



**Universidad Abierta
Interamericana**

**CRITERIOS DE TURISMO SUSTENTABLE A UN PROYECTO HOTELERO “Casa de
Piedra; Provincia de La Pampa”**

Erina Gagliano

Matrícula C6-8175

Licenciatura en Hotelería

Facultad de Turismo y Hospitalidad

Ciudad de Buenos Aires, Junio de 2009

Índice

Capítulo I

1. Tema	Pág. 4
2. Introducción general.	Pág. 4
3. Justificación	Pág. 6
4. Contexto	Pág. 6
4.1 Situación geográfica estratégica de la Comuna Casa de Piedra.	Pág. 6
4.2 El lugar	Pág. 7
4.3 Atractivos turísticos ya explotados.	Pág. 8
4.4 Infraestructura.	Pág. 9
4.5 Afluencia turística.	Pág. 10
4.6 La población.	Pág. 11

Capítulo II

2. Planteamiento del problema	Pág. 12
2.1 Problema a investigar.	Pág. 12
2.2. Hipótesis	Pág. 13
2.3 Objetivos generales:	Pág. 13
2.4 Objetivos específicos:	Pág. 13
2.5 Propósitos:	Pág. 14
2.6 Antecedentes de la investigación	Pág. 14

Capítulo III

3. Marco teórico	Pág. 21
3.1 Contexto turístico internacional	Pág. 21
3.2 Contexto turístico nacional	Pág. 24
3.3 El mercado hotelero en este contexto.	Pág. 26
3.4 El mercado hotelero en La Pampa	Pág. 27
3.5 El turismo: aspecto conceptual	Pág. 28
3.5.1 Formas de turismo	Pág. 28

3.6 El modelo del turismo sustentable, los tres aspectos.	Pág. 29
3.7 El ecoturismo	Pág. 35
3.8. La comunidad	Pág. 38
3.9 La hospitalidad	Pág. 40
Capítulo IV	
4. Metodología de la investigación	Pág. 42
4.1 Tipo de diseño de investigación	Pág. 42
4.2 Universo	Pág. 42
4.3 Muestra	Pág. 42
4.4 Procedimiento de muestreo	Pág. 43
4.5 Técnicas para la recolección de datos	Pág. 43
4.6 Objetivo de las entrevistas	Pág. 44
5. Análisis e interpretación de datos	Pág. 45
6. Propuesta	Pág. 54
7 Conclusión	Pág. 61
8 Bibliografía	Pág. 66
9 Anexo	Pág. 68

1. Tema

El tema a investigar es la aplicación de los criterios del turismo sustentable haciendo hincapié en su dimensión social sobre un hotel de 3 estrellas. De este análisis surgirá un proyecto, pero éste no se plantea como un estudio de factibilidad, sino que se propone como un modelo de desarrollo aplicable en el futuro a un hotel de esas características. Pensar en este modelo como proyecto piloto nos permitirá plantearnos preguntas teóricas relevantes para esta temática.

Actualmente, la aplicación de los criterios de sustentabilidad a emprendimientos hoteleros se basa en normas internacionales. Estos criterios sustentables presentan tres dimensiones, ambiental, económica y social. El estudio de estos criterios muestra que las dos primeras dimensiones priman sobre la tercera.

Este proyecto de investigación intenta demostrar una forma en que la dimensión social de los criterios de sustentabilidad sea recuperada. Y, en segundo lugar, plantea que esta recuperación no representa un “gasto” del hotel hacia la comunidad sino una inversión a largo plazo.

2. Introducción

El desarrollo del turismo sustentable satisface las necesidades de los turistas y regiones anfitrionas presentes, al mismo tiempo que protege y mejora las oportunidades del futuro. El presente trabajo se propone aplicar los criterios del turismo sustentable a un hotel de 3 estrellas dentro de la comuna Casa de Piedra, situada en el departamento de Puelén, al suroeste de la provincia de La Pampa.

Este estudio se focalizará sobre la dimensión social de dichos criterios y sus posibles aplicaciones al ámbito hotelero garantizando que el desarrollo del turismo sustentable aumente el control de los individuos

sobre sus vidas y sea compatible con la cultura y los valores de las personas y mantenga y refuerce la identidad de la comunidad.

Se ha escogido aplicar estos criterios a un hotel de la categoría mencionada (3 estrellas), dado que existe un proyecto que parte del gobierno de la provincia de La Pampa que plantea dos tipos de hoteles, unos 3 estrellas y otro de 5 estrellas y de acuerdo con mi observación y las características del área que se detallaran mas adelante hace que resulte a nuestro entender mas viable la implementación de un establecimiento hotelero de las características de un 3 estrellas.

La situación del ente comunal Casa de Piedra, creado por el Gobierno de La Pampa en el año 2004 representa un caso original. El área es un punto de paso obligado para quienes se dirigen a la Patagonia, a lo cual se le suma su propio interés turístico, ya que posee un lago artificial de 36.000 hectáreas. A su vez, el contexto social es el de una comunidad nueva, “la comunidad más nueva del país”, de escasa población, hacia donde tanto el sector público como el sector privado han dirigido una atención privilegiada.

Dada esta particular situación, reviste interés el análisis de la aplicación práctica de los criterios de sustentabilidad en su dimensión social.

El trabajo se basa en que la aplicación de los criterios de sustentabilidad no sólo redundará en beneficio de la comunidad, sino también del hotel.

Si, como se intentará argumentar, los criterios de sustentabilidad se focalizan en la dimensión ambiental en desmedro de la social, y en general se orientan a la minimización de impactos negativos, ¿cómo sería posible considerar su dimensión social orientándola a maximizar los

beneficios, tratándose de una comunidad de mínima escala, completamente nueva? ¿Cómo se aplica esto a un hotel de 3 estrellas?

3. Justificación

Desde el punto de vista de aplicación, cabe destacar que se plantea un hotel modelo para una comunidad modelo. En una comunidad muy pequeña, creada a partir de un impulso gubernamental con miras económicas, este proyecto piloto tiene un matiz de excepcionalidad. En una comunidad que poco a poco construye su identidad en relación al turismo como factor económico preponderante, la construcción de un hotel 3 estrellas y la aplicación de los criterios de sustentabilidad social se presentan casi como un plan experimental.

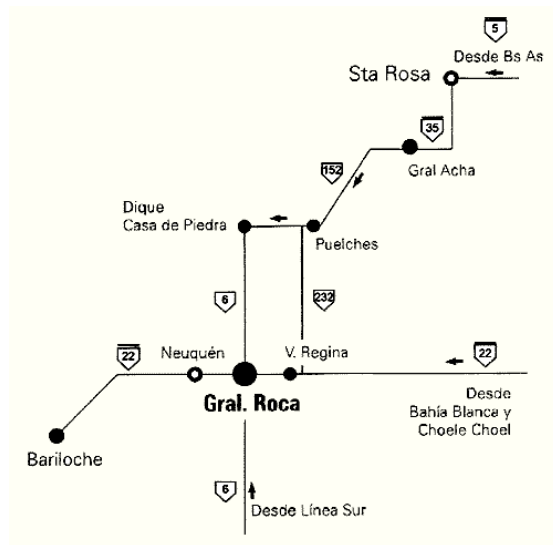
En lo personal me ha gratificado inmensamente conocer el interés y la intención de desarrollo turístico de la región que de cara al futuro se está desarrollando en mi provincia natal.

4. Contexto de la investigación.

4.1 Situación geográfica estratégica de la Comuna Casa de Piedra, provincia de La Pampa

La presa embalse Casa de Piedra está ubicada al SO de la Provincia de La Pampa en el departamento de Puelén. Se ubica sobre el Río Colorado, importante recurso hídrico de la vertiente Atlántica, a aproximadamente 100 km. De Gobernador Duval y 100 km al este de 25 de Mayo. Su distancia de Buenos Aires es de 984 kilómetros. Se encuentra en el límite con Río Negro, sobre la ruta nacional 152.

Desde La Pampa los accesos por vía terrestre se realizan por la Ruta Nacional n° 152, y Ruta Provincial 34.



Su posición es estratégica, constituye la puerta de la Patagonia. A la provincia la atraviesan cinco de las siete rutas que salen desde esa región hacia el resto del país. Por ende, es el paso obligado de casi todo el tránsito carretero del Centro y Norte del país hacia las zonas turísticas de los Andes Patagónicos.

4.2 El lugar

El lago artificial representa el primer lago de la región y el lago más grande de la provincia. El espejo de agua generado a partir de la construcción de la presa tiene una longitud de 55 km. de costa y se

extiende sobre una superficie a cota máxima normal de 36.000 hectáreas.

Siendo sus costas o bordes no abruptos sino con suave pendiente, se torna especialmente atractivo para las práctica de actividades náuticas y de pesca, y para construcciones de todo tipo que faciliten el acceso a la costa. La profundidad máxima por donde pasaba el ex cauce del río es de aproximadamente 50 metros; en la mayor parte del resto del resto del lago no excede los 20 metros.

El Proyecto Integral de Desarrollo Casa de Piedra se considera como un emprendimiento a llevar a cabo mediante estudios preliminares y la elaboración de un plan director a través del Ministerio de Obras y Servicios Públicos del Ministerio de la Producción de La Provincia de la Pampa.

4.3 Atractivos turísticos ya explotados.

El principal atractivo turístico de la comuna es la laguna donde pueden realizarse la navegación y otros deportes náuticos. El complejo cuenta con embarcaciones habilitadas, elementos de seguridad y curso para obtener el carnet de timonel.

La pesca deportiva es otro punto fuerte. La temporada está habilitada desde el primero de diciembre hasta el 31 de agosto. Las especies de la zona son el Pejerrey (20 capturas x día x pescador) y las truchas (2 capturas x día x pescador). El Permiso de Pesca se obtiene en la Oficina de Turismo de Casa de Piedra.

El complejo cuenta con diferentes paseos.

- Camino Costero (río abajo)
- Circuito de la Villa Turística

- Miradores Panorámicos
- Balneario

Además cuenta con un camping con servicios:

- Áreas habilitadas / Parrillas
- Juegos Infantiles
- Sanitarios
- Toma eléctrica

4.4 Infraestructura.

La comuna Casa de Piedra se desarrolla en etapas según el proyecto integral de desarrollo Casa de Piedra. En la primera etapa, un Área Prioritaria Urbana brindó la infraestructura necesaria: caminos, energía, comunicación, alumbrado, agua potable, riego, forestación, parquización y bajada para lanchas.

En la segunda etapa y con esta infraestructura básica, el sector privado comienza a realizar sus inversiones en los servicios planificados, según el proyecto que más adelante se aclarará en el marco teórico y que también se anexará documentación, como lo son hoteles, canchas y zonas deportivas, un club náutico, venta de productos y comidas regionales, estación de servicio, parador de camiones y micros, restaurante, área comercial, camping, etc.

Es importante destacar que hasta este año 2009 no se han construido establecimientos hoteleros de ningún tipo.

Actualmente el pueblo consta de un edificio comunal, un albergue estudiantil, de 1.000 m² con 12 habitaciones (una equipada para chicos con capacidades diferentes), un polideportivo, un puesto sanitario, una proveeduría -adjudicada-, una escuela de 1.100 m² y una

estación de servicio, -2007-. Con área exclusiva para camioneros, con ducha y cocina.

Está prevista la construcción de una rotonda de acceso, un museo y un centro comercial.

Casa de Piedra cuenta con servicios de gas, luz, agua potable, telefonía móvil, TV e Internet satelital.



4.5 Afluencia turística.

La demanda potencial del lugar consta de varios ítems:

- Población de las ciudades del Valle de Río Negro, aproximadamente 390.000 habitantes, incluyendo la ciudad de Neuquén, a una distancia media de 150 km.
- La población de la Provincia de La Pampa, de alrededor de 300.000 hab.
- El tránsito turístico hacia el Sur, San Carlos de Bariloche, teniendo en cuenta que el componente del mismo es principalmente de adolescentes que circula por vía terrestre, generalmente por su viaje de fin de curso.

- El tránsito comercial como alternativa desde países limítrofes.

4.6 La población.

Actualmente viven en calidad permanente, 80 habitantes. En su mayoría, ocupan puestos de trabajo municipales.

El patrón de asentamiento de la región es el de trabajo. Su actividad productiva está basada en una economía de subsistencia con predominio pecuario, cría de ganado caprino, ovino y caballar.

Actualmente se están terminando de construir tres viviendas para residentes temporarios. Hay en proceso otras construcciones de fin de semana.

La mayoría de los proyectos para vivienda son de alrededor de 120 m², lo que da la pauta de que la villa parece orientarse a sectores medios y altos. Es importante tener en cuenta que la construcción aquí es más cara por los fletes y las distancias.

Capítulo II

2. Planteamiento del problema

2.1 Problema a investigar.

En los últimos años, el concepto de sustentabilidad deja de ser un elemento teórico para transformarse en una realidad. Se inserta en discursos oficiales y en propósitos de las empresas hoteleras. Se ha convertido en una norma de calidad que le da un especial lugar al aspecto ambiental. Pero en el paso de la teoría a la práctica los elementos cualitativos de la sustentabilidad pierden visibilidad. El aspecto social, menos cuantificable, se pierde. En muchas declaraciones las mejoras sociales o la integración de un proyecto a la comunidad quedan en eso, simples declaraciones. En efecto, pensado en términos de sentido común, lo social es algo que abarca a todas las demás cosas.

Por eso cabe preguntarse, a la hora de pensar un proyecto hotelero de pequeña escala como lo es un hotel de 3 estrellas ¿cómo se relaciona un concepto de sustentabilidad balanceado, que tenga en cuenta los aspectos comunitarios con un emprendimiento de interés económico como lo es un hotel?

La pregunta sería, ¿cómo hacer un hotel que pueda aportar a la comunidad y en ese intercambio adquirir un valor diferenciado? ¿Cómo hacer que no sea simplemente un hotel amigable hacia la naturaleza sino también una institución que se relacione recíprocamente con la comunidad?

Quizás pensar en un hotel así parezca utópico. Pero justamente no es el caso. En un contexto actual de responsabilidad empresarial, y conciencia social generalizada hacia estos temas, la idea no parece extraña, sino todo lo contrario: productiva.

2.2. Hipótesis

En este caso tal lo afirma Carlos Sabino en el libro *El Proceso de Investigación* ¹ *En las investigaciones descriptivas y, con mas razón, en las exploratorias, es posible omitir las hipótesis, ya sea porque éstas son tan amplias y poco definidas que dicen muy poco a quien lee el informe de investigación, o porque – por naturaleza de la indagación- no es posible o necesario verificarlas.* Por tratarse ésta de una investigación de índole descriptiva omitiremos enunciar la hipótesis.

2.3 Objetivos generales:

De acuerdo a lo dicho anteriormente, esta investigación tiene como objetivos generales:

- * Aplicar los criterios del turismo sustentable focalizando en su dimensión social a un hotel 3 estrellas
- * Indagar la implicancia de la sustentabilidad social de un hotel 3 tres estrellas en el entorno comunitario, familiar, empresarial e institucional de la comuna Casa de Piedra.

2.4 Objetivos específicos:

- * Identificar los criterios de sustentabilidad.
- * Conocer las expectativas de los habitantes de la Comuna Casa de Piedra con respecto a los beneficios que puede acarrear la instalación de un hotel 3 estrellas.

¹ El Proceso de Investigación. Sabino Carlos A

2.5 Propósitos:

En esta comunidad tan pequeña como lo es Casa de Piedra creada en el año 2004 a partir de un impulso gubernamental con miras económicas, el presente trabajo de investigación puede significar un aporte para el Municipio; para la Secretaría de Turismo de la Provincia de la Pampa, para el sector privado que nuclea a hoteleros de la Provincia de la Pampa, para un grupo de inversores interesados en el tema o bien para un futuro aporte de factibilidad para posteriores investigaciones.

2.6 Antecedentes de la investigación

Si bien no hay antecedentes de esta investigación, se considera que resulta de relevancia mencionar a continuación los siguientes estudios:

Como se anticipaba, los estudios teóricos que analizan la aplicación de los criterios de sustentabilidad a hoteles suelen analizar las tres dimensiones: ambiental, económica y social, en cada caso. Un ejemplo de esto es la tesis de Silvia Ayuso: “Gestión sustentable en la industria turística. Retórica y práctica en el sector hotelero español”.² En ella, Ayuso analiza cuáles son las percepciones e interpretaciones del turismo sustentable por partes de los representantes del mundo empresarial, en particular, los hoteles en España. Como ella señala, los hoteles son parte fundamental del circuito turístico, por eso la investigación en este área resulta más relevante que en otras empresas. Una de sus conclusiones es que “los empresarios turísticos tienen un conocimiento fragmentado y en ocasiones contradictorio de este concepto –el turismo sustentable- y de sus dimensiones ambientales, sociales y económicas. Como norma general, se entiende bajo turismo sustentable el desarrollo de un producto turístico más respetuoso –o

² Ayuso, Silvia “Gestión sustentable en la industria turística. Retórica y práctica en el sector hotelero español”. Universidad Autónoma de Barcelona. <http://www.tdx.cat/TDX-0621104-151345>

menos dañino- con el medio ambiente, y que a la vez puede ofrecer una ventaja competitiva en el mercado turístico y asegurar su viabilidad económica a largo plazo. Por lo tanto, se podría decir que el paradigma reinante es el del “desarrollo turístico sustentable que persigue el crecimiento continuado de la industria turística incorporando los criterios ambientales de forma real o “maquillada”. De las tres dimensiones del desarrollo sustentable, la ambiental y la económica priman más que la social.” Podemos apoyarnos en esta tesis, aunque aplicada a España, para comprender que el concepto de sustentabilidad se liga, por sentido común y por aspectos de contexto histórico, más al medio ambiente que a lo social.

Por otro lado, la tesis doctoral de Ayuso desarrolla un análisis detallado de los instrumentos de diferentes organismos de control, nacional e internacionales, privado y públicos para controlar los estándares de los hoteles. El estudio arroja un saldo positivo, tanto para organismos públicos como para privados. Es decir, que el cariz cualitativo de los aspectos ambientales, posible de ser medido, permite generar instrumentos que controlen su real aplicación.

Otros estudios ligan la sustentabilidad al aspecto económico. El trabajo de doctor Jose Manoel Gandara, titulado “Hoteles sustentables para destinos sustentables – La calidad hotelera como instrumento para la sustentabilidad”³, analiza la dimensión de la “calidad” como elemento fundamental para lograr la sustentabilidad turística de un lugar o emprendimiento turístico. En este estudio cobra relevancia la dimensión económica de la sustentabilidad. Sin negar su aspecto sociocultural, el estudio plantea la relevancia de la sustentabilidad en relación con la calidad de vida que puede generar el turismo en un largo plazo. En resumen, sustentabilidad significa un alcance a largo

³ Gándara, José Manoel, “Hoteles sustentables para destinos sustentables – La calidad hotelera como instrumento para la sustentabilidad” Universidad Federal de Paraná, Brasil. https://www.bmi.gob.sv/pls/portal/docs/PAGE/BMI_HTMLS/BMI_PULSO_TURISMO_IMG/HOT_ELES%20SOSTENIBLES%20PARA%20DESTINOS%20SOSTENIBLES.PDF

plazo de un proyecto económico que redunde en la calidad de vida de los habitantes del lugar. En este análisis podemos encontrar un modelo de “derrame”. Gracias al beneficio económico, la sociedad *recibe* un beneficio. Sin embargo, nuestra postura plantea un panorama diferente: ambas partes pueden obtener un beneficio mediante la mutua colaboración.

También existen diferentes antecedentes en relación al concepto de sustentabilidad aplicado a hoteles.

En primer lugar, podemos acudir al *Manual del turismo sustentable*,⁴ que da una definición de “Hotel sustentable.” Según el manual, un hotel sustentable es aquel que ahorra agua y energía, reduce sus emisiones en el uso de combustibles fósiles, minimiza los ruidos, gestiona adecuadamente los residuos y las aguas grises y negras para que no generen contaminación, pero que también hace consciente al cliente de la excepcionalidad de su visita. Como podemos ver, en esta definición prima el aspecto ambiental. Con respecto a los instrumentos que miden la sustentabilidad, se han creados diversos sistemas de medición, tanto nacional como internacionalmente.

En Chile rige el Sistema de Turismo Responsable, y la marca BIOSPHERE asociada, como herramienta de gestión sustentable en destinos, establecimientos y actividades. Este fue creado por el Instituto de Turismo Responsable (*ITR*), entidad asociada a la UNESCO y a la Organización Mundial de Turismo (*OMT*), y miembro del Consejo de Acreditación en Turismo Sustentable (*STSC*) de las Naciones Unidas.

El Sistema de Turismo Responsable se compone de una serie de estándares aplicables a distintos actores del desarrollo turístico (destinos, hoteles, rutas, campos de golf, casas rurales...) que incluyen criterios

⁴ Pérez de las Heras, Mónica. *Manual del turismo sustentable*. Ediciones Mundi Prensa, Madrid, 2004.

relativos a la conservación ambiental, fomento de la cultura local y desarrollo-socioeconómico del destino. Una gestión basada en los requerimientos del Sistema de Turismo Responsable conlleva obtener un producto turístico diferenciado, basado en la autenticidad y el respeto, lo que se traduce en una garantía de valor añadido para el visitante.

Los principios que lo engloban son:

- Conservación del medio ambiente y de los bienes culturales
- Satisfacción de las expectativas de los turistas sobre el destino.
- Aumento de la calidad de vida de la población de acogida.

Los beneficios derivados de la implantación del Sistema de Turismo Responsable son:

- La preservación y correcta gestión de los valores naturales y paisajísticos, lo que permitirá disfrutar al visitante y al residente de ellos en buenas condiciones a lo largo del tiempo.
- La protección del patrimonio y diversidad cultural, garantizando su permanencia y conservación en el tiempo, así como su puesta en valor como recurso turístico.
- La mejora de la calidad de vida de la comunidad local, garantizando así un clima acogedor y abierto de cara al visitante.
- El aumento de la eficiencia en cuanto a la energía, agua, emisiones, residuos y consumos, lo que redundará en el ahorro y conservación del medio ambiente.
- La maximización de la experiencia turística de los visitantes, al facilitarles su plena integración y conocimiento del destino, y con ello su valoración.
- El aumento de la calidad turística, gracias a la implantación de prácticas de calidad a todos los niveles.
- El aumento de la confianza del visitante potencial, al poder ofrecer el destino como aval el reconocimiento del ITR.

Cabe destacar que esta certificación se convierte en un sello de marca que garantiza la calidad del hotel y lo eleva dentro de su categoría.

Otros países, como Costa Rica y Brasil poseen sistemas similares. En Costa Rica existe un Certificado para la Sustentabilidad Turística, creado por el instituto Costarricense de Turismo. Este certificado categoriza y diferencia empresas turísticas de acuerdo al grado en que se acerquen al modelo de sustentabilidad en cuanto al manejo de recursos naturales, culturales y sociales.

En Brasil, existe un Programa de Certificación en Turismo Sustentable, dependiente del Instituto de Hospitalidade de Brasil. Tiene como objetivo mejorar la calidad y la competitividad del sector turístico, con particular atención a las pequeñas y medianas empresas –PME–, estimulando su mejor desempeño en las áreas económica, ambiental, cultural y social, por medio de la adopción de normas y de un sistema de certificación.

Estos sistemas se apoyan en normas internacionales, tales como las normas ISO 1400, y el certificado EMAS. Tal y como ocurre con la norma ISO 14001, el principio orientador y los objetivos del certificado EMAS consisten en “mejorar de forma continua la actuación medioambiental”.

La dimensión ambiental es la base de los requisitos: la publicación de una declaración medioambiental relativa a la política de gestión medioambiental es obligatoria para obtener el certificado. De hecho, el certificado EMAS II exige una serie de exhaustivas auditorías ecológicas de la organización antes de la expedición del certificado. Un auditor ecológico externo de la Cámara de Industria y Comercio se encarga de realizar la declaración de conformidad. Esto garantiza prestigio ante los clientes. Para poder utilizar el logotipo una vez finalizado este periodo, la

empresa hotelera debe redactar una nueva declaración medioambiental, actualizar su programa medioambiental y someterse a una nueva auditoría ecológica externa.

En relación al Mercosur, la situación no es unificada. En su estudio “Mercosur, Hacia un turismo responsable y sustentable- Colonia del Sacramento, Uruguay-“Rosa Coria, del Programa de Desarrollo del Centro Latinoamericano de Economía Humana releva las diferentes situaciones en cada país. En concreto resume que el desarrollo del turismo sustentable a nivel regional en el Mercosur se encuentra en una etapa incipiente. Buena parte de los cometidos y responsabilidades de los gobiernos, ONGs, empresas, programas de certificación y turistas en el camino hacia la certificación de productos y servicios de calidad turística, quedan expresados en un Documento de la OMT Informe Final “Certificación de Sustentabilidad de las Actividades Turísticas, Conferencia Regional de las Américas” que se propone promover el turismo sustentable en la región. Y destaca hasta la fecha las iniciativas de la Red de Certificación en Turismo Sustentable de las Américas, el Programa de Certificación en Turismo Sustentable del Instituto de Hospitalidade de Brasil, y la marca BIOSPHERE del Instituto de Turismo Responsable de España, en Chile.

En la práctica, el concepto de sustentabilidad se ha convertido en sistema de calificación internacional para los hoteles. Los sistemas de evaluación para otorgar este importante sello de calidad se basan en datos cuantitativos, no cualitativos, ligados en mayor medida a la relación del hotel con su entorno natural. La dimensión social se ve restringida en detrimento de la ambiental.

Ante este panorama se nos presentan varias preguntas. ¿Cómo evaluar aquellas variables sociales que importan para que un emprendimiento que se desarrolle en el marco del turismo sustentable? ¿Cómo se aplican éstas en situaciones como la que analizaremos, donde los organismos gubernamentales invierten en infraestructura, promueven

fuertemente la inversión privada al tiempo que el desarrollo poblacional es todavía incipiente como sucede en Casa de Piedra?

Capítulo III

3. Marco conceptual

3.1 Contexto turístico internacional.

Desde hace varios años, se ha generado un cambio de perspectiva en torno al significado del turismo. El turismo ingresó en el paradigma global de la responsabilidad hacia el medio ambiente y el medio social.

En 2005 la Organización Mundial del Turismo (OMT), junto con el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP), publicaron la guía “Making Tourism More Sustainable” (“Hacer el Turismo más Sustentable”), aplicable a escala mundial. Es un manual dirigido a los líderes que piensan en un turismo responsable en cuanto al medio ambiente y dentro de la sociedad, que genere beneficios económicos a largo plazo tanto para empresas como para lugares de destino.⁵

Es importante resaltar que los objetivos de esta guía son interdisciplinarios y contemplan tanto el aspecto ecológico o ambiental como el económico y social:

1) Viabilidad económica

Garantizar la viabilidad y la competitividad de los destinos turísticos y las empresas dedicadas al turismo con el fin de que sean capaces de seguir prosperando y ofreciendo beneficios a largo plazo.

2) Prosperidad local

Maximizar la contribución del turismo a la prosperidad económica del lugar de destino, incluida la proporción de los gastos del visitante retenidos localmente.

⁵ Fuente: WTO-UNEP 2005 *Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers*. http://www.eufed.org/Module/spanish/wto_es.html

3) Calidad del empleo

Aumentar el número y la calidad de los puestos de trabajo creados y apoyados por el turismo, además del salario, las condiciones del servicio y la disponibilidad para todo sin discriminaciones por el género, la raza, las discapacidades u otras formas de discriminación.

4) Igualdad social

Obtener una repartición y una distribución justas de los beneficios económicos y sociales del turismo en toda la comunidad receptora, mejorar las oportunidades, los ingresos y los servicios disponibles para los pobres.

5) Satisfacción del visitante

Proporcionar a los visitantes una experiencia segura, satisfactoria y gratificante, disponible para todos sin discriminaciones por el género, la raza, las discapacidades u otras formas de discriminación.

6) Control local

Comprometer y empoderar a las comunidades locales en la planificación y la toma de decisiones sobre la gerencia y el futuro desarrollo del turismo en la zona, y consultar también a otros actores.

7) Bienestar de la comunidad

Mantener y reforzar la calidad de vida en las comunidades locales, incluidas las estructuras sociales y el acceso a los recursos, los servicios y los sistemas de apoyo de vida, evitando cualquier forma de degradación social o de explotación.

8) Riqueza cultural

Respetar y realzar el patrimonio histórico, la cultura autóctona, las tradiciones y la singularidad de las comunidades anfitrionas.

9) Integridad física

Mantener y realzar la calidad de los paisajes, tanto urbanos como rurales, y evitar la degradación física y visual del medio ambiente.

10) Diversidad biológica

Apoyar la conservación de las zonas naturales, hábitats, fauna y flora, y minimizar el daño producido.

11) Eficacia de los recursos

Minimizar el uso de recursos escasos y recursos no renovables en el desarrollo y operación de las instalaciones y los servicios turísticos.

12) Pureza medioambiental

Minimizar la contaminación del aire, del agua y de la tierra, y la generación de residuos por parte de empresas y visitantes turísticos.

En la actualidad esta tendencia mundial se sostiene más que nunca en un contexto de crisis internacional. En la inauguración de la Feria Internacional de Turismo ITB del 11 al 15 de marzo de 2009 en Berlín, Taleb Rifai, el Secretario General de la OMT, puntualizó que «el turismo lleva consigo intercambios comerciales, empleos, desarrollo, sustentabilidad cultural, paz y cumplimiento de las aspiraciones humanas». Rifai instó a los dirigentes del G-20 a incorporar el turismo como un factor esencial de sus programas de estimulación económica y del nuevo pacto por una economía verde.

En el contexto económico actual los datos de los mercados no son alentadores. Ya que la economía decreció a mediados de 2008. “Aunque las estadísticas de la OMT indiquen que las llegadas internacionales alcanzaron una cifra récord de 924 millones el año pasado, con un crecimiento anual de 2 %, el segundo semestre estuvo marcado, mes a mes, por la disminución de los rendimientos y de los pronósticos macroeconómicos”, afirman fuentes de la OMT. En los seis últimos meses de 2008 se registró un crecimiento negativo, de -1%. Lo mismo ocurrió con los ingresos internacionales: se registró un récord hasta mediados de 2008, pero disminuyó rápidamente en la segunda mitad del año. Dentro del contexto general, sin embargo, los destinos de América del Sur se encuentran entre los más beneficiados, después de Oriente Medio y África.⁶

⁶ Barómetro OMT del Turismo Mundial.

Acorde a esta situación de crisis se recomienda a los gobiernos apoyarse en el modelo de la asociación público-privada, intentando que los gobiernos comprendan que el gasto en promoción turística reporta beneficios a la economía nacional.

Para el 2009, la OMT prevé que el turismo se estanque, con un crecimiento del 0 % o incluso disminuya un 1 o 2%. A pesar de lo anterior, se destaca que esta disminución en el crecimiento sobreviene luego de cuatro años con un crecimiento histórico del 7% anual.

Lo anterior termina de delinear las características generales que se presentan para el turismo: al marco de las problemáticas globales como la escasez de recursos naturales, el cambio climático se suma una crisis económica internacional. El papel de los gobiernos ahora se ha fortalecido, no solo a nivel nacional sino a nivel internacional. Más que nunca los gobiernos toman decisiones. Esta situación recoloca al turismo y lo sitúa en un clima de crisis pero también de desafíos.

3.2 Contexto turístico nacional

El país no está exento de este contexto. En este punto nos interesa delinear especialmente los aspectos gubernamentales y la política en relación a la sustentabilidad.

Cabe destacar que en el año 2006 se sancionó la Ley Nacional de Turismo, N° 25.997, y se formuló un Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable al 2016. Esta ley considera el turismo como “actividad socioeconómica, estratégica y esencial...” para el desarrollo nacional.⁷

El artículo primero de la ley N° 25.997 dispone que la actividad turística es “prioritaria dentro de las políticas del Estado”. Se considera al

⁷ Art. 1° Ley 25.997

turismo como política de Estado y se le otorga prioridad. La ley le otorga la prioridad al turismo receptivo, para cuyo crecimiento se considera a la actividad privada como una “aliada estratégica”. La ley se propone incorporar los mecanismos necesarios para:

- la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales
- el resguardo de un desarrollo sustentable y sustentable de éstos
- la optimización de la calidad
- la participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad.

La calificación del plan estratégico como “federal” es importante: no se concibe un plan turístico que no cuente con la efectiva presencia de los actores locales.

Existen otras iniciativas relevantes de la Secretaría de Turismo de La Nación que se podrían situar dentro de este contexto. Desde hace varios años se intenta fomentar el turismo interno. La dirección de Promoción Turística de la Nación continúa con la propuesta orientada a ofrecer destinos turísticos que no se centren únicamente en las clásicas “temporadas vacacionales” sino en promover viajes cortos y escapadas a diferentes destinos con los que el país cuenta, en el marco de la Campaña “Viajá por Tu País”.

Desde el ámbito de lo social, es interesante destacar el Proyecto Red Argentina de Turismo Rural Comunitario (RaTRC), una iniciativa de la Dirección Nacional de Desarrollo Turístico de la Secretaría de Turismo (SECTUR) del Ministerio de Producción de la Nación. Su misión es contribuir al desarrollo local mediante el fortalecimiento de la gestión comunitaria del turismo de pueblos originarios y comunidades campesinas; sustentada en principios de reciprocidad, participación y valoración del patrimonio natural y cultural.

En lo relativo a sustentabilidad, se desarrolla el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS). La implementación del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS) por parte de la Secretaría de Turismo de la Nación (SECTUR), tiene un horizonte a largo plazo, e incluye una serie de etapas progresivas de desarrollo. En la actualidad la Subsecretaría de Turismo de la Nación está desplegando una serie de acciones tendientes a la implementación de la *Red de Articulación Regional*, cuyo objetivo primordial es lograr la integración federal. El objetivo del plan es generar un modelo de desarrollo turístico sustentable para la Republica Argentina. Se adopta una visión social del turismo, donde el hombre ocupa el centro de la escena y se prioriza la sustentabilidad como componente de progreso.

Las estadísticas nacionales arrojaron que más de 2,3 millones de turistas ingresaron al país durante el año pasado a través del Aeropuerto Internacional de Ezeiza, con un crecimiento del 1,4 por ciento en relación al 2007⁸. El turismo dejó más de 3.295 millones de dólares en el país. Las cifras surgen de un relevamiento del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) junto con la Secretaría de Turismo de La Nación (SECTUR), a partir de los ingresos registrados al país a través del Aeropuerto de Ezeiza durante el año 2008. El turismo regional e interno, en enero y febrero de este año muestra un crecimiento del 5,76% respecto del año anterior según La Secretaría de Turismo de la Nación.

3.3 El mercado hotelero en este contexto.

En este contexto, la industria de la hospitalidad se enfrenta a un desafío. El desafío de modificar su oferta.

La infraestructura hotelera es uno de los puntos relevantes para captar más turismo en un proyecto sustentable ; podemos considerar

⁸ Fuente: Indec.

dos consecuencias: de acuerdo a la tendencia actual, en primer lugar tener en cuenta la importancia del valor de sustentabilidad a nivel internacional y nacional, en segundo lugar la participación de los organismos públicos –en este caso, la gestión pública del gobierno de La Pampa- que consideran al turismo como proyecto productivo; y de acuerdo a la tendencia de turismo interno y receptivo, la necesidad de pensar en un hotel de tamaño mediano como lo es un hotel de 3 estrellas, acorde al mercado interno o a turismo internacional de baja escala.

3.4 El mercado hotelero en La Pampa

La Provincia de La Pampa cuenta con un total de 105 establecimientos hoteleros, que suman 1561 habitaciones y 3714 plazas de las cuales 46 establecimientos son Alojamientos Turísticos con 2616 plazas. Por su parte la oferta de Estancias Turísticas se compone de 10 establecimientos y 146 plazas.

La distribución de plazas según el tipo de establecimiento es de: Hoteles (1314), seguidos en segundo lugar por los Hospedajes (1098 plazas), Moteles (715) y Hosterías (587).

La mayor concentración de la oferta se encuentra en la ciudad de Santa Rosa con el 41%, a la que le sigue General Pico con 12%, General Acha con el 9% y las localidades de Eduardo Castex y 25 de Mayo con el 4% cada una de las plazas. El resto de la oferta se distribuye entre varias localidades, que ofrecen más de 100 plazas de alojamiento cada una.

3.5 El turismo: aspecto conceptual

En la actualidad el concepto de turismo planteado desde los sectores económicos, por el capital, ha perdido el romanticismo inicial, y este fenómeno socioeconómico ha sido estudiado, legislado y explotado, por lo que en la actualidad se establecen distintas clases de turismo, destinados a uno u otro público, en referencia a su poder adquisitivo, a su poder económico a sus gustos, a sus preferencias, a sus inquietudes... etc. Nos interesa diferenciar entre las teorías humanistas, que consideran que en las actividades de ocio y en el turismo se manifiestan con mayor fuerza los valores de la verdad, el amor la creatividad y la libertad del individuo, y las teorías de la alienación afirman que el “turismo de masas”, trata con individuos alienados en los países emisores y llevan a las sociedades receptoras todo lo malo y nada de lo bueno que existe en los países desarrollados. Destruye el medio ambiente, contribuye a la desaparición de los usos y costumbres de las comunidades receptoras, etc.

A este enfoque vale sumar la nota de que, si en el pasado, la descripción del turismo se centraba en las características de los visitantes, en las condiciones en que llevaban a cabo sus viajes y estancias, existe, en nuestros días, una creciente conciencia sobre el papel que el turismo desempeña y puede desempeñar sobre una economía en términos de creación de valor añadido, empleo, renta personal, ingresos del estado, etc.

3.5.1 Formas de turismo

En nuestro caso, el tipo de turismo que recibe la comuna Casa de Piedra se trata de Turismo interno y receptivo respectivamente. La Actualización de las Recomendaciones sobre estadísticas de turismo OMT –ONU (Organización Mundial de Turismo y Organización de

Naciones Unidas) del 20 de diciembre de 1999, los define como:

- a) Turismo interno: el de los visitantes residentes que viajan dentro del Territorio económico del país de referencia;
- b) Turismo receptivo: el de los visitantes no residentes que viajan dentro del territorio económico del país de referencia;

3.6 El modelo del turismo sustentable, sus tres dimensiones.

Es importante rastrear el origen del término “turismo sustentable”. Este proviene de la formulación de desarrollo sustentable, perdurable o sostenible que fue formalizado por primera vez en el documento conocido como Informe Brundtland (1987) a partir de las investigaciones de la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas.

Dicha definición se asumiría en el Principio 3.º De la Declaración de Río (1992):

El derecho al desarrollo debe ejercerse en forma tal que responda equitativamente a las necesidades de desarrollo y ambientales de las generaciones presentes y futuras.⁹

El ámbito del desarrollo sustentable puede dividirse conceptualmente en tres dimensiones: ambiental, económico y social. Se considera el aspecto social por la relación entre el bienestar social con el medio ambiente y la bonanza económica, los actores sociales que viven en ese lugar tienen el poder o el derecho para, con su accionar, modificar o mejorar la situación y el perfil turístico del sitio.

⁹ Fuente: Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo

En apoyo a esto, varios textos de las Naciones Unidas, incluyendo el Documento Final de la Cumbre Mundial de 2005, se refieren a los tres componentes del desarrollo sustentable, que son el desarrollo económico, el desarrollo social y la protección del medio ambiente, como "pilares interdependientes que se refuerzan mutuamente".

La sustentabilidad turística supone el desarrollo de una estrategia integral que busque el crecimiento y la reactivación del sector turístico sin sacrificar otros elementos clave como factores sociales, ambientales y culturales, a través del respeto al patrimonio natural y cultural, la participación de las comunidades en los beneficios generados por el sector y en la rentabilidad de las inversiones. Se trata de una visión de largo plazo que pretende evitar que el deterioro de los recursos y los problemas de la comunidad se reviertan en contra de la actividad, lo que en última instancia da mayor seguridad a la inversión.

Criterios Globales de Turismo Sustentable

Enunciamos a continuación los criterios que fueron lanzados por la Alianza para los Criterios Mundiales de Turismo Sustentable en octubre de 2008¹⁰. Su dimensión social será adaptada al proyecto de hotel en el capítulo 6. En el anexo aparece una explicación detallada de algunos conceptos importante.

A. Demostrar una gestión sustentable eficaz.

??A.1. La compañía ha instaurado un sistema de gestión de la sustentabilidad en el largo plazo que se adecúa a su realidad y escala, y que considera temas ambientales, socioculturales, de calidad, salubridad y seguridad.

¹⁰ Alianza para los Criterios Mundiales de Turismo Sustentable en octubre de 2008.
http://www.sustainabletourismcriteria.org/index.php?option=com_content&task=view&id=243&Itemid=455

??A.2. La entidad cumple con toda la legislación y los reglamentos pertinentes,

internacionales o locales (entre ellos, los aspectos laborales, medio ambientales, de salubridad y de seguridad).

??A.3. Todo el personal recibe capacitación periódica relacionada con su función en la gestión de las prácticas medioambientales, socioculturales, de salud y de seguridad.

??A.4. Se mide la satisfacción de los clientes y se toman las medidas correctivas cuando es apropiado.

??A.5. Los materiales promocionales son precisos y completos y no prometen más de lo que la empresa puede brindar.

??A.6. El diseño y la construcción de edificios e infraestructura:

o A.6.1. Cumplen con los requisitos locales de zonificación y de áreas protegidas o de patrimonio;

o A.6.2. Respetan el patrimonio natural o cultural que se encuentra en los alrededores en la selección del sitio, el diseño, la evaluación de impactos y los derechos y adquisición del terreno;

o A.6.3 utilizan principios localmente apropiados de construcción sustentable;

o A.6.4 ofrecen acceso a personas que tienen necesidades especiales.

??A.7. A los clientes se les brinda información e interpretación sobre los alrededores naturales, la cultura local y el patrimonio cultural, además de explicarles el comportamiento adecuado durante la visita a las áreas naturales, las culturas vivas y los sitios de patrimonio cultural.

B. Maximizar los beneficios sociales y económicos a la comunidad local y minimizar los impactos negativos.

??B.1. La compañía apoya activamente las iniciativas en pro del desarrollo comunitario social y de infraestructura, lo que entre otras cosas incluye educación, salud y saneamiento .

??B.2. Se ofrece empleo a los residentes locales, incluso en puestos gerenciales. Se les imparte capacitación cuando sea necesario.

B.3. Donde es posible, la empresa adquiere bienes y servicios locales y de comercio justo.

??B.4. La compañía ofrece facilidades a los pequeños empresarios locales para que desarrollen y vendan sus productos sustentables, basados en la naturaleza, la historia y la cultura propios de la zona (lo que incluye alimentos y bebidas, artesanías, artes dramáticas, productos agrícolas, etc.)

??B.5. Se ha elaborado un código de conducta para las actividades que tienen lugar en comunidades indígenas y locales, tomando en cuenta con el consentimiento y colaboración de la comunidad.

??B.6. La compañía ha implementado políticas contra la explotación comercial, especialmente de niños y adolescentes, incluyendo la explotación sexual.

??B.7. La compañía es equitativa al contratar mujeres y minorías locales, incluso para puestos gerenciales, al mismo tiempo que restringe el trabajo infantil.

??B.8. Se respeta la protección legal internacional o nacional de los empleados, y ellos reciben un salario que les permite hacer frente al costo de vida.

??B.9. Las actividades de la compañía no ponen en peligro la provisión de servicios básicos (tales como agua, energía o saneamiento) a las comunidades vecinas.

C. Maximizar los beneficios para el patrimonio cultural y minimizar los impactos negativos.

??C.1. La compañía sigue directrices establecidas o el código de comportamiento para las visitas a sitios que son cultural o históricamente sensibles, con el fin de minimizar el impacto causado por los visitantes y maximizar su disfrute.

??C.2. No se venden, negocian o exhiben artefactos históricos y arqueológicos, exceptuando lo permitido por la ley.

??C.3. La empresa contribuye con la protección de las propiedades y sitios locales que son históricamente, arqueológicamente, culturalmente

o espiritualmente importantes, y no impide el acceso de los residentes locales a ellos.

??C.4 El negocio utiliza elementos del arte, la arquitectura o del patrimonio cultural local en sus operaciones, diseño, decoración, alimentos o tiendas; al mismo tiempo que respeta los derechos de propiedad intelectual de las comunidades locales.

D. Maximizar los beneficios para el medio ambiente y minimizar los impactos negativos.

??D.1. Conservar los recursos

o D.1.1. La política de compras favorece los productos que sean ambientalmente amigables para ser utilizados como insumos de construcción, bienes de capital, alimentos y consumibles.

o D.1.2. Se evalúa la compra de artículos descartables y consumibles, y la empresa busca activamente la forma de reducir su uso.

o D.1.3. Se debe medir el consumo de energía e indicar las fuentes, además de adoptar medidas para disminuir el consumo total, al mismo tiempo que se fomenta el uso de la energía renovable.

o D.1.4. Se debe regular el consumo de agua e indicar las fuentes, además de adoptar medidas para disminuir el consumo total.

??D.2. Reducir la contaminación

o D.2.1. La empresa mide las emisiones de gases de efecto invernadero provenientes de todas las fuentes controladas por ella e instaura procedimientos para reducirlas y compensarlas, como forma de alcanzar la neutralidad climática.

o D.2.2. Las aguas residuales, incluyendo las aguas grises, son tratadas eficazmente y reutilizadas donde posible.

o D.2.3. Se implementa un plan de manejo de desechos sólidos, con metas cuantitativas para minimizar los desechos que no se reutilizan o reciclan.

o D.2.4. El uso de sustancias perjudiciales, tales como plaguicidas, pinturas, desinfectantes de piscinas y materiales de limpieza, se minimizan y se reemplazan con productos inocuos, cuando éstos se

encuentren disponibles; y todo uso de químicos se maneja correctamente.

o D.2.5. La empresa implementa prácticas para reducir la contaminación causado por el ruido, la iluminación, la escorrentía, la erosión, los compuestos que agotan el ozono y los contaminantes del aire y el suelo.

??D.3. Conservando la biodiversidad, los ecosistemas y los paisajes.

o D.3.1. Las especies silvestres se cosechan únicamente del entorno natural; se consumen, exhiben, venden, o comercian internacionalmente, cuando se haga como parte de una actividad regulada que asegure que su utilización sea sustentable.

o D.3.2. No se mantienen animales silvestres en cautiverio, excepto para actividades correctamente reguladas; y las muestras vivas de especies silvestres protegidas están únicamente bajo la custodia de personas autorizadas, que cuentan con las facilidades adecuadas para albergarlas y cuidarlas.

o D.3.3. La empresa utiliza especies autóctonas en sus áreas verdes y en tareas de restauración, y toma medidas para evitar que se introduzcan especies exóticas invasoras.

o D.3.4. La empresa ayuda a apoyar la conservación de la biodiversidad, lo que incluye apoyar las áreas naturales protegidas y las zonas que tienen un alto valor de biodiversidad.

o D.3.5. Las interacciones con las especies silvestres no deben producir efectos adversos en la viabilidad de las poblaciones en el entorno natural; cualquier perturbación en los ecosistemas es minimizada o rehabilitada, al mismo tiempo que se efectúa una contribución compensatoria a la gestión de la conservación.

3.7 El ecoturismo

El viejo esquema de paquete turístico en el mundo era: avión, hotel, playa. Este sistema funcionó muy bien en los años ochentas pero sírvanos de ejemplo lo que provocó este boom cuando hubo una falta de planificación en los lugares que lo vivieron. A aquellas zonas turísticas que recibieron repentinamente una afluencia masiva y se vieron obligadas a desarrollar descontroladamente una gran infraestructura y complejos servicios, descubrieron con los años las previsibles consecuencias: destrucción de ecosistemas, disminución de la cantidad y la calidad del agua, empobrecimiento y contaminación de los suelos, extinción de múltiples especies de la fauna, afectación severa de la flora. Depredación pesquera y contaminación del mar, así como la desintegración de actividades económicas tradicionales, aculturación, migración, fenómenos de crecimiento poblacional y urbano desordenado, falta de servicios públicos, entre otros.

Dentro de este contexto, aparece también el modelo que se ha denominado ecoturismo. Los lineamientos del ecoturismo tienden a plantear los aspectos negativos del turismo. Se analiza el turismo como el causante de sus propias pérdidas, que se derivan en varios aspectos, siendo el primero y principal la destrucción de los atractivos naturales y culturales que le dan sentido. Atractivos naturales rodeados por centros urbanos desmesurados, o atractivos culturales que desaparecen o se modifican ante el crecimiento de los centros turísticos. En segundo lugar, la satisfacción de los propios turistas disminuye drásticamente ante estas situaciones y empiezan a desechar la opción de ese centro turístico. En tercer lugar los empresarios y los sectores económicos ven amenazada la estabilidad de sus emprendimientos.

El ecoturismo plantea la necesidad de un equilibrio ecológico en los atractivos naturales, a través de una estricta regulación que tiende a reglamentar a través de prohibiciones y códigos las posibles infracciones a la naturaleza, tanto de turistas como de empresarios. En segundo

lugar, propone clasificar los espacios según los usos que se le quiere dar. Según Roberto Boullon, “de poco sirve los programas de concientización, porque como los visitantes de un sitio cambian continuamente y llegan de cualquier parte del país y del mundo, para lograr algo habría que concientizar a la humanidad toda”.¹¹

Si bien las intenciones de este modelo son positivas para el medio ambiente, falta una visión sociológica de las capacidades de acción que pueden darse a partir de comunidades pequeñas o la intervención de los factores institucionales como organismo de gobierno, más allá de la mera regulación legal.

Cabe destacar que este modelo se plantea también como producto del fracaso social y natural de los grandes centros de turismo, hiperpoblados, donde la naturaleza se ve seriamente dañada. –Boullon analiza casos mexicanos y de otros países de Sudamérica. Es decir que en este modelo no se consideran cuáles serían las posibilidades de emprendimientos de escala pequeña. Las soluciones que propone están pensadas para grandes escalas, aunque reconoce que dadas las difíciles condiciones, es en los centros turísticos medianos y pequeños donde debe buscarse las posibilidades del turismo ecológico.

El turismo y la comunidad

Los beneficios del turismo se reparten ampliamente por toda la sociedad. El desarrollo turístico debe planificarse y gestionarse de forma que sus beneficios económicos se repartan tan ampliamente como sea posible por toda la comunidad del destino. Así, los beneficios se optimizarán y los residentes prestarán su apoyo al turismo local. Los proyectos turísticos de base comunitaria son una técnica importante para hacer llegar los beneficios a los residentes del área.

¹¹ Boullon, Roberto. Ecoturismo. Sistemas naturales y urbanos. Editorial Trillas.

En 1992, en la Declaración de Río sobre Desarrollo y Medioambiente realizada por las Naciones Unidas se proclamó como principio fundamental:

“Los seres humanos están en el centro de las consideraciones referidas al desarrollo sustentable. Ellos tienen el derecho a una vida productiva y saludable en armonía con la naturaleza”

Es un aspecto fundamental de nuestro estudio el papel de la comunidad en un proyecto turístico, específicamente en este caso, hotelero.

Algo importante para tener en cuenta es que se han dado experiencias positivas de turismo cogestionado con comunidades rurales e indígenas, con proyectos de coparticipación o códigos conjuntos. Estos han mostrado resultados muy disímiles entre las diferentes comunidades. En su estudio “Turismo sustentable, Estado comunidad y empresa frente al mercado”, Norberto García y Juan Chacaltana, de Ecuador, ¹² define estos productos ofertados por las comunidades como “etnoturismo comunitario”, El común denominador que los define es la demanda de un segmento de mercado con un alto poder adquisitivo, que busca compartir experiencias vivenciales con las comunidades indígenas inmersas en su hábitat natural.

La importancia de este punto se cifra en que la comuna de Casa de Piedra es una comunidad nueva formada por personas que han elegido, para mejorar su calidad de vida, mudarse a este nuevo entorno. Un problema que se presenta es que la tendencia actual de la economía exige de las empresas una actitud comunitaria y niveles de productividad y competitividad.

¹² Chacaltana, García. “Turismo sustentable, Estado comunidad y empresa frente al mercado”, Equipo técnico multidisciplinario para los países andinos. –Departamento de actividades sectoriales. Ginebra.

3.8 El concepto de comunidad

Consideraremos el concepto de comunidad según la definición de Tönnies, quien define a comunidad como al conjunto social orgánico y originario opuesto a la sociedad. En su artículo *Gemeinschaft und Gesellschaft*,¹³ define la comunidad (*Gemeinschaft*) como el tipo de asociación en el cual predomina la *voluntad natural*. La sociedad (*Gesellschaft*) es la comunidad formado y condicionado por la voluntad racional. La comunidad es una agrupación caracterizada por su vida real y orgánica, y la sociedad es agrupación de carácter mecánico. La comunidad posee una estructura cuya unidad no es el producto de una adición o suma de elementos, sino un conjunto que, al surgir espontáneamente, posee todos los caracteres de una totalidad orgánica

Cada una de estas sociedades se diferencia por una conducta que tiende hacia la pasión y hacia el cálculo respectivamente en un estado ideal. A estas las llama "voluntad natural" y "voluntad racional-instrumental". Las relaciones comunitarias son de ligamen afectivo, personal, clánico, familiar, tribal, hasta nacional o nacionalista. Las relaciones asociativas son instrumentales, racionales, estratégicas, tácticas. En las primeras los hombres se tratan los unos a los otros como fines en sí, en las segundas como medios para conseguir ciertos fines.

Si acudimos a esta definición es porque nos interesa contraponer el aspecto racional con el aspecto pasional. En este estudio, la aplicación de criterios sociales de sustentabilidad a un hotel de 3 estrellas propone esta problemática, la de planificar un proyecto orientado a fines –un proyecto hotelero- anclado en un marco social, representado por lo irracional, lo que no se orienta por fines. ¿Cómo generar un proyecto racional que pueda contemplar un aspecto sustentable total, es decir, plenamente social? Dentro de este proyecto

¹³ Tönnies, Ferdinand. "Gemeinschaft und Gesellschaft", en *Handwörterbuch der Soziologie*.

hay fuerzas racionales y fuerzas irracionales, y es importante contar con esto a la hora de pensar planificaciones menos estrictas, más maleables, que puedan adaptarse a la imprevisibilidad típica de lo social.

En este punto cabe recordar que cuando se alude al aspecto social del turismo sustentable se lo une a un concepto utilitario cuando se plantea que: “existe un convencimiento generalizado de que el turismo, gracias a sus efectos multiplicadores sobre otras ramas de actividad, constituye un sector clave para generar fuentes de empleo productivo, en plazos relativamente cortos, valorando recursos naturales y culturales, al tiempo que capta divisas del mercado. “

Nuevamente se plantea un aspecto racional. Pero consideramos que existen otras formas de ser sociales, no ligadas a lo racional y que deben ser tenidas en cuenta.

Para nuestras intenciones, consideramos como característica social relevante la capacidad de crear símbolos e imágenes culturales. Los símbolos e imágenes culturales tienen la característica de ser persistentes en el tiempo y ser productivos de conductas sociales en mayor medida de lo que una ley podría provocar. El turismo trabaja con estas imágenes y las retroalimenta. Si una ciudad se caracteriza por tener la mejor cerveza, o una fiesta folklórica, o un estilo de ropa determinado, estas ideas son sociales, y generalmente se han creado de forma espontánea. Las instituciones no tienen el poder de crear por sí solas estas imágenes, pero sí tienen un papel fundamental a la hora de promover conciencia social e instrumentos de propaganda y apoyo. Nuestra línea de investigación propone que el hotel como institución puede ayudar a la conformación de cierta identidad cultural que es un valor que redundará en sustentabilidad.

4. La hospitalidad

Es importante para este proyecto delinear un concepto de hospitalidad. El hotel modelo también se propone como modelo de hospitalidad, e intenta difundir este concepto.

El diccionario de la Real Academia Español registra:

hospitalidad.

(Del lat. hospitalitas, -atis).

1. f. Virtud que se ejercita con peregrinos, menesterosos y desvalidos, recogiénolos y prestándoles la debida asistencia en sus necesidades.

2. f. Buena acogida y recibimiento que se hace a los extranjeros o visitantes.

Efectivamente, la hospitalidad se consideraba entre los antiguos como la mayor de las virtudes y era un deber ejercerla con los extranjeros, viajeros y desconocidos. Los que habían sido huéspedes quedaban por este solo hecho obligados a socorrerse mutuamente y este deber pasaba a la posteridad.

La hospitalidad con este carácter subsiste aún entre algunos pueblos árabes y orientales mientras que en Occidente ha pasado a ser un ejercicio oneroso, debido a la abundancia de relaciones y a la multiplicidad de viajeros. En la Edad Media la hospitalidad constituía un privilegio de algunas órdenes religiosas llamadas hospitalarias.

Tan antigua como la historia del hombre, la hospitalidad ha sido ejercida desde que se tiene registro. Hospedar fue una de las primeras empresas comerciales de la historia. Recién con la Revolución Industrial se incorporó el servicio de comida y bebida, y se crearon los hoteles

más lujosos. Así la historia de los hoteles fue evolucionando hasta llegar a ser lo que son actualmente.¹⁴

Nos gustaría rescatar sin embargo aquella antigua característica de la hospitalidad que establece un lazo de deuda entre el anfitrión y el huésped. Es necesario concientizar la huésped en el sentido de la necesidad de proteger a su vez, el entorno que le brinda hospitalidad, como una devolución del servicio. La comunidad también da hospitalidad a los turistas, y el hotel debe promover una concientización hacia la comunidad de este importante aspecto.

¹⁴ Foster, Dennis. *Introducción a la industria de la Hospitalidad*. México, D.F. MX. McGraw Hill. 1994.

Capítulo IV

4. Metodología de la investigación

4.1 Tipo de diseño de investigación

Para esta investigación se ha elegido un tipo de diseño no experimental, de tipo transeccional descriptivo. Este es la que se adecúa mejor al caso ya que es más natural y cercana a la realidad cotidiana, no pudiendo ser manipuladas las variables.

El diseño es transeccional descriptivo, es decir, se realiza en un momento único en el tiempo y reporta las variables de manera individual. Tiene como objetivo indagar la incidencia y los valores en que se manifiesta una o más variables. El procedimiento consiste en medir en un grupo de persona sus objetos una o más variables y proporcionar su descripción.

4.2 Universo

La población de la investigación estuvo constituida por residentes con vivienda permanente de Casa de Piedra, residentes temporales de Casa de Piedra y algunas autoridades municipales relevantes de la Comuna.

Fuentes

Primarias: encuestas y entrevistas

Secundarias: documentación oficial, libros y documentos.

4.3 Muestra

La muestra es no probabilística, y se seleccionó con el criterio de pertenencia a la comunidad estudiada, atendiendo también a aquellos habitantes que estuvieran relacionados desde el ámbito laboral. Se seleccionó a individuos tanto residentes permanentes como trabajadores de la Comuna sin residencia en ella. También se consideró

relevante la opinión de personas vinculadas al ámbito de lo público y al sector privado empresarial, representando empresas o emprendimientos asentados en el lugar o de futuros asentamientos.

4.5 Procedimiento de muestreo

El muestreo es intencional, se seleccionaron los casos característicos tomando en cuenta que fueran pobladores y habitantes desde el origen de la comuna.

En cuanto al tamaño, por ser intencional y dada la escasa población del lugar, la muestra es representativa –el total de habitantes es de ochenta personas-.

Por la relevancia del sector público en la toma de decisiones, la opinión del responsable de Turismo aporta un alto grado de representatividad.

4.5 Técnicas para la recolección de datos

Las técnicas utilizadas fueron entrevistas abiertas; encuestas y análisis de documentos oficiales.

Estableciendo contacto con el centro municipal, se recolectó documentación oficial referida al desarrollo de la Comuna, su historia y el estado de la reglamentación hotelera. En esa primera instancia se contactó a los informantes claves para realizar entrevistas posteriores, tanto dentro de la comuna como a autoridades que no residen en el lugar pero trabajan en él.

En una segunda etapa se realizaron un total de 10 entrevistas a los informantes claves y 30 encuestas. Estas fueron diseñadas previamente. Se decidió recurrir a un alto grado de estructuración para limitar digresiones y opiniones personales que no respondieran a las necesidades del caso.

Se realizaron encuestas para los habitantes, y entrevistas para los empresarios. Se desarrollaron en un formato de cuestionario en la salida

a campo y también vía mail, telefónicamente conteniendo preguntas básicas, en su mayoría cerrada.

Por último, fueron analizados los documentos provenientes de fuentes gubernamentales, y también documentos periodísticos relevantes para el caso. Estos se incorporan en el Anexo.

Las encuestas se realizaron para saber que representaría en la comunidad la implementación de un hotel de estas características; y conocer la percepción de los habitantes en cuanto al turismo y el desarrollo local.

4.6 Objetivo de las entrevistas

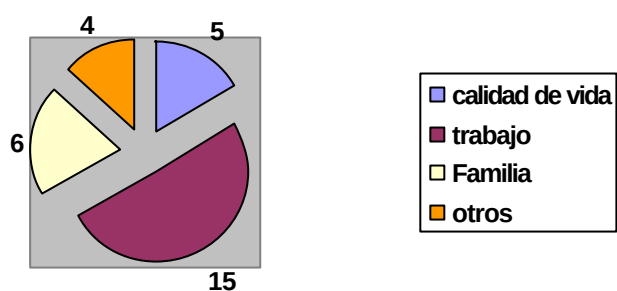
Podría definirse en rasgos generales como un acercamiento integral a la realidad social del lugar, conocer la percepción de la comunidad acerca de sí misma, y sus expectativas de futuro. También conocer, qué representaría para ellos la instalación de un hotel de estas características.

En tercer lugar, conocer las expectativas desde el ámbito de lo público y lo privado, así como también su propia percepción de esta comunidad. En lo concreto, se buscaron también datos fehacientes del progreso de la comunidad en los últimos dos años, progreso que desde el punto de vista de la infraestructura, resulte relevante para el lugar como centro turístico y comunitario.

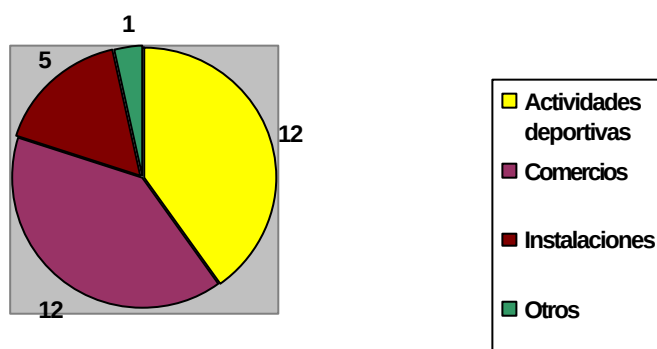
5. Análisis e interpretación de datos. (Entrevistas y encuestas)

Los resultados de las encuestas nos arrojaron los siguientes datos

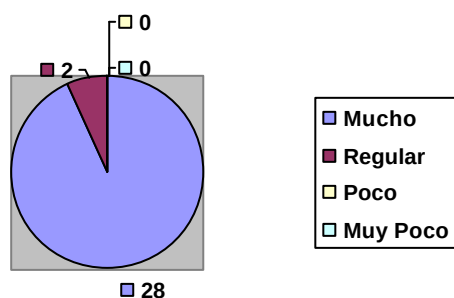
¿Porque se mudó a Casa de Piedra?



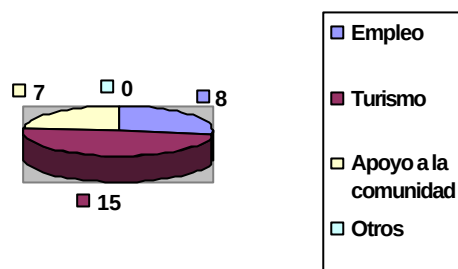
¿Qué cosas le gustaría que hubiera en la comuna?



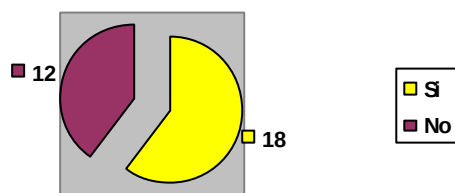
¿Qué importancia tiene el turismo para usted?



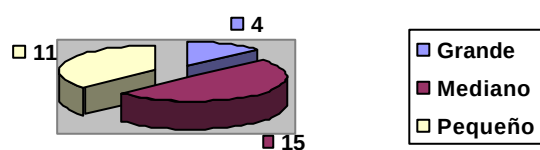
¿Para usted, qué cosas podría aportar un hotel a su comunidad?



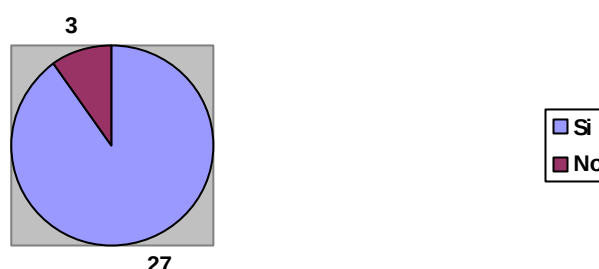
¿Le gustaría tener empleo en un hotel?



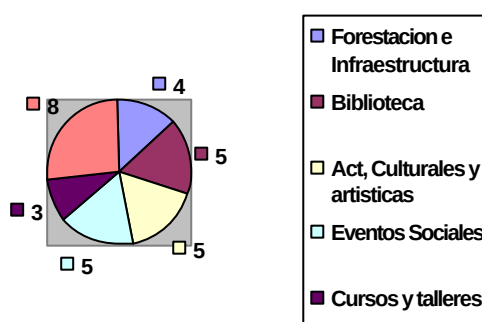
¿Cómo preferiría que fuera el hotel?



¿Participaría de reuniones para organizar actividades comunitarias dentro del hotel?



Si el hotel pudiera aportar algunos de estos elementos, ¿cuáles elegiría?



Análisis de las encuestas

En nuestro caso, las personas que se mudaron a la Comuna Casa de Piedra lo han hecho con un gesto de voluntaria adaptación a un nuevo contexto de desafíos. La noción de futuro y largo plazo que domina a estas personas se relaciona mucho más con la expectativa de trabajo en miras de crecimiento que con la preocupación de conservar viva cierta cultura o patrimonio previo. Este aspecto puede ser entendido como algo negativo: una falta de preocupación de los pobladores para con su medio, pero dada la investigación realizada lo consideraremos como una actitud positiva, que intenta mejorar las

condiciones que los habitantes crean en su vida cotidiana, y para esto están dispuestos a modificar sus conductas.

Análisis e interpretación de las entrevistas

Además de las entrevistas a los informantes claves en la salida a campo se realizaron a Sergio Alvez, encargado de Turismo de Casa de Piedra dos entrevistas telefónicas, de un total de una hora, repartidas en dos días,

Martes 12 y miércoles 13 de mayo año 2009.

A continuación el análisis

La Población

Actualmente hay 80 habitantes residentes, de entre veinte y cuarenta años de edad en cuanto a los adultos. Estos viven en Casa de Piedra en forma permanente, en general forman familias, muchos de ellos con hijos. Trabajan, al menos uno de ellos, o los dos en el sector público, entre ellos maestros, doctora, enfermera, policía y personal de mantenimiento, en el albergue provincial, en la Municipalidad, en la administración, etc. En la mayoría de las familias trabajan los dos cónyuges. El Estado les da garantía de seguridad, salud y educación. Tienen una casa pero no pagan alquiler. En muchos casos han accedido a la compra de un vehículo. Una menor cantidad trabaja en el sector privado: la estación de servicio, -que es mixta, estatal y privado-, la proveeduría, y el restaurante.

Dentro de los individuos no residentes podemos encontrar emprendedores –especialmente de cabañas o complejos habitaciones-, propietarios de lotes que están en proceso de construcción para hacer viviendas de fin de semana y profesionales, médicos, arquitectos, geógrafos que se encuentran desarrollando proyectos turísticos, así como otras autoridades que no residen en el lugar.

Otros habitantes del lugar que acuden a Casa de Piedra son los niños de las localidades aledañas que asisten a la escuela. Al crearse Casa

de Piedra antes de 2004 los puesteros de la zona pasaron a pertenecer al ejido comunal Casa de Piedra. Estos puesteros comenzaron a enviar a sus hijos a la escuela de la Comuna Casa de Piedra y no a otra escuela, que está en la Provincia de Río Negro, a mayor distancia. El hotel trabajará de un modo diferente con estos sectores. La investigación mostró que aquellos habitantes no permanentes que están construyendo sus casas de fin de semana en Casa de Piedra se muestran muy receptivos hacia la importancia del turismo. En concreto, se trata de una pequeña cantidad de personas de –mayores de cincuenta años- que planean usar Casa de Piedra como lugar de descanso o lugar de vivienda en el caso de algunos que van a jubilarse en un futuro próximo. Encontramos que este grupo valora Casa de Piedra como algo propio. Son personas que han invertido allí, compraron su lote y piensan instalarse. Se abren a posibilidades comerciales –como por ejemplo, el desarrollo de actividades relacionadas con el lago, alquiler de kayaks, venta de carnada, producción de artesanías y comida, etc-. A su vez, tienen expectativas y demandas concretas de mejoramiento del lugar. Ante la pregunta de si participarían en reuniones para organizar actividades comunitarias conjuntas con el hotel, la mayoría se mostró de acuerdo.

Contrariamente, la actitud de los residentes permanentes no es tan positiva. Se ve en ellos un decaimiento de las expectativas con respecto a dos años atrás. En concreto, algunos de ellos, luego de haber ahorrado durante varios años gran parte de sus salarios, llegan a considerar la posibilidad de cambiar su lugar de residencia. En general han manifestado interés en el establecimiento de un hotel, pero no lo ven como fuente de trabajo porque su actividad laboral está garantizada por parte del estado. Tampoco consideran como alternativa alguna otra actividad lucrativa relacionada con el turismo, por ejemplo emprendimientos como visitas guiadas, oferta de productos, etc. En resumen, en general se muestran apáticos. Son personas que provienen de pueblos muy pequeños de los alrededores y

no tienen experiencia propia del turismo. Para este grupo, el gobierno realiza actividades y cursos de capacitación con el objetivo de concientizar a los pobladores acerca de su comuna. En relación a esto, el hotel trabajaría aportando un espacio y un contenido dirigido a aumentar esa concientización, y para tal motivo los niños y la escuela serán de vital importancia.

En cuanto a las Instituciones ya instaladas en la comuna

Una institución clave por su importancia en la identidad de la comunidad es la escuela. Esta tiene una directora, dos maestras y un profesor de educación física, así como los porteros. Hay 35 chicos que van a la escuela. La escuela tiene tres niveles, inicial, uno, dos y tres. Como fue dicho, no todos los chicos que concurren a la escuela son residentes, algunos provienen de puestos de los alrededores.

El hotel promoverá actividades de concientización comunitaria y ambiental. En concreto, tanto talleres y actividades donde los niños interpreten los atractivos de su entorno como también ayudará en planes de protección del medio ambiente, manejo de residuos reciclables, cuidado y conocimiento de la flora y fauna del entorno, etc.

Con respecto a la Percepción de las autoridades y el compromiso gubernamental

El Ente Comunal Casa de Piedra es quien efectiviza las inversiones del Estado.

De las entrevistas realizadas con sus autoridades se puede sacar algunas conclusiones.

Para las autoridades está muy claro el origen político del proyecto: hay una fuerte decisión política en torno de generar alrededor de Casa de Piedra no sólo un centro turístico.

Se hace hincapié en un proyecto integral turístico productivo

El proyecto productivo consiste en generar una cantidad de lotes de producción agrícola en Planicie Curacó, a un kilómetro y medio de la Casa De Piedra. Son 11.000 hectáreas en total.

Originalmente la construcción del dique se pensaba, no sólo para regular los caudales sino aparte para regar la Planicie Curacó. El dique estuvo en construcción durante varios años. En 1989 se terminó de construir la obra civil para frenar el Río Colorado y se formó el lago. Sin embargo no se realizó la infraestructura necesaria para realizar el riego. El proyecto quedó parado. En 1996 se colocaron dos turbinas para convertirla en una central hidroeléctrica generadora de energía. Queda sin embargo el proyecto productivo todavía pendiente, hasta que en el 2004 con la llegada del gobernador....., se anuncia el desarrollo de este ente, y se pone en marcha el proyecto.

Actualmente la obra de riego está avanzada. Se hizo una obra de dos millones de pesos, colocando una válvula que impulsa el agua 1800 metros. Y otra obra terminada de 37 millones de pesos son siete bombas traídas de Israel con una red de cañerías extensa que están instaladas ya bajo tierra e impulsa el agua veinte kilómetros.

A mediados de 2010 la tierra empezaría a producir, solamente queda pendiente parcelar el campo en lotes de 50 hectáreas y distribuir a cada chacra el agua, la electricidad, los caminos y el sistema de drenaje, infraestructura necesaria para el productor.

Allí se cultivará la vid, frutas finas y secas, producción de exportación, como la granada, así como olivos, avellanas, nogales y parcelas para pasturas.

De 11.000 hectáreas, 9.400 hectáreas serán las productivas, y el resto estará dedicado a procesamiento y empaque para que el producto salga con valor agregado, lo cual atraerá mano de obra.

En resumen, las autoridades perciben que existe una sustentabilidad económica en relación a este sector productivo. El

mayor valor que las autoridades le otorgan a la comuna se basa en este aspecto.

Sin embargo existe la percepción de que este proyecto productivo a su vez redunda en beneficio turístico, ya que se genera un crecimiento económico para la zona y un atractivo extra para el lugar.

Las autoridades perciben una conexión entre el proyecto productivo de plantaciones y el proyecto de la Comuna como centro turístico.

En concreto, este proyecto significa que el hotel se puede proveer de insumos alimentarios pero también de mano de obra proveniente del lugar –recordemos que los habitantes actuales se encuentran la mayoría de ellos ocupados en cargos estatales-. A su vez, redirige el turismo hacia ese sector y valoriza la zona.

En cuanto a la concientización de la comunidad, las autoridades ven en ello un punto a trabajar, a través de la Secretaría de Turismo se desarrollan cursos de capacitación en la ciudad de Santa Rosa. Es importante señalar que las autoridades se manifiestan abiertas ante la posibilidad de que en un futuro los cursos se dicten no en Santa Rosa sino en Casa de Piedra en el marco de un proyecto conjunto donde el hotel participe junto al ente comunal.

Sobre los atractivos turísticos

La actividad más interesante es la náutica. El lago tiene 55 kilómetros de costa y se extiende sobre una superficie de 36.000 hectáreas.

Sus bordes no abruptos poseen una suave pendiente, lo cual lo vuelve atractivo para la práctica de actividades náuticas y de pesca, y para construcciones de todo tipo para facilitar el acceso al mismo. La profundidad máxima por donde pasaba el ex cauce del río es de aproximadamente 50 mts en la mayor parte del resto del lago no excede los 20 mts.

Sobre la costa pampeana, hay una pequeña zona de altura a 20 mts

sobre el nivel del lago, que lo hace apto como mirador natural otorgando una vista panorámica de la región.

Allí se da la pesca de trucha y pejerrey.

Con respecto a los deportes, cuando hay viento el lago es ideal para hacer windsurf porque el viento es de SO, sopla de adentro para afuera. En verano se aprovecha como playa con una buena temperatura y protección.

Es posible también practicar la navegación aguas abajo en el río.

Existe además una villa transitoria, o “villa vieja” Casa de Piedra. Esta villa está abandonada. Originalmente contaba con escuela, bar, correo, cuartel de bomberos, iglesia, una infraestructura importante. Ese construyó para que vivieran los obreros que construían el dique y en 1989 se desmanteló cuando se terminó la construcción, y la gente se empezó a ir. Esta villa transitoria está a cien kilómetros al sur. Allí llegaron a vivir 3500 personas.

Dentro de la planificación de la urbanización hay un área Protegida. Por el momento se trata de un sector cerrado y sin modificar. En este lugar no está permitido construir ni forestar, tampoco hacer calles o zanjas. Por el momento no ofrece ningún atractivo particular dado que la flora del lugar no lo representa.

De la Afluencia de visitantes

A 150 kilómetros, en Neuquén, hay más de medio millón de habitantes, un potencial número de visitantes de turismo de fin de semana.

Actualmente este público ya está visitando Casa de Piedra. Desde hace dos años el total de turistas fue de 7000 personas.

El otro sector importante de los visitantes son los pampeanos, dado que en la provincia no hay un lugar tan atractivo como Casa de Piedra. La ciudad más grande, Santa Rosa, está a 380 km, pero los pampeanos

para vacaciones llegan a hacer 600 kilómetros y mucho más, por lo cual si tienen buenos servicios no van a considerarlo un problema.

El otro sector que hace tiempo se está captando es la gente de Capital Federal y Gran Buenos Aires que viaja al Sur hacia los principales lugares turísticos de Patagonia. La posibilidad es que Casa de Piedra capte algunos de esos días destinado a visitar la Patagonia.

6. Propuesta

A continuación planteamos una guía de los criterios de sustentabilidad a través de los cuales se desarrollaría el emprendimiento del hotel 3 estrellas

1. Demostrar una gestión sustentable eficaz.

1. 1 El hotel debiera poseer un sistema de gestión de la sustentabilidad a largo plazo que se adecúe a su realidad y escala local y que considere temas ambientales, socioculturales, de calidad, salubridad y seguridad. El hotel realizará este sistema de gestión basado en una *investigación de la región y la comunidad*.

1.2. El hotel, junto con la gestión gubernamental, tendría que promover *la capacitación*, no solo del personal sino de *toda la comunidad*, acerca de las prácticas medioambientales, socioculturales, de salud y de seguridad. El hotel promoverá la instauración de una *agenda comunitaria* de actividades relevantes para la comunidad. Cursos de capacitación, encuentros, eventos culturales.

1.3 El hotel promoverá en conjunto con organismos públicos, una *oficina de publicaciones*. La oficina esta destinada, por un lado a los turistas, para quienes se desarrollarán folletos donde se informe acerca del estatuto del hotel como modelo de sustentabilidad. Y por otro lado

se desarrollarán publicaciones destinadas a la comunidad con las noticias relevantes en cuanto al progreso material y social de la misma.

1.4 El diseño y la construcción de edificios e infraestructura deberán cumplir con los requisitos locales de zonificación y respetan el patrimonio natural o cultural que se encuentra en los alrededores. El estilo arquitectónico del edificio fue seleccionado de acuerdo a los criterios arquitectónicos que se plantean en el Proyecto Integral de Desarrollo Casa de Piedra, emitido por el Ministerio de Obras y Servicios Públicos, dependiente del Ministerio de la Producción de la provincia de la Pampa. A su vez se realizó mediante una consulta a la población.

2. Maximizar los beneficios sociales y económicos a la comunidad local y minimizar los impactos negativos.

2.1. Los residentes locales tienen prioridad en los empleos. De no estar capacitados, los residentes locales accederán a la capacitación necesaria para el puesto de trabajo.

2.2. La empresa adquirirá bienes y servicios locales. La empresa promoverá emprendimientos productivos destinados a abastecer al hotel con productos alimentarios orgánicos y otros productos artesanales.

2.3 La compañía deberá ofrecer facilidades para que pequeños empresarios locales vendan sus productos sustentables, basados en la naturaleza, la historia y la cultura propios de la zona (incluye alimentos y bebidas, artesanías, artes dramáticas, productos agrícolas, etc.)

2.4 Se ha elaborado un código de conducta con el consentimiento y colaboración de la comunidad.

3. Maximizar los beneficios para el patrimonio cultural y minimizar los impactos negativos.

3.1 El negocio promueve la producción artística y cultural: baile, danza, artes plásticas, brindando espacios dentro del hotel, organizando premios y concursos para la comunidad, especialmente la comunidad infantil y femenina.

3.2 El negocio utiliza elementos del arte, la arquitectura o del patrimonio cultural local en sus operaciones, diseño, decoración, alimentos o tiendas.

3.3 El hotel apoya y promueve emprendimientos que mejoran la calidad de vida del lugar, en conjunto con la escuela y las autoridades. Proyectos de reciclado de residuos, huerta orgánica, floricultura, forestación, etc.

3.4 El hotel participa proponiendo conceptos que unen a la comunidad. El hotel promueve concursos y actividades donde se reivindica la identidad regional. Conceptos alrededor de “la comunidad más nueva del país”, “el lago”, “actividades náuticas” “flora y fauna de Casa de Piedra” “la villa vieja”, etc.

3.5 El hotel promueve la valoración de emprendimientos regionales, especialmente la producción agrícola. El hotel organiza eventos relacionados con dichos productos: la fiesta de la granada, degustaciones de vino, concursos de flores, etc.

3.6 El hotel destina un espacio especial para los niños –tanto turistas como residentes-.

Se establece un patio de juegos, un espacio de lectura y medios audiovisuales e informática.

3.7 El hotel cuenta con espacio de medios audiovisuales que puede ser utilizado como mini cine tanto para los turistas como para la comunidad.

Aplicación de los criterios sustentables a un hotel 3 estrellas

Según lo analizado en las entrevistas y documentación oficial que luego se adjuntará en anexo, las dimensiones del hotel serán las de un hotel tres estrellas. Inspirado en el decreto N° 2686/78 sobre la reglamentación de alojamientos turísticos de la Provincia de La Pampa. Se adjunta en anexo.

Un hotel más grande no es compatible con el tipo de lugar y las demandas de insumos que precisaría. A su vez, el tamaño tiene que coincidir en la estética del entorno.

Según la reglamentación hotelera de la provincia de La Pampa, que divide los hoteles en cinco categorías, la categoría adecuada para nuestro proyecto sería la de tres estrellas, cuyos requisitos mínimos son:

Características generales:

- 1) Ocupar la totalidad de un edificio o una parte del mismo que sea completamente independiente del resto en cuanto a sus funciones y servicios principales.
- 2) Contar con entrada de pasajeros independiente de la de servicio.
- 3) Tener servicio telefónico público en cabina acústicamente aislada, ubicada preferentemente en el local destinado a recepción y portería, siempre que dicho servicio sea provisto por el organismo pertinente.
- 4) Cuando existan salones para reuniones sociales o convenciones estarán precedidos de un vestíbulo de recepción con guardarropas e instalaciones sanitarias independientes para cada sexo y por lo menos una cabina telefónica acústicamente aislada, en los lugares donde el servicio telefónico sea provisto por el organismo pertinente.

- 5) Cuando existan locales en los que se ejecute o difunda música, los mismos deberán estar aislados acústicamente, salvo en los casos en que aquella sea de tipo ambiental o de fondo.
- 6) Los ascensores en ningún caso tendrán una capacidad inferior a cuatro personas, y deberán cumplir con las normativas establecidas en los reglamentos para habilitación de ascensores dictados por la autoridad respectiva.
- 7) Las habitaciones estarán identificadas en la parte anterior de la puerta con el número cuyas primeras cifras correspondan al número del piso.
- 8) Todas las habitaciones estarán equipadas, al menos, con los siguientes muebles o instalaciones:
- a) Camas individuales cuyas dimensiones mínimas serán de 0.80 m por 1.85 m o dobles cuyas dimensiones mínimas serán de 1.40 m por 1.85 m.
 - b) Una mesa de noche o superficie mínima de mesada de 0.15 m² por plaza.
 - c) Un sillón, butaca o silla por plaza y una mesita escritorio.
 - d) Un portamaletas.
 - e) Un armario de no menos de 0.55 m de profundidad y 0.90 m de ancho, con un mínimo de cuatro cajones.
 - f) Una alfombra de pie de cama, cuyas medidas mínimas serán de 1.20 m por 0.50 m por cada plaza, excepto los casos en que la habitación esté totalmente alfombrada.
 - g) Una lámpara o aplique de cabecera por cada plaza.
 - h) Junto a la cabecera de cada cama, un pulsador de llamada al personal de servicio con señal luminosa o acústica, salvo que esté previsto para tal fin el uso del teléfono.
- 9) El suministro de agua será como mínimo de 200 litros por persona y por día.
- 10) Contar con recintos destinados a vestuarios y servicios sanitarios para el personal, diferenciados por sexo.
- 11) Todo el personal afectado a la atención de pasajeros estará uniformado.

Características de un establecimiento tres estrellas, además de las características generales:

- 1) Tener entre un mínimo de 8 plazas y un máximo de 36.
- 2) Todas las habitaciones deben tener baño privado.
- 3) Las superficies mínimas de las habitaciones serán las siguientes:
 - a) Habitación simple: 10 m².
 - b) Habitación doble: 12 m².
 - c) Habitación triple: 15 m².

El lado mínimo no será inferior a los 2.50 m.

- 4) Las habitaciones triples no deberán exceder del 20% del total.
- 5) La superficie mínima de los baños privados de las habitaciones simples y dobles será de 2 m², con un lado mínimo de 1 m, y la de los baños de las habitaciones triples será de 3m² con un lado mínimo de 1.50m.
- 6) Los baños privados estarán equipados con:
 - a) Lavabo, b) bidet, c) ducha, (estos artefactos(estos artefactos serán independientes y contarán con servicio permanente de agua fría y caliente mezclable) d) inodoro e) Botiquín o repisa y espejo iluminado y f) toallero y g) tomacorriente..

7) Tener locales destinados a recepción y portería con una superficie mínima de 30m² en conjunto.

8) Tener sala de estar con una superficie mínima de 40 m² y que esté en comunicación directa con la recepción. Esta sala deberá tener servicios sanitarios para público, independientes para cada sexo, y televisión en los lugares donde se preste el servicio..

9) Tener salón comedor-desayunador cuya superficie mínima sea igual a 1.40 m² por plaza. Esta proporción será de 0.50 m² por plaza cuando no se preste servicio de comida de acuerdo a lo previsto en el inc. 15 de este artículo.

10) Tener alfombrado total en todas las habitaciones y salones. Podrá prescindirse de este requisito cuando el solado sea de primera calidad.

11) Tener espacio para estacionamiento, cuyo número de cocheras sea igual o mayor al 50% del total de las habitaciones. Este espacio estará cubierto con un 50% como mínimo y podrá estar integrado al edificio del establecimiento o ubicado en sus adyacencias, hasta 150 m. medidos en línea recta o quebrada sobre el cordón de la acera, a partir del eje central de la puerta principal de acceso al establecimiento.

12) Tener calefacción en todos los ambientes , incluido los baños, por sistemas centrales o descentralizados, cuando en el lugar donde se encuentre situado el establecimiento se registren temperaturas medias inferiores a los 18° C durante alguno de los meses de funcionamiento del mismo.

13) Tener refrigeración en todos los ambientes, por sistemas centrales o descentralizados, cuando en el lugar donde se encuentre situado el establecimiento se registren temperaturas medias superiores a los 22° C durante alguno de los meses de funcionamiento del mismo.

14) Todas las habitaciones estarán equipadas con radio o música ambiental y teléfono interno, que además permita la comunicación con el exterior a través de un conmutador, siempre que el servicio telefónico sea provisto por el organismo pertinente.

15) Ofrecer al público, además del servicio de alojamiento, los de desayuno y refrigerio y bar. El servicio de comida será obligatorio para aquellos establecimientos situados en localidades con menos de 5000 habitantes.

16) Contar con servicio de lavandería, la que podrá estar o no estar integrada al establecimiento.

17) Tener salón de recreo para niños, integrado al edificio, o juegos ubicados en su exterior, debiendo estos encontrarse dentro de la superficie del predio ocupado por el establecimiento.

7. Conclusión

El desarrollo sustentable atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras, y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida, la sustentabilidad social debe garantizar que el desarrollo del turismo sustentable aumente el control de los individuos sobre sus vidas, sea compatible con la cultura y los valores de las personas, y mantenga y refuerce la identidad de la comunidad.

La actividad turística constituye un marco en el que entran en contacto personas de bagajes culturales y socioeconómicos muy diferentes, debido al desplazamiento de los turistas a una región distinta del lugar de su residencia habitual. Mientras los impactos económicos del turismo han sido enfocados tradicionalmente desde el punto de vista de los beneficios que aportan, los impactos socioculturales suelen ser analizados desde su parte negativa. No obstante, el turismo también puede aportar beneficios positivos al fomentar el contacto entre comunidades diferentes. Los impactos socioculturales en un destino turísticos son el resultado de las relaciones sociales mantenidas entre

turistas y residentes, cuya intensidad y duración se ven afectadas por factores espaciales y temporales restringidos. Durante las primeras fases del desarrollo de una actividad turística, la población local suele acoger a los turistas con entusiasmo, sin embargo, a medida que la rivalidad por los recursos locales se agudiza, los residentes van retirando su apoyo inicial. Generalmente, se reconoce que, con respecto a los impactos socioculturales, existe un umbral de tolerancia en cuanto a la presencia de turistas por parte de los residentes y que éste varía espacial y temporalmente. Mientras el número de turistas y sus impactos acumulados se mantengan por debajo de ese umbral y los impactos económicos sean positivos, la presencia de turistas en el destino es aceptada por la mayoría de los residentes. Si se sobrepasa ese umbral, empiezan a aparecer signos de descontento por parte de la población local que, si son percibidos por el turista, pueden significar una pérdida de calidad en su experiencia turística; especialmente, teniendo en cuenta que las actitudes de acogida por parte de la población residente y la seguridad del turista son aspectos claves de la experiencia turística integral.

El turismo puede ayudar a estimular el interés de los residentes por la cultura propia, por su patrimonio histórico-artístico, tradiciones y costumbres. Este despertar cultural puede constituir una experiencia positiva para los residentes, apartándoles cierta concienciación sobre la continuidad histórica de su comunidad y su identidad cultural, a la vez que pueden convertirse en aspectos que potencien el atractivo turístico de destino. De esta forma, el turismo puede contribuir a la preservación y rehabilitación de monumentos, edificios, lugares históricos y a la revitalización de lenguas y tradiciones locales: artesanía, folklore, festivales, gastronomía, etc. Pero el turismo también puede provocar una desculturización del destino: el contacto de residentes y turistas puede llevar a la adaptación a las costumbres de los visitantes y a la desaparición de la cultura propia. La mercantilización extrema de las tradiciones locales despojándolas de su verdadero significado, pueden

fomentar un proceso de artificialidad, que a la vez puede acabar destruyendo los atractivos que en su día iniciaron el flujo de los visitantes.

En principio, el turismo ofrece a los visitantes la oportunidad de un intercambio cultural con los residentes de la región que visitan. Este tipo de experiencia incide sobre la percepción del visitante hacia otras culturas y formas de la vida, y aumentan la comprensión y el respeto de las diferencias. Asimismo, la toma de contacto de los residentes con los turistas puede producir cambios sociales positivos en una comunidad, en términos de mayor tolerancia o igualdad. Por ejemplo, el empleo proporcionado por la actividad turística en el sector ha permitido mayor movilidad en la escala social en comunidades muy jerarquizadas. Pero hay que tener en cuenta que determinados tipos de turismo, como el turismo de masa, no permiten la existencia de un verdadero intercambio cultural entre visitantes y residentes, por lo que favorecen la difusión y permanencia de imágenes estereotipadas sobre determinados países y sus habitantes. Asimismo, el choque sociocultural puede llevar a tensiones entre turistas y residentes y causar problemas sociales....Todos los impactos, positivos y negativos se amplifican cuando una parte importante de los turistas se convierte en residentes o cuando la creación de empleo supone una elevada inmigración.

Pero tal vez alcance con una definición mucho más simple y esclarecedora para comprender la profundidad de este fenómeno para el que debemos estar listos.

“La tierra no la heredamos de nuestros Padres, la tomamos prestada de nuestros hijos”

Al comenzar este estudio se tenían ideas preestablecidas, ideas, por ejemplo, acerca de qué era la sustentabilidad y acerca de qué era la comunidad.

En el transcurso del mismo, a partir de lineamientos teóricos y trabajo de campo, se fueron desarrollando estos conceptos que me permitieron comprender la importancia de la implementación de un hotel de 3 estrellas como aporte a la comunidad, como la creación de puestos de trabajo, ayudando a la disminución de la desocupación, incrementando los ingresos de los habitantes de la zona, realizando aportes culturales y educativos.

En nuestro caso, las personas que se mudaron a la Comuna Casa de Piedra lo han hecho con un gesto de voluntaria adaptación a un nuevo contexto de desafíos. La noción de futuro y largo plazo que domina a estas personas se relaciona mucho más con la expectativa de trabajo en miras de crecimiento que con la preocupación de conservar viva cierta cultura o patrimonio previo. Este aspecto puede ser entendido como algo negativo: una falta de preocupación de los pobladores para con su medio, pero dada la investigación realizada lo consideraremos como una actitud positiva, que intenta mejorar las condiciones que los habitantes crean en su vida cotidiana, y para esto están dispuestos a modificar sus conductas.

Uno de los problemas que pensamos es cómo transformar en realidad la teoría, cómo aplicar criterios que parecen abstractos. Si bien no es posible afirmar que ese objetivo haya sido logrado, dado que el plan del hotel no se ha realizado todavía, sí es posible pensar en la existencia de un proyecto siempre y cuando esté dada una investigación cercana de la comunidad.

También se comprobó una apertura de las autoridades a emprendimientos conjuntos con los sectores privados en miras de lograr una integración comunitaria que redunde en un centro turístico más valorado. Existe la percepción de que los pobladores hacen el lugar, y cuanto mayor identidad comunitaria exista, mejor producto será como centro turístico.

Dado que este caso es excepcional, tal vez estas aproximaciones no se puedan aplicar a muchos proyectos turísticos. Sin embargo creemos que éste es un aporte posible para emprendimientos medianos y un antecedente más para emprendimientos hoteleros alternativos.

8. Bibliografía

-- Ayuso, Silvia "Gestión sustentable en la industria turística. Retórica y práctica en el sector hotelero español". Universidad Autónoma de Barcelona.

Disponible en: <http://www.tdx.cat/TDX-0621104-151345>

-- Boullon, Roberto. *Ecoturismo. Sistemas naturales y urbanos*. Editorial Trillas.

--Chacaltana, García. "Turismo sustentable, Estado comunidad y empresa frente al mercado", Equipo técnico multidisciplinario para los países andinos. –Departamento de actividades sectoriales. Ginebra.

--Foster, Dennis. *Introducción a la industria de la Hospitalidad*.. México, D.F. MX. McGraw Hill. 1994.

--Gandara, Jose Manoel, "Hoteles sustentables para destinos sustentables – La calidad hotelera como instrumento para la sustentabilidad" Universidad Federal de Paraná, Brasil.

Disponible en :

https://www.bmi.gob.sv/pls/portal/docs/PAGE/BMI_HTMLS/BMI_PULSO_TURISMO_IMG/HOTELES%20SOSTENIBLES%20PARA%20DESTINOS%20SOSTENIBLES.PDF

--Pérez de las Heras, Mónica. *Manual del turismo sustentable*. Ediciones Mundi Prensa, Madrid, 2004.

--Tonnies, Ferdinand. "Gemeinschaft und Gesellschaft", en *Handwörterbuch der Soziologie*.

-- Sabino, Carlos A. *El Proceso de Investigación*. Editorial Lumen Humanitas

Fuentes

WTO-UNEP 2005 Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers.

Disponible en http://www.eufed.org/Module/spanish/wto_es.html

Barómetro OMT del Turismo Mundial. Disponible en

http://www.unwto.org/media/news/sp/press_det.php?id=2532&idioma=S

Art. 1º Ley 25.997. Secretaría de Turismo. Disponible en .

http://2016.turismo.gov.ar/wp_turismo/?page_id=84

Indec

Secretaría de Turismo de la Nación

Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo.

Disponible en

<http://www2.medioambiente.gov.ar/acuerdos/convenciones/rio92/declaracion.htm>

Alianza para los Criterios Mundiales de Turismo Sustentable en octubre de 2008.

Disponible en

http://www.sustainabletourismcriteria.org/index.php?option=com_content&task=view&id=243&Itemid=455

VIII Reunión Nacional del turismo. Reglamentación hotelera. Decreto 1818/76. Gobierno de La Pampa.

Proyecto Integral de Desarrollo Casa de Piedra. Ministerio de Obras y servicios Públicos. Ministerio de la producción. Gobierno de La Pampa.

Imágenes de Casa de Piedra

La Comuna

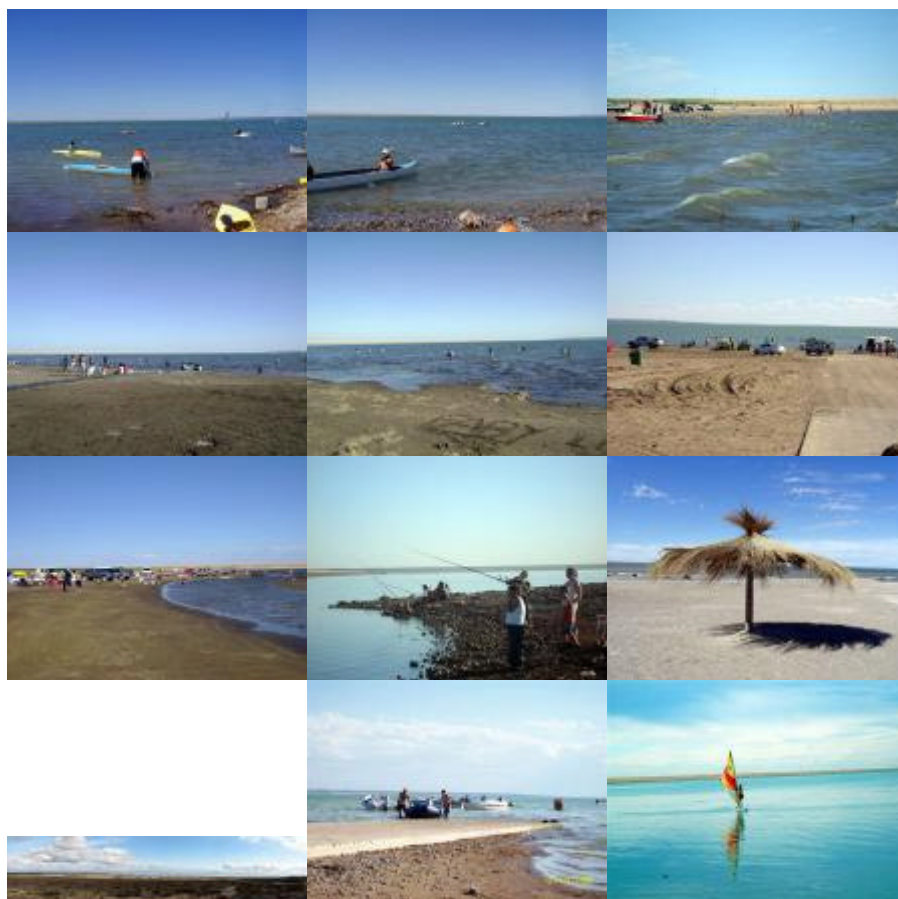


Inversiones privadas



La Playa





Artículos de diarios.

Artículo del diario La Nación, 24 de Octubre de 2007

"Cuando arrancamos y éramos pocos nos decían que estábamos locos... nadie quería venir. Se trabajó mucho y no había nada. Me lo imagino hermoso en unos años y, si todo marcha bien, pienso quedarme. Hoy estoy muy contento de estar acá", **Pablo Oscar Ottone**, de 24 años. Su hijo, Pablo Geremías, de apenas tres meses (el primer "casapedrense",) todavía no sabe que él representa la reserva vital de este nuevo pueblo fundado el 30 de noviembre del 2007. "Es el primer chico asentado acá", agrega **Anabela**, de 19 años, madre de Pablo Geremías y también de Lucía, de tres años.

"Se hace difícil, porque no hay nada para comprar y todo queda muy lejos", desliza Anabela, aunque añade que la idea valió la pena: "Me gusta y me quedaría".

Curiosamente, parecería que el pulso del pueblo depende casi exclusivamente de la suerte que corran las 12.000 plantas de 160 especies diferentes -como abedules, rosas, palmeras y hasta bambúes- que se implantaron y que subsisten gracias al riego por goteo. El color verde de la fertilidad es tan extraño por esta zona como las lluvias que llegan cada tanto y a razón de 100 milímetros anuales. Las plantas, en este contexto, son el aliento de vida y la obsesión de los primeros casapiedrenses.

"Creo que es una gran satisfacción ser los primeros pobladores y vamos a hacer historia", dice **Darío Sol**, de 30 años. Su historia comenzó cuando decidió enviar un currículum al gobierno provincial para instalarse en Casa de Piedra. Desde abril pasado trabaja en el edificio comunal y, su mujer, **María del Carmen Robledo**, en el albergue estudiantil. "Era juez de paz en otro pueblo y renuncié para venir acá. Fue una decisión propia... tenemos nueve meses de casados y queremos quedarnos", cuenta Darío. En el edificio contiguo a la comuna María del Carmen atiende a los chicos de las escuelas pampeanas que son invitados para difundir el sitio. "Estamos buscando un proyecto de vida y tener chicos; todos mis amigos me preguntan cómo hacer para venir, porque esto va a ser un oasis", afirma Robledo.

Entre las múltiples cuestiones que hacen dura la vida aquí, hay algunas bastante sencillas. La proveeduría funciona desde hace apenas unos

pocos días y la ciudad más cercana, General Roca, queda a 100 kilómetros en la provincia de Río Negro, con lo que abastecerse fue una tarea difícil en estos primeros meses. La estación de servicio sólo comenzará a operar a fines de año -a la obra le resta poco-. La escuela (una del plan de 700 escuelas por año del Ministerio de Educación nacional) abrirá sus puertas el año próximo y tanto la iglesia como el cementerio cuentan con un espacio virgen, por ahora.

"Se empezó de cero y hoy es maravilloso. De entrada sufrimos porque no había nada. Acá hay que ayudar y hacer de todo un poco. Quiero quedarme", dijo **Sergio Barriga**, el sargento de la policía de La Pampa, encargado de la seguridad del lugar. Algunas escaramuzas entre trabajadores y los accidentes de tránsito ocupan sus tareas, según comenta.

De Tandil al desierto

Juan Tolosa llegó desde Tandil. Tiene dos hijos que, por ahora, permanecen en Santa Rosa, a 380 kilómetros, para que concurran a la escuela. "Soy maestro mayor de obras y era un desafío venir a trabajar a un pueblo que empieza de cero -reflexiona-. Algunos me dicen que estoy loco, pero estoy tranquilo y cuando abra la escuela voy a traer a mis chicos acá."

Como toda iniciativa ambiciosa, Casa de Piedra no puede reducirse sólo a un grupo de 20 casas: las de altos funcionarios tienen dos pisos. Sin mucho análisis, salta a la vista que pretende ser mucho más que eso. En pocos meses comenzarán a subastarse las parcelas de entre 50 y 300 hectáreas del "polo productivo" de 10.000 hectáreas bajo riego que servirían de fuente de trabajo.

El criadero de truchas, a 40 kilómetros de Casa de Piedra, aún en fase experimental, funcionaría el año próximo y, en los planes, aparece la instalación de un casino, un hotel cinco estrellas -hoy no hay hospedajes- y hasta un campo de golf.

Laura Gervasoni, de 30 años, es la médica del puesto sanitario. Eligió Casa de Piedra como experiencia para desarrollar la especialidad de emergentología. "Quería tener la experiencia en un lugar nuevo", cuenta a LA NACION. Consultada acerca de su palpito sobre la evolución del pueblo señala: "La gente no va a venir al desierto porque sí. Y si sólo se sustenta en los sueldos que paga la provincia lo veo muy pobre. Puede tener un futuro, pero cuando se fundamente en la dinámica del sector privado. De lo contrario lo veo muy difícil", opinó.

Un proyecto planeado con tiempo y finalmente realizado no significa garantía de calidad. Pero ayuda: en las dos primeras licitaciones se vendieron los 101 terrenos a un promedio de 15 pesos el metro cuadrado.

En efecto, si Casa de Piedra provoca sorpresa es por el riesgo que toma: tanto como rebelarse al desierto.

Rio negro online, 30/12/07

El oasis de los cien millones Ésa es la cifra invertida hasta ahora en Casa de Piedra, la localidad del desértico suroeste pampeano ubicada a 105 km de Roca que apuesta a convertirse en un polo turístico y productivo en tiempo record.



Sergio Álvez tiene un trabajo que cualquier político envidiaría: anuncia obras que luego se concretan. Lo sabe, por ejemplo, el camionero al que le contó un año atrás que allí, en medio del desierto, pronto habría unas veinte casas de ladrillos a la vista y techo a dos aguas, una escuela, un polideportivo, un albergue, una proveeduría, un centro cívico, un camping, internet inalámbrica y tévê satelital. Hace dos semanas, el camionero volvió a pasar, comprobó que estaba todo lo prometido, caminó hacia la flamante oficina de Turismo y fue directo al punto.



Click para ampliar 
Mística: los 56 habitantes se sienten comprometidos con el proyecto. En la foto, los que estaban en la villa en la tarde del jueves 27.

-Flaco, no me mentiste. Yo me quiero venir a vivir. ¿Cómo consigo un lote?

Sergio recuerda la anécdota y se ríe mientras recorre la villa con "Río Negro". El coordinador del área de Turismo e Inversiones tiene 28 años y lleva 14 meses aquí. "Ésa no falla. Todos te preguntan cómo pueden conseguir un lote", dice y avanza a paso de hombre en su cuatriciclo. Señala unas bolsas de cemento apiladas.

-Allá va la pileta climatizada semi-olímpica. Y más allá un complejo de cabañas. ¿Ves esa pila de ladrillos frente al polideportivo? Los bajaron ayer. Es el primer vecino que va a construir. Pronto empezarán las obras en los otros cien lotes.

Aquí, a la vera de la Ruta Nacional 152, en pleno suroeste pampeano, a 362 km de

Santa Rosa y 105 de Roca, un grupo de pioneros vive la apasionante aventura de crear un pueblo en medio de la nada, a orillas del gigantesco lago artificial de 36.000 hectáreas y 55 km de costa generado por la construcción del embalse Casa de Piedra que contiene el caudal del río Colorado.

En el acceso a la playa hay un parador de amplios ventanales, ladrillos y galería de madera que no desentonaría en "Baywacht". Una suave pendiente permite adentrarse más de 150 metros con el agua hasta la cintura. El lago es templado, con un promedio de temperatura de 25°C. Está previsto construir un club náutico. Por ahora, visitantes y locales nadan, andan en kayak y navegan. Otros prueban suerte con la caña en busca de truchas arco iris y pejerreyes. Hasta allí se llega por un boulevard con álamos plateados, pinos, fresnos y acacias que todavía no superan los dos metros de altura. Lo mismo ocurre en el otro boulevard que recorre la villa paralelo a la costa, a unos 400 metros del agua. Fueron plantados unos 14.000 árboles.

¿Y qué pasa con los lotes? "No se pueden comprar en forma directa. Se licitan para evitar la especulación y garantizar la transparencia", informa el nuevo delegado comunal, Alberto Campo (43). Apenas unos minutos atrás llegó de Santa Rosa con el baúl cargado de víveres. "Ya funciona la proveeduría, pero todavía no me acostumbro y sigo trayendo alimentos y bebidas", comenta. Hasta el momento, en dos tandas, se licitaron 66 lotes durante el 2006, con un valor promedio de \$ 12 el m² en la primera y \$ 19 en la segunda. La Central Hidroeléctrica adquirió 35 para viviendas de sus gerentes y empleados.

Luego de que los lotes son adjudicados, los compradores tienen dos meses para presentar el proyecto, que debe superar los 60 m², tener armonía con el entorno, techo a dos aguas y cercos vivos, es decir con árboles y plantas. Luego de que la comisión asesora da el ok, el nuevo habitante dispone de dos años para concluir las obras.

La mayoría de los proyectos son de alrededor de 120 m², lo que da la pauta de que la villa parece orientarse a sectores medios y altos. Hay que tener en cuenta que la construcción aquí es más cara por los fletes y las distancias. Puede llegar a 2.000 pesos el m², cuando en Roca, por ejemplo, se estima en \$ 1.500 el m².

-Las demoras son penadas con multas y los lotes no se pueden revender
-completa Campo. El delegado está enojado porque se metieron a jugar al fútbol en el polideportivo, mancharon todas las paredes y rompieron un vidrio.

-Así no va, viejo. Ahora hay que pintar todo de nuevo. Ya les dije: al fútbol se juega afuera. Las cosas del Estado hay que cuidarlas -afirma y se despidió.

Aquí, primero se prepara la infraestructura y luego vienen los habitantes. Ahora, Sergio Álvarez les cuenta a los visitantes que se vienen tres complejos de cabañas, un motel, un hotel 5 estrellas con un casino, un campo de golf y un club náutico.

Casa de Piedra es una perfecta maqueta que empezó a cobrar vida con un ritmo vertiginoso.

JAVIER AVENA

javena@rionegro.com.ar

Algunos conceptos para interpretar los criterios del turismo sustentable

Gestión sustentable

Lo importante de este concepto es la planificación de aspectos que no tienen que ver estrictamente con los aspectos económicos o de mantenimiento del hotel. En resumen, la empresa debe comprender que las decisiones que toma no sólo se relacionan con el proyecto en sí sino que se dirigen al entorno: social y natural. En segundo lugar, entender que una gestión no necesariamente tiene un resultado concreto de acciones positivas sino que una parte crucial es el punto de vista ético dirigido al entorno.

Áreas protegidas

Un área protegida es un área geográfica determinada por un Estado sujeto a un marco legal e institucional definido para garantizar la conservación sus particularidades y riquezas medioambientales o culturales.

La UICN (1994) define a las áreas protegidas como: "Una superficie de tierra o mar especialmente dedicada a la protección y mantenimiento de la diversidad biológica y de los recursos naturales y culturales asociados; manejada a través de medios legales, o de otros medios efectivos".

Si bien el área protegida es un concepto relacionado con el estado, nos interesa rescatar este aspecto. La cultura de la protección de la naturaleza será un punto donde debe confluir la acción comunitaria con las políticas de gobierno y empresariales.

Patrimonio natural y cultural

El patrimonio natural está constituido por la variedad de paisajes que conforman la flora y fauna de un territorio. La UNESCO lo define como aquellos monumentos naturales, formaciones geológicas, lugares y paisajes naturales, que tienen un valor relevante desde el punto de vista estético, científico y/o medioambiental.

En el caso particular, el lago artificial junto con su fauna constituye el elemento natural más significativo.

El patrimonio cultural está formado por los bienes culturales que la historia le han legado a una nación y por aquellos que en el presente se crean y a los que la sociedad les otorga una especial importancia histórica, científica, simbólica o estética. Es la herencia recibida de los antepasados, y que viene a ser el testimonio de su existencia, de su visión de mundo, de sus formas de vida y de su manera de ser, y es también el legado que se deja a las generaciones futuras.

La particularidad del caso reside tener como patrimonio cultural su impulso fundacional. Se trata de una comunidad que comparte un territorio hace apenas algunos años. La herencia cultura adquiere aquí otra faceta, la de ser producida, y no heredada.

Impactos negativos.

Algunos de los impactos negativos el turismo convencional son:

_Referidos a la destrucción de la vegetación –por recolección de plantas, o el uso inadecuado de fuego, la tala de árboles a pequeña o gran escala. La acumulación de basura, además de ser un impacto

visual negativo, cambia la condición de los nutrientes. El tráfico peatonal y de vehículos, así como las áreas de descanso o de camping, generan pérdida de vegetación por pisoteo, etc. Otras alteraciones pueden ser los cambios en la variedad de especies, en la destrucción del hábitat, causadas por el agotamiento de la capacidad de carga de un determinado lugar por el número excesivo de turistas, la frecuencia de sus visitas o el tipo de actividades que realizan. La introducción de especies autóctonas dedicadas al ajardinamiento de espacios de ocio, parques, hoteles...

-Referidos al agua. Los problemas están asociados al abastecimiento, a la calidad para el consumo y para la realización de actividades recreativas (natación, buceo, etc.). Los principales problemas de contaminación son los agentes patógenos de aguas residuales tratadas inadecuadamente que se arrojan en playas, lagos y ríos y en las que el turismo contribuye a través de las descargas de la infraestructura turística. El aumento de nutrientes al agua, acelera procesos que determinan el excesivo crecimiento de algas, dando por resultado la disminución del oxígeno y la alteración de otras especies de flora y fauna muy común en lagos y lagunas. La presencia de derivados del petróleo, por el uso de los vehículos de recreo, o derrames de barcos o cruceros en los puertos, ha disminuido el oxígeno y alterado el color de las aguas. La cantidad de turistas en determinados momentos ha generado desabastecimiento y falta del recurso agua en los acuíferos o napas de muchas ciudades o sitios turísticos.

-Referidos al aire. Excepto en ocasiones muy específicas no registran impactos significativos, la mayoría de ellos, se vinculan sobre todo al aumento en el nivel de ruidos por la mayor circulación de vehículos particulares o por el aumento en el tráfico aéreo en lugares cercanos a los aeropuertos.

-Referido a la fauna: la caza, la contemplación y la fotografía de especies son actividades turísticas importantes que generan impacto. La medición de los efectos causados por las perturbaciones generadas a las mismas, como la extinción de especies no está documentada en

términos generales: se centra básicamente en mamíferos y aves, dejando de lado otras especies.

El turismo genera también impactos en los centros urbanos, los cuales pueden clasificarse de la siguiente forma:

Contaminación arquitectónica: a menudo se ha fracasado al querer integrar la infraestructura de sitios o de lugares turísticos con las características del medio natural, provocándose así choques entre el medioambiente construido y el propio de la zona.

Pérdida de calidad paisajística por urbanización: la ubicación y el tipo de organización de la urbanización de un centro turístico responde a los diferentes paisajes. Esto varía si se trata de ambientes costeros (lineal), a lo largo de valles y rutas escénicas o en áreas de tierra interior, no obstante esto es muchas veces alterado o modificado llegando a producir saturación por sobre carga de infraestructuras y desequilibrio, sobre todo en la imagen.

Sobrecarga en la infraestructura: se manifiesta cuando la intensidad de las visitas supera la capacidad de la infraestructura prevista. Esto a su vez trae aparejado contaminación y posibles consecuencias en la salud.

Segregación de residentes locales: la separación espacial de las áreas turísticas del resto del centro turístico o en los alrededores del campo conlleva, en ocasiones, una segregación social.

Congestión de tráfico: esto ha surgido como una de las consecuencias más significativas del desarrollo de algunos centros turísticos. El incremento de dicha congestión y sobrecarga de tráfico, trae consigo problemáticas asociadas al acceso y número de los estacionamientos, entre otros.

Descargas residuales: El equipamiento hotelero y los servicios de apoyo, así como las residencias privadas, son las principales fuentes de descargas residuales en muchos de los desarrollos turísticos. Detrás de esto se identifica la presencia de una sociedad que usando los recursos del entorno como atractivo, les otorga además la categoría de receptor de sus propios desechos. Los residuos pueden afectar el

patrimonio históricocultural en forma indirecta (por ejemplo: contaminación visual, olores, etc.).¹⁵

Todos estos aspectos deben ser tenidos en cuenta.

Comercio justo.

El comercio justo es una nueva forma de comercio promovida por varias organizaciones gubernamentales que promueven una relación comercial voluntaria y justa entre productores y consumidores.¹⁶

Existen tres condiciones básicas que deben ser cumplidas para definir una transacción como Comercio Justo.

1. Debe existir una relación directa entre productores y consumidores, evitando al máximo los intermediarios o especuladores.
2. Se debe practicar el “precio justo” que permita al productor y a su familia vivir dignamente de su trabajo.
3. Establecer relaciones y contratos a largo plazo basados en el respeto mutuo.

Código de conducta

Es una declaración formal de los valores y prácticas comerciales de una empresa.

Un código de conducta es un documento que describe los derechos básicos y los estándares mínimos que una corporación se compromete a respetar en la relación con los trabajadores, comunidades y el medio ambiente.

¹⁵ Fuente: Lic. Guillermina Fernández Lic. Aldo Guzmán Ramos UNCPBA. Instituto Superior del Sudeste.

¹⁶ (BASE Investigaciones Sociales. CLACSO ¿Comercio Justo? Acceso al texto completo: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/paraguay/base/comercio.doc>

Conservación de recursos

La definición más extendidamente aceptada fue presentada en 1980 por la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza y Recursos Naturales (UICN) como: "La utilización humana de la biosfera para que rinda el máximo beneficio sustentable, a la vez que mantiene el potencial necesario para las aspiraciones de futuras generaciones".

Entrevista Sergio Alvez, encargado de Turismo de Casa de Piedra.

Se realizaron dos entrevistas, de un total de una hora, repartidas en dos días,
Martes 12 y miércoles 13 de mayo.

La población

-En forma permanente, instalados familiarmente, y trabajando al menos uno de ellos, que han venido con sus hijos, hay ochenta personas, el lugar les brinda seguridad, salud y educación. Ellos tienen su casa. La mayoría son empleados del Estado. Otros trabajan en la estación de servicio, que es mixta, estatal y privado. Otra familia en la proveeduría, otro en el restaurante, que pertenecerían al sector privado. Maestros, doctora, enfermera, policía. En el albergue provincial, en la municipalidad, en la administración. En la mayoría de las familias trabajan los dos.

La escuela

Tiene una directora, dos maestras y un profesor de educación física y los porteros. Hay 35 chicos que van a la escuela, hay tres niveles, inicial, uno, dos y tres.

Al crearse Casa de Piedra antes de 2004 –ley 2112- cuando se formó un ejido, antes pertenecía a la localidad 25 de mayo, por ruta prov. 34 a unos 90m kilómetros, y los puesteros, al formarse el ejido, empezaron a pertenecer al ejido comunal Casa de Piedra, entonces esos puesteros mandan a los chicos a nuestra escuela, porque del otro lado del dique empieza a ser provincia de Rio Negro, está la escuela que se llama Casa de Piedra, donde los mandaban antes.

Profesiones del estado que vienen a trabajar de lunes a jueves, gente de recursos naturales, sectores de obras, y otro personal transitorio. En el 2007, el año en que se hizo mayor inversión de la obra civil pública, llegó a haber 250 obreros viviendo en Casa de Piedra, pero ahora empezó la

obra privada, con lo cual, la gente que trabajaba para el Estado están trabajando para el sector privado. Construyen complejos de cabaña y casas particulares.

Sector privado

Se está construyendo un residencial privado de casas de fin de semana. Uno se llama Residencial Privada, hay 101 lotes, de los cuales está desarrollado un 50 por ciento. El otro restante estaría próximo a comenzar. Después hay tres lotes vendidos para hacer seis cabañas en cada terreno, son complejos de cabañas de finalidad comercial, de alquiler. En otro sector, enfrente a la playa, hay otro emprendimiento que se llama Cabañas de Piedra, que cuenta con dos cabañas en alquiler. Ese es el único alojamiento privado. En el otro lote, central, paralelo a éste, está por terminarse una cabañita y enfrente a la playa hay otro proyecto que se llama Lago en el Cielo que va a tener cuatro cabañas terminadas en Noviembre.

El camping cuenta con todos los servicios, aunque todavía no tiene precios, es posible que para este verano se le ponga un costo mesurado, de acuerdo al lugar.

El restaurante

Locales comerciales: los hace el estado y luego los saca a licitación pública para su explotación. El Estado pone el rubro que se necesita en el lugar. Es una manera de regular los comercios. Hay una proveeduría, el otro es un parado enfrente a la playa. Tienen licitación público, por un precio base, la gente se presentó, y a la mejor oferta y presentación de la documentación que se pedía lo obtuvo para su explotación por una determinada cantidad de años. Dentro de la planificación, hay una rotonda y hay quince locales de cada sector, se van a ir haciendo de acuerdo al rubro que se necesite, tanto para la gente que vive en forma permanente como para los visitantes.

Estamos en la etapa dos del proyecto, el proyecto tiene tres etapas. Está planificado, para la tercera etapa, un hotel cinco estrellas. Falta

desmontar y hacer la infraestructura de electricidad y agua, para poder licitar el terreno.

Hay un lote al lado de la estación de servicio sobre la ruta donde hay lugar para un motel con veinte habitaciones y restaurante. La persona ya está esperando el crédito del gobierno para comenzar la obra. También hay pensado un hotel estándar de cincuenta habitaciones, del cual habría que buscar inversionistas.

Visitantes

A 150 kilómetros hay más de medio millón de habitantes, es una buena cantidad de población para que venga un turismo de fin de semana, tres días y dos noches para que vengan a hacer actividades, de hecho ese público ya nos está visitando. No una gran cantidad como lo será en el futuro, porque no estamos haciendo una campaña de marketing ni de promoción porque todavía no está la infraestructura necesaria para que la gente venga y no queremos que nos desborde y sea contraproducente. Una vez que contemos con más plazas de alojamiento y terminar de reafirmar la gastronomía y sumar más servicios sobre las actividades en el lago, ya sea guías de pesca, alguien que venda la carnada, alquiler de kayaks, cuatriciclos, recorridos en bicicleta, y entonces podemos hacer una campaña más importante, mientras tanto la cantidad de visitantes es limitada.

El otro sector importante de los visitantes son los pampeanos, en la provincia no hay un lugar tan lindo como Casa de Piedra, el atractivo que tiene con el embalse y con la infraestructura que se está realizando, por eso creo que para los pampeanos en el futuro va a ser el orgullo poder hablar de Casa de Piedra. Ese es otro público que queremos captar. La desventaja es que la ciudad más grande, Santa Rosa está a 380 kilómetros, pero los pampeanos para vacaciones llegan a hacer 600 kilómetros y mucho más, por lo cual si tienen buenos servicios no van a considerarlo un problema.

El otro sector que estamos captando desde hace unos años es la gente de Capital Federal y Gran Buenos Aires que van al Sur. Es un camino obligado saliendo por la ruta 5 hasta Santa Rosa hay 600 kilómetros. Y de ahí por la 35 y hasta Padre Burgo y a la derecha y empalman con la Ruta Nacional 152 y pasan directamente por Casa de Piedra y luego siguen su camino hacia los principales lugares turísticos de Patagonia. Lo que nosotros pretendemos es, de esos quince días que eligen la Patagonia es que en vez de elegir quince elijan doce y esos tres días se puedan quedar en Casa de Piedra, al menos por ahora. Después, consolidando más actividades y más servicios ojalá que la gente de Buenos Aires pueda usarlo como un destino turístico.

Proyecto integral turístico productivo

El proyecto productivo se centra en un lugar, Planicie Curacó, a un kilómetro y medio de la Casa De Piedra está desde los años setenta. La construcción del dique se pensaba, no sólo para regular los caudales sino aparte para sacar agua y regar la Planicie Curacó. Se hizo el dique, que llevó mucho tiempo, porque son obras millonarias, durante varios gobiernos inclusive y en el 80 se empieza a construir la obra civil para frenar el Río Colorado y empezar a hacer la regulación. En el 89 se termina la obra civil y se forma el lago y se empiezan a regular los caudales. Pero lo que nunca se hace es sacar el agua para regar, dejan todo preparado, la toma de agua con un tapón, el proyecto queda “cajoneado”. En 1996 se ve la posibilidad de colocar dos turbinas y pasar a ser en 1996 una central hidroeléctrica generadora de energía. Queda sin embargo el proyecto productivo todavía pendiente. Hasta que en el 2004 con la llegada del nuevo gobernador, se anuncia el desarrollo de este ente, y se pone en marcha este proyecto.

Hay además una villa transitoria, o “villa vieja” Casa de Piedra. Esa villa, que se empezó a construir en el 810, contaba con escuela, bar, correo, cuartel de bomberos, iglesia, una infraestructura importante, se llevo a cabo y en el 89 se desmanteló porque se terminó la construcción más

importante, que era la obra del dique, la obra civil y la gente se empezó a ir. Esta villa transitoria está a cien kilómetros al sur de esta nueva villa turística, llegaron a vivir 3500 personas. Está todo abandonado, desbastado. Mucho era prefabricado y se ha llevado a otros lugares, la escuela por ejemplo está instalada en Santa Rosa, funcionando en un barrio de allá y muchas otras cosas más. Mucha no se usó y quedó abandonada, del otro lado del dique. Muchos obreros podrían haberse quedado si el gobierno de La Pampa, hubiera llevado a cabo la obra de riego.

Actualmente la obra de riego está avanzada porque se hizo una obra de dos millones de pesos, tomando el agua, donde estaba el tapón, colocaron una válvula de un millón de pesos, Con la presión, ahora el agua podemos impulsarla alrededor de 1800 metros. Y la otra obra terminada prácticamente de 37 millones de pesos y bombear el agua desde ahí hasta Planicie Curacó que son veinte kilómetros, son siete bombas traídas de Israel con una red de cañerías extensa que están instaladas ya bajo tierra y entonces prácticamente ya el agua estaría impulsada ahí. Lo que todavía falta, y a mediados de 2010 en que la tierra ya se podría empezar a producir, es, dentro de todo ese campo parcelar el campo en lotes de 50 hectáreas y distribuirle a cada chacra el agua, la electricidad, los caminos y el sistema de drenaje, infraestructura necesaria para el productor.

Un hotel de tipo mediano en este sentido, podría tener su continuidad turística pero también su continuidad comercial con el sector productivo porque la sustentabilidad económica de todo el lugar va a estar pensada alrededor de este proyecto productivo.

Allí se cultiva la vid, frutas finas y secas, mucha producción de exportación, como por ejemplo la granada, que tiene un buen valor de mercado y tienen demanda en el mundo. Y la vid también, así como olivos, avellanas, nogales y parcelas para pasturas. Está basado en producción bajo riego israelí, expertos. Riego por goteo, aspersión y pivot, no por inundación.

Ya se han hecho los estudios de suelo y agua y ya determinaron el riego que se necesita de acuerdo a lo que se va a producir. El total del proyecto son 94000 hectáreas. Ya con 11000 el proyecto se pondría en realidad. Consideramos que es algo que todavía falta hacerlo realidad, no así el sector turístico, que se encuentra más consolidado. Este verano recibimos 7000 personas, creemos que por tres años trabajados es una buena cantidad de gente, la villa turística es una realidad, pero la parte productiva todavía necesita desarrollo.

Va a generar valor agregado porque el predio porque de un total de 11.000, 9.400 hectáreas serán las productivas, y el resto estará dedicado a procesamiento y empaque para que el producto salga con valor agregado, lo cual va a traer mano de obra.

Está pensado productivamente. Nosotros creemos que este lugar va a ser un importante centro turístico.

¿Qué significa sustentabilidad ambiental para ustedes?

No hay respuesta clara acerca de este concepto.

¿Cuál es la relación de las empresas con la comunidad?

Organizamos con la cooperadora de la escuela peñas de baile y algunas empresas pueden involucrarse con alguna donación para ese evento. Los comercios para el bingo donan algunos productos involucrándose socialmente hacia la comunidad.

La identidad de la comuna – Las campañas de marketing

Hay publicidades del gobierno, a través de lo político, ya que esto es un emprendimiento político, porque es una decisión política. Por eso, algunas personas conocen mucho de Casa de Piedra y otras no. durante el 2007 la promoción política se dio a través del Canal 3 de La Pampa, pero no se basa en lo turístico

El año pasado estuve en la Expo Patagonia y en la Feria Internacional del Turismo con Casa de Piedra para poder promocionarlo. Pero todavía no hay una fuerte promoción como seguramente la vamos a organizar dentro de unos años.

En este sentido no hay un producto o una fiesta importante que distinga Casa de Piedra.

La fiesta de la Trucha ya existe, por ejemplo. Después hay otras fiestas como la Fiesta del Agua

El Área Protegida

Dentro de la planificación de la urbanización hay un sector determinado cerrado sin modificar.

Porque a la vera del lago se ha desmontado y modificado el suelo.

Casa de Piedra es por ley Casa de Piedra, pero se ha construido, se ha forestado, se han hecho calles, se han abierto zanjas, pero hay un área donde no se modifica nada. Pero es un tema que no tiene mucha construcción, no interesa demasiado.

La fauna

Tortugas de grandes dimensiones. Liebre común, perdices.

Hay cría de chivos, pero no de corderos ni lechones y poco de vacunos.

Abastecimiento

Con la proveeduría la gente puede satisfacer sus necesidades básicas.

La proveeduría trabaja con los visitantes, los obreros pero no con la gente que trabaja para el Estado, porque ellos viajan en auto, hacen cien kilómetros hasta General Roca y hacen las compras mensuales, el resto lo compran en la proveeduría.

La comunidad

Para dar un ejemplo, por ejemplo, para el restobar de Casa de Piedra, de lo que gana la gente al restobar no le llega ni un 1 por ciento. La gente no gasta en la comuna. No hay cariño hacia el lugar por parte de la gente que vive, por ahora. La quiere más la gente que está haciendo su casita de fin de semana, que no viene a trabajar por obligación, que viene al lugar por gusto y para disfrutarlo que el propio habitante. No se sienten propios, no se sienten que tienen su futuro acá. El Estado les ha dado todo, una casa, que no pagan alquiler, luz, gas, les ha dado seguridad, salud, educación, obra social, todo lo necesario para que vivan cómodamente. Se han podido comprar su autito, y todavía no quieren al lugar. ¿Qué podríamos hacer para que quisieran este lugar? Para estar en Casa de Piedra lo tenés que querer al lugar, porque es un lugar que está totalmente aislado, más allá de que tenemos Internet y telefonía, pero a nuestro alrededor tenemos cien kilómetros para llegar al lugar más cercano...Es gente que ha venido de pueblos de los alrededores, pueblitos muy chicos, vinieron con su familia, y esos pueblos son muy chiquitos y no son lindos, y ellos es como que han caído de rebote, es como que han llegado pero todavía no lo saben valorar...Yo creo que los pueblos, sea ciudades o villas turísticas los hace la gente que vive y cómo viva va a ser el lugar. Y realmente este es un lugar de gente agradable, los visitantes se sienten bien atendidos con quien charlan del lugar, con respecto, etc. No es que la gente sea mala, simplemente es gente de pueblo que no tiene visión de futuro. Ellos, durante el fin de semana, sacando su actividad permanente, podrían haber desarrollado alguna actividad relacionada al turismo, ofrecer cosas para comer, artesanía o visita guiada, con un auto. Pero nunca lo han hecho, no se les ha prendido la lamparita todavía. Aquellos que viven permanentemente en el lugar no están comprometidos por el lugar, ni con el desarrollo turístico productivo de la villa ni creo que les interese aprender ni saber qué es lo que se está haciendo. Ahora estamos por hacer una capacitación con la Secretaría de Turismo de la Nación de concientización. De esto algo se puede

rescatar. Ellos van a tener dos capacitaciones anuales para que puedan involucrarse un poco más.

Por lo pronto, habiendo ahorrado bastante dinero, algunos ya se quieren volver a su pueblito.

Realmente es una pena porque el Estado lo ha hecho para que lo aprovechen los pampeanos. Vivir en un lugar turístico no es lo mismo que vivir en cualquier pueblo, donde no viene gente con problemas, viene gente con soluciones.

Experiencia personal

Sergio Alvez

Empecé a vivir en Casa de Piedra cuando vivían diez personas. Recién estaban poniendo la iluminación, todavía estaban poniendo la antena de telefonía celular, no teníamos Internet, recién estaba llegando el agua potable. Y yo vivo desde ese momento. El primer año, 2007 fue un poco duro. Tuve que atender a los turistas, a los inversionistas, pero al mismo tiempo ayudar a la gente que se quedaba sin combustible, hacer de mecánico, y todos venían a mi casa o a mi oficina. También atendía al camping, y a las urgencias que se daban allí. En el 2008 se fueron organizando mejor las cosas, vino más personal, se abrió el Ente Comunal Casa de Piedra donde los inversionistas pudieron acudir, y se abrió la estación de servicio.

Y con otro empleado más, la oficina de turismo puede estar abierta durante todo el año.

Viene muchísima gente a consultar por lotes, interesada en invertir y que cree en el proyecto.

En lo personal, no sé si me voy a quedar acá permanentemente, pero mientras esté acá voy a hacer todo lo que pueda por Casa de Piedra. Tengo otras posibilidades también.

Tengo más expectativas con la gente que está construyendo sus casas de fin de semana, incluso porque ellos pueden prestar más servicios a los mismos visitantes. La gente que ha comprado y está haciendo su casa es gente relacionada con la actividad náutica, dentro del lago o la pesca. Ellos son la gente que va a desarrollar el lugar.

Un ejemplo es Ricardito, que viene de Buenos Aires, pasó en el 2006 en auto, en noviembre, volviendo de la Patagonia, se dedica al transporte de embarcaciones grandes, es retirado de las FFAA, casado. Hablamos del proyecto, nos conocimos y se quedó enganchado, esperó al 2007, en que salió la licitación, fue y compró un pliego, compró un lote él y otro lote su mujer ya prácticamente tiene terminada la casa. Va a dejar su actividad, se va a instalar en casa de Piedra y tiene muchas intenciones de fundar una escuela de náutica. Quiere becar a los chicos que viven en este lugar, para que se vayan entusiasmando en estas actividades.

Tiene otra visión, ha recorrido la Argentina, nos mira de otra manera. En cambio los chicos que viven acá han salido de un pueblo, no sé si conocen Buenos Aires ni siquiera.

Hay otras personas de Villa Regina, localidad a 140 Km. De Casa de Piedra que conforman el Club Náutico y tienen casa acá, entonces quieren invertir en infraestructura para desarrollar actividades acá.

La actividad más interesante es la del lago. La pesca se da muy bien. Cuando hay viento el lago es ideal para hacer windsurf porque el viento es de SO, sopla de adentro para afuera, y en verano hay que aprovechar la playa que es extraordinaria. De los lagos de la Patagonia es el mejor lago para aprovecharlo como playa y balneario. Tiene seguridad y buena temperatura, y eso que es agua de deshielo. Pero necesita infraestructura para que la gente se pueda acercar. Si no limpiás la playa, si no ponés sombrillas, o construís un muelle para que

vengan embarcaciones más grandes está limitado para un público más pequeño.

Algo de turismo aventura también es posible, navegación aguas abajo en el río y algo de mountainbike.

Contaminación

Una de las cosas que todavía no tenemos es una planta de reciclado de residuos. Es todo reciente, la escuela está en su segundo año de funcionamiento. Estábamos viendo un poco la posibilidad de que la escuela se haga cargo de un proyecto de reciclado de residuos para educar a los niños. Para nosotros es importante empezar a hacerlo desde ahora, al ser tan pocos, para poder concientizar a la población, lo cual puede ser más difícil después. Esto está todavía en el aire porque todo va llegando de a poco.

También tenemos el Código Urbano Ambiental para la Edificación en Casa de Piedra

Legislación Hotelería de la Provincia de La Pampa

Decreto Nº 2686/78