y en un 37% en Capital Federal y los profesionales residen en un 64% en el Gran Buenos Aires y en un 36% en Capital Federal.

En el grupo de mujeres empresarias, el 50% reside en Capital y el otro 50% en Gran Buenos Aires; mientras que el 100% de las profesionales vive en Capital Federal.

Por lo tanto, los empresarios y profesionales que participan de la travesía prefieren como lugar de residencia, el Gran Buenos Aires.

Mientras que el 100% de las mujeres profesionales elige vivir en Capital Federal y sólo un 50% de las empresarias opta por Gran Buenos Aires.

En cuanto a la frecuencia de participación en Travesías Náuticas a Carmelo, del total de turista el 33% lo hace entre 4 a 5 veces al año, el 21% de 2 a 3 veces, el 20% era la primer travesía que realizaba, el 13% viajaba entre 5 y 6 veces al año y los que realizan travesías en más de 8 veces al año eran un 13% del grupo.

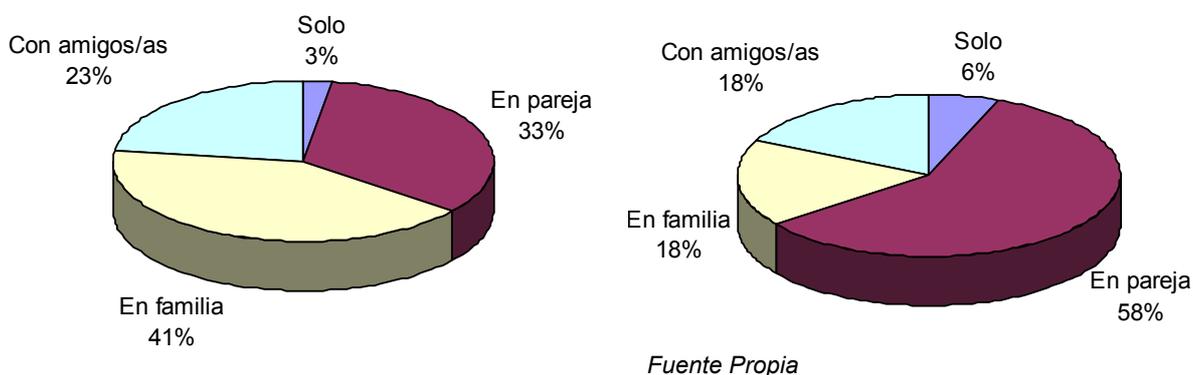


Fuente Propia

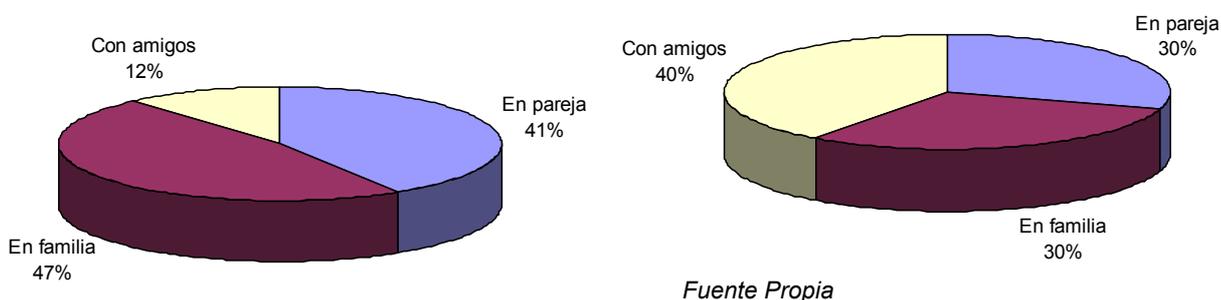
En cuanto a la modalidad del viaje, del total de turistas el 41% viaja en pareja y el 34% lo hace en familia, el 21% con amigos.

Al agrupar a los turistas según su género para analizar su modalidad de viaje, los resultados hacen referencia a que los hombres en un 41% prefieren viajar en familia y la mujer en un 58% lo prefiere hacer en pareja.

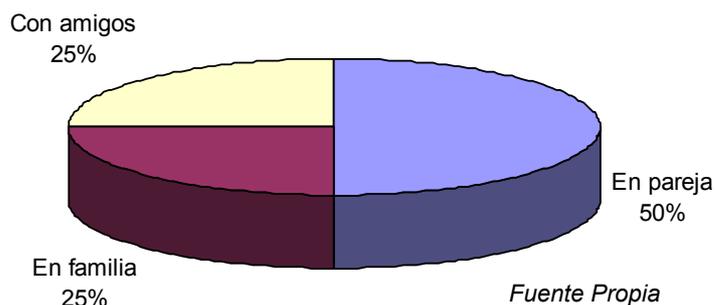
En ambos grupos, realizar la travesía con amigos quedó en tercer lugar. Mientras que el viaje solitario fue para unos pocos.



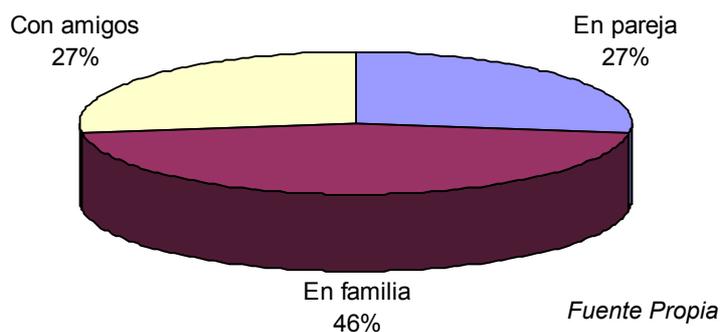
Si lo analizamos por grupo etario, los hombres cuya edad oscila entre los 35 y 44 años, en un 47% prefieren viajar con la familia, en un 41% con la pareja y en un 12% con amigos. Mientras que los que tienen una edad comprendida entre los 45 y 54 años en un 40% realizan la travesía junto a sus amigos, el 30% con su familia y el otro 30% con su pareja.



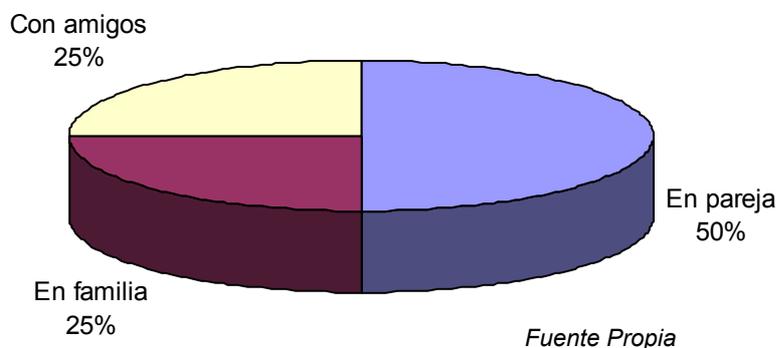
En el grupo de las mujeres que tienen una edad entre 25 y 34 años, en un 100% la modalidad del viaje es en pareja; mientras que en el segmento cuyas edades oscilan entre 35 y 44 años, el 50% realiza la travesía en pareja, el 25% con la familia y el otro 25% con amigos, tal como lo demuestra el gráfico siguiente.



Si ahondamos y tomamos el grupo de empresarios y analizamos su modalidad de viaje, los datos nos indican que el 56% realiza la travesía náutica en familia y el 44% con la pareja. Mientras que los profesionales, el 46% prefiere viajar con la familia, el 27% con la pareja y el otro 27% con amigos, tal como se ve en el gráfico que se adjunta a continuación.



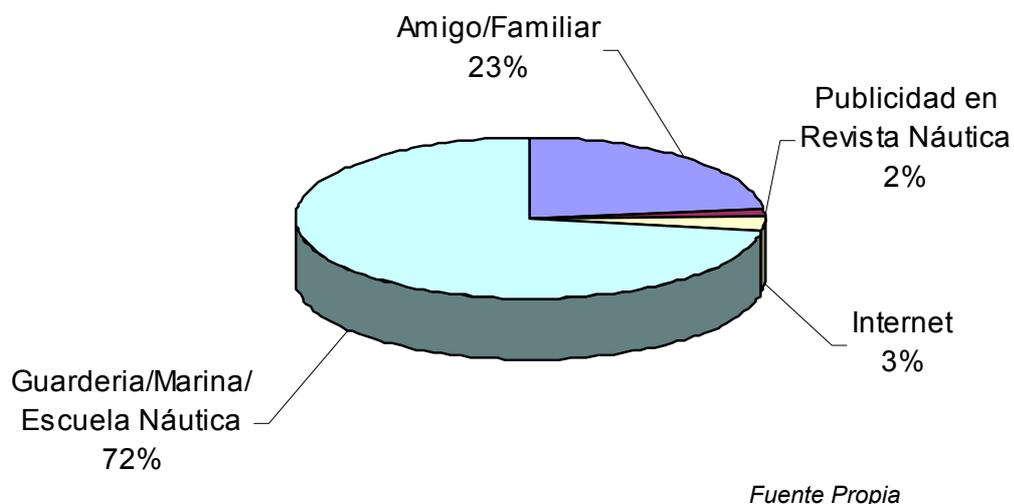
En el grupo de mujeres empresarias, un 50% de ellas realiza la travesía junto a su pareja, el 25% lo hace junto a su familia y el 25% restante junto a amigos.



En lo que respecta a la mujer profesional, el 100% optó por viajar junto a su pareja.

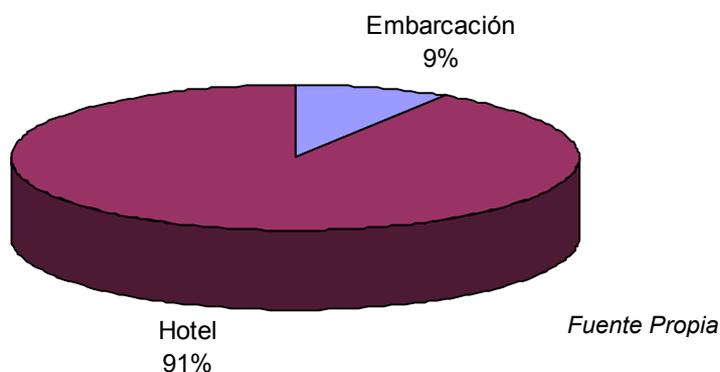
Si se analizan los medios por los cuales se informan los turistas de la programación de una travesía Náutica, se llega a la conclusión que en un 72% lo hace a través de la Guardería, Marina o Escuela Náutica a la cual tiene acceso y en un 23% por medio de un amigo o familiar.

En un porcentaje menor aparece como medio de información la publicidad en revista especializada e Internet.



Si se hace mención al tipo de alojamiento que selecciona el turista en destino, el 91% optó por pernoctar en un hotel, mientras que sólo un 9% lo hizo en la embarcación con la cual navegó desde San Fernando.

Del 9% que escogió pernoctar en la embarcación el 100% fueron hombres.

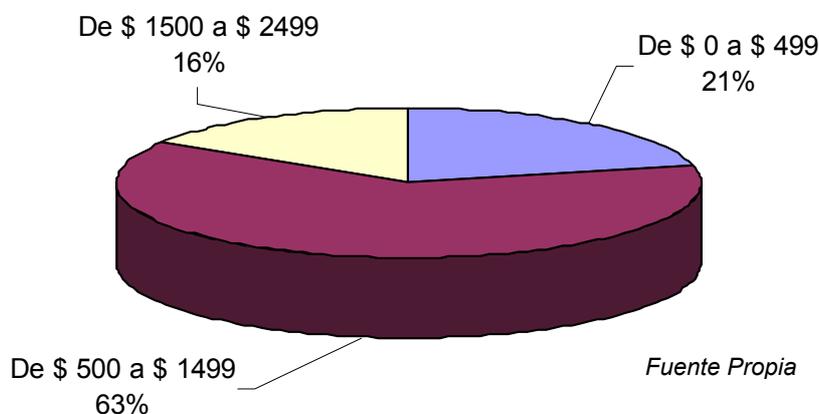


La variable del gasto promedio, es un dato importante que se analiza a continuación.

El 63% del total de turistas gasta durante una Travesía a Carmelo entre \$ 500.- y \$ 1499.-, mientras que un 21% lo hace entre \$ 0.- y \$ 499- y un 16% entre \$ 1500.- y \$ 2499.- .No se registraron datos de gastos que superen los \$ 2500.- .

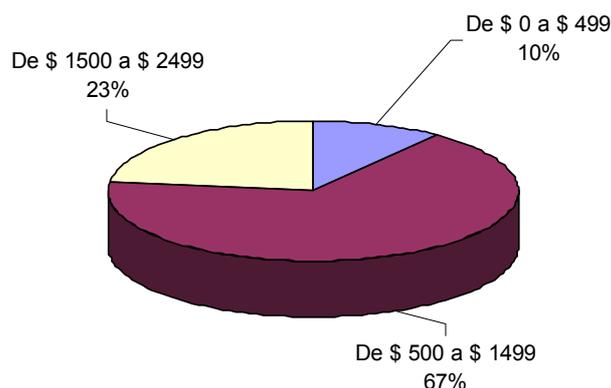
Cabe aclarar que no se tomo en cuenta el gasto de combustible, para evitar que se distorsione la información relacionada con la variable en estudio.

Además, los 56 respondientes fueron seleccionados en forma directa e intencionalmente, teniendo en cuenta que no pertenecieran al mismo grupo familiar, de esta manera se evitó la superposición de datos en cuanto al gasto turístico. Así se logro que la muestra sea lo más representativa posible a los efectos de la investigación que se desea realizar; partiendo del supuesto de que las unidades seleccionadas son las más características o las que pueden proporcionar la mayor información sobre la población para estudiar el problema en profundidad.

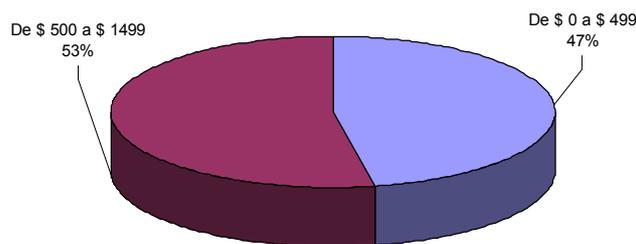


Al cruzar la variable gasto con la variable que nos determina el género del turista, se puede concluir que:

El hombre gasta en un 67% de \$ 500 a \$ 1499, en un 23% de \$1500 a \$ 2499 y sólo un 10% gasta entre \$ o.- y \$ 499.-



Mientras que la mujer en un 53% gasta entre \$ 500.- y \$ 1499.- y en un 43% lo hace entre \$ 0.- y \$ 499.-



Fuente Propia

Tanto los hombres como las mujeres que participaron de la Travesía, tienen el mayor porcentaje de gasto dentro del rango que oscila entre \$ 500.- y \$ 1499.-

Dentro del grupo de hombres cuya edad se encuentra entre los 35 y 44 años, el 76% gasta entre \$ 500.- y \$ 1499.- y el 24% restante gasta entre \$ 1500.- y \$ 2499.-. Mientras que el grupo cuya edad varía entre los 45 y 54 años, el 64% gasta entre \$ 500.- y \$ 1499.-, un 27% entre \$ 1500.- y \$ 2499.- y sólo un 9% gasta entre \$ 0.- y \$ 500.-

Entre las mujeres de una edad entre 25 y 34 años, el 57% gasta entre \$ 500.- y \$ 1499.-, y en un 43% entre \$ 0.- y \$ 500.-. Mientras que las mujeres que tienen una edad entre 35 y 44 años lo hacen en un 75% de \$ 500.- a \$ 1499.- y en un 25% entre \$ 0.- y \$ 500.-

Para profundizar aún más sobre esta variable, se cruzó la misma con dos dimensiones de la variable ocupación, y del análisis se tomaron los siguientes datos:

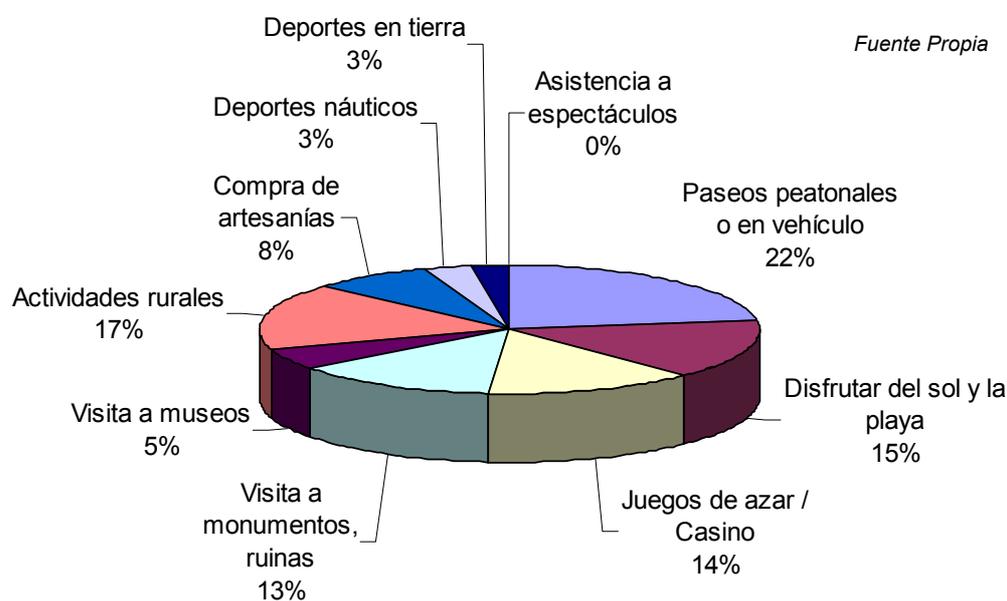
El empresario gasta en un 53% de \$ 500.- a \$ 1499.-, el 42% gasta entre \$ 1500.- y \$ 2499.- y sólo un 5% gasta de \$ 0.- y \$ 500.-

El profesional gasta en un 91% entre \$ 500.- y \$ 1499.-, y en un 9% de \$ 0.- y \$ 500.-

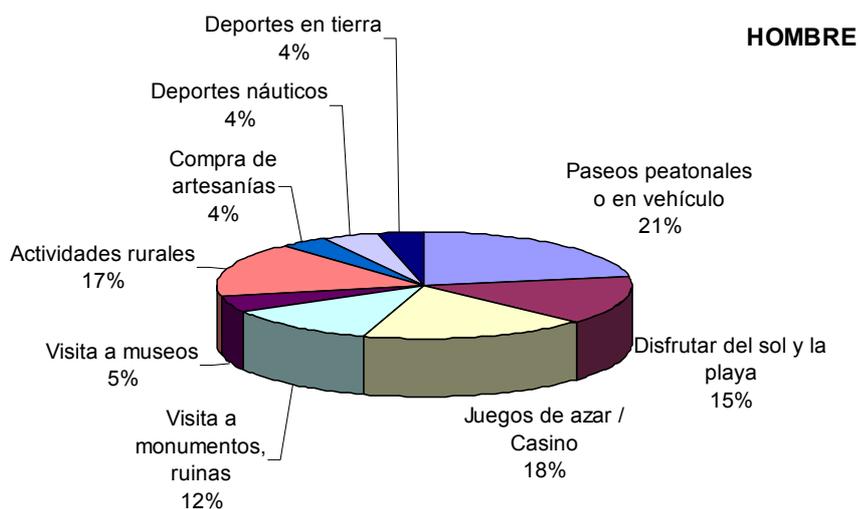
La mujer empresaria gasta en un 100% entre \$ 500.- y \$ 1499.-, mientras que la profesional lo hace en un 50% de \$ 0.- a \$ 500.- y en un 50% de \$ 500.- y \$ 1499.-

Dentro del grupo de empresarios y empresarias se da el mayor gasto durante la travesía náutica a Carmelo.

En lo que respecta a las actividades realizadas en destino, el 22% efectuó un paseo caminando o en vehículo, el 17% participó de una actividad rural, el 15% disfrutó de la playa y el sol, el 14% fue al casino y fue parte de diferentes juegos de azar, el 13% visitó monumentos y ruinas, el 8% compró artesanías, el 3% realizó deportes náuticos y otro 3% deportes en tierra.

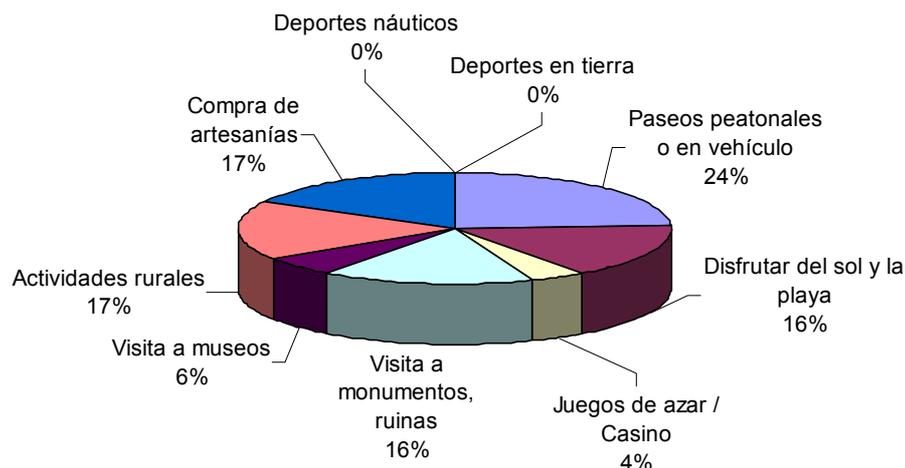


Al analizar las actividades se dividió al grupo por género, y se identificó que el hombre en un 21% realiza paseos a pie o en vehículo, en un 18% participa de juegos de azar y va al casino, en un 17% realiza actividades rurales y en un 15% disfruta del sol y la playa.



En cuanto a las mujeres, los datos recabados nos enseñan que un 24% le gusta realizar paseos a pie o en vehículos, un 17% compra artesanías, un 17% participa de actividades rurales, un 16% visita monumentos y ruinas, un 16 % disfruta del sol y la playa, un 6% visita museos y solo un 4% participa de juegos de azar o va al casino.

MUJER

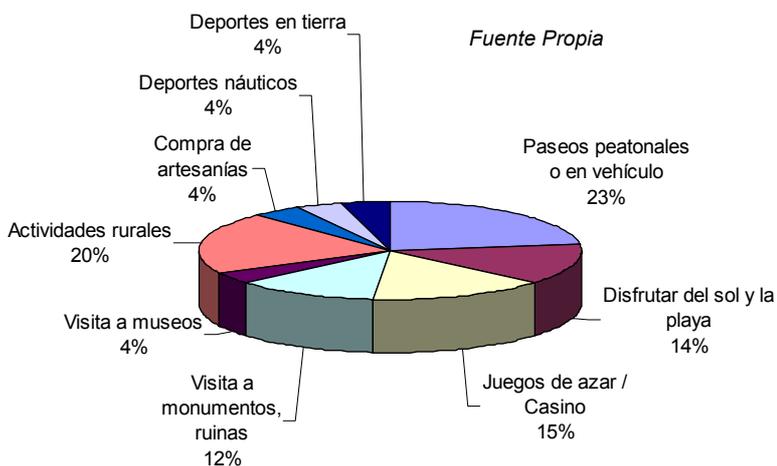


Fuente Propia

Segmentando y analizando las actividades que se realizan en destino, el hombre prefiere pasear, participar de juegos de azar, ir al casino y realizar actividades rurales; mientras que a la mujer le gusta pasear, realizar actividades rurales, visitar monumentos o ruinas y comprar artesanías.

Ambos tienen en común el pasear y participar de actividades rurales, sin embargo, al cruzar las variables todo puede cambiar.

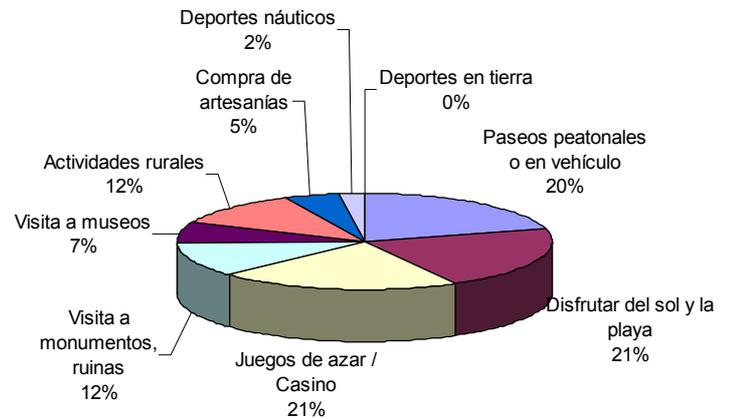
Dentro del grupo de hombres cuya edad es de 35 a 44 años, el 23% disfruta de pasear, el 20% realiza actividades rurales, el 15% participa de juegos de azar y va al casino.



Fuente Propia

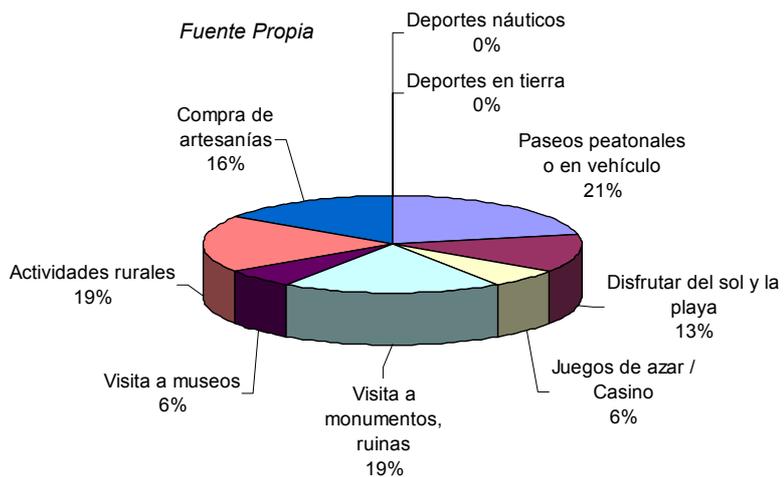
Fuente Propia

En cuanto al grupo cuya edad esta comprendida entre los 45 y 54 años, el 21% disfruta de la playa y el sol, un 21% participa de juegos de azar y el casino, y un 20% realiza paseos a pie o en vehículos.

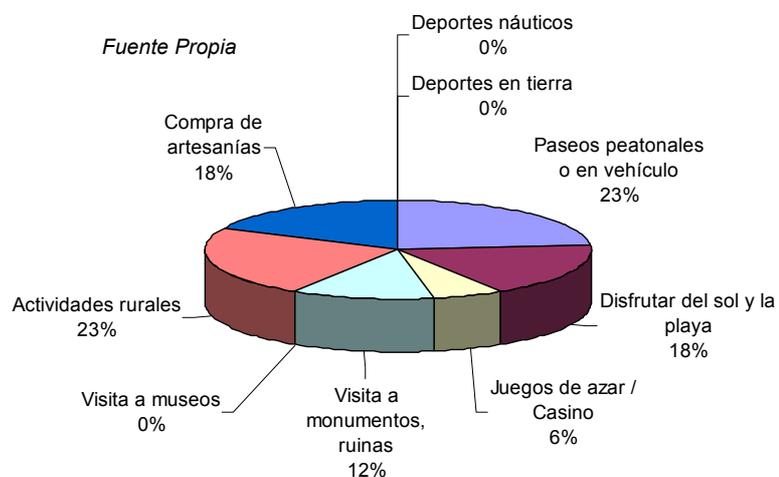


Fuente Propia

En lo que respecta al grupo de mujeres de 25 a 34 años, el 21% disfruta de paseos, el 19% visita monumentos y ruinas, el 19% participa de actividades rurales y un 16% compra artesanías.

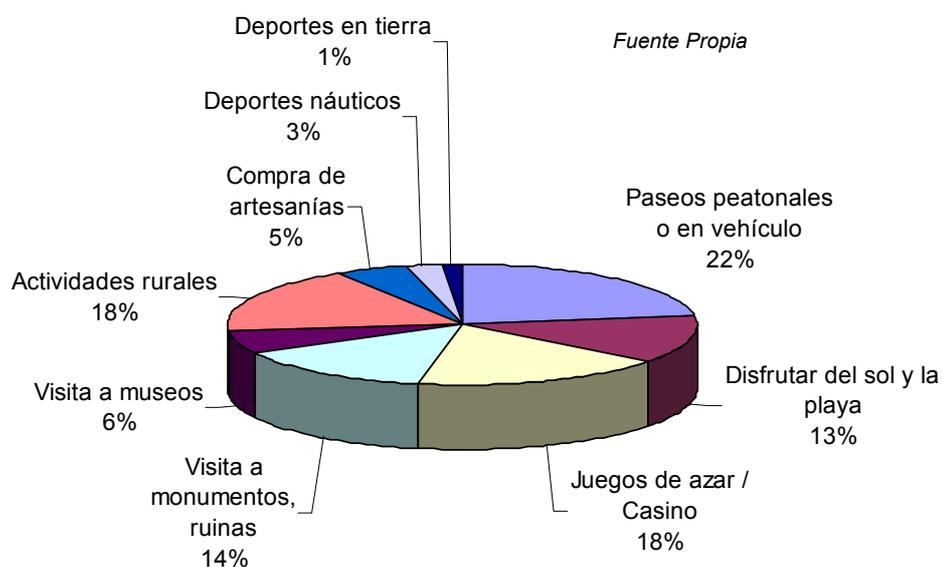


Y las mujeres cuya edad oscila entre los 35 y 44 años, el 23% le gusta realizar paseos, el 23% participa de actividades rurales, el 18% disfruta del sol y la playa y el 18% compra artesanías.

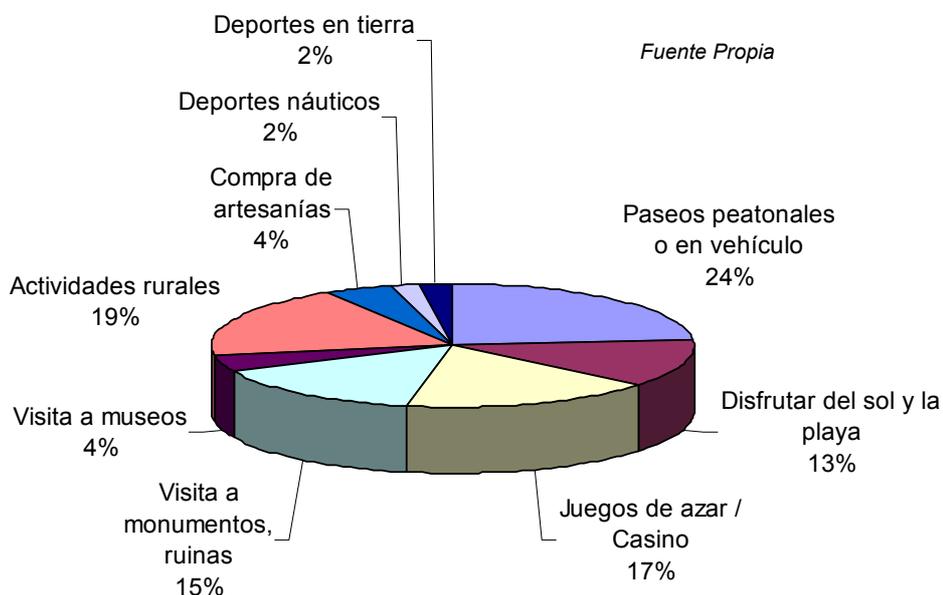


Para ahondar aún más en el tema, también se cruza la variable actividades con dos dimensiones de la variable ocupación, para así obtener datos más puntillosos que ayuden a caracterizar en mayor profundidad, al turista en estudio.

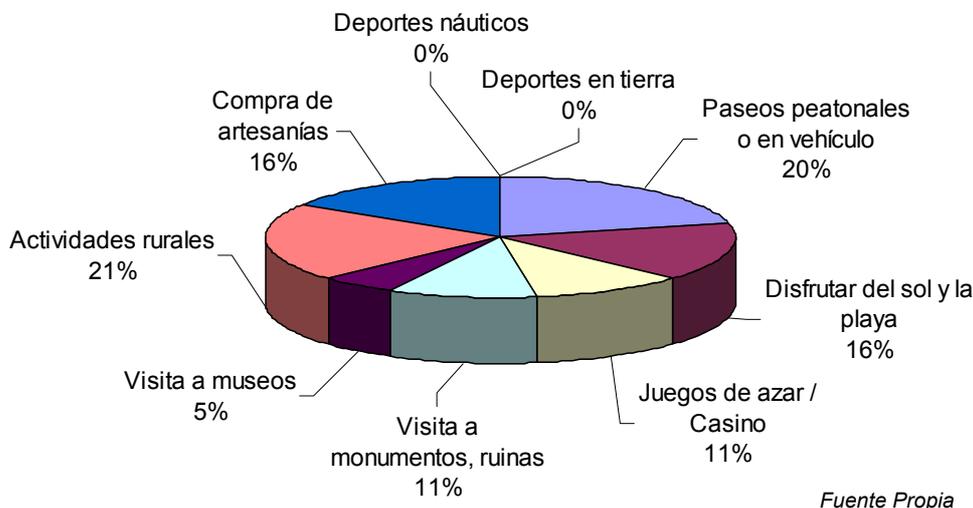
Si se toma el grupo de empresarios y se evalúa cuales son las actividades que realizan, los datos refieren a que el 22% le gusta pasear, al 18% le atraen los juegos de azar y el casino y un 18 % participa de actividades rurales.



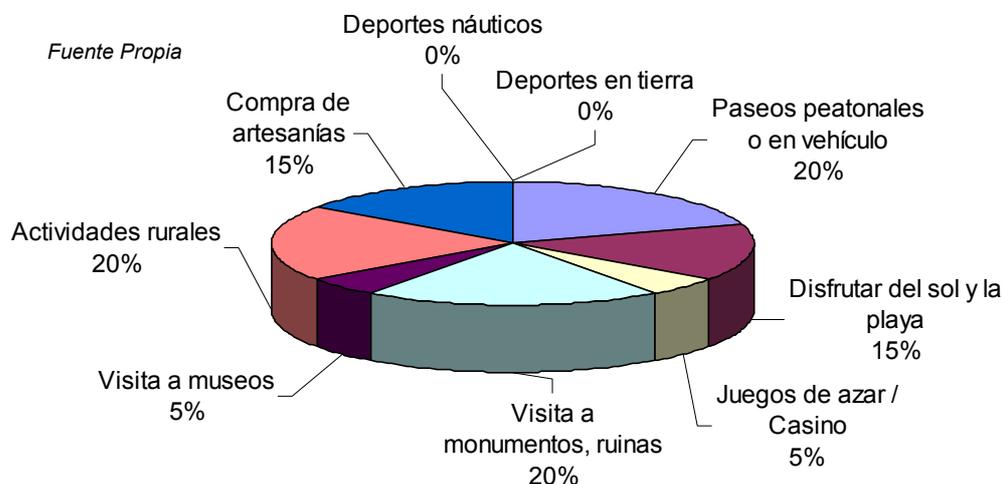
El grupo de los profesionales en un 24% prefiere pasear a pie o en vehículo, el 19% participa de actividades rurales y un 17% le gustan los juegos de azar y el casino.



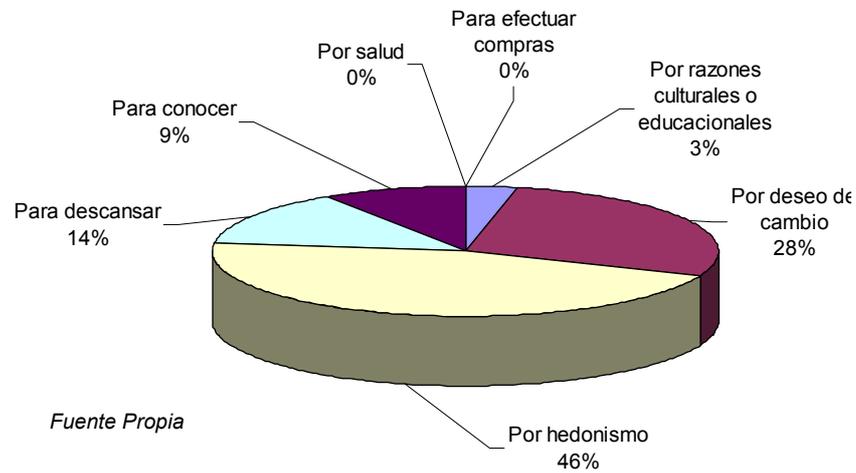
Si se toma el grupo de empresarias, observamos que un 21% participa de actividades rurales, un 20% le gusta pasear a pie o en vehículo y un 16% disfruta de la playa y el sol.



Al analizar el grupo de profesionales mujeres, observamos que el 20% disfruta de pasear a pie o en vehículo, el 20% visita monumentos y ruinas, el 20% realiza actividades rurales.

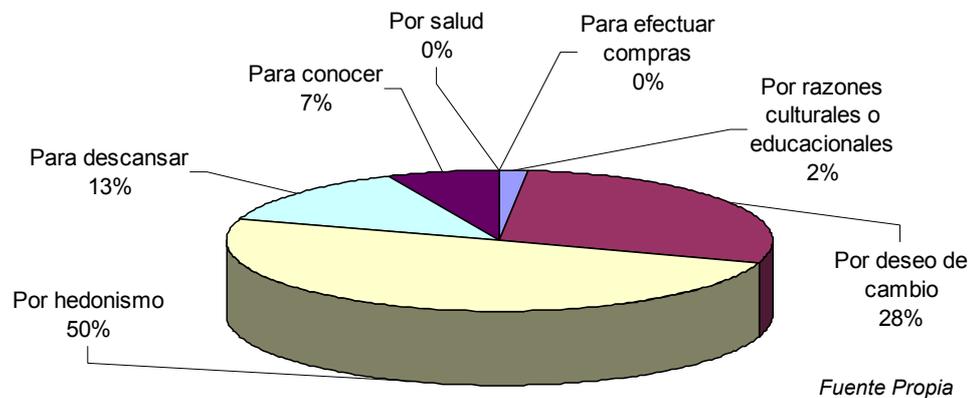


Con relación a la variable motivación, los turistas expusieron que en un 46% viajan por hedonismo, un 28% por deseo de cambio, un 14% para descansar, un 9% para conocer y un 3% por razones culturales o educacionales, según se visualiza en el gráfico que se encuentra a continuación.

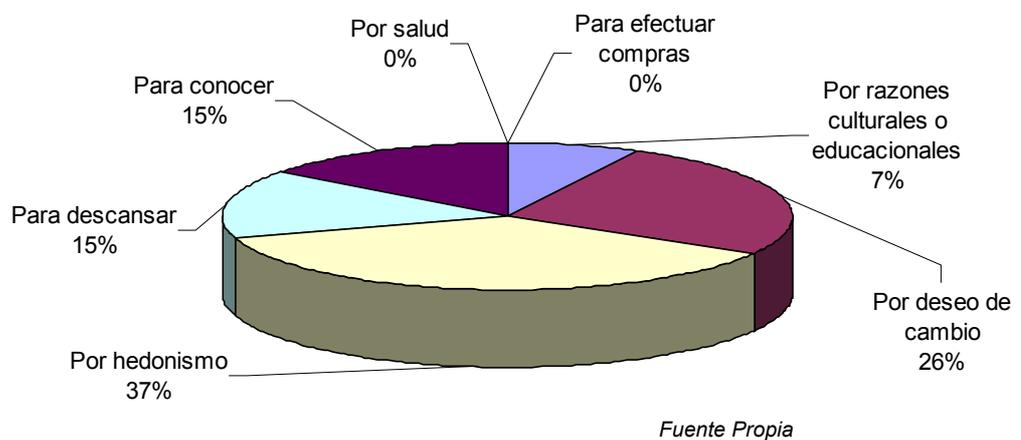


Sin embargo se va a analizar con mayor hondura la variable motivación, cruzando la misma con la de género, edad y ocupación.

Los hombres en un 50% viajan por hedonismo, en un 28% por deseo al cambio y en un 13% para descansar.



Las mujeres viajan en un 37% por hedonismo, en un 26% por deseo de cambio, en un 15% para descansar y en un 7% por razones culturales o educativas.

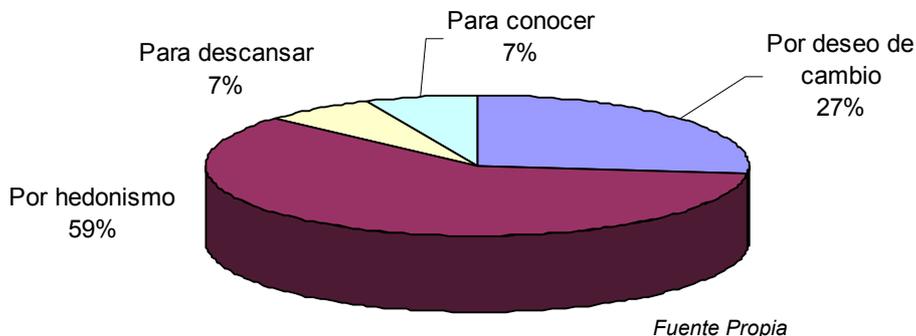


Al cruzar la variable motivación con el género y dos dimensiones de la variable edad, se consiguió obtener los siguientes datos:

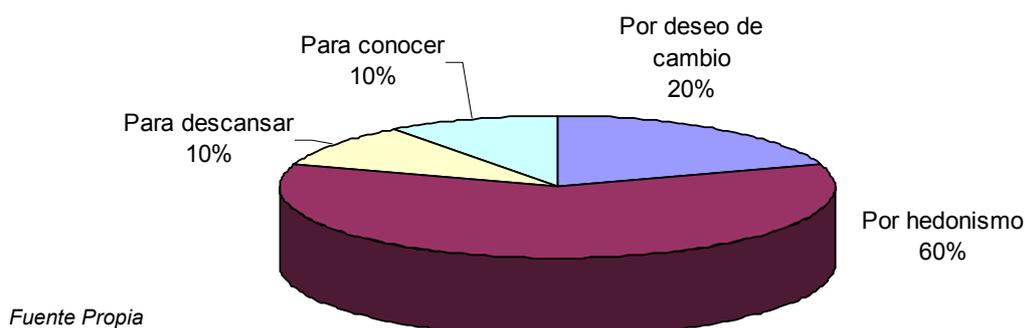
Los hombres de 35 a 44 años de edad viajan por hedonismo en un 50%, mientras que un 38% lo hace por deseo de cambio y un 12% para descansar.



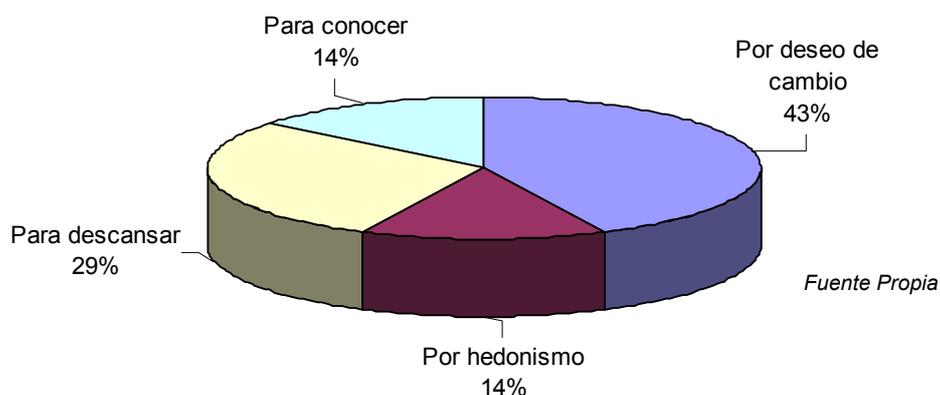
Mientras que los hombres cuya edad oscila entre los 45 y 54 años, realizan travesías náuticas en un 59% por hedonismo, en un 27% por deseo de cambio, en un 7% para conocer y en un 7% para descansar.



En cuanto al grupo de mujeres donde su edad esta comprendida entre los 25 y 34 años, en un 60% viaja por hedonismo, el 20% por deseo de cambio, el 10% para conocer y el 10% para descansar.



Las mujeres que tienen una edad entre 35 y 44 años que participan de travesías náuticas, el 43% los hace por deseo de cambio, el 29% para descansar, el 14% por hedonismo y el 14% para conocer.



Por último se hizo el cruzamiento entre la variable motivación y dos dimensiones de la variable ocupación, dando como resultado los siguientes datos:

Los empresarios realizan travesías motivados en un 47% por hedonismo, 31% por deseo de cambio, en un 19% para descansar y en un 3% para conocer.

Mientras que los profesionales viajan en una 60% por hedonismo, un 20% lo hace por deseo de cambio, un 13% para descansar y un 7% para conocer.

El 42% de las empresarias viaja por hedonismo, el 29% lo hace para descansar y el restante 29% lo hace por deseo de cambio. Y las mujeres profesionales lo hacen en un 60% por hedonismo, un 20% para conocer y un 20% por deseo de cambio.

Según el análisis que se desprende del cruzamiento de las variables motivación y ocupación, tanto los empresarios como las empresarias viajan motivados en más de un 40% por hedonismo y los profesionales hombres y mujeres participan de la travesía también por hedonismo, en más de un 60%.



Conclusiones

En coherencia con los objetivos propuestos en el comienzo del Trabajo Integrador Final, con un marco conceptual que nos induce a navegar imaginariamente, con el análisis efectuado de los datos recabados con la encuesta y con el bagaje de la experiencia vivida en cada Travesía de la cual se participó como turista y como especialista; se está en condiciones de plasmar en estas últimas líneas, la *Caracterización del Turista que realiza Travesías Náuticas en embarcaciones de recreo a motor, partiendo desde San Fernando, Capital Nacional de la Náutica, con destino Carmelo-Uruguay.*

El Turista en estudio es una persona que viaja a Carmelo, un *lugar* como dice Marc Augé, porque tiene identidad, historia y es relacional; y sitio distinto de su residencia habitual y ajeno a su entorno, por un período mínimo de una noche, y cuya principal motivación es participar en forma grupal de una Travesía Náutica, que es una actividad programada al aire libre, con concentración de embarcaciones de recreo a motor que navegan desde San Fernando buscando como destino la ciudad de Carmelo.

En base a las variables demográficas, se determinó que el 70% de los participantes de dichas Travesías son hombres que tienen en su mayoría entre 35 y 54 años de edad y el 30% son mujeres cuya edad oscila entre 25 y 44 años. Dato que coincide, según los antecedentes que se destallan en el Capítulo III, con el Perfil del Turista Náutico de Murcia que en un 33,7% tiene entre 36 y 45 años de edad; y con el Perfil del Turista Náutico de Balears que en un 42% tiene entre 31 y 45 años.

Los hombres de la Travesía a Carmelo, residen en un 59% en el Gran Buenos Aires, mientras que con las mujeres sucede lo contrario, ya que el 71% vive en Capital Federal. (No se registraron datos de personas que residan en Buenos Aires, en alguna Provincia del interior o en el exterior).

Al analizar la variable ocupación, se comprobó que el resultado es similar al estudio del caso Balears, expuesto como antecedente, ya que los hombres y mujeres que participaron de la Travesía Náutica tienen ocupaciones altamente remuneradas donde el nivel de renta disponible es alto y lo puede usar para gastar en bienes de ocio, como el turismo, tras haber pagado sus necesidades básicas. En la presente investigación, un 49% son empresarios y un 28% profesionales, mientras que en el segmento de las mujeres el 24% es empresaria y un 24% profesional.

Hasta aquí se han dado las primeras características del Turista que realiza Travesías Náuticas, siendo éstas de suma importancia, ya que las necesidades y deseos cambian durante el transcurso de sus vidas.

Conforme las personas crecen y alcanzan la madurez, sumando su género y su ocupación, queda afectada en forma directa su selección y adquisición de productos y servicios; por lo tanto, conocer sus factores personales es fundamental para diseñar futuras Travesías con servicios acorde, programar actividades y seleccionar destinos.

Es importante aclarar que se ha tomado en cuenta el rol que cumplen en la navegación cada uno de los turistas encuestados, o sea, si son conductores o acompañantes. Esto fue útil para tener un mix uniforme de respondientes y nos ha permitido acercarnos aún más, a los objetivos planteados.

Al analizar las variables comportamentales según el tipo de usuario, se identificaron turistas de primera vez en un 20%, turistas ocasionales que participan de 4 a 5 travesías en el año, en un 33%; turistas habituales que participan de 5 a 6 veces en el año, en un 13% y un 13% de turistas antiguos que participan en más de 8 travesías en el año. Estos datos son relevantes

para mantener a los usuarios habituales, premiar a los antiguos, reforzar la relación con los ocasionales y atraer a los que están participando por primera vez. Éstos últimos se tienen que llevar una muy buena impresión en la primera travesía, transformando esta acción en base firme para conseguir más adeptos a la actividad.

En cuanto a la modalidad del viaje, del total de turistas que realiza Travesías Náuticas, el 41% lo hace junto a su pareja y el 34% junto a su familia. Este dato difiere con el análisis del perfil del Turista Náutico de Murcia que en un 56,7% viaja con su familia y en Balears, donde el 66% lo hace bajo esa modalidad.

Si se ahonda en el tema y se tiene en cuenta que los Turistas de Murcia y Balears tienen estadías prolongadas, se deduce que es casi un compromiso viajar junto a su familia; mientras que en las Travesías a Carmelo, la estadía no sobrepasa las dos noches de alojamiento y esto se transforma en una oportunidad de escape, de cambio, de descanso y de disfrute en pareja.

Según la actitud, el turista que realiza Travesías a Carmelo selecciona pernoctar en un hotel, siendo muy pocos los que optan por dormir en la propia embarcación. Esta actitud se relaciona con la corta estadía que tales Travesías tienen, ya que en general se realizan durante los fines de semana y feriados. En cuanto a la elección del hotel, le dan prioridad a la distancia que éste se encuentre del amarradero.

En cada una de las Travesías en las que se participó, el hotel escogido fue el Hotel Casino, cuyos servicios y facilidades se describen en el inventario del equipamiento de Carmelo que se encuentra dentro del Capítulo IV del presente trabajo.

Antes de realizar una Travesía Náutica, es fundamental transmitir a los turistas la programación de la misma para que puedan inscribirse. De la encuesta efectuada, un 72% dijo que se informa a través de la guardería, marina o escuela náutica a la cual tiene acceso. Sólo un 2% lo hace a través de la publicidad en Revistas especializadas y un 3% a través de Internet.

El análisis obrado sobre estos datos, refiere a la existencia de diversos canales por los cuales efectuar la comunicación de la programación de Travesías que

no son utilizados; o bien por el organizador de las mismas, o porque el turista no los tiene presentes o al alcance. He aquí una oportunidad a tener en cuenta para desarrollar estrategias de comercialización en un futuro.

Cabe aclarar, que las travesías organizadas por las escuelas náuticas no tienen un fin lucrativo visible, sin embargo actúan como agencias de viajes reservando habitaciones, excursiones, transfers, cenas, etc. Además, la voluntad, el conocimiento y la camaradería náutica no resultan suficientes, ya que no las organizan profesionales en turismo. Las Travesías están únicamente organizadas por expertos en la navegación o por grupos de personas afines como por ejemplo, la Fundación Náutica Deportiva - FUNADE (www.funade.com.ar).

La falta de Profesionales en Turismo en la organización de Travesías, es una debilidad que se puede transformar en oportunidad, ya que según la segmentación demográfica, el turista que participa de las mismas, tiene un perfil tentador para la mercadotecnia concentrada, para el desarrollo de nuevos negocios o para el diseño de programas de fidelización en guarderías y marinas.

Otra variable a tener en cuenta para las oportunidades antes descriptas, es la del gasto por turismo, que es el gasto realizado por el turista por causa de un viaje y durante su estancia en destino.

Del total de turistas, el 63% gasta durante una Travesía a Carmelo entre \$ 500.- y \$ 1499.- sin contar el gasto del combustible para la embarcación. Para profundizar aún más estos datos, se tomó de la variable ocupación la dimensión con mayor porcentaje y se la cruzó con la variable del gasto, dando como resultado que los empresarios, que representan el 49% del total de hombres, gasta en un 53% entre \$ 500.- y \$ 1499.-, y un 42% de \$ 1500.- a \$ 2499,- en cada Travesía que realiza. Mientras que la mujer empresaria en un 100% gasta entre \$ 500.- y \$ 1499.-

En cuanto a las actividades, se concluye que los turistas prefieren las que se realizan al aire libre en forma grupal, aunque no siempre existan interacciones focalizadas. Entre tales actividades se destacan los paseos a pie y en vehículo (motos), la actividad rural, disfrutar de la playa y el sol y realizar visitas culturales. A la noche optan por los juegos de azar y el casino.

Si tomamos de la variable edad los segmentos más relevantes, y la cruzamos con la de género y la de actividades, se llega a la conclusión que los hombres entre 35 y 54 años prefieren las actividades al aire libre, como los paseos y el casino; mientras que las mujeres entre 25 y 44 años prefieren las actividades culturales, pasear, disfrutar de la playa y comprar artesanías/recuerdos.

Si profundizamos los resultados anteriores y los vinculamos con las particularidades del viajero³⁷ ubicamos al Turista que realiza Travesías Náuticas a Carmelo, como un Turista Sedentario Móvil, ya que su problema no consiste en una búsqueda de identidad a través del descubrimiento del mundo como para el turista itinerante, sino más bien en una ruptura con lo cotidiano. Es un Turista natural, que busca complementar su estadía con un circuito cultural o folklórico para integrar descanso con enriquecimiento.

En los antecedentes se hace mención a que este tipo de turista se encuadra dentro del que desea aparentar la pertenencia a una clase social y viaja para demostrar algo a un grupo de aspiraciones, o bien, es el que debe mantener su posición en un grupo social y elige este tipo de viaje para mostrar su status o prestigio social dentro de su grupo de pertenencia. Si bien no se asiente lo mismo, se necesitaría un estudio en mayor profundidad que nos de una respuesta certera, si el Turista que realiza Travesías Náuticas lo hace por recreación o por status social.

El acto de viajar responde inicialmente a la existencia de unas necesidades que representan el impulso de la acción. Y las motivaciones tienen sus raíces en factores sociales y psicológicos, en actitudes, percepciones, cultura, etc., dando lugar a formas individuales de motivación.³⁸

El 100% de los turistas encuestados viajó motivado por la navegación en sí misma y son la demanda efectiva que participa en la actividad, o sea, que efectivamente viaja. Pese a esto, cabe aclarar que el medio de transporte utilizado, en este caso la embarcación de recreo a motor, no es un tipo de turismo en sí, sino que forma parte de la planta turística, integrando la infraestructura y el sistema de transporte. Y tal como lo menciona la OMT, puede ser considerado como atracción turística por la etapa *en route*.

También es importante destacar, que quienes realizan turismo náutico pueden o no hacerlo motivados para practicar deportes, sin embargo en estas travesías, el tipo de embarcación, la velocidad y el simple hecho de no estar en competición; hacen que se descarte esta posibilidad. No obstante, realizan actividades deportivas en el agua o en tierra cuando llegan a destino; pero la navegación es una etapa del viaje que disfrutan solos o acompañados, observando y deleitándose con el entorno.

Del total de turistas un 46% participó de la travesía por hedonismo, que es el hecho de pasarla bien, comer bien, ver cosas interesantes, conocer gente linda, extravagante y acogedora, vivir una aventura, experimentar emociones, divertirse o simplemente no hacer nada. El 28% los hizo por el deseo de cambio, que es la búsqueda de algo que compense los sentimientos de rechazo hacia la rutina de la vida cotidiana. Y el 14% lo hizo para descansar, que es el sentimiento de agotamiento motivado por el trabajo o la vida urbana.

Para ir finalizando este Trabajo Integrador, cabe recordar que el Turismo Náutico es un producto que contribuye a una serie de beneficios, tanto en lo socioeconómico como en el incremento de la cualificación y diversificación de la oferta turística de Nuestro País. Por lo tanto se considera importante apoyarlo y potenciarlo a través de estudios y análisis, como los que guarden relación con los interesados en la náutica turística, tal como la presente investigación, ya que pueden ser un referente para el comienzo de una investigación más amplia y profunda.

A su vez, estos estudios pueden ser parte de estrategias que optimicen inversiones y favorezcan el desarrollo de la náutica turística en Argentina.

O bien, si se tiene en cuenta acciones más pequeñas, un trabajo como el actual puede ser información clave para elaborar estrategias que brinden un valor añadido a las Travesías Náuticas organizadas por expertos de la navegación, de esta forma pueden ofrecer al Turista más de lo que esperan recibir, siempre y cuando se satisfaga a la demanda bajo la referencia de un desarrollo turístico sostenible, entendiendo por éste, usar los recursos turísticos para satisfacer a la demanda sin por ellos hipotecar dichos recursos necesarios para generaciones futuras.

El objetivo principal de esta investigación se ha alcanzado en forma satisfactoria. Si embargo, existe un objetivo que se ha propuesto para este final, este objetivo y también desafío, es que todos los profesionales de la actividad turística nos basemos fundamentalmente en crear e implementar programas, productos y servicios turísticos sustentables, mediante los cuales se logre la satisfacción del turista teniendo en cuenta cada una de sus características.

El Turismo no es un simple desplazamiento de personas por un tiempo determinado, es una interrelación dinámica, cuyos protagonistas son el hombre con sus vivencias, deseos, gustos, motivos, cultura, idioma y la sociedad en la cual está inmerso.

Hay un hecho que no podemos modificar, viviremos más o menos tiempo, pero la calidad de vida dependerá de muchos factores, entre los cuales fundamentalmente se encuentra la prevención. En este tema es donde nuestra labor puede resultar fundamental, tomando en cuenta al ser humano como un todo, donde la medicina colabore con el bienestar físico y el Turismo colabore con el bienestar emocional.



Romero Ana Luz

BIBLIOGRAFIA

-
- ¹ **SANCHO AMPARO.** *Introducción al Turismo.* OMT: Madrid; 1998.
- ² **HERNANDEZ DIAZ E.A.** *Proyectos Turísticos, formulación y evaluación.* Editorial Trillas: México D.F.; 1991
- ³ **MOLINA, S.** *Turismo, metodología para su planificación.* Editorial Trillas: México D.F.; 1997
- ⁴ **SAMPIERI, R.** *Metodología de la Investigación.* Editorial McGraw-Hill. Segunda Edición: México; 1991
- ⁵ **SABINO C. A.,** *El proceso de investigación.* Editorial Humanitas: Buenos Aires; 1986.
- ⁶ **SABINO C. A.,** *El proceso de investigación.* Editorial Humanitas: Buenos Aires; 1986.
- ⁷ **SABINO C. A.,** *El proceso de investigación.* Editorial Humanitas: Buenos Aires; 1986.
- ⁸ **SAMPIERI, R.** *Metodología de la Investigación.* Editorial McGraw-Hill. Segunda Edición: México; 1991
- ⁹ **SABINO C. A.,** *El proceso de investigación.* Editorial Humanitas: Buenos Aires; 1986.
- ¹⁰ **SAMAJA, Juan.** *Epistemología y metodología, elementos para una teoría de la investigación científica.* EUDEBA: Argentina; 1993
- ¹¹ **RUBIO & VARAS.** *El análisis de la realidad en la intervención social.* Editorial CCS: Madrid; 1997
- ¹² Documento publicado en el portal de difusión de la producción científica hispana de la Universidad de la Rioja (España), <http://dialnet.unirioja.es/> Link directo al antecedente: <http://www.um.es/dp-geografia/turismo/n7/Cuadernos-5.pdf>
- ¹³ Portal de la Universidad de Murcia (España). Link directo al documento: <http://www.um.es/dp-geografia/turismo/n6/Cuadernos-2.pdf>
- ¹⁴ Investigación publicada en el portal de difusión de la producción científica hispana de la Universidad de la Rioja (España), <http://dialnet.unirioja.es/> Link directo al antecedente: <http://www.um.es/dp-geografia/turismo/n9/Cuadernos-2.pdf>
- ¹⁵ Estudio publicado en la web de Comunidad Autónoma de la región de Murcia. <http://www.carm.es>
- ¹⁶ Presentación en Power Point publicada en el portal del proyecto Nautismed que es una iniciativa que se enmarca dentro del programa Interreg III B MEDOCC. Dicho programa va dirigido a apoyar proyectos de cooperación transnacional para el

desarrollo de los países del Mediterráneo Occidental.
http://www.nautismed.org/uploads/400/30/JoanGarau-diversificacin_turstica.ppt

¹⁷ **SANCHO AMPARO**. *Introducción al Turismo*. OMT: Madrid; 1998.

¹⁸ **FERNANDEZ FUSTER, Luís**. *Introducción a la teoría y técnica del turismo*. Editorial Alianza: Madrid; 1985

¹⁹ **CARDONA MARTORELL, Josefa**. *El papel de la administración local en destinos con oferta náutica*. En *Futuro y expectativas del turismo náutico*. Universidad Politécnica de Valencia: España, 2000

²⁰ Informe publicado en el portal del Instituto Nacional de Ecología de México. Link directo al documento: http://www.ine.gob.mx/enautica/download_colmex/cap3.pdf

²¹ **KOTLER, Philip**. *Mercadotecnia para hotelería y turismo*. Editorial Prentice Hall

²² **KOTLER, Philip**. *Mercadotecnia para hotelería y turismo*. Editorial Prentice Hall

²³ **BOULLÓN, R**. *Las actividades turísticas y recreacionales. El hombre como protagonista*. Editorial Trillas: México D.F.; 1983

²⁴ **BOULLÓN, R**. *Las actividades turísticas y recreacionales. El hombre como protagonista*. Editorial Trillas: México D.F.; 1983

²⁵ Página web de la Municipalidad de San Fernando
<http://www.sanfernando.gov.ar/tipo1.asp?IdSeccion=3>

²⁶ **BOULLÓN, R**. *Planificación de Espacios Turísticos*. Editorial Trillas: México D.F.; 1990
Boullon, Planificación del espacio turístico. Pág. 65

²⁷ **BOULLÓN, R**. *Planificación de Espacios Turísticos*. Editorial Trillas: México D.F.; 1990
Boullon, Planificación del espacio turístico. Pág. 70

²⁸ **BOULLÓN, R**. *Planificación de Espacios Turísticos*. Editorial Trillas: México D.F.; 1990

²⁹ <http://www.guiacolonia.com.uy/Carmelo/Index.htm>

³⁰ **SANCHO AMPARO**. *Introducción al Turismo*. OMT: Madrid; 1998. Pág..109

³¹ Página web de la PREFECTURA NAVAL ARGENTINA /
<http://www.prefectura naval.gov.ar/institucional/castellano/index.htm>

³² **VIETES Rut**. *Metodología de la Investigación en organizaciones, mercado y sociedad*. Editorial de las Ciencias. 1 Edición: Buenos Aires, 2004

³³ Fichas bibliográficas aportadas por la asignatura "La investigación y sus métodos". Prof. Lic. Beatriz Massuco. UAI, Buenos Aires, 2005.

³⁴ **BOULLÓN, R**. *Las actividades turísticas y recreacionales. El hombre como protagonista*. Editorial Trillas: México D.F.; 1983

³⁵ **VIEYTES Rut.** Metodología de la Investigación en organizaciones, mercado y sociedad. Editorial de las Ciencias. 1 Edición: Buenos Aires, 2004

³⁶ **VIEYTES Rut.** Metodología de la Investigación en organizaciones, mercado y sociedad. Editorial de las Ciencias. 1 Edición: Buenos Aires, 2004

³⁷ Apuntes N°03 Particularidades del viajero y de los viajes turísticos: esquemas de comportamiento. Fichas bibliográficas aportadas por la asignatura "Psicología aplicada al Turismo". Prof. Lic. Alicia Gemelli. UAI, Buenos Aires, 2003.

³⁸ **SANCHO AMPARO.** *Introducción al Turismo.* OMT: Madrid; 1998.

Entre los anexos que se adjuntan a continuación se encuentran:

1. La **planilla de observación semiestructurada** utilizada para identificar las actividades que realizan los turistas que participan de las Travesías Náuticas, y que posteriormente sirvió como base para el armado de la encuesta piloto y final.
2. El **modelo de encuesta** que fue utilizado **como prueba piloto o pretest** para el armado final de uno de los instrumentos utilizados para la recolección de datos. Tal encuesta luego fue modificada para alinearnos con los objetivos propuestos.
3. El **modelo de encuesta definitiva**, con la cual se recolectaron los datos para su posterior análisis.
4. La **matriz de datos** que fue una herramienta importante para lograr el análisis exhaustivo de los datos recabados.
5. Algunas de las **fotos** que fueron tomadas en las diferentes travesías de las cuales se participó. Muchas de ellas sirvieron como fondo en los títulos de cada uno de los capítulos, intentando representar lo más importante de cada uno de ellos. Por ejemplo: en la Introducción se incorporó la imagen del amanecer en el Delta del Paraná, que nos indica el inicio de la investigación; en el Capítulo I – Problematización, la imagen nos da indicios del desorden de las embarcaciones, las mismas no están alineadas bajo ningún objetivo...mientras que en el Capítulo II – Objetivos, ya se puede vislumbrar desde la proa (parte delantera de un barco que va cortando las aguas) las embarcaciones con un rumbo (objetivo) demarcado. En el Capítulo IV, el marco teórico esta representado por el GPS (Sistema de Posicionamiento Global el cual

permite determinar en todo el mundo la posición de un objeto, una persona, un vehículo o una nave que funciona mediante una red de 27 satélites y con mapas cargados en su sistema) y los relojes de la embarcación; ambos instrumentos nos proporcionan la información necesaria para navegar, y así llegar a destino, o sea, a nuestro objetivo. Ya en el final del presente trabajo, en las Conclusiones, la imagen del atardecer en el río, nos da la pauta de que hemos culminado con la labor.

PLANILLA DE OBSERVACIÓN

CARMELO COMO DESTINO TURÍSTICO PARA QUIEN REALIZA TRAVESIAS NAUTICAS											Fecha	23-Sep-06
ACTIVIDADES	TIPOS DE ACTIVIDAD										OBSERVACIONES	
	AL AIRE LIBRE					BAJO ESPACIO CUBIERTO						
	ESPARCIMIENTO	VISITAS CULTURALES	FOLKLÓRICAS	DEPORTIVAS	ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS	ESPARCIMIENTO	VISITAS CULTURALES	FOLKLÓRICAS	DEPORTIVAS	ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS		
PASEOS EN MOTO	x											Las motos se alquilan en el atracadero de yates
PASEOS A PIE	x											Cerca del hotel existen diversos senderos por los cuales caminar, además del centro de la ciudad
TOMAR SOL	x											Aunque el clima no ayude, hay gente exponiendo su rostro al sol
TOMAR MATE EN LA PLAYA	x											Varios grupos disfrun de la playa tomando mate
IR AL CASINO						x						Existen 2 casinos, uno fuera de la ciudad y otro cerca del atracadero
JUGAR A LAS CARTAS						x						Juegan en el casino y en la recepción del hotel
VISITAR RUINAS, MONUMENTOS		x										En moto se llevo a las canteras, y en bus a las ruinas
VISITAR MUSEO DE COLECCIÓN							x					Dentro de una estancia
IR A UNA ESTANCIA			x									Almuerzo y recorrido
COMPRAR ARTESANÍAS Y RECUERDOS			x			x						En punto de observacion de ruinas, diversos puestos
ANDAR EN JET SKI				x								Se ve la practica de este deporte desde el amarradero y desde la playa
ANDAR EN MOTO DE AGUA				x								Se ve la practica de este deporte desde el amarradero y desde la playa
JUGAR AL FUTBOL				x								En los alrededores del hotel se organiza un equipo / no programado
JUGAR AL PADDLE				x								En las canchas del hotel, sin programacion
NADAR EN PISCINA CUBIERTA								x				No hay un programa con juegos, cada uno accede cuando lo desea
Totales	04	01	02	04	00	03	01	01	00	00		

ENCUESTA PRETEST

Por favor, dedique unos minutos a completar esta encuesta, la información que nos proporcione nos es muy útil para conocer mejor a las personas que realizan Travesías Náuticas. Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la investigación llevada a cabo por Ana Luz Romero, estudiante de la Universidad Abierta Interamericana (Matricula H2-15108) para el desarrollo del Trabajo Integrador Final sobre Turismo Náutico, el cual le permitirá acceder a la obtención de la Licenciatura en Turismo.

Esta encuesta dura aproximadamente [5] minutos.
MUCHAS GRACIAS POR SU TIEMPO...

1-Usted, que esta realizando una Travesía Náutica, lo hace como...

Acompañante Patrón Timonel

2-¿Cuántas veces ha realizado una Travesía Náutica?

Es la primera vez 6 ó 7 veces
2 ó 3 veces 8 veces o más
4 ó 5 veces

3-¿Qué tiempo le dedica a este tipo de actividad, durante el mes?

01 día 02 a 04 días Más de 5 días

4-Ha realizado Travesías en:

Feridos Semana Santa Vacaciones

5-Si usted realiza dichas Travesías en embarcación propia, por favor especifique eslora:

6-Si usted NO realiza Travesías en embarcación propia, por favor especifique los siguientes puntos:

Embarcación de amigo Embarcación alquilada
Embarcación de familiar Otro (Por favor especifique)

7-Cuando realiza Travesías Náuticas, usted lo hace...

Solo Con amigos/as
En pareja Otro (Por favor especifique)
En familia

8-¿Cuál es el tipo de alojamiento que utiliza?

Embarcación Camping
Hotel Vivienda
Cabaña Otro (Por favor especifique)

9-Si utiliza un hotel como alojamiento, indique que categoría elige:

1/2 estrellas 4 estrellas
3 estrellas 5 estrellas

10-Si utiliza una vivienda para alojarse, la misma es:

Propia Alquilada
Prestada Tiempo Compartido

11-¿Cuáles son los medios por los cuales obtiene información para realizar Travesías Náuticas?

Amigo/Familiar Guardería/Marina/Escuela Náutica
Publicidad en Revista Náutica Local de venta de artículos náuticos
Anuncio en Programa de TV Por News Letter
Guía/Revista de Turismo Otro (Por favor especifique)
Internet
Agencia de Viajes

12-¿Por qué motivo/s realiza usted Travesías Náuticas?

- Por razones culturales o educacionales** (Deseo de conocer o volver a visitar lugares o cosas de las cuales se tiene un conocimiento previo, o bien, realizar alguna actividad educativa)
- Por deseo de cambio** (Búsqueda de algo que compense los sentimientos de rechazo hacia la rutina de la vida cotidiana)
- Por hedonismo** (Pasarla bien, comer bien, ver cosas interesantes, conocer gente linda, extravagante y acogedora, vivir una aventura, experimentar emociones, divertirse, o simplemente no hacer nada)
- Para descansar** (Sentimiento de agotamiento motivado por el trabajo o la vida urbana)
- Para conocer** (Sentimiento en casi todas las personas que emprenden un viaje al exterior de su lugar habitual)
- Por salud** (Sin estar enfermo, viaja para concurrir a lugares especializados en rejuvenecimiento o estética)
- Para efectuar compras** (Deseos de adquirir cosas típicas, que sólo se consiguen en el lugar de origen y pueden ser mostradas como testimonios del viaje, o de obtener artículos conocidos a menos precio)
- Para practicar deportes** (Motivación válida únicamente para aquellas personas que ya han adquirido una habilidad y viajan atraídas por las características especiales de algún sitio para practicar su deporte favorito)

13-¿Qué actividades realiza en destino, cuando participa de una Travesía?

Deportes náuticos		Visitar monumentos y museos	
Actividades deportivas en tierra		Entretenimiento nocturno	
Excursiones en tierra		Compras	
Juegos de azar/casino		Disfrutar del sol y la playa	
Espectáculos deportivos		Negocios	
Espectáculos culturales		Otro (Por favor especifique)	

14-¿Cuál es su gasto promedio durante una Travesía? (No incluye combustible)

De \$ 0.- a \$ 499.-		De \$ 1500 a \$ 2499.-	
De \$ 500.- a \$ 1499.-		Más de \$ 2500.-	

15-Usted ha percibido si en alguna Travesía Náutica se adoptaron medidas para el cuidado y protección del medio ambiente? (Si usted ha percibido alguna medida, por favor haga un breve comentario)

16-Indique el destino al cual ha llegado con una Travesía Náutica

Carmelo/ROU (Sobre el Río de la Plata - 01/02 días)	
Colonia/ROU (Sobre el río de la Plata - 02 días)	
Costa Norte y Costanera de Bs. As (Por el Río de la Plata-01 día)	
La Plata (Sobre el Río de la Plata - 01 día)	
Martín García (Isla, por el Río de la Plata - 01 día)	
Nueva Palmira/ROU (Sobre el Río Uruguay - 02 días)	
Puerto de Bs As (Dársenas, Puerto Nuevo, Puerto Madero, -01 día)	
Punta del Este/ROU (Directo o vía Santa Lucía - 05 días)	
Río Negro y Yaguarí/ROU (03 días)	
San Pedro (Sobre el Río Paraná - 03 días)	
Soriano/ROU (Sobre el Río Uruguay - 02 días)	

17-Por favor, si usted ha realizado alguna Travesía que no este en la lista anterior, indique a continuación.
(En lo posible, haga un breve comentario sobre la misma)

18-Según las diferentes Travesías que usted ha realizado, ¿Cuál es la que recomienda y por qué?

La encuesta está casi terminada.

Estas últimas preguntas nos sirven para analizar mejor los resultados del estudio.

19-Sexo: Hombre Mujer

20-Edad: De 14 a 19 años De 45 a 54 años
De 20 a 24 años De 55 a 64 años
De 25 a 34 años 65 o más años
De 35 a 44 años

21-Lugar de residencia: Cap.Fed. Provincia
Gran Bs As Extranjero
Buenos Aires

22-Estado Civil Soltero/a Casado/a
Divorciado/a Viudo/a

23-¿Cuál es su ocupación?

Empleado/a Ama de casa
Directivo/a Jubilado/a
Empresario/a Prefiero no responder
Profesional

24-Si existiera una Agencia de Viajes que organizara Travesías Náuticas usted ¿Qué le exigiría?

Hotelería de primera categoría	<input type="text"/>	Comunicación y reunión previa	<input type="text"/>
Buenos Restaurantes	<input type="text"/>	Actividades deportivas en Tierra/Agua	<input type="text"/>
Muy buenas Instalaciones	<input type="text"/>	Juegos/Competencias/Activ. en grupo	<input type="text"/>
Muy buena infraestructura	<input type="text"/>	Excursiones guiadas	<input type="text"/>
Atención personalizada	<input type="text"/>	Destinos Internacionales	<input type="text"/>
Información sobre el destino	<input type="text"/>	Otro (Por favor especifique)	<input type="text"/>



MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

FOTOS

Algunos de las fotos tomadas en cada una de las Travesías de las que se participó y de las Exposiciones Náuticas, con las que se intentó ahondar aún más en el tema a investigar.



Sarthou, guardería ubicada en San Fernando, de la cual partió la Travesía el 7 de julio de 2007



Carga de combustible a mitad de la Travesía del 7 de julio de 2007



Parte del recorrido de la Travesía del 7 de julio de 2007.



Atracadero municipal de yates en Carmelo.



Vista del Hotel Casino en Carmelo.



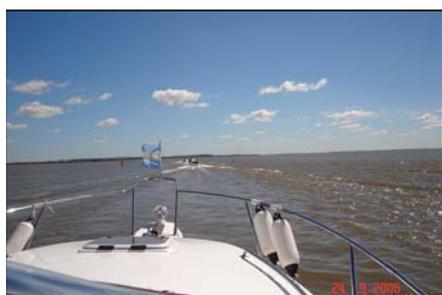
Vista de una de las playas de Carmelo.



Parte del grupo que participó del a Travesía del 07 al 09 de Julio de 2007



Regreso a San Fernando el 09 de julio de 2007.



Travesía del 24 de septiembre de 2006.

Se participó del 16° **Salón Náutico Argentino**, evento organizado por la Cámara Argentina de Constructores de Embarcaciones Livianas (CACEL) del 20 al 30 septiembre en San Fernando.

Se trata el evento más importante de la náutica a nivel nacional, que agrupa -cada dos años- a todos los sectores de la industria y congrega a gran cantidad de público.

Desde 2005, este evento tiene sede permanente en el Centro de Exposiciones del Parque Náutico San Fernando S.A., ubicado entre las calles Escalada y Almirante Martín (San Fernando). En esa ocasión, 102 expositores participaron del Salón Náutico Argentino. La muestra recibió entonces a 24.630 visitantes.

También se participó del **Salón Náutico Internacional de Barcelona**, que tuvo lugar del 3 al 11 de Noviembre de 2007 y el mismo ha tenido cifras récord de participación, 2.100 embarcaciones, 180.000 visitantes, 686 expositores, 41 países representados y 115.000 m2 de superficie. Ha ocupado cinco pabellones del recinto de Gran Vía y dos muelles del Port Vell. El salón ha desarrollado un amplio programa de actividades: presentación de regatas, libros, jornadas técnicas, talleres marinos y de turismo. Barcelona ha sido el centro de atención mundial de la náutica al coincidir el salón y la salida de la regata Barcelona World Race.

