

# SAN IGNACIO

## Un Potencial Centro Turístico En el Valle de Calamuchita



Facultad de Turismo y Hospitalidad  
Licenciatura en Turismo

Alumna: Vanesa Gorgone  
Matrícula: 24754



Buenos Aires, septiembre del 2010.

## Dedicatoria

*Todo el amor con el que realice este trabajo final se lo quiero dedicar principalmente “al Aye”, por haber sido un SER muy importante y uno de los fundadores de San Ignacio. No tengo dudas que estaría muy orgulloso con este trabajo. También a Susi, Negro y Dana por permitirme conocer este lugar maravilloso.*

*Vanesa.*

## Agradecimientos

*A todas las personas que me acompañaron e hicieron posible este logro:  
Familia, Amigos y profesores que me guiaron durante todos estos años.  
En especial a Lía Oviedo por la paciencia y predisposición siempre.  
Con todo mi amor.*

## Resumen

El presente trabajo fue realizado en carácter de Trabajo Final Integrador, a fin de obtener el título de Licenciada en Turismo de la Universidad Abierta Interamericana por Vanesa Andrea Gorgone en el período de enero 2010 – septiembre 2010.

Por medio de esta investigación se realiza un análisis exploratorio - descriptivo sobre la localidad de "San Ignacio", ubicada en el Valle de Calamuchita, provincia de Córdoba, República Argentina.

Tiene entre sus objetivos, hacer un diagnóstico cuantitativo y cualitativo en referencia a su sistema turístico, para relevar sus recursos actuales y descubrir sus recursos potenciales, los cuales se puedan adaptar para confeccionar un innovador producto turístico. A partir de éste se plantearán estrategias para desarrollar y posicionar al destino como un producto turístico sumado al Valle de Calamuchita. Se analizarán diferentes aspectos para aportar información, datos y conocimientos que puedan ser de interés en la localidad para una futura gestión de la actividad turística.

La localidad de "San Ignacio", al igual que muchos otros pueblos del resto del país, sufrió el deterioro de su atractivo natural más importante, el río Santa Rosa que desemboca en sus costas. Los trabajos realizados allí, como la extracción de arena, piedras y agua; para la construcción de la Represa Hidroeléctrica Cerro Pelado dejaron algunos pozos o piletones que perjudicaron el cauce del río y su desarrollo turístico. Este trabajo propone identificar recursos que permitan un desarrollo turístico sustentable y de esta manera una alternativa de desarrollo y salida a las distintas situaciones críticas que tuvo y tiene que soportar.

La identificación de los mencionados recursos, se realizó mediante la recolección de datos por medio de fuentes primarias (observaciones – entrevistas – encuestas) en la localidad. Por otra parte se obtuvo información secundaria de diversas publicaciones. Con los datos obtenidos, y tras su análisis en conjunto con el marco teórico descripto, se logró identificar el grado en que el turismo contribuye con la generación de ingresos y la creación de empleo, entre otros, como así también las problemáticas que presenta la localidad.

Finalmente, se formulan una serie de propuestas, destinadas al aprovechamiento de oportunidades detectadas durante la indagación realizada para la elaboración del presente Trabajo Final; y a su vez quedará abierta al futuro aporte de nuevas propuestas e ideas para el mejor desarrollo sustentable del pueblo de San Ignacio.

*“La aventura de viajar consiste en ser capaz de vivir como un evento extraordinario la vida cotidiana de otras gentes en parajes lejanos a tu hogar”*

*Javier Reverte*

## ÍNDICE

Dedicatoria  
Agradecimientos  
Resumen  
Índice

---

• **PRIMERA PARTE – Introducción a la investigación**

### Capítulo I

1.1 Título de la investigación.....	Pág. 11
1.2 Tema de estudio.....	Pág. 11
1.3 Introducción.....	Pág. 11
1.4 Justificación.....	Pág. 12
1.5 Propósitos.....	Pág. 13

### Capítulo II

2.1 Problemática.....	Pág. 14
2.1.1 Problemática principal.....	Pág. 14
2.1.2 Problemáticas secundarias.....	Pág. 14
2.2 Hipótesis.....	Pág. 15
2.3 Objetivos.....	Pág. 15
2.3.1 Objetivo general.....	Pág. 15
2.3.2 Objetivos específicos.....	Pág. 16
2.4 Limitaciones.....	Pág. 16
2.5 Antecedentes.....	Pág. 16

- **SEGUNDA PARTE – Marco Teórico de la investigación**

**Capítulo I**

1.1	Marco referencial.....	Pág. 18
1.1.1	Características generales. Córdoba.....	Pág. 18
1.1.2	Características generales. San Ignacio.....	Pág. 24
1.1.3	Flora.....	Pág. 25
1.1.4	Fauna.....	Pág. 25
1.1.5	Clima.....	Pág. 25
1.1.6	Un poco de Historia.....	Pág. 25

**Capítulo II**

1.2	Marco Conceptual.....	Pág. 30
2.1.1	Turismo. Turistas.....	Pág. 30
2.1.2	Diagnóstico turístico.....	Pág. 31
2.1.3	Espacio turístico. Centros. Corredores.....	Pág. 33
2.1.4	Sistema turístico.....	Pág. 34
2.1.5	Turismo y entorno natural.....	Pág. 41

- **TERCERA PARTE – Desarrollo metodológico de la investigación**

**Capítulo I**

1.1	Aspectos metodológicos.....	Pág. 44
1.2	Tipo de diseño.....	Pág. 44

1.3 Universo de estudio, Unidad de análisis y variables.....	Pág. 45
1.3.1 Identificación y operacionalización de unidades de análisis.....	Pág. 46
1.4 Fuentes de información.....	Pág. 52
1.5 Relevamiento de la información.....	Pág. 53
1.6 Instrumentos de recolección de datos.....	Pág. 54
1.6.1 Observación.....	Pág. 54
1.6.2 Entrevistas.....	Pág. 55
1.6.3 Encuestas.....	Pág. 56

## Capítulo II

2.1 Análisis del sistema turístico.....	Pág. 57
2.1.1 Relevamiento e inventario de atractivos.....	Pág. 58
2.1.2 Análisis de atractivos.....	Pág. 67
2.2 Análisis de entrevistas.....	Pág. 67
2.3 Análisis de encuestas.....	Pág. 74
2.3.1 Demanda turística.....	Pág. 74
2.3.2 Comunidad local.....	Pág. 96
2.4 Equipamiento turístico.....	Pág. 102
2.4.1 Inventario.....	Pág. 102
2.5 Instalaciones turísticas.....	Pág. 108
2.5.1 Inventario.....	Pág. 108
2.6 Actividades turísticas.....	Pág. 112
2.6.1 Inventario.....	Pág. 112
2.7 Infraestructura turística.....	Pág. 115

2.7.1 Inventario.....Pág. 115

2.8 Superestructura turística.....Pág. 122

2.8.1 Inventario.....Pág. 125

• **CUARTA PARTE – Conclusiones y Propuestas de la Investigación**

1 Análisis FODA.....Pág. 129

2 Conclusiones.....Pág. 131

3 Propuestas.....Pág. 134



Bibliografía general.....Pág. 135

Anexos de la investigación.....Pág. 138

PRIMERA PARTE  
Introducción a la Investigación



## Capítulo I



### 1.1 Título de la Investigación

“San Ignacio” Un Potencial Centro Turístico en el Valle de Calamuchita.

### 1.2 Tema

Se intentarán definir estrategias, propuestas o acciones a partir de un diagnóstico previo del sistema turístico para el desarrollo de San Ignacio como destino turístico, en el Valle de Calamuchita, provincia de Córdoba, República Argentina. El período investigado fue desde enero del 2010 hasta septiembre del 2010.

### 1.3 Introducción

El turismo registra una de las mayores tasas de crecimiento de la economía mundial, para muchas naciones y regiones del mundo constituye una de sus actividades fundamentales, generadoras de ingreso, empleo y desarrollo; en el país es uno de los más importantes generadores de divisas y de nuevos empleos; es que de la mano de los visitantes extranjeros, que año tras año baten record de visitas, el turismo sigue creciendo a paso firme en La Argentina. La oferta de lugares y de actividades es tan variada como el país, y últimamente se aprecian elevadas preferencias por el conocimiento de espacios naturales prístinos y culturas locales.

Desde los comienzos del turismo en Argentina, la provincia de Córdoba fue uno de los centros principales de esa actividad, merced a una serie de factores concurrentes entre los cuales se destacan la belleza paisajística de sus serranías y la bondad de su clima. Aire puro, abundante sol, y temperaturas agradables en casi todos los meses del año, tiñen el paisaje de diferentes tonos a medida que las estaciones van dejando colores en la vegetación. Tantas son las cualidades de este clima, que años atrás, cuando la medicina aún mantenía una estrecha relación con la naturaleza, Córdoba era recomendada como lugar en donde aliviar los males respiratorios y otras enfermedades.

Gracias a esto, personalidades de la talla de Lino Spilimbergo, o Ernesto Che Guevara, llegaron a esas tierras y formaron allí parte de su historia.

El siguiente trabajo surge por la necesidad de desarrollar nuevos recursos económicos en la provincia, en particular, para los habitantes de la zona elegida y que ésta pueda incluirse en los circuitos turísticos de la provincia como un destino potencial dado que cuenta con diferentes atractivos de escaso conocimiento.

Se intenta integrar a la localidad de San Ignacio en la provincia de Córdoba dentro del producto turístico del Valle de Calamuchita. Es éste, un pueblo que se encuentra rodeado de algunos destinos desarrollados turísticamente, como Santa Rosa de Calamuchita, Villa General Belgrano, La Cumbrecita, Villa del Dique, Embalse Río III, Villa Rumipal y otros.

Por medio de esta investigación se busca plantear diferentes propuestas o estrategias a partir de un diagnóstico previo, que permita conocer los recursos turísticos actuales y potenciales del destino y de ésta forma convertir a la localidad en un importante centro turístico.

En este lugar se puede disfrutar, de la tranquilidad que ofrece la naturaleza, del paisaje, del Río Santa Rosa con sus playas de arena blanca y agua cristalina, que tiene la particularidad de desembocar en el Lago de Embalse Río III, donde la pesca y las actividades acuáticas son su principal atractivo.

Además de sus atractivos naturales, el pueblo tiene su historia ya que los primeros pobladores fueron los aborígenes de la cultura Comechingón de la cual hoy, se hallan vestigios en cuevas, arroyos y sobre las costas del lago. En la época de la colonización se establecen los jesuitas de la orden de San Ignacio de Loyola, luego estas instalaciones fueron utilizadas como prisión de los ingleses durante las invasiones.

Teniendo en cuenta el poco conocimiento que existe sobre dicha localidad y los atractivos turísticos que en ella se encuentran, es que se plantea lo novedoso de esta investigación, ya que no existe prácticamente información o difusión sobre el tema a desarrollar.

En el proceso se tomarán en cuenta los recursos turísticos del lugar, como así también a la comunidad local, la cual es de suma importancia para llevar a cabo toda actividad turística, asimismo se especificara el posible patrimonio turístico, en especial las instalaciones y el equipamiento turístico.

#### **1.4 Justificación**

Uno de los motivos por los cuales se eligió a la localidad de San Ignacio para realizar esta investigación, es que se trata de un área aún no desarrollada en lo que se refiere a la actividad turística, a pesar de tener muchos elementos que se pueden aprovechar para desarrollar el potencial turístico.

San Ignacio cuenta con diferentes atractivos turísticos y la idea de este trabajo es que se puedan aprovechar para armar interesantes circuitos e integrar el destino a los ya ofrecidos dentro del Valle de Calamuchita, aprovechando la ventaja que tiene la localidad con la cercanía de un mercado emisor tan importante como la ciudad de Córdoba.

Con la base de un diagnóstico turístico en San Ignacio, se pretende responder a la necesidad real que presenta el sistema turístico, como la posibilidad de desarrollo de nuevos recursos turísticos, beneficios para los residentes, inversores y turistas, mejorando de esta manera la calidad ofrecida.

Este trabajo surge fundamentalmente con la intención de lograr propuestas interesantes, para mejorar la imagen de la localidad, para que sea descubierta como producto turístico, que sea disfrutada por los turistas que desean conocer el lugar y así lograr una revalorización de la localidad.

### 1.5 Propósitos

- ✓ El primer propósito o punto de partida de esta investigación es entender el funcionamiento del sistema turístico de San Ignacio en la provincia de Córdoba.
- ✓ Por otro lado aportar propuestas para desarrollar turísticamente y de manera sustentable la localidad.
- ✓ Y colaborar por medio de esta investigación con todos aquellos interesados en el tema, para la elaboración de un futuro plan de desarrollo. Para ello el presente trabajo puede ser de gran utilidad para los diferentes actores que participan en la actividad turística de la región.

## Capítulo II



### 2.1 Problemática

#### 2.1.1 Problemática principal

Esta investigación se plantea a través de las siguientes preguntas principales:

- ¿Cuál es la situación actual del sistema turístico de la localidad de San Ignacio?
  
- ¿Cuáles son las propuestas adecuadas para el mejoramiento o desarrollo actual y potencial del sistema turístico de la localidad de San Ignacio en el período de enero del 2010 hasta septiembre del 2010?

#### 2.1.2 Problemáticas secundarias

De la problemática principal se derivan los siguientes interrogantes secundarios:

- Teniendo en cuenta que no existe un inventario turístico desarrollado y que los atractivos son la materia prima del turismo ¿Qué atractivos turísticos reales y potenciales puedo identificar en la localidad de San Ignacio?
- ¿En qué condiciones se encuentra el equipamiento, las instalaciones y la infraestructura que posee esta localidad?
- Uno de los elementos que integran el sistema turístico es la demanda, sin ella no hay consumo, entonces puedo preguntarme ¿Existen servicios turísticos adecuados, pensados para los visitantes que se acercan a San Ignacio?

- ¿Cuál es el perfil de los turistas que visitan San Ignacio durante el período de enero del 2010 hasta septiembre del 2010?
- ¿Cuáles son las actividades turísticas – recreativas que ofrece el destino?
- La comunidad local es de suma importancia en el desarrollo turístico de una localidad, por este motivo ¿Cómo es la interacción del visitante con la comunidad local?
- Es relevante que el sistema turístico funcione adecuadamente ¿Existen organismos especializados para regular el funcionamiento de todo el sistema? ¿Cuál es la composición y función de la superestructura?
  
- Una vez finalizado el diagnóstico ¿Qué propuestas de mejora surgen en la localidad de San Ignacio para un eficiente funcionamiento de su sistema turístico?

## 2.2 Hipótesis

Tomando como referencia a Carlos Sabino<sup>1</sup>, podemos mencionar que esta investigación no precisa de hipótesis, debido a que se va a realizar un trabajo de tipo *exploratorio – descriptivo*.

Al ser exploratorio, se pretende alcanzar una visión general o aproximativa del tema de estudio y hasta el momento no existe un conocimiento tal que permita formular hipótesis precisas. Como se va a trabajar sobre algo que se va a explorar, no se pueden realizar proposiciones afirmativas ni otras.

Por otro lado, al ser descriptivo, no se ocupa de la verificación de hipótesis sino de la descripción de hechos.

Por lo tanto las preguntas y los objetivos planteados son los que actuarán de guías durante la investigación.

## 2.3 Objetivos

### 2.3.1 Objetivos generales

- Realizar un diagnóstico de la situación actual de la localidad de San Ignacio, en la provincia de Córdoba, durante el período de enero del 2010 hasta septiembre del 2010, en cuanto al funcionamiento de su sistema turístico desde la perspectiva de un desarrollo turístico sustentable.
  
- Elaborar estrategias o propuestas para el desarrollo turístico de la localidad de San Ignacio, en la provincia de Córdoba.

---

<sup>1</sup> Sabino C. Como se hace una tesis. 1a Ed. Caracas: 1994.

### 2.3.2 Objetivos específicos

- Analizar los atractivos turísticos de la localidad de San Ignacio.
- Releva el equipamiento turístico de la localidad de San Ignacio y los tipos de servicios que se brindan.
- Caracterizar el perfil del turista.
- Determinar los tipos de instalaciones turísticas con las que cuenta la localidad de San Ignacio.
- Analizar los elementos que componen la infraestructura turística de la localidad de San Ignacio.
- Conocer el interés de la comunidad local por el desarrollo turístico del destino.
- Analizar la superestructura.
- Conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del destino.

### 2.4 Limitaciones de la Investigación

Una de las limitaciones para realizar esta investigación es la escasa información que brindan los diferentes organismos relacionados con el turismo de la provincia de Córdoba, ya sea la Casa de la Provincia, la oficina Regional de Turismo del Valle de Calamuchita, o las páginas de internet, en relación a este destino.

Además debemos agregar que no contamos hasta el momento con series estadísticas sobre la demanda.

### 2.5 Antecedentes

Desde que se inició la presente investigación y después de una exhaustiva búsqueda de información sobre investigaciones previas relacionadas con el objeto de estudio, me encontré ante un gran problema, no existen informes sobre el lugar a investigar ni trabajos anteriores que aborden este tema.

SEGUNDA PARTE  
Marco Teórico de la Investigación



## Capítulo I



### 1.1 Marco Referencial

#### 1.1.1 Características generales. Provincia de Córdoba.

##### Datos geográficos

Para introducirnos en el tema, vamos a mencionar que la provincia de Córdoba está situada en el centro del territorio continental de la República Argentina.

Tiene, por su ubicación geográfica dentro del territorio nacional, una situación mediterránea y céntrica. Rasgos físicos y políticos contribuyen a destacar aún más ésta posición, ya que Córdoba es nudo de articulación de diversas regiones naturales, siendo también la provincia argentina que limita con el mayor número de provincias:

- al norte y noroeste: limita con las Provincias de Santiago del Estero y Catamarca
- al oeste: con La Rioja y San Luis
- al sur con La Pampa y Buenos Aires
- al este con la provincia de Santa Fé

Cuenta con una superficie de 165.321 km<sup>2</sup>. y una población de 3.066.801 habitantes<sup>3</sup>.

El paisaje de Córdoba tiene una característica muy particular: combina valles, pampas y cerros, con vegetación y fauna reconocida por su diversidad. Los valles serranos, constituyen desde antigua data uno de los principales atractivos y en ellos fue desarrollándose progresivamente la actividad turística.

Actualmente, Córdoba recibe un promedio anual superior a 5.000.000 de turistas; quienes se alojan en hoteles, colonias, cabañas, hosterías, apart-hoteles, complejos turísticos, casas de alquiler y otras modalidades. Cuenta además con un importante conjunto de equipamiento recreativo (teatros, restaurantes, confiterías, locales nocturnos, etc.) lo que la convierte en uno de los principales destinos turísticos nacionales e internacionales.

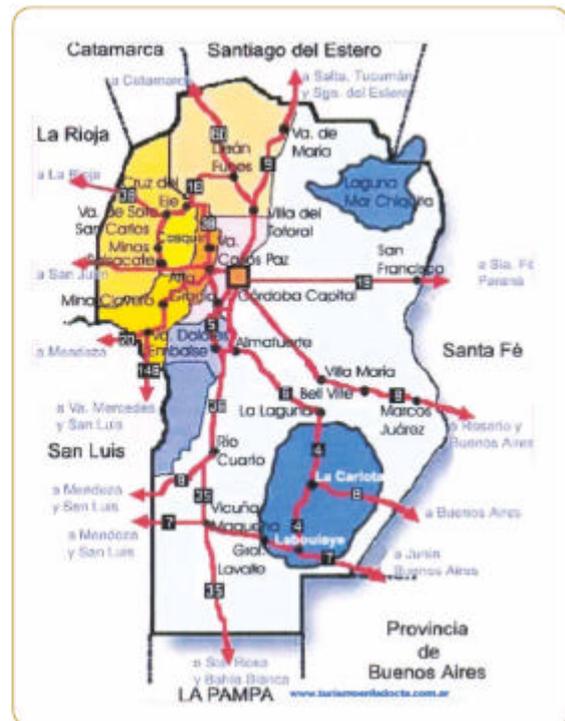
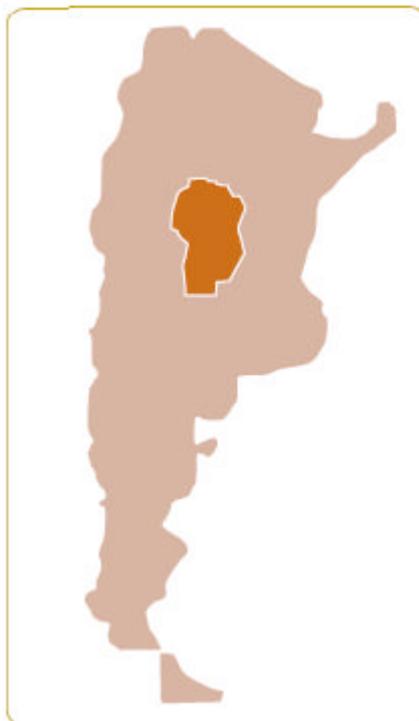
---

<sup>2</sup> Fuente: Libro “Dirección de Inversiones y Servicios Turísticos. Área Inversiones” Pág. 15.

<sup>3</sup> Fuente: Libro “Dirección de Inversiones y Servicios Turísticos. Área Inversiones” Pág. 15.



América Latina



Fuente: Libro "Dirección de Inversiones y Servicios Turísticos. Área Inversiones"

## Conectividad

La provincia de Córdoba, gracias a su ubicación estratégica, es nudo de comunicaciones desde la época de la colonia; y propone para la oferta turística más de 100.000 Km. de acceso por rutas y caminos, junto a una excelente oferta de medios de transporte tanto terrestres como aéreos.

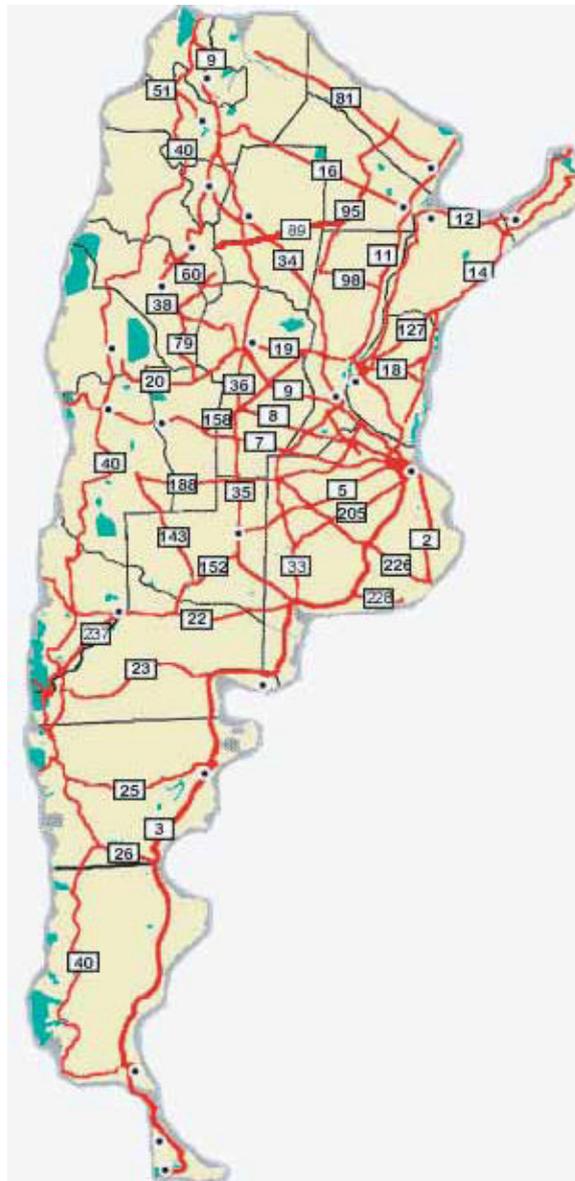
La **Estación Terminal de Ómnibus** de la ciudad de Córdoba, se encuentra ubicada estratégicamente entre calles y avenidas que conectan rápidamente con rutas provinciales y nacionales. Una amplia

gama de empresas brindan servicios de transporte que llegan a diversos puntos locales, destacando la posibilidad de acceder en poco tiempo a los distintos lugares turísticos de las sierras cordobesas. También empresas de líneas ejecutivas comunican Córdoba con el resto del país, al igual que con países limítrofes como Brasil, Chile, Paraguay, Uruguay, Perú y Bolivia.

El **Aeropuerto Internacional de Córdoba Ingeniero Ambrosio Taravella** ubicado a 11 km. del centro de la Ciudad de Córdoba, es nexa con provincias como Mendoza, Tucumán, Jujuy y Salta entre otras y Ciudad Autónoma de Buenos Aires; y además brinda servicios aéreos desde y hacia puntos internacionales como Brasil, Chile, Uruguay y Paraguay.

El **Ferrocarril Mitre**, ubicado frente a la terminal de Ómnibus y a muy pocas cuadras del centro dispone de líneas con destino a Villa María y Buenos Aires.

### Rutas de acceso



### Rutas Nacionales<sup>4</sup>

Las distancias entre Córdoba capital y las ciudades más importantes de la República Argentina y Sudamérica son:

Desde Córdoba a:	Km.	Recorrido	Desde Córdoba a:	Km.	Recorrido
■ Asunción (Paraguay)	1.115	Por rutas 9, 8, 7 y 51	Rosario	406	Por ruta 9
Bahía Blanca	979	Por rutas 5, 36 y 35	Salta	913	Por rutas 9, 55 y 34
Bariloche	1.616	Por rutas 36, 35 y 152	San Juan	447	Por ruta 20
Buenos Aires	703	Por ruta 9	San Luis	407	Por rutas 5, 36, 8 y 7
Catamarca	373	Por rutas 9, 60 y 38	San Martín de los Andes	1.642	Por rutas 36, 35, 152 y 22
Comodoro Rivadavia	2.159	Por rutas 9, 4, 7, 5 y 3	San Pedro (Jujuy)	934	Por rutas 9, 55 y 34
Corrientes	895	Por rutas 19 y 11	San Rafael (Mendoza)	896	Por rutas 36, 8, 7 y 40
Formosa	995	Por rutas 19 y 11	San Salvador de Jujuy	936	Por rutas 9, 55 y 34
Humahuaca	1.074	Por rutas 9, 55 y 34	Santa Cruz	2.604	Por rutas 5, 36, 35 y 3
La Plata	788	Por rutas 19 y 11	Santa Fe	329	Por ruta 19
La Quiaca	1.236	Por rutas 9, 55 y 34	Santa Rosa (La Pampa)	630	Por rutas 5, 36 y 35
La Rioja	459	Por rutas 20 y 38	Santiago de Chile (Chile)	978	Por rutas 36, 8 y 7
Mar del Plata	1.145	Por rutas 9, 11 y 2	Santiago del Estero	444	Por ruta 9
Mendoza	616	Por rutas 20 y 40	Termas de Río Hondo	512	Por ruta 9
Merlo	221	Por rutas 20, 14 y 148	Termas de Villavicencio	716	Por rutas 5, 36, 8 y 7
■ Montevideo (Uruguay)	1.000	Por rutas 19, 18 y 130	Trelew	1.698	Por rutas 5, 36, 35 y 3
Necochea	1.100	Por rutas 9, 8, 188 y 3	Trenque Lauquen	814	Por rutas 9 y 8
Neuquén	1.157	Por rutas 5, 35, 152 y 22	Tucumán	599	Por ruta 9
Olavaria	904	Por rutas 9, 4, 7 y 226	■ Uruguayana (Brasil)	800	Por rutas 19, 126 y 127
Paraná	359	Por rutas 19 y 18	Ushuaia	3.477	Por rutas 5, 36, 35, 22 y 3
Posadas	1.129	Por rutas 19, 11 y 12	Uspallata	770	Por rutas 5, 36, 8 y 7
Puerto Madryn	1.439	Por rutas 5, 36, 35 y 3	■ Valparaíso (Chile)	1.133	Por rutas 36, 8 y 7
Punta del Este (Uruguay)	1.082	Por rutas 19 y 18	Viedma	1.206	Por rutas 5, 36, 35 y 3
Rafaela	292	Por rutas 9, 93, 94 y 16	■ Viña del Mar (Chile)	1.130	Por rutas 36, 8 y 7
Rawson	1.717	Por rutas 5, 36 y 35	Río Grande	3.170	Por rutas 5, 36, 35 y 3
Resistencia	831	Por rutas 19 y 11	Río Gallegos	2.813	Por rutas 5, 36, 35 y 3
■ Río de Janeiro (Brasil)	3.389	Por rutas 19, 126 y 127			

Referencias: Destinos Nacionales - Destinos de Sudamérica

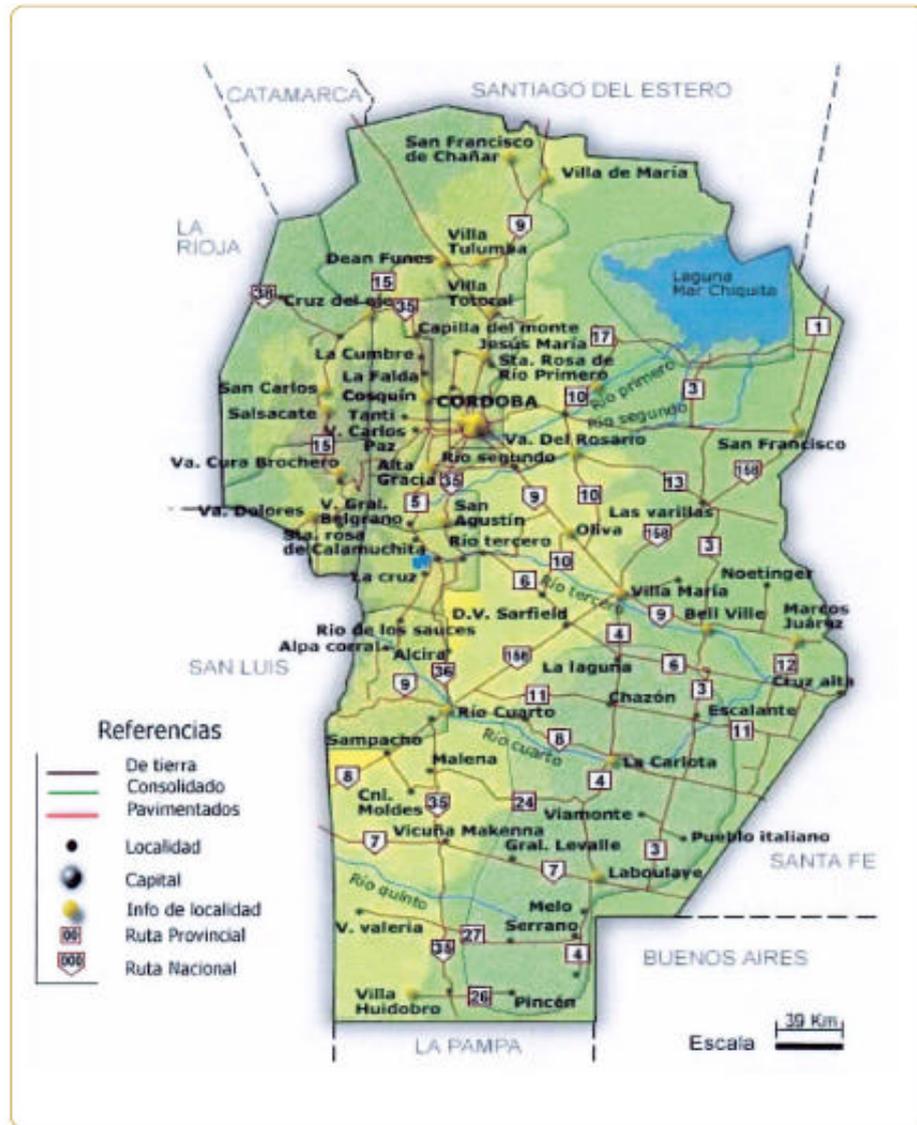
<sup>4</sup> Fuente Libro Dirección de Inversiones y Servicios Turísticos de la provincia de Córdoba.

## San Ignacio – Un Potencial Centro Turístico en el Valle de Calamuchita

Desde la Ciudad a:	Km.	Recorrido	Desde la Ciudad a:	Km.	Recorrido
Alta Gracia	39	Por ruta 5	Leones	244	Por ruta 9
Ascochinga	57	Por rutas 9 y 156	Los Cocos	99	Por rutas 20 y 38
Bialet Massé	56	Por rutas 20 y 38	Mina Clavero	122	Por rutas 20 y 14
Capilla del Monte	110	Por rutas 20 y 38	Miramar	190	Por rutas 19, 10 y 7
Cerro Colorado	157	Por ruta 9	Río Ceballos	36	Por camino a Pajas Blancas
Cosquín	50	Por rutas 20 y 38	Saldán	22	Por Av. Rafael Nuñez
Cruz del Eje	148	Por rutas 20 y 42	Salsipuedes	40	Por camino a Pajas Blancas
Dean Funes	120	Por rutas 9 y 60	San Marcos Sierra	129	Por rutas 20 y 38
Embalse	110	Por rutas 5 y 36	Tanti	51	Por rutas 20
Huerta Grande	83	Por rutas 20 y 38	Valle Hermoso	66	Por rutas 20 y 38
Jesús María	50	Por ruta 9	Villa Allende	16	Por Av. Rafael Nuñez
La Calera	24	Por Avenida Colon	Villa Carlos Paz	36	Por ruta 20
La Cumbre	96	Por rutas 20 y 38	Villa Dolores	166	Por rutas 20 y 14
La Falda	67	Por rutas 20 y 38	Villa General Belgrano	89	Por ruta 36
La Granja	55	Por camino a Pajas Blancas	Villa Giardino	73	Por ruta 38
			Villa María	144	Por ruta 9

En el cuadro anterior podemos ver la distancia desde Córdoba capital y las principales ciudades dentro de la provincia. **San Ignacio se encuentra a 125 km.**

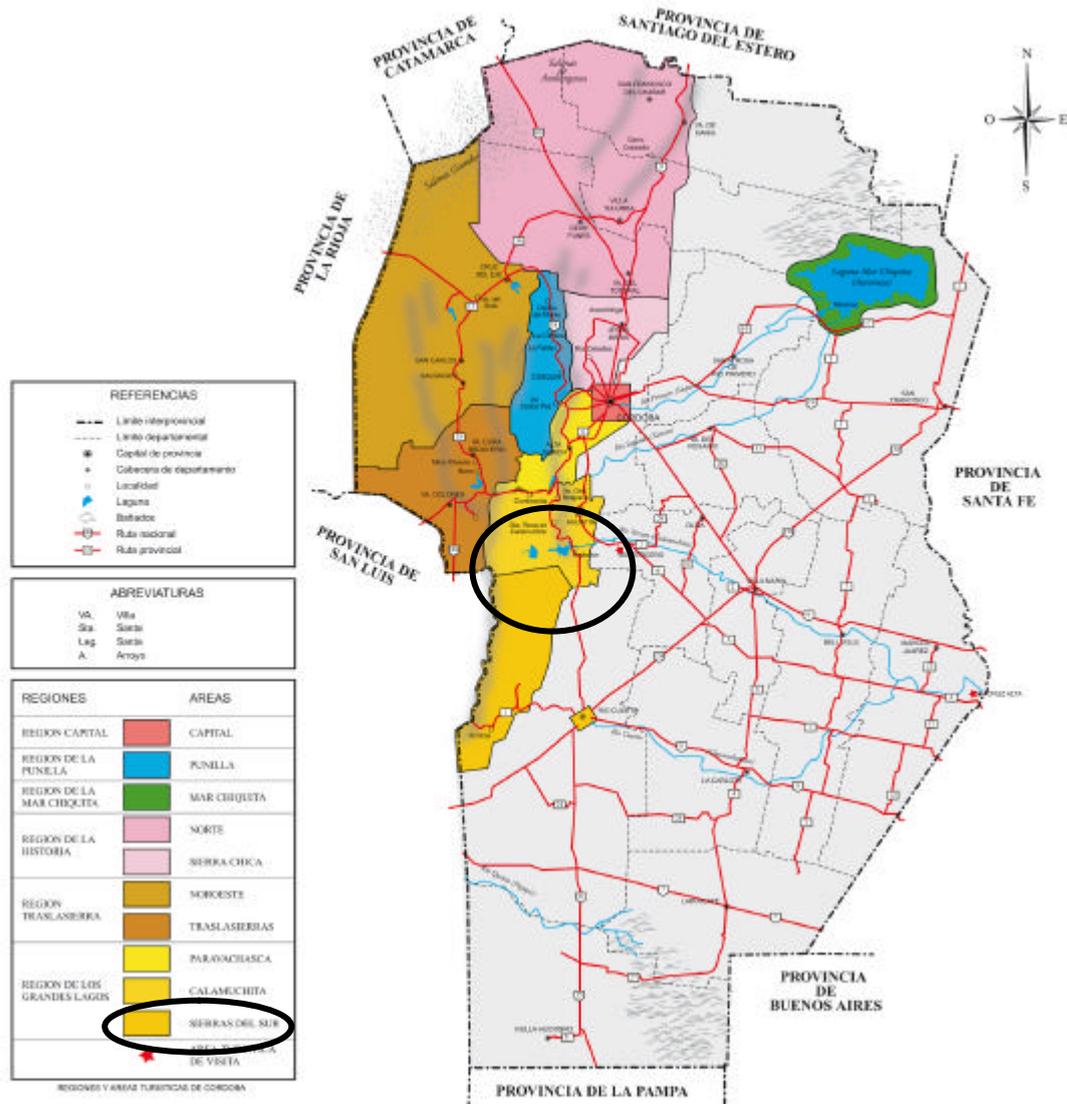
En el siguiente mapa podemos observar todas las rutas que abarca la provincia de Córdoba, una de ellas es la ruta provincial nro 5. Ésta nos conecta con el acceso principal a la localidad de San Ignacio, donde se deben recorrer 3 km. para llegar al pueblo por camino de tierra y ripio.



Rutas Provinciales<sup>5</sup>

El espacio turístico de la provincia se encuentra integrado en Regiones Turísticas conformadas por Áreas Turísticas asociadas en función de su proximidad geográfica, identidad cultural y potencialidad turística. Son diez áreas que podemos observar en el siguiente mapa con sus particulares bellezas y atractivos:

<sup>5</sup> Fuente Libro Dirección de Inversiones y Servicios Turísticos de la provincia de Córdoba.



Regiones Turísticas de Córdoba<sup>6</sup>

El Valle de Calamuchita, se encuentra ubicado en el centro-oeste de la provincia de Córdoba, sus condiciones geográficas están representadas, al oeste por las Sierras Grandes, integradas por la sierra de Comechingones y las Cumbres de Achala finalizando en el cerro más alto de la provincia, el Cerro Champaquí de 2884 mts., al este las Sierras Chicas.

Cuenta con gran cantidad de ríos que descienden de las Sierras Grandes e infinidad de arroyos de quienes se surten, cuyas desembocaduras forman numerosos embalses e imponentes atractivos. Sin lugar a dudas es una buena propuesta por riqueza histórica; por las características topográficas; porque la mano del hombre foresto grandes superficies, complementando las especies autóctonas.

<sup>6</sup> Fuente: libro de Plan Estratégico de Turismo Sustentable de la provincia de Córdoba



Podemos encontrar en su vegetación autóctona: molles, algarrobos, duraznillos, espinillos, tala, molle, pastizal, aromáticas, zarzamora, frutilla silvestre, fueron complementados con plantaciones de cipreses, pinares y otras especies forestales, centralizándose éstas en las sierras grandes, al oeste del Valle de Calamuchita.

#### 1.1.4 Fauna

En cuanto a su fauna, es destacable la presencia de animales oriundos como: pumas, vizcacha, zorro colorado, Liebre, Cuis, Topo, reptiles como, lagarto verde, Culebra, Yarara, Coral, y aves como el Biguá, Zorzal, Loica, Carancho, Alcon, Aguila, Jote, Condor. La cría de animales como corderos, chivos y cabras adornan los paisajes de las sierras del Valle de Calamuchita.

#### 1.1.5 Clima

Algunas características del clima son: vientos son constantes y soplan durante periodos de tres o cuatro días, disminuyendo al llegar la noche. Sobre el relieve de las sierras se forman nubes que tienden a desaparecer cuando cae la tarde. Este pseudo frente de tormentas rara vez produce lluvias, a excepción de algunos meses en que suelen sorprender con algunas precipitaciones dispersas. Al atardecer, las nubes comienzan a teñirse de naranja, transformando los relieves de la provincia en encantadoras imágenes.

El clima cordobés es típica expresión de una zona templada, con características específicas de provincia mediterránea.

#### 1.1.6 Un poco de historia

Es tierra de Comechingones y conocimiento aborígen. Las sierras de Córdoba fueron la cuna y el hogar de pequeños pueblos con estructura independiente, regidos por caciques portadores de la cultura y la sabiduría originaria. El valle de Punilla, Calamuchita, las Sierras del Sur, el actual departamento Ischilín y el Valle del Suquia o Río Primero, servían de contexto para la caza, la recolección, la agricultura y la ganadería. La cultura aborígen manifestaba sus creencias por medio del don de la palabra y el arte. Aleros en Cerro Colorado y otros rincones de la región, fueron el soporte de pictografías que dan muestra de la manera en que nuestros pueblos originarios.

La llegada de la colonización española a tierras cordobesas, encontró a sujetos de barba abundante y figura delgada y alta. Habitaban chozas semi subterráneas, construidas sobre pozos al ras del suelo, y hablaban una lengua diferente a la de la mayoría de los pueblos aborígenes del norte. El Sanavirón y sus respectivos dialectos era el lenguaje local, a

diferencia del Quechua, tan expandido en el resto del territorio argentino y sudamericano.

La ocupación del centro del suelo argentino fue iniciada por Francisco de Aguirre hacia el 1556, 64 años después de la llegada de Cristóbal Colón a tierras americanas. En 1573, el capitán Lorenzo Suárez de Figueroa, deja a Jerónimo Luis de Cabrera el testimonio de su expedición por Córdoba, como así también una descripción de sus pueblos originarios. El propósito de los conquistadores del Alto Perú era encontrar una ruta de acceso hacia el Río de la Plata. Fue esto lo que determinó la decisión de erigir la ciudad de Córdoba de la Nueva Andalucía, fundada a orillas del río Suquia el 6 de julio de 1573 por Don Jerónimo Luis.

Luego de su fundación, Córdoba integró la Gobernación del Tucumán con dependencia política hacia el Virreinato del Perú y a partir de 1776, formó parte del Virreinato del Río de la Plata. Fue el 5 de agosto de 1783, cuando mediada por la necesidad de dividir el Virreinato, la ciudad de Córdoba se declara capital de la intendencia y su primer Gobernador Intendente fue el Marqués de Sobremonte.

Con la conquista material de los colonos, vino la evangelización, la conquista de la fe. Los encargados de esta empresa fueron los Franciscanos. Llegaron más tarde los Jesuitas, que empeñados en tareas de educación y difusión del conocimiento, construyeron estancias en las afueras de la ciudad, el templo principal de La Compañía de Jesús, en el centro de la misma, así como fundaron la Universidad más antigua del territorio nacional en 1613. Los edificios desde donde se estableció un sistema cultural, religioso, educativo y político que rigió la vida en el territorio cordobés por cientos de años y cementó así sus bases. Entre 1599, año de arribo de la orden, y 1767, año de su expulsión, la provincia fue testigo de su labor cultural, económica y constructiva. *Tanto el "Camino de las Estancias", como la "Manzana Jesuítica", debido a su importancia histórica y cultural, fueron declaradas por la UNESCO en el año 2000 Patrimonio de la Humanidad.*

Los pueblos originarios, que habían sufrido la embestida de los conquistadores, fueron paulatinamente evangelizados. La desaparición de sus pautas culturales y su idioma, produjo la extinción de la mayoría de los Comechingones, cuyos sobrevivientes se fueron perdiendo en el mestizaje a través de los años.

A principios del siglo XIX, Córdoba ya era cuna de conocimiento y progresismo político. Se comenzaron a vivir los albores de la independencia, y la provincia fue convirtiéndose en terreno fértil de los esfuerzos que se expresaron en la Revolución de Mayo de 1810. Fue también central su papel en el encabezamiento de las consignas

autonomistas de las provincias del interior, en el intento de conformar el sistema federal, en ardua lucha contra los unitarios.

### La provincia de los Comechingones

La cordillera grande llamaban los españoles a la sierra de Viarapa o Chalaba, hoy Achala, que divide el valle donde se pone el sol o valle de Salsacate, poblado por tribus comechingones, del valle del sol que es el Valle de Calamuchita. Al sur del cerro Champaquí la sierra era llamada Yamcanta (Yacanto) es la que hoy denominamos Comechingones o sierra de Calamuchita. La provincia de los Comechingones fue... "una verdadera isla arqueológica que mantuvo libre de influencias extrañas, la vieja cultura autóctona del Noroeste, cuando ella había desaparecido de otras regiones...", afirma Francisco de Aparicio. Por relatos de Pedro Cieza de León en la crónica de las guerras del Perú, que es un relato de la civilización incaica del siglo 15, publicada en Amberes en 1554 y por relatos de soldados de la expedición de Diego de Rojas que combatieron al lado de Francisco de Mendoza, conocemos que los comechingones defendieron su territorio contra la invasión española, "puestos en escuadrón" y peleando durante la noche "trayendo lumbre muy escondida", se protegían el cuello con collares de cuero, usaban flechas envenenadas y para impresionar se presentaban con las caras pintadas, mitad negras y mitad coloradas.

Los conquistadores españoles continuaron la expedición de Rojas y entraron en la región de "Córdoba del Tucumán". Encontraron indígenas distintos a los conocidos, pues eran gente barbuda que vivía en cuevas semisubterráneas, característica de las tribus comechingones.

Ha sido largamente debatida la vivienda de los primitivos habitantes de Córdoba. Las observaciones arqueológicas de Rex González en "los Fondos de vivienda" encontrados en Rumipal, coinciden con las informaciones históricas conocidas "las casas son bajas y la mitad de la altura que tienen están bajo la tierra y entran a ella como a sótanos...". Poco sabemos de sus fiestas y Barzana nos dice que los comechingones eran dados a cantar y bailar, después de haber caminado todo el día, bailaban y cantaban en coro durante la mayor parte de la noche..."

### Origen del término Comechingón

El Origen del término Comechingón no está precisamente definido. Contamos con tres versiones; de acuerdo con su etimología procedería de *comi* "serranía" o "sierra"; *chin*, "pueblo"; y el sufijo *gon*, plural de la palabra pueblo: "pueblos de las serranías". Esta misma versión tiene una variante, la traducción de *gon* sería "abundancia", por lo que el nombre resultante es: "valle serrano de muchos pueblos". Otra teoría dice que el término Comechingón se traduce: "los que viven en las cuevas" y habría surgido al ser bautizados de este modo por su tribu

vecina, los Sanavirones, que hacían referencia al hecho de que con frecuencia los comechingones moraban en cuevas. La última versión tiende a afirmar que comechingón quiere decir “muera-muera” o “matar”. Según la mirada, habría sido su grito de guerra y les ha quedado como nombre por su uso reiterativo.

### Su cultura

Los Comechingones vivieron a ambos lados de las sierras de Córdoba, desde Cruz del Eje hasta las proximidades de Achiras, en el departamento de Río Cuarto, tomando además una parte de la provincia de San Luis. El límite sur estuvo establecido por los últimos cerros de las Sierras de los Comechingones.

### Las Ruinas de San Ignacio y las Estancias de los Jesuitas

A una legua de Santa Rosa, sobre la margen derecha del camino que conduce a Amboy -cuna del certificador Dalmacio Vélez Sársfield- frente a la vieja casona de Manuel Verde, llama la atención un conjunto de corpulentos y añosos Algarrobos que rodean como un marco a una casa de construcción antigua que conserva su techo colonial.

Esta casa -actualmente habitada- es lo único que queda de la vieja "Estancia de los Santos Ejercicios" de San Ignacio. Construida por los jesuitas en 1726 con donaciones privadas del comerciante vasco Pedro Echezaroga en tierras adquiridas a los criollos Pedro Carranza y Clemente Baigorri, dueños de Atumpampa y Guaypolo, todavía conserva sus puertas de grandes cerrojos y sus ventanas de madera de Algarrobo. Penetrando en la casa vemos los cuartos o dormitorios contruidos de piedra y de barro, con techos de tirantes de madera y de caña debajo de la teja colonia. Una escalera de piedra que arranca del exterior, conduce a una dependencia ya derruida que servía de Atalaya.

Los jesuitas aprovecharon los ríos y los declives naturales para construir canales de regadío a sus huertas y chacras. De estos viejos canales de riego quedan todavía algunos como el que tiene su toma en el Río Santa Rosa y llega hasta San Ignacio, pasa por el campo de Laura Malbrán de Carmona, hoy de Copello. El canal que sale del Río Los Reartes y pasa por la pampa que pertenecía a don Juan Rodríguez, data de esa época.

### Los prisioneros ingleses

Tiene especial interés para los que visitan el Valle de Calamuchita, saber que 40 años después del decreto de Carlos III en 1807 los muros de esta Estancia y sus cuartos sirvieron de celda y de refugio a los prisioneros

ingleses tomados en la Reconquista de Buenos Aires por orden del Rey fueron destinados al interior del país y distribuidos en Catamarca, San Luis, San Juan, Tucumán y en Córdoba. Traslados en carretas llegaron 300 a Córdoba y una parte a San Ignacio entre ellos Jefes Británicos de la expedición del general Beresford, custodiados por soldados españoles. Arturo Lazcano Colodrero en una nota periodística, sobre el trágico fin de dos prisioneros ingleses en una gresca nocturna en una pulpería de San Ignacio en la noche del 19 de Mayo de 1807 es más preciso. Nos informa que pertenecían al regimiento 71 de infantería, la mayor parte de ellos y que algunos venían con sus mujeres. Sus jefes eran el mayor Enrique Lolley y el teniente Cnel. Roberto Cambell que residía en Santa Rosa desde donde fugó a Montevideo.

## Capítulo II



### 2.1 Marco Conceptual

#### 2.1.1 Turismo. Turistas

Para entender la base de esta investigación es necesario tener en cuenta algunos conceptos básicos relacionados con el tema.

Podemos encontrar varias definiciones sobre turismo. Como menciona Leonard Lickorish y Carson Jenkins, es una actividad que trasciende los sectores convencionales de la economía, ya que necesita aportaciones de muy distinta naturaleza: económica, social, cultural y medioambiental, de ahí su carácter multifacético.

El **Turismo** como actividad socioeconómica puede incluir una gran variedad de sectores económicos y disciplinas académicas. Existe una ausencia de definiciones conceptuales que delimiten la actividad.

Como principio fundamental debemos definir el concepto según la OMT (Organización mundial de Turismo) que lo define como un conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo, inferior a un año y superior a 24 horas, con fines de ocio negocios y/u otros.

Según Boullón “es la consecuencia de un fenómeno social cuyo punto de partida es la existencia del tiempo libre”<sup>8</sup>

Por otra parte el concepto que se prefiere para el presente trabajo es el de Padilla quien define al turismo como un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuo o grupos de personas que con motivos fundamentales de recreación descanso y cultura o salud se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, economía y cultura.

Para comprender el turismo, debemos mencionar al visitante, protagonista y elemento irremplazable. La OMT acordó utilizar el término

---

<sup>1</sup> Organización Mundial del Turismo, Introducción al Turismo, Madrid, 1998

<sup>8</sup> Boullón, Roberto, “Planificación del espacio turístico” 3ª. Ed-México DF: Trillas; 1997. Pág 31.

<sup>9</sup> De la Torre Padilla “Turismo Fenómeno Social”, México, 1980

visitante para describir a “cualquier persona que visita un país diferente de su lugar usual de residencia, por cualquier razón distinta de las que resultan de una ocupación remunerada proveniente del país visitado”<sup>10</sup>. Este término debe ser ampliado para que este pueda abarcar al turismo doméstico, interno de cada país. Por lo que se entenderá como *visitante a toda persona que se desplace a un lugar diferente de su lugar de residencia habitual con fines turísticos, sin que intercambie fuerza de trabajo en el lugar que visita.*

Esta acepción nos obliga a diferenciar dos tipos de visitantes, los turistas y excursionistas. Los turistas son quienes se clasificaron como visitante temporales que permanecen por lo menos 24 horas, cuyo propósito se podría catalogar como de tiempo libre (ya sea para recreación, salud, deporte, vacación, estudio o religión, negocios, familia, encargo o reunión). Los excursionistas se clasificaron como visitantes temporales que permanecen menos de 24 horas (incluyendo viajeros de crucero y excluyendo a los viajeros de tránsito)”<sup>11</sup>. Ampliando esta concepción de excursionista, en se propone comprender al *excursionista como el individuo que se moviliza temporalmente desde su lugar de residencia habitual o desde otro centro de estadía a un sitio de interés turístico por un periodo que no exceda las 24hs, excluyendo el pernocte en el lugar visitado.*

Los visitantes, turistas y/o excursionistas, consumen bienes o servicios turísticos de la economía pasando a ser parte ellos de la demanda propia del turismo. Se consideran bienes y servicios turísticos a aquellos que estén vinculados directamente con la estadía, el desplazamiento, la organización, facilitación administración del viaje, como así también otros auxiliares. La mayoría de las transacciones comerciales que surgen de la actividad, representan una exportación a nivel local, regional o nacional; dado que es el consumidor el que se traslada hacia el área donde se encuentra el producto y no a la inversa.

### 2.1.2 Diagnóstico turístico

El objetivo principal de este proyecto es realizar un diagnóstico del sistema para plantear propuestas de desarrollo turístico del destino. En función de esto es imprescindible definir algunos conceptos:

**Diagnóstico**, que de acuerdo a la definición de Molina... “comprende el análisis y la evaluación histórica y presente del objeto que se va a planificar”<sup>12</sup>. Para la formulación de un plan de desarrollo, la primera tarea es la elaboración de un diagnóstico. Éste es la base de cualquier

---

<sup>10</sup> Holloway, J Christopher. El Negocio del Turismo. 4ª Edición. Londres: Addison Wesley Longman Limited.

<sup>11</sup> Holloway, J Christopher. El Negocio del Turismo. 4ª Edición. Londres: Addison Wesley Longman Limited.

<sup>12</sup> Molina, Sergio, “Turismo. Metodología para su planificación”. Capítulo 5. Pág. 43.

plan, programa o proyecto y representa un pilar fundamental en el proceso de planificación. “El diagnóstico es la descripción, análisis y evaluación cuantitativa y cualitativa de una serie de variables relacionadas con el funcionamiento histórico y presente del sistema turístico, de tal manera que lleguen a conocerse los aspectos estructurales y coyunturales que se oponen y los que facilitan el desarrollo turístico”<sup>13</sup>.

El diagnóstico está integrado por la siguiente información:

- *Diagnóstico general del sector.* Trata aspectos de orden general: ingreso de divisas, número de turistas que entraron al país, empleo generado por el sector, volumen de turismo interno, proceso de desarrollo turístico en el país, esfuerzos de planificación existentes, estímulos para el desarrollo, etc.
- *Análisis de la oferta.* Aborda los atractivos, sus categorías, jerarquías, localización, grado de explotación; la planta turística, y sus categorías y tipos de establecimientos, concentración, calidad de los servicios, precios, total de habitaciones y camas; infraestructura para el transporte regular y turístico, ya sea carretero, marítimo, fluvial, lacustre, aéreo, ferroviario, precios, servicios, etc.
- *Análisis de la demanda.* Incluye aspectos referidos al turismo receptivo, turismo emisor, volumen de desplazamientos, estacionalidad, principales destinos, medios de transportes utilizados, motivaciones, etc.
- *Análisis de la superestructura.* Comprende aspectos relacionados con la organización institucional, la estructura legal vigente, la estructura financiera, funciones del organismo oficial de turismo; planes de desarrollo turístico, promoción y comercialización.

El diagnóstico es relevante y desempeña un papel fundamental en la definición de políticas de desarrollo turístico.

Podemos agregar también, según Hernández Díaz, que corresponde al diagnóstico describir o analizar la llamada “*situación existente*” o “*situación por transformar*”, para lo cual conviene subdividirlo por lo menos en tres secciones interconectadas entre sí. La primera está referida a su pasado (de corto o mediano plazo) y procura determinar las causas básicas que originaron sus características presentes. La segunda sección ha de enfocarse al período presente o más reciente de la actividad o elemento de estudio. La tercera sección reviste gran importancia, dado que apoyándose en las dos anteriores, debe estimar

---

<sup>13</sup> Molina, Sergio, “Turismo. Metodología para su planificación”. Capítulo 5. Pág. 47

la orientación y las formas naturales que adoptaría la actividad en su futuro a corto y mediano plazo.<sup>14</sup>

### 2.1.3 Espacio turístico: Centros. Tipos. Corredores.

Roberto Boullón y Fabio Cárdenas Tabares coinciden en la siguiente definición de centro turístico. Para la tipología de centros turísticos, tomaremos la propuesta por Fabio Cárdenas Tabares en Proyectos turísticos, localización e inversión.

*“Un centro turístico es todo conglomerado urbano que cuenta, en su propio territorio o dentro de su radio de influencia, con atractivos turísticos de tipo y jerarquía suficientes para motivar un viaje turístico. A fin de permitir un viaje de ida y regreso en el mismo día, su radio de influencia se ha calculado en dos horas de distancia-tiempo”<sup>15</sup>*

Asimismo, Boullón conceptúa la tipología de centros turísticos de la siguiente manera:

- *Centro turístico de distribución:* implica que desde el conglomerado urbano que les sirve de base, los visitantes se movilizan hacia los atractivos incluidos en su radio de influencia y regresan a dormir a dichos centros. Implica que la totalidad del equipamiento de alojamiento debe ubicarse en la ciudad, pero parte del de alimentación, comercios turísticos, servicios de guías e instalaciones específicas deben estar ubicados en los atractivos turísticos. (1-3 días de permanencia)
- *Centro turístico de estadía:* suele darse en lugares de explotación de un único atractivo. Los turistas regresan todos los días al mismo atractivo. Este tipo de centros requieren de un equipo de esparcimiento mucho más diversificado, para ofrecer alternativas distintas durante todo el tiempo de la permanencia.
- *Centro turístico de escala:* se dan en coincidencia con los nudos de las redes de transporte y con las etapas intermedias de los recorridos de larga distancia entre una plaza de mercado emisor y otra de mercado receptor. Es un centro de abastecimiento, y usualmente el turista no pernocta. La mayor parte de estos centros carecen de atractivos.
- *Centro turístico de excursión:* reciben turistas procedentes de otros centros por menos de 24 horas, lo que en el presente trabajo, llamamos excursionista.

---

<sup>14</sup> Hernández Díaz, Edgar “Planificación Turística. Un enfoque metodológico” Ed. Trillas México Cap 4 Pág.31-32

<sup>15</sup> Cárdenas Tabares, Fabio. Proyectos Turísticos, localización e inversión.1ª Edición. México DF. Trillas.

Para la acepción de corredor turístico, tomaremos la utilizada por Fabio Cárdenas Tabares, la cual se asemeja al concepto expuesto por Roberto Boullón en Planificación del Espacio turístico, pero expuesta de forma más acotada.

*“Los corredores turísticos son las vías de conexión entre las zonas, los complejos, los centros, los conjuntos, los atractivos turísticos, los puertos de entrada de turismo receptivo y las plazas emisoras del turismo interno; que funcionan como elemento estructurador del espacio turístico. Según su función pueden ser de traslado y de estadía”*

- *De traslado:* “constituyen la red de carreteras y caminos de un país a través de los cuales se desplazan los flujos turísticos para cumplir sus itinerarios [...]. Cuando es factible se deben seleccionar las rutas que pasan por los mejores paisajes y que cuenten con mayor distribución lineal de atractivos a lo largo de su recorrido [...] Extienden su acción más allá de su propia superficie”<sup>16</sup>
- *De estadía:* “viene a ser la combinación de un centro con un corredor turístico. Son superficies alargadas [...] que tienen un ancho que no supera en sus partes más extensas los 5 Km. [...] Se distingue por la disposición de sus atractivos, el asentamiento de la planta turística y su función [...] Por lo general, son prolongaciones de localizaciones mayores que actúan como centros turísticos.”<sup>17</sup>

#### 2.1.4 Sistema turístico

Por otro lado **Sistema**, que de acuerdo a la aportación de la Teoría General de los Sistemas, enfatiza en un modo de pensamiento holístico, globalizador<sup>18</sup>, podemos definirlo de varias maneras. Según Von Bertalanffy ... “un sistema puede ser definido como un complejo de elementos interactuantes”<sup>19</sup>. Asimismo, un sistema es un conjunto de partes o subsistemas que se relacionan e interactúan en busca de un objetivo común.

Anatole Rapaport define..... “un sistema es un conjunto finito o infinito de unidades entre las cuales se establecen relaciones: a través de las relaciones es posible deducir la trayectoria o la historia del sistema”<sup>20</sup>

Sergio Molina, pionero del estudio del turismo en México, describió al turismo desde una concepción sistémica de la siguiente forma: “el

---

<sup>16</sup> Boullón, Roberto C. Planificación del espacio turístico. ED. Trillas. México 1990

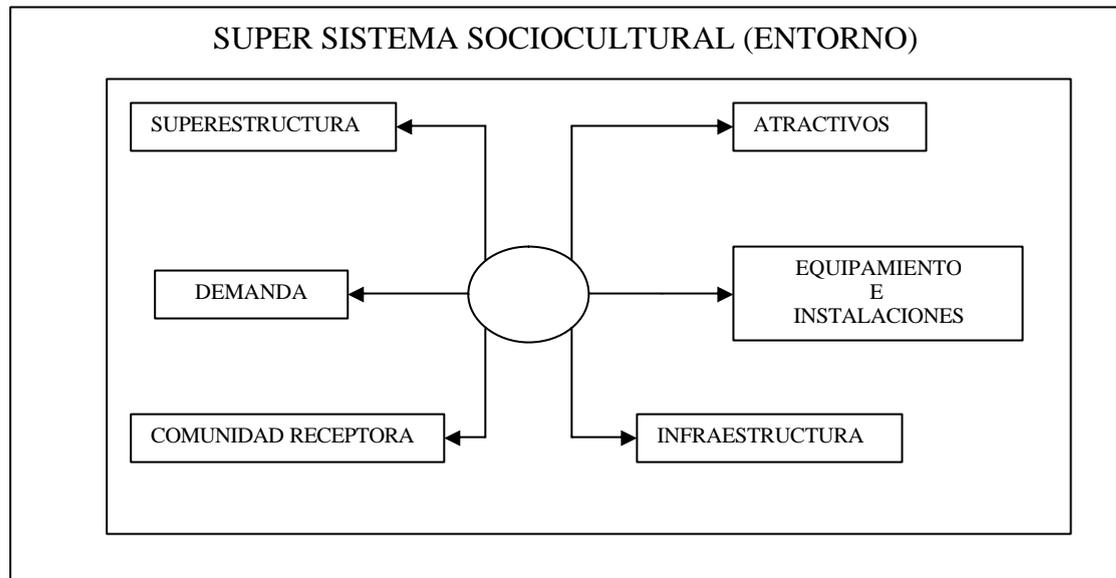
<sup>17</sup> Boullón, Roberto C. Planificación del espacio turístico. ED. Trillas. México 1990

<sup>18</sup> Molina, Sergio, “Turismo. Metodología para su planificación”. Capítulo 5. Pág. 28

<sup>19</sup> Molina, Sergio, “Conceptualización del Turismo” México DF: Trillas; 1996. Pág. 33.

<sup>20</sup> Molina Sergio, Idem 4. Pág. 36

turismo... está integrado por un conjunto de partes o subsistemas que se relacionan para alcanzar un objetivo común. Los subsistemas que lo componen, de acuerdo a la figura 1, son los siguientes:



Esquema de Sistema Turístico<sup>21</sup>

- La **superestructura** – se compone de organizaciones del sector público y privado; leyes, reglamentos, planes y programas.
- La **demanda** – constituyen los turistas residentes en el país y en el extranjero.
- La **infraestructura** – la cual incluye aeropuertos, carreteras, redes de agua potable, drenaje, de teléfono, etc.
- Los **atractivos** - naturales y culturales.
- El **equipamiento** y las **instalaciones** – se integran por hoteles, moteles, campings, trailer parks, restaurantes, cafeterías, agencias de viajes, albercas, canchas de tenis, etc.
- La **comunidad receptora** – se refiere a los residentes locales ligados directa e indirectamente con el turismo.”

Existen dos tipos de sistemas:

Los **sistemas abiertos**, son aquellos que intercambian energía, materiales e información con su medio ambiente o entorno. Por medio de canales de entrada y salida importan y exportan, comercian su entorno. Por lo tanto, son sistemas dinámicos, en constante cambio y adaptación.

<sup>21</sup> Molina, Sergio. Conceptualización del Turismo. Editorial Limusa. 1996.

Los **sistemas cerrados**, son los que no mantienen intercambio con el medio ambiente.

El sistema turístico, presenta dos características relevantes para su funcionamiento, es *dinámico* y *abierto* "está relacionado con el medio ambiente, con el cual establece un conjunto de intercambios que al ser procesados salen convertidos en productos o servicios" <sup>22</sup>.

Para continuar debemos definir los componentes del sistema turístico, los cuales serán analizados para cumplir el objetivo del trabajo.

Comenzamos por la materia prima del turismo, los **atractivos turísticos**, que según Boullón... "son aquellos que se constituyen en uno de los principales motivadores y orientadores del flujo turístico" <sup>23</sup> y se clasifican en:

Categoría	Tipo
Sitios Naturales	Montañas
	Planicies
	Costas
	Lagos, lagunas y esteros
	Ríos y arroyos
	Caída de agua
	Grutas y cavernas
	Lugares de observación de flora y fauna
	Lugares de caza y pesca
	Caminos pintorescos
	Termas
Museos y manifestaciones culturales históricas	Museos
	Obras de arte y técnica
	Lugares históricos
	Ruinas y sitios arqueológicos
Folklore	Manifestaciones religiosas y creencias populares
	Ferias y mercados
	Música y danzas

<sup>22</sup> Molina Sergio, Idem 5.

<sup>23</sup> Boullon, Roberto, "Planificación del espacio turístico". Trillas México, 1985. pp 45-46

	Artesanías y artes populares
	Comidas y bebidas típicas
	Grupos étnicos
	Arquitectura popular y espontánea
Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas	Explotaciones mineras
	Explotaciones agropecuarias
	Explotaciones industriales
	Obras de arte y técnica
	Centros científicos y técnicos
Acontecimientos programados	Artísticos
	Deportivos
	Ferias y exposiciones
	Concursos
	Fiestas religiosas y profanas
	Carnavales
	Otros

Las Jerarquías de los atractivos que fueron aplicadas en el relevamiento de este trabajo, se denominan de mayor a menor:

**Jerarquía 5:** Atractivo excepcional y de gran significación para el mercado turístico, capaz de por sí solo motivar una importante corriente de visitantes (actual y potencial), cuantifica como un porcentaje del total de la demanda del país o de algún mercado.

**Jerarquía 4:** Atractivo con rasgos excepcionales de una país capaz de motivar una corriente (actual o potencial) de visitantes del mercado interno o externo, pero en menor porcentaje que los de la jerarquía 5, ya sea por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos.

**Jerarquía 3:** Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a un visitante de larga distancia, ya sea como del mercado interno o externo, que hubiese llegado a su zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas locales.

**Jerarquía 2:** Atractivos con méritos suficientes como para considerarlos importantes para el mercado interno, pero sin condiciones para el turismo receptivo y que forman parte del patrimonio turístico.

**Jerarquía 1:** Atractivo con méritos suficientes, para considerarlos en las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que puedan contemplar a otros de mayor

jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquier de las unidades que integran el espacio turístico.

**Jerarquía 0:** Atractivo cuyas cualidades no permiten incorporarlos a la jerarquía 1, que es el umbral mínimo de jerarquización.

Además debemos mencionar a los servicios que se venden a los turistas y son elaborados por un subsistema que denominamos “**planta turística**” y está integrada por el **equipamiento**... “incluye todos los establecimientos administrados por la actividad pública o privada que se dedican a prestar los servicios básicos” <sup>24</sup>, a estos los podemos resumir en cuatro categorías:

Categoría	Tipo
Alojamiento	Hoteles
	Moteles
	Hosterías y Posadas
	Pensiones
	Apart hoteles
	Condominios (unidades o conjuntos)
	Casas (unidades o barrios)
	Albergues
	Trailers Parks
	Camping
	Camas en casas de familia
Alimentación	Restaurantes
	Comedores típicos
Esparcimiento	Nights clubs
	Discotecas
	Bares
	Casinos y otros juegos de azar
	Cines y teatros
	Otros espectáculos públicos
	Clubes deportivos
Parques Temáticos	
Otros servicios	Agencias de viajes
	Información

<sup>24</sup> Boullon, Roberto, “Planificación del espacio turístico”. Trillas México, 1985. pp 40-41

	Guías
	Comercio
	Cambios de moneda
	Dotación de congresos y convenciones
	Transportes turísticos
	Primeros auxilios
	Guarderías
	Estacionamientos

Y el segundo componente son las **instalaciones...**“todas las construcciones especiales (distintas a las consignadas en el equipamiento) cuya función es facilitar la práctica de actividades netamente turísticas”<sup>25</sup>. Se clasifican en:

Categoría	Tipo
De agua y playa	Marinas
	Espigones
	Muelles
	Palapas, quinchos o ramadas
	Carpas o tiendas
	Sombrillas
	Reposeras
	Observación submarina
De montaña	Miradores
	Circuitos de senderos
	Refugios
	Funiculares
	Teleféricos
	Ski lift
	Poma lift
Generales	Piscinas
	Vestuarios
	Juegos infantiles
	Golf
	Tenis
	Otros deportes

<sup>25</sup> Boullon, Roberto, “Planificación del espacio turístico”. Trillas México, 1985. pp 42-43

	Pasarelas, puentes
--	--------------------

Otro elemento es la **superestructura**, que “asume la función de regular el sistema turístico, recogiendo los intereses, expectativas y objetivos de los subsistemas restantes”.<sup>26</sup> Se dividen en:

- *Organizacionales*: organismos del sector público, organizaciones del sector privado y organismos intergubernamentales.
- *Conceptuales*: leyes, reglamentos, planes y programas.

Seguimos con la **demanda**, constituida por los turistas, los individuos en sí y por sus necesidades físicas y espirituales. Está compuesta por los turistas residentes en el país y residentes en el extranjero.<sup>27</sup>

La **infraestructura**, es la que presta los servicios básicos o de apoyo al sistema turístico. Puede clasificarse en *interna* (redes telefónicas, de alcantarillado, de agua potable, vías de comunicación, localizadas dentro de los límites de influencia de un destino turístico) y *externa* (aeropuertos, carreteras, es decir, los sistemas que contribuyen a enlazar un destino turístico con otro, o bien, con centros urbanos industriales).<sup>28</sup>

Categoría	Tipo	Subtipo
Transporte	Terrestre	Red de carreteras
		Servicios del automotor
		Servicios para el turista
		Señalización
		Servicios de transporte
		Terminales de autobuses
		Red ferroviarias
		Terminales ferroviarias
		Red de calles
	Aéreo	Servicios aéreos
		Terminales
	Acuático	Fluvial y lacustre
		Servicios de transporte
Terminales		
Sanidad	Red de agua	

<sup>26</sup> Molina, Sergio. “Conceptualización del Turismo”. Limusa. Noriega editores. pp 38

<sup>27</sup> Molina, Sergio. “Conceptualización del Turismo”. Limusa. Noriega editores. pp 38

<sup>28</sup> Molina, Sergio. “Conceptualización del Turismo”. Limusa. Noriega editores. pp 39

	Red de desagüe	Aguas negras
		Pluvial
	Recolección de basura	
	Salud	Primeros auxilios
Hospitalización		

Por último debemos mencionar a la **comunidad local**. Está conformada por grupos de individuos que residen en forma permanente en los polos o centros turísticos. Básicamente esta compuesta por dos grandes segmento: los grupos que están directamente relacionados con el turismo (meseros, guías de turismo, empleados de aerolíneas, de agencias de viajes, de hoteles) y los grupos relacionados indirectamente con el turismo (pescadores, campesinos, agricultores, obreros y policías).<sup>29</sup>

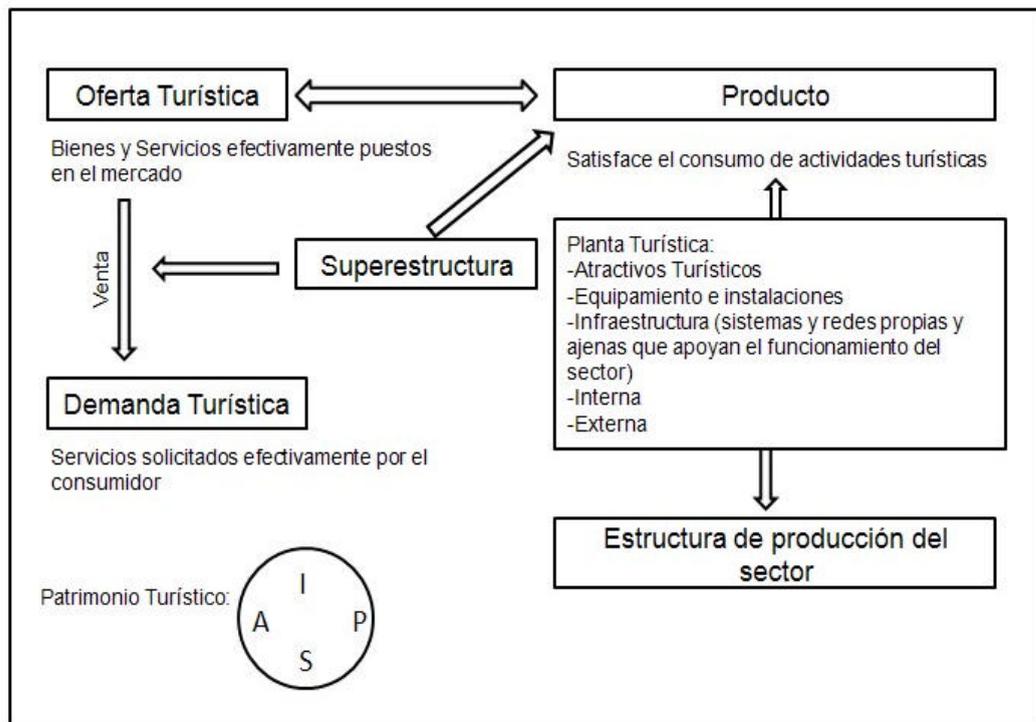


Figura: Funcionamiento del sistema turístico Oferta- Demanda de Boullón.  
Fuente: Elaboración propia, basado en figura 2.1, p. 32. BOULLÓN.

### 2.1.5 <sup>30</sup>Turismo y entorno natural

La realización de toda actividad económica implica la utilización de unos recursos y, en consecuencia, el entorno donde ésta se realiza

<sup>29</sup> Molina, Sergio. "Conceptualización del Turismo". Limusa. Noriega editores. pp 39-40

<sup>30</sup> Organización Mundial del Turismo, Introducción al Turismo, Madrid, 1998

resulta necesariamente afectado. A su vez, cualquier cambio en el entorno del hombre podrá tener un impacto positivo o negativo en su bienestar. Por ello, Bartelmus (1986) señala que: *el entorno*, considerado como aquellas “condiciones e influencias que se interrelacionan con el hombre –componentes naturales, sociales y creados por la mano del hombre–”; y *el desarrollo*, visto como “un proceso para mejorar el bienestar humano”, están estrechamente relacionados.

En la actualidad, las principales preocupaciones respecto al medio ambiente –como elemento integrante de dicho entorno– se centran en los impactos resultantes de la producción de actividades económicas implementadas en aras del desarrollo. Especialmente, la preocupación se centra en el proceso de degradación que pueden experimentar los recursos naturales que son utilizados en el desarrollo de dichas actividades económicas y en el grado de irreversibilidad de ese proceso.

Concretamente, la actividad turística tiene impactos considerables sobre el entorno. Stankovic (1991) afirma que “el turismo es un consumidor específico de recursos naturales, ya que éstos constituyen la base para el desarrollo de la actividad turística”.

TERCERA PARTE  
Desarrollo Metodológico de la Investigación



## Capítulo I



### 1.1 Aspectos metodológicos

Una de las actividades principales en una investigación, es la definición y especificación del diseño a desarrollar, denominado momento metodológico del proceso. Se convierten en operativos o manejables los diferentes elementos que intervienen en el problema a investigar. Esta tarea constituye el eslabón indispensable que hace factible la verificación en concreto de lo que se ha postulado en el marco teórico, pues posibilita acercarse a la realidad empírica para adquirir la información de la que depende dicha verificación.

### 1.2 Tipo de diseño

Todo diseño o tipo de investigación varía según el estado del tema a tratar y según los alcances que se pretendan lograr con dicho trabajo. En este caso, según el tipo de conocimiento, la metodología implementada para el diseño de la presente investigación será *Exploratoria-Descriptiva*<sup>31</sup>, porque pretende dar una visión general sobre el tema ya que el mismo ha sido poco explorado y reconocido. Al mismo tiempo se van a describir las características del lugar teniendo en cuenta el sistema turístico.

El diseño *Exploratorio*, familiariza al investigador con el tema y los conceptos del área estudiada, lo que permite a su vez descubrir nuevas perspectivas que pueden llevar a generar nuevas ideas.

Se trata de una temática en la que el problema se encuentra inmaduro, carece de soluciones previas, pues no ha sido abordado anteriormente por otros investigadores. Por lo tanto la función de este tipo de esquema no es demostrar o comprobar sino determinar la existencia de un fenómeno o conjunto de fenómenos, y de sus particularidades<sup>32</sup>; Explorar significa incursionar en un territorio desconocido. Por lo tanto, una investigación es exploratoria cuando no conocemos el tema por investigar, o cuando nuestro conocimiento es tan impreciso que nos

---

<sup>31</sup> Sabino, Carlos A. "El Proceso de Investigación" 3ra ed. Buenos Aires: Lumen – Humanitas c 1996.

<sup>32</sup>.- Samaja, J. Epistemología y Metodología. Elementos para una teoría de la investigación científica. Buenos Aires. Ed. Eudeba. 1993.

impide sacar las más provisionales conclusiones sobre qué aspectos son relevantes y cuáles no.<sup>33</sup>

En este caso, es tan poco lo que se sabe de la localidad de San Ignacio, a nivel de información general, datos oficiales o estadísticos que resulta ser un reto realizar una investigación sobre la base de tan poco conocimiento.

Al mismo tiempo es *Descriptivo*, ya que se intenta dar una explicación rigurosa de los fenómenos a estudiar. Una vez que la investigación ha progresado lo suficiente en la exploración del asunto, es posible avanzar hacia la constatación descriptiva de las unidades y variables que definen el objeto. Lo que se apunta a la reformulación del problema con miras a la obtención y la operación con el dato.

Este trabajo brinda conocimiento de tipo descriptivo de la estructura del sistema turístico de la localidad de San Ignacio a través de criterios sistemáticos. Con este fin se utilizan fichas de observación sistematizada, encuestas, entrevistas, etc., que permiten describir el fenómeno

Ander-Egg (1976:40) brinda una definición que se relaciona muy bien con este trabajo y señala que los estudios descriptivos, al igual que los exploratorios son utilizados por: "...quienes están preocupados por la acción, puesto que permiten elaborar un marco de estudio a partir del cual se deduce una problemática ulterior, o bien formular un diagnóstico con el fin de conocer carencias esenciales y sugerir una acción posterior..."<sup>34</sup>.

### 1.3 Universo de estudio, unidades de análisis y variables

Llamamos "*Universo de Estudio*" al conjunto de unidades o fuentes de datos que es preciso reducir a proporciones manejables para poderlo explorar. Según la definición de Rubio y Varas el *universo* o *población* es el conjunto de elementos objeto de estudio. En el presente trabajo el universo de estudio es la localidad de San Ignacio, donde se realizaron los trabajos de campo para esta investigación.

Siempre que se habla de algo, de un ente (turistas, instituciones, instalaciones, atractivos, etc). Estos individuos, o grupos que van a conformar el objeto de estudio, se denominan "*Unidades de Análisis*". Teniendo en cuenta la problemática de la investigación, las unidades de análisis de este trabajo son los componentes del Sistema Turístico de la localidad de San Ignacio.

A su vez, a las unidades de análisis, se las operacionaliza, se las intenta caracterizar, es decir se busca algo, una cualidad, cantidad o atributo; Y esos atributos se denominan "*Variables*". Podría decir que, la variable

---

<sup>33</sup>- Sabino, Carlos. Cómo hacer una tesis. Caracas. 1994

<sup>34</sup> Ander-Egg, E. Introducción a la planificación. 15º Edición. Buenos Aires. Ed. Lumen. 1995.

es el nombre de una clase de estados (ej.: sexo) y que cada uno de los estados que clasifica la variable (ej.: masculino – femenino) se denominan “Valores” de la variable, que deben ser exhaustivos (todos los posibles) y excluyentes entre sí. Por lo que llegamos de esta manera a lo que los metodólogos señalan como la “Estructura del dato” (UA – V – R).

Cabe aclarar que cada “Dimensión” o aspecto parcial que compone la variable, puede analizarse señalando las dimensiones que las componen (subdimensiones o subvariables)<sup>35</sup>.

Sin embargo es necesario señalar también el procedimiento con el cual se adjudicaran los valores a cada unidad de análisis, ya que existen variables complejas como para que no sea sencilla la adjudicación de un valor. Por lo tanto es necesario indicar cuál será el “Indicador” de la variable. El mismo es el 4º componente, y es el que permite construirlo y adjudicarlo. Consiste en adjudicar los aspectos parciales que se considerarán en cada caso para evaluar la variable en cada unidad de análisis.

### 1.3.1 Identificación y operacionalización de las Unidades de Análisis

Datos de referencia:

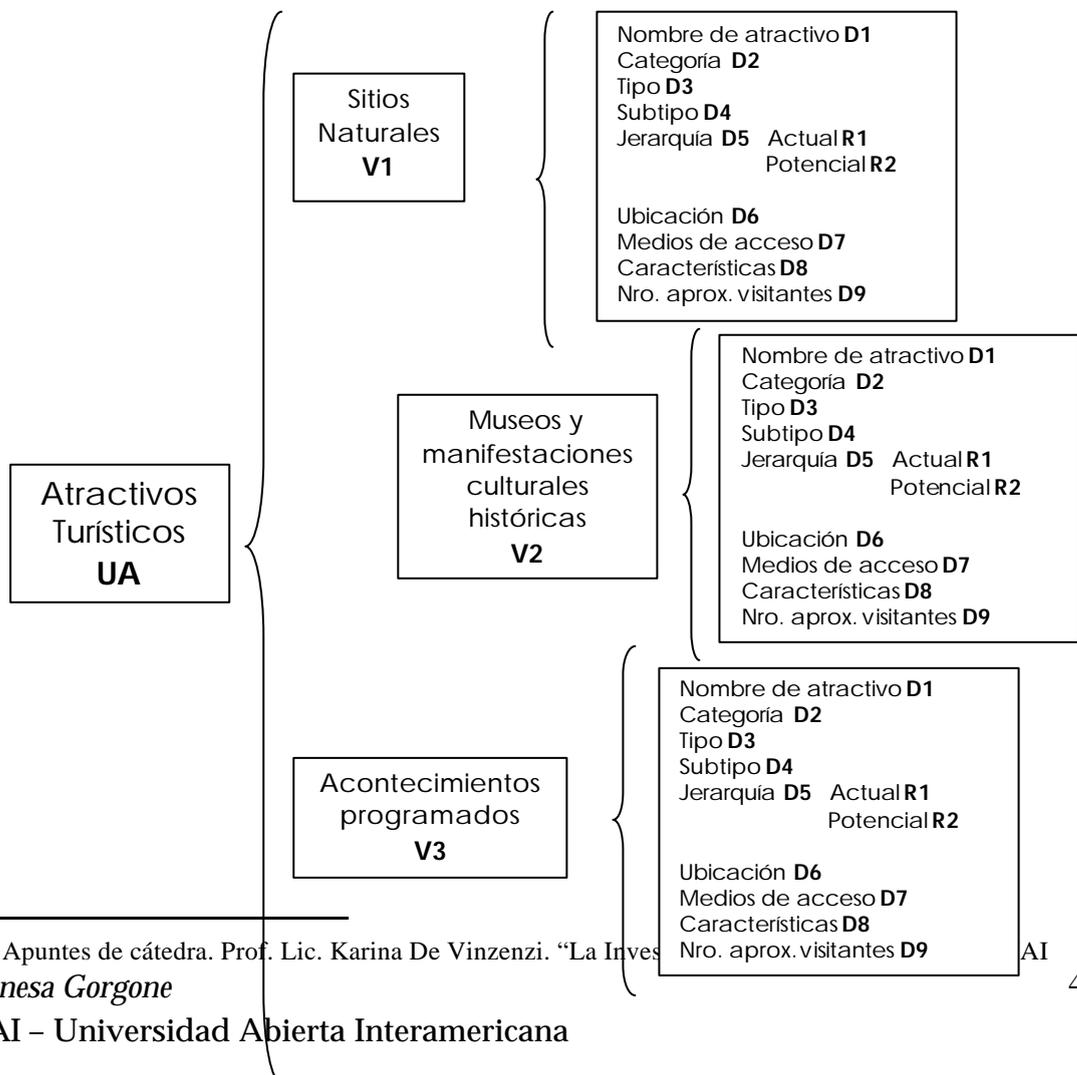
UA: Unidad de análisis

V: Variables

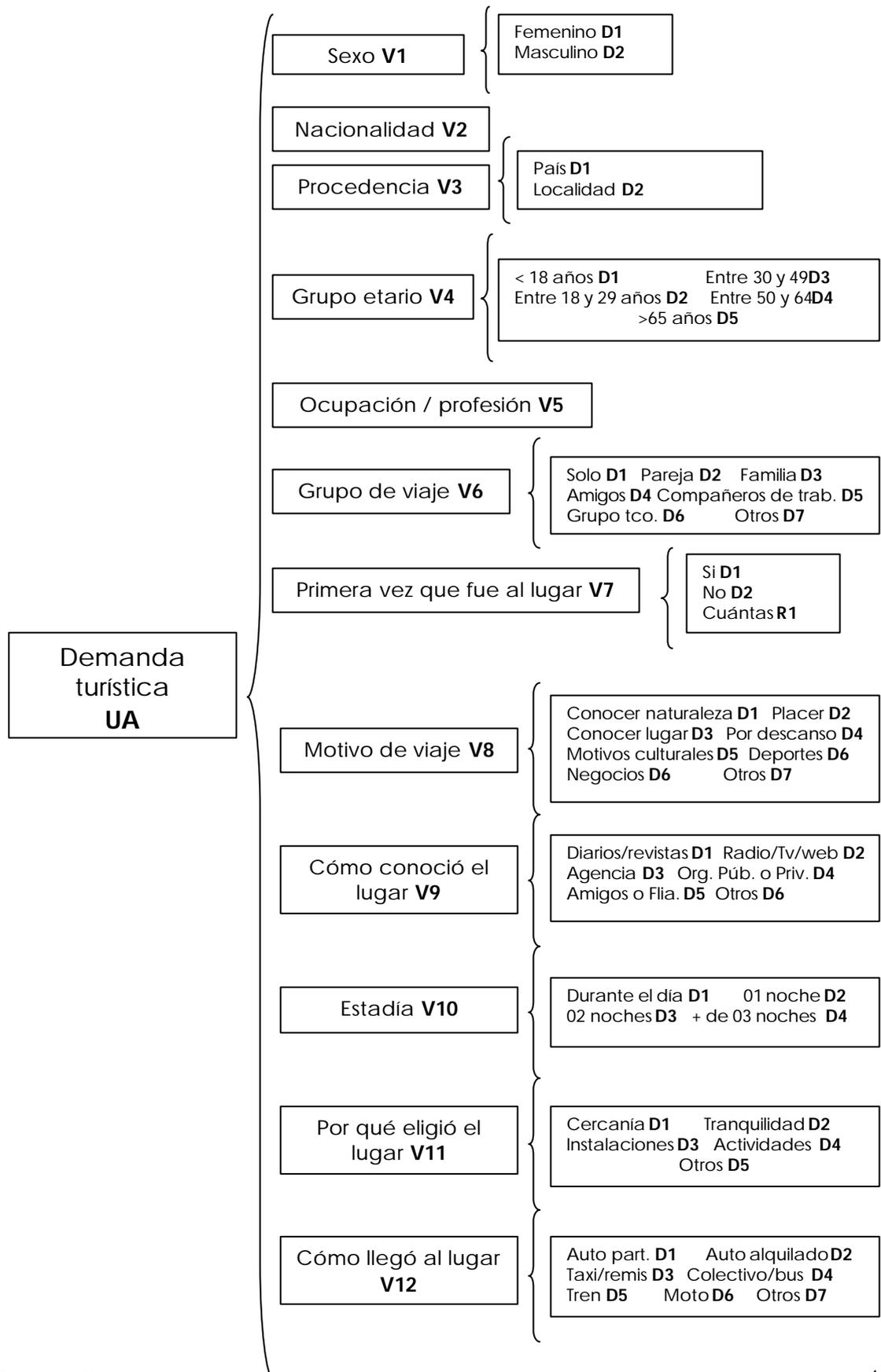
D: Dimensión

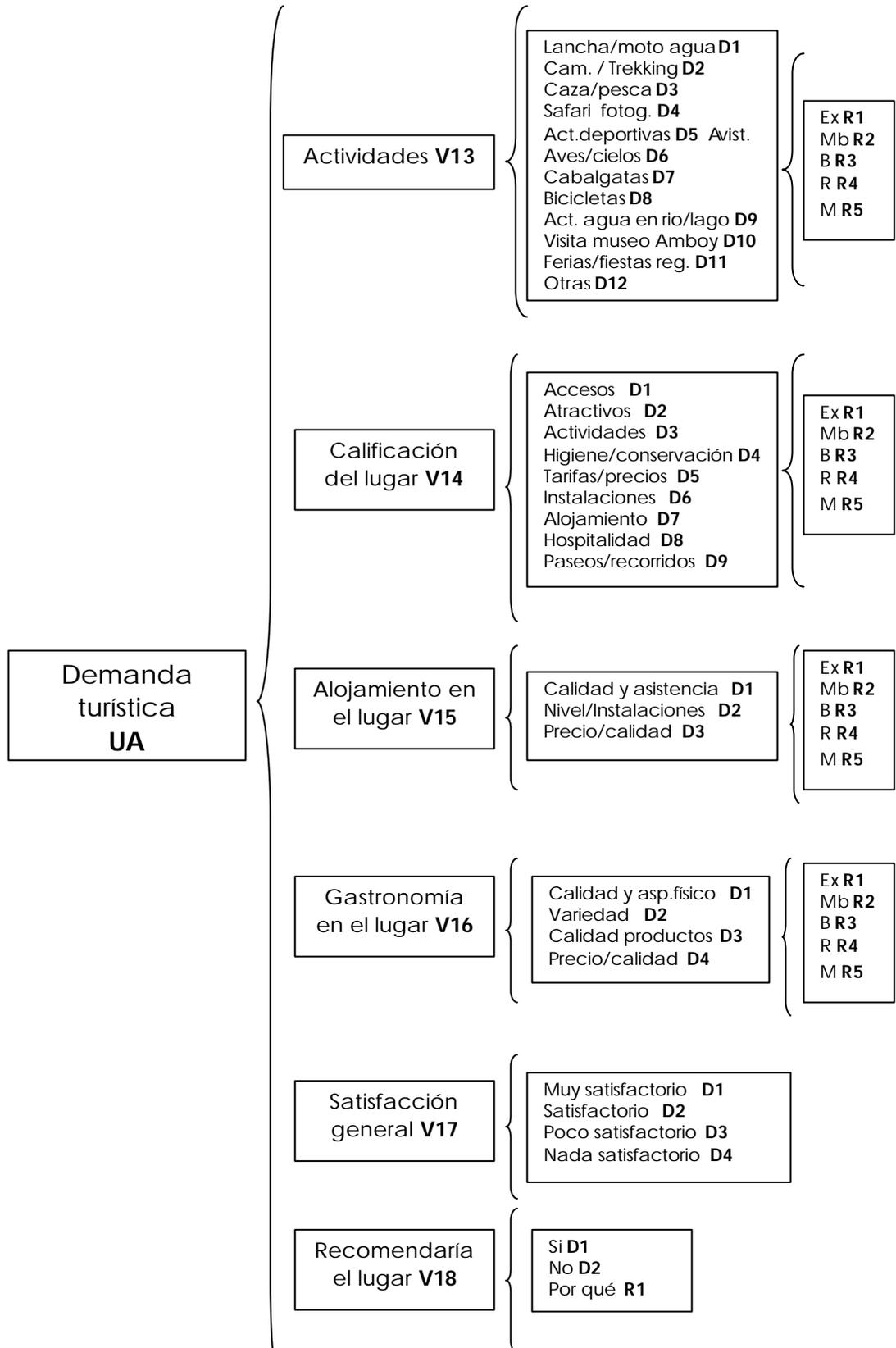
SD: Subdimensión

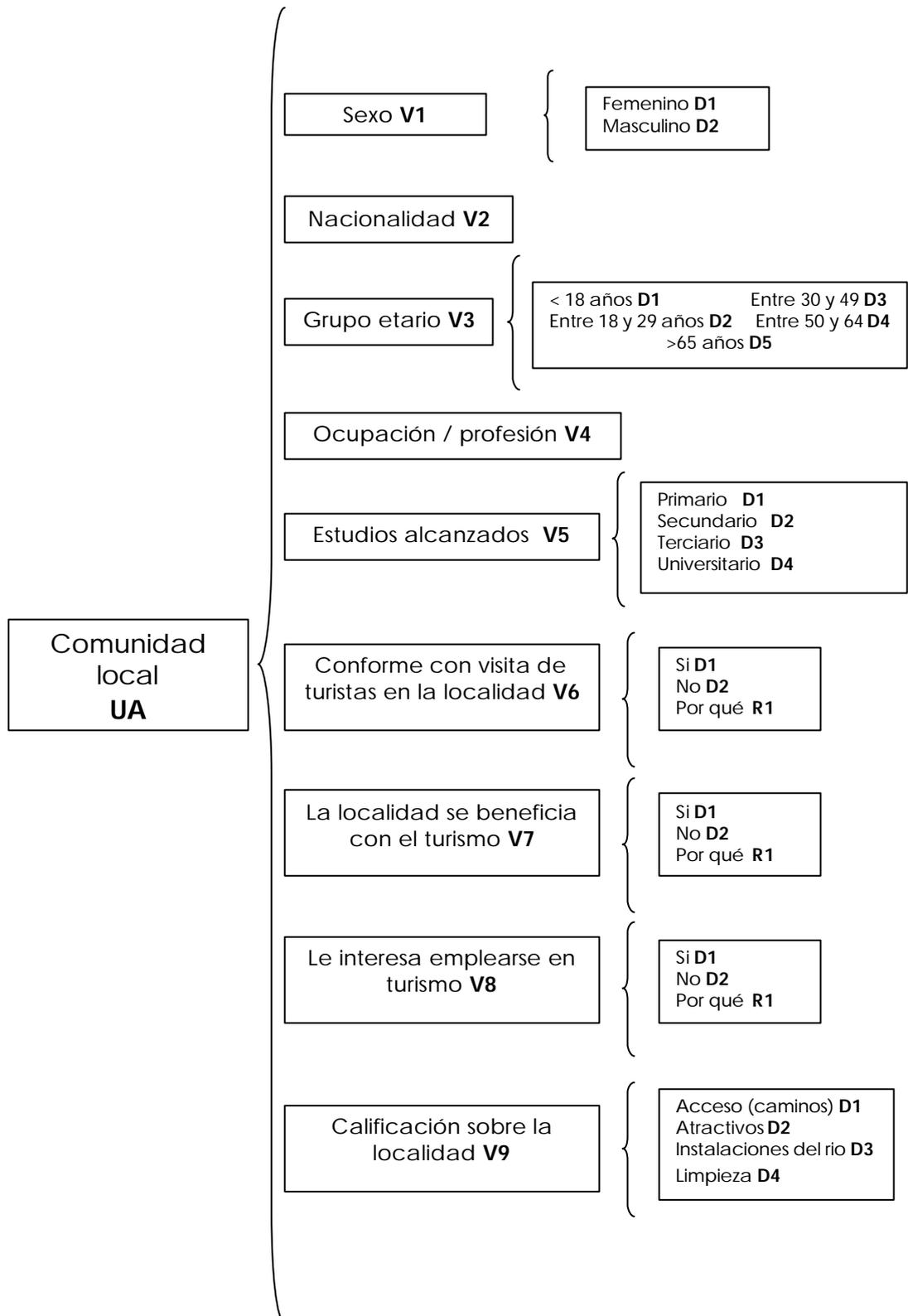
R: Valores

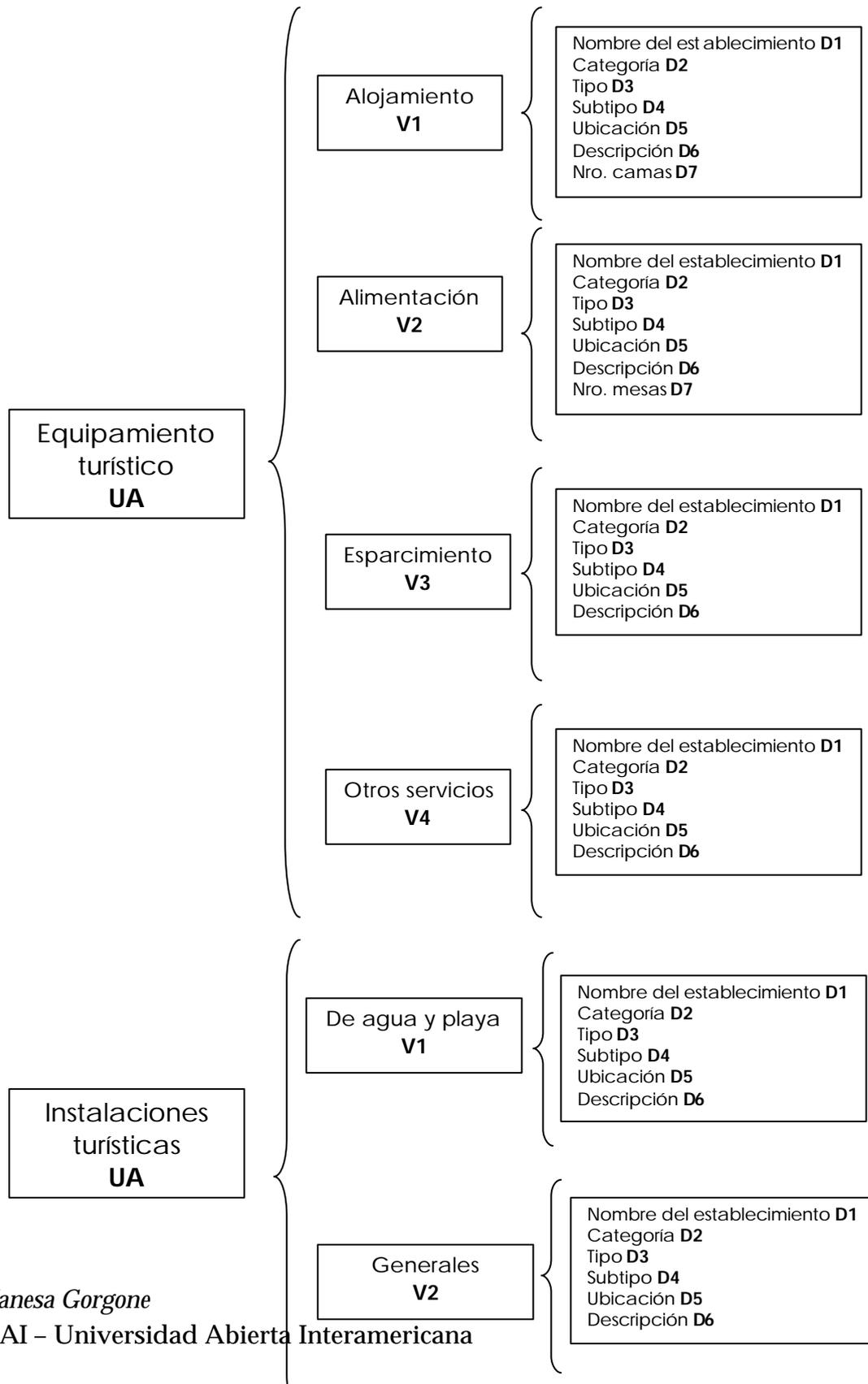


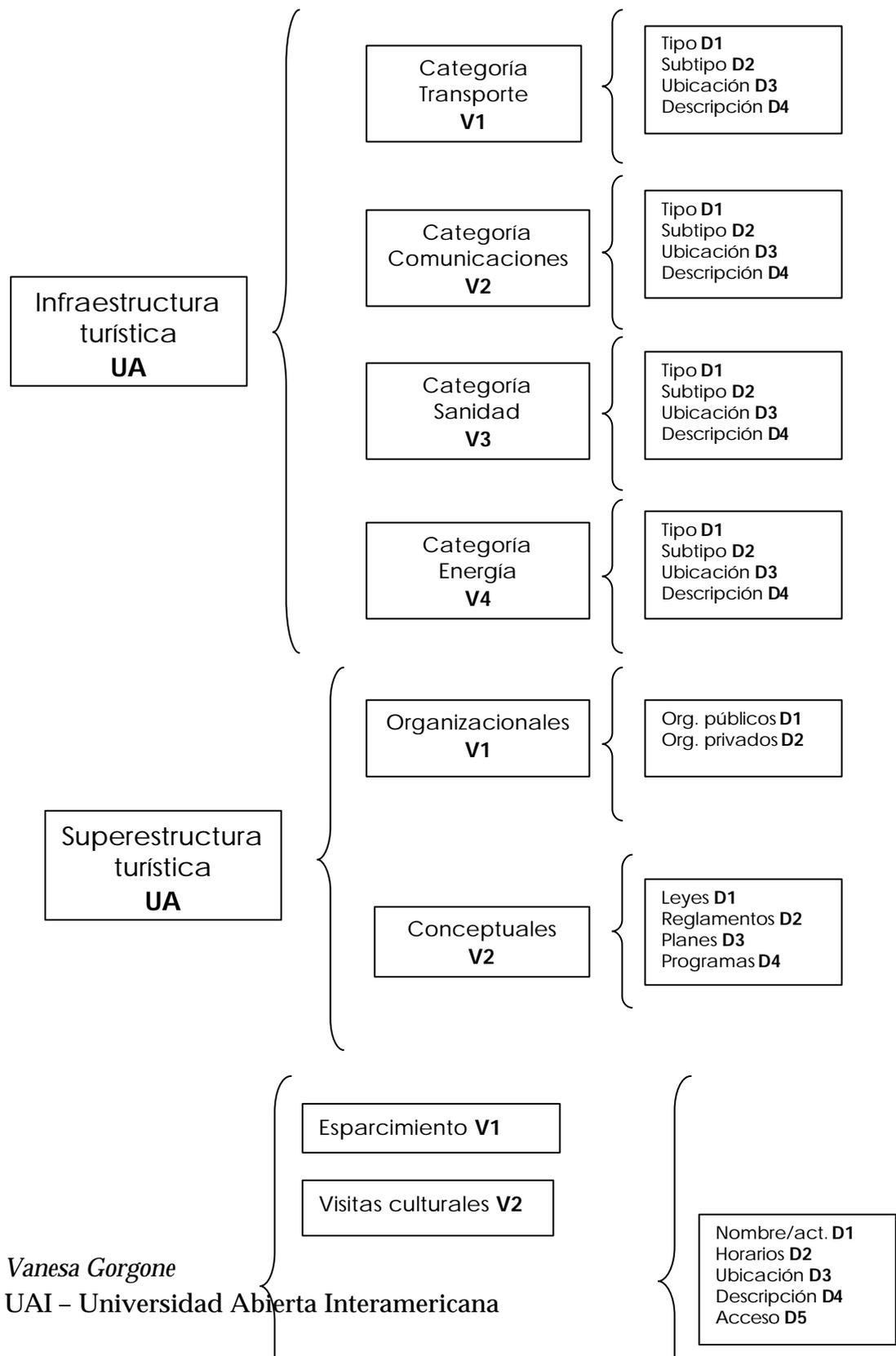
<sup>35</sup>.- Apuntes de cátedra. Prof. Lic. Karina De Vinzenzi. “La Inves













#### 1.4 Fuentes de información

Es importante establecer las diferentes fuentes de información utilizadas en el presente trabajo. Las mismas son de tipo primarias y secundarias. Ruth Veytes señala que las primeras están constituidas por “aquella información que recoge el investigador directamente de las fuentes. [...] En las ciencias sociales, la medición directa se obtiene recurriendo a cuestionarios, entrevistas, grupos de discusión, observaciones, escalas, etc.”<sup>36</sup>. Por otro lado la OMT (1995:250-253) señala que son:

*Fuentes primarias:* aquellas que hacen referencia a la documentación que contiene material nuevo u original, cuya disposición no sigue ningún esquema predeterminado. Estas se recaban mediante el testimonio y evidencia directa del tema de estudio y se considera que son fuentes primarias a:

- ✓ Las revistas científicas.
- ✓ La literatura gris, es decir, informes de investigación, actas de congresos y tesis doctorales.
- ✓ Libros (manuales, monografías, diccionarios, etc.).

La recolección de esta información en la presente investigación, se recabó mediante:

- ❖ Observación
- ❖ Fotos tomadas en el destino
- ❖ Encuestas a visitantes
- ❖ Encuestas a residentes de San Ignacio
- ❖ Entrevistas a informantes claves

*Fuentes secundarias:* “se presenta en documentos de distinto formato producida por organismos oficiales, instituciones públicas o privadas,

---

<sup>36</sup> Veytes R. Metodología de la Investigación en organizaciones, mercado y sociedad. 1a Ed. Buenos Aires: Editorial de las Ciencias, 2004.

consultoras, grupos de opinión, y sujetos individuales que generan datos permanentemente, los almacenan y resguardan de diversa manera"<sup>37</sup>. Es aquella documentación que contiene material conocido y organizado según un esquema determinado. Las fuentes secundarias son el resultado del desarrollo de las fuentes primarias y de la extracción, condensación u otro tipo de reorganización de la documentación, para hacerla accesible a los usuarios. Entre estas fuentes, la OMT incluye lo siguiente:

- ✓ Revistas de resúmenes.
- ✓ Índices bibliográficos.
- ✓ Índices permutados.
- ✓ Índices de contenidos.
- ✓ Índices de citas.
- ✓ Bases de datos.
- ✓ Banco de datos.

Las fuentes secundarias de esta investigación, fueron síntesis de recortes de revistas, diarios, folletería, recortes periodísticos, información que figura en guías y libros e información bajada de Internet.

### 1.5 Relevamiento de la información

Para la realización de este trabajo se efectuaron dos viajes hacia el universo de estudio, en este caso la localidad de San Ignacio. Ambos con estadía. El primero fue en el período del 10 hasta el 22 de enero del 2010, plena temporada alta. Se realizaron las encuestas a los turistas el fin de semana del 15 al 17, además de obtenerse algunas fotos utilizadas en la fichas del inventario turístico y se hizo el relevamiento del lugar mediante la observación.

El segundo viaje al destino fue realizado el fin de semana largo del 13 al 16 de agosto del 2010, donde se concretaron las entrevistas a autoridades municipales y regionales, al dueño del alojamiento y al residente. En esta oportunidad se realizaron las encuestas a la comunidad local aprovechando la concurrencia de éstos, el 15 de agosto, a la Fiesta Patronal del pueblo, también en este momento se recolectaron algunas otras fotos.

Para el análisis de la información se utilizaron las metodologías cuantitativas en conjunto con las cualitativas. Para el caso de los datos recogidos mediante observaciones y encuestas se optó por la metodología cuantitativa, pues tiene que ver con la medición aguda, controlada y profunda, en donde se intenta recortar y controlar una serie de variables para poder manipularlas. Los datos obtenidos son sólidos y repetibles, dando la posibilidad de sacar porcentajes, realizar

---

<sup>37</sup> Vieytes R. Metodología de la Investigación en organizaciones, mercado y sociedad. 1ª Ed. Buenos Aires: Editorial de las Ciencias, 2004.

gráficos y a su vez hacer generalizaciones. Para finalizar, es de carácter objetivo, el investigador se encuentra al margen de los datos, o sea “desde afuera”, el cual no se encuentra fundamentado en la realidad<sup>38</sup>.

Distinta fue la información obtenida por medio de las entrevistas realizadas, las mismas fueron analizadas mediante los métodos cualitativos. En donde los datos son reales, ricos y profundos, orientados a los descubrimientos y fundamentado en la realidad. Este método es más exploratorio, expansionista, descriptivo e inductivo, además de ser preeminentemente subjetivo, en el sentido de que el investigador es un recurso de la investigación, no está afuera, sino que una de las técnicas, uno de los instrumentos, es la misma persona del investigador en tanto tiene un contacto directo con los sujetos y el fenómeno que estudia.

Se decidió implementar ambas metodologías, en la realización de las salidas al campo para la recopilación de datos. Se considera que la combinación de ambas es lo más adecuado para las necesidades de la presente investigación, teniendo en cuenta que se debe comprobar, valorar, y explicar, junto a una descripción, diferentes variables. Según los expertos en materia de metodología, la comprobación se realiza con mayor eficacia mediante un modo cualitativo, la valoración se formaliza con mayor precisión conforme a métodos cuantitativos y por el lado la explicación y la descripción se obtienen de mejor manera a través del empleo conjunto de los dos métodos.

## 1.6 Instrumentos de recolección de datos

El término instrumentos se refiere a las diferentes técnicas de recolección de datos. Un instrumento, en última instancia es un dispositivo que se utiliza para medir, si se entiende a la medición en su acepción más amplia. Como dice Kerlinger, todo proceso de objetivación, operacionalización que ponga en correspondencia proposiciones teóricas y registros empíricos, sea con el objetivo de nombrar, clasificar, comparar o cuantificar, debe ser pensado como un procedimiento de “medición”<sup>39</sup>.

Los instrumentos que se utilizaron, para la consecución y cumplimiento de los objetivos planteados, son la observación, entrevista y encuesta. Estos dispositivos técnicos condensarán todo el trabajo teórico realizado y guardarán una relación directa con el mismo.

### 1.6.1 Observación

---

<sup>38</sup>.- Apuntes de cátedra, Prof. Lic. Massuco, Beatriz. “Métodos cualitativos y métodos cuantitativos”, 2003. UAI. Cook y Reichardt. Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativa.

<sup>39</sup> Citado por Vieytes. Kerlinger, F. Investigación del comportamiento. Técnicas y metodología. México: Iberoamericana, 1987. p. 111-112

Se realizó una exhaustiva **observación** en el lugar con el objetivo de conocer en detalle las características del sistema turístico de San Ignacio. Según la definición de Rubio y Varas, en donde considera a este instrumento como una forma de recoger información, que generalmente se lleva a cabo en el contexto natural donde tienen lugar los acontecimientos. El investigador observa lo que acontece, lo registra y después analiza la información y elabora unas conclusiones<sup>40</sup>. Podemos agregar que la observación puede definirse como el uso sistemático de nuestros sentidos en la búsqueda de los datos que se necesitan para resolver un problema de investigación. Dicho de otro modo, observar científicamente es percibir activamente la realidad exterior con el propósito de obtener los datos que previamente, han sido definidos como de interés para la investigación.

Se hizo una Observación externa o no participante, donde el observador es un espectador pasivo y registra la información que aparece ante él. Se dice que la observación externa no interfiere, ni modifica la marcha cotidiana de lo observado. La misma fue realizada de una manera directa, sobre el terreno o en lugar, la cual también se denomina observación natural.

En este caso no se utilizaron planillas de observación. Para realizar una descripción se establecieron previamente una serie de categorías de observación con una serie de datos básicos y se implementaron las planillas de inventario turístico, en donde el registro de la información fue volcado en fichas, las cuales contienen todos los datos necesarios para su identificación. Por otro lado fue indispensable dedicar a cada atractivo una ficha en particular, como así también para el resto de los elementos del sistema turístico. Por lo que debería decirse que se realizó un inventario del patrimonio turístico.

Para relevar la información se utilizaron modelos de fichas de inventario turístico de Cárdenas Tabares<sup>41</sup> que se verá más adelante en las fichas relevadas.

### 1.6.2 Entrevistas

Dentro de la metodología existen múltiples definiciones de entrevistas, vamos a destacar la de Pope (1979:64), quien la considera como “un encuentro hablado entre dos individuos que comporta interacciones tanto verbales como no verbales. No es un encuentro entre dos personas iguales puesto que está basado en una diferenciación de roles entre los dos participantes. Aquel que se le asigna mayor

---

<sup>40</sup> Rubio, M. José & Varas, Jesús. El análisis de la realidad en la intervención social. Métodos y técnicas de investigación. Ed. CCS. Madrid. 1989.

<sup>41</sup> Cárdenas Tabares, Fabio. “Metodología del inventario”. Inventario turístico. Capítulo 3

responsabilidad en la conducción de la entrevista, se le llama entrevistador, al otro entrevistado”<sup>42</sup>

Se hicieron tres **entrevistas**, de tipo abiertas o semiestructuradas, realizadas personalmente con el fin de obtener información primaria, basadas en el uso de una guía de preguntas o ejes temáticos. Al ser de este tipo, se ha sido flexible en cuanto al orden y a la aparición de nuevas temáticas no contempladas para enriquecer la caracterización del objeto de estudio. Por este motivo se permitió la introducción de nuevas preguntas que surgieron en la propia conversación. La última entrevista no se llegó a concretar.

Los informantes claves fueron:

- Intendente de la localidad de San Ignacio
- Residente, con historia y relevancia en la localidad
- Dueño de cabañas
- Directora de turismo de la Casa de la Provincia de Córdoba.

Serán de gran aporte al estar relacionados con el lugar ya que los mismos poseen conocimientos especiales. Son considerados de gran importancia por su conocimiento y acceso a la cultura del lugar, al ser participantes activos. En base a esto se obtendrá información específica y subjetiva, encontrando información adecuada en calidad y cantidad en relación con los alcances del presente trabajo.

### 1.6.3 Encuestas

García Ferrando (1994:147) define a la encuesta estadística como “una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa sobre un colectivo más amplio, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población<sup>43</sup>. Para Sabino, se trata de “requerir información a un grupo socialmente significativo de personas acerca de los problemas en estudio para luego, mediante un análisis de tipo cuantitativo, sacar las conclusiones que se correspondan con los datos recogidos”.

La **muestra** extraída para la presente investigación es de tipo **probabilística al azar**, cuya característica fundamental es que todo elemento del universo tiene una determinada probabilidad de integrar la muestra.

---

- <sup>42</sup> Rubio Ma. José y Varas Jesús. “El análisis de la realidad en la intervención social. Métodos y técnicas de investigación. Edit. CCS. Madrid.

<sup>43</sup> Rubio Ma. José y Varas Jesús. “El análisis de la realidad en la intervención social. Métodos y técnicas de investigación. Edit. CCS. Madrid.

En esta investigación se hicieron 50 **encuestas** a los visitantes y 50 **encuestas** a los residentes con el fin de obtener información relevante sobre los mismos. Son de tipo personal, o de encuentro cara a cara entre el entrevistador y el entrevistado. El primero formula y anota las respuestas el segundo se limita a responder. Se decidió esta modalidad al ajustarse a las limitaciones para llevar a cabo la investigación, ya que este tipología de encuesta se adecua a la disponibilidad / tiempo. Por otro lado, consigue el mayor porcentaje de respuestas, al permitir el control directo de la información por parte del entrevistador, y permite clarificar preguntas y respuestas en el momento, por lo que de esta manera se eliminan errores de respuesta.

Modelo de encuestas ver en ANEXO.

## Capítulo II



### 2.1 Análisis del Sistema Turístico

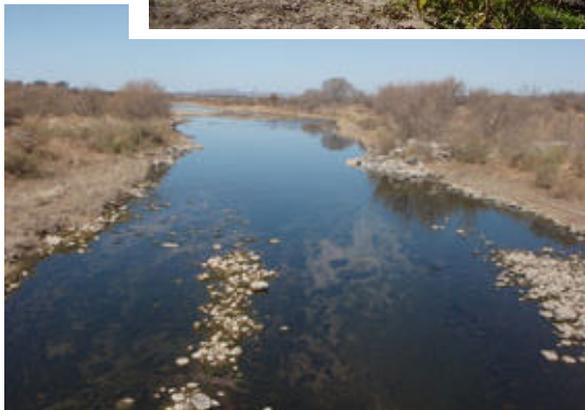
#### 2.1.1 Relevamiento e Inventario de Atractivos

Para realizar el análisis se utilizó la información obtenida en las salidas a campo y en las tareas de recolección de datos, mediante los instrumentos antes mencionados. Se analizaron los atractivos turísticos que hay en la localidad de San Ignacio a través de las siguientes fichas de inventario diseñadas con la siguiente información a identificar:

- ✓ Nombre – Categoría – Tipo – Subtipo.
- ✓ Jerarquía Actual / Potencial.
- ✓ Localización.
- ✓ Medios de acceso.
- ✓ N° aproximado de visitantes (en caso de que presente).
- ✓ Características de interés turístico.

Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos.

Nombre	Categoría	Tipo	Sub-tipo	Jerarquía
Río Santa Rosa	Sitios Naturales	Ríos y arroyos	Ríos	III



**Ubicación:** Al ingresar al pueblo de San Ignacio.

**Medios de Acceso:** Terrestre, por medio de la ruta provincial N° 5, sobre acceso de tierra (ripio).

**Características Turísticas:** El río brinda hermosos rincones de agreste belleza con muchos árboles, pequeñas cascadas (es un río de piedras y arena), islotes de arena y su transparente e inigualable agua cristalina, sin dejar de mencionar su próxima y particular desembocadura en el lago Embalse Río Tercero. Su potencial jerarquía es de gran importancia considerándolo a un nivel tres (III), los visitantes de larga distancia llegan al lugar motivados por éste, por su tranquilidad en el curso de sus aguas y su baja peligrosidad.

**N° aprox. de visitantes:** 100 en época estival.

Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos.

Nombre	Categoría	Tipo	Sub-tipo	Jerarquía Potencial
Costa del Río Santa Rosa	Sitios Naturales	Costas	Playas	III



**Ubicación:** A lo largo del Río Santa Rosa

**Medios de Acceso:** Vía terrestre. Ruta provincial N° 5. Sobre acceso de tierra (ripio)

**Características Turísticas:** Las costas del río merecen una mención aparte, sus aguas son transparentes y el fondo del mismo es de piedra y arena. Su profundidad es baja por lo que resulta muy atractivo para cualquier edad. Las orillas suelen ser de arena y a medida que se van acercando a la desembocadura del lago van cubriéndose de pasto. La temperatura es normal, si hace mucho calor sube ya que la mayor parte del recorrido del río es sobre rocas y éstas al calentarse con el sol le transmiten la temperatura al agua. Las costas están repletas de árboles y sus sombras hacen muy confortables las tardes.

Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos.

Nombre	Categoría	Tipo	Sub-tipo	Jerarquía Potencial
Campo	Sitios Naturales	Planicies	-	II



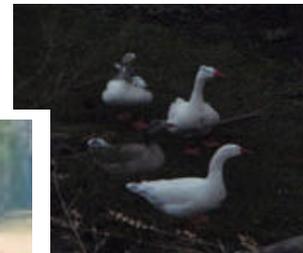
**Ubicación:** En toda la extensión del pueblo de San Ignacio.

**Medios de acceso:** Los accesos son por vía terrestre por la ruta N° 5 y los caminos son de tierra, sin huella y recubiertos de pasto.

**Características Turísticas:** En los campos se siembra papa y maíz. Otros se utilizan para dar de pastar a las ovejas, vacas y trabajar de los derivados de ellos. También para realizar actividades como cabalgatas o caminatas. Su jerarquía potencial es baja (II).

Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos.

Nombre	Categoría	Tipo	Sub-tipo	Jerarquía Potencial
Flora Fauna	Sitios Naturales	Lugares de observación	-	II



**Ubicación:** En el pueblo de San Ignacio.

**Medios de Acceso:** Terrestre, por medio de la ruta provincial N° 5, sobre acceso de tierra (ripio).

**Características Turísticas:** Mucha presencia de árboles y grandes extensiones de campo que permiten convivir a muchos mamíferos como caballos, vacas, burros y ovejas. Como el pueblo está sobre las sierras chicas predomina el arbusto particular de la montaña y los animales característicos como el zorro, la lechuza y los murciélagos. Sobre las orillas del lago se puede observar patos y el pez que predomina es el pejerrey, el bagre y la anguila.

Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos.

Nombre	Categoría	Tipo	Sub-tipo	Jerarquía Potencial
Ruinas del Antiguo Hotel	Museos y manifestaciones culturales históricas	Ruinas y sitios arqueológicos	-	III



**Ubicación:** A un kilómetro del pueblo de San Ignacio.

**Medios de Acceso:** Vía Terrestre. Desde la RP N° 5 por camino de tierra.

**Características Turísticas:** Este Hotel se categoriza en ruinas ya que está abandonado hace más de 50 años. Se construyó con el fin de revalorizar las tierras aledañas generando en si un atractivo turístico y desarrollo de las actividades a realizar en las orillas del lago Embalse Río Tercero, donde se encuentra. La finalidad del mismo era lotear las cercanías y vender los lotes a mejor precio. La familia que lo construyó albergó a las primeras familias que llegaban a San Ignacio pero nunca se inauguró. Solo les permitían quedarse, siendo sus visitantes, los futuros residentes.

Ficha de Inventario del Atractivos Turísticos.				
Establecimiento	Categoría	Tipo	Sub-Tipo	Jerarquía Potencial
Antiguo Correo	Museos y manifestaciones culturales históricas	Ruinas	-	III
				
<b>Dirección:</b> Calle de tierra principal de San Ignacio.				
<b>Descripción:</b> El edificio de Correo está en ruinas hace muchos años y se debe a la falta de mantenimiento y de utilización del mismo. Se encuentra en la entrada principal del pueblo y solo queda el emblema del servicio que prestaba, un buzón rojo que lo identifica y el recuerdo de todos sus habitantes.				

Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos.

Nombre	Categoría	Tipo	Sub-tipo	Jerarquía
Lago Embalse Río Tercero	Sitios Naturales	Lagos, lagunas y esteros	Lago	IV



**Ubicación:** Embalse Río Tercero y costas de San Ignacio

**Medios de acceso:** Vía terrestre. Ruta provincial N°5.

**Características Turísticas:** El lago en su totalidad, comprende varias costas según las localidades a las que bañan sus orillas. Por ejemplo, Villa Rumipal, Villa del Dique, Embalse y San Ignacio.

Ubicado sobre la Ruta Provincial N°5, su presa tiene una extensión de 360 metros, las aguas embalsadas sirven al riego de 60.000 há. Además, dos usinas hidroeléctricas aprovechan la fuerza que produce la evacuación de las aguas del gran dique principal y otro auxiliar, ubicado más abajo.

El lago del embalse -de 5.400 há- es adecuado para la náutica y pesca deportiva del pejerrey y la trucha.

Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos.

Nombre	Categoría	Tipo	Sub-Tipo	Jerarquía
Costas del Lago Embalse Río Tercero	Sitios Naturales	Lagos, lagunas y esteros	Costas	III



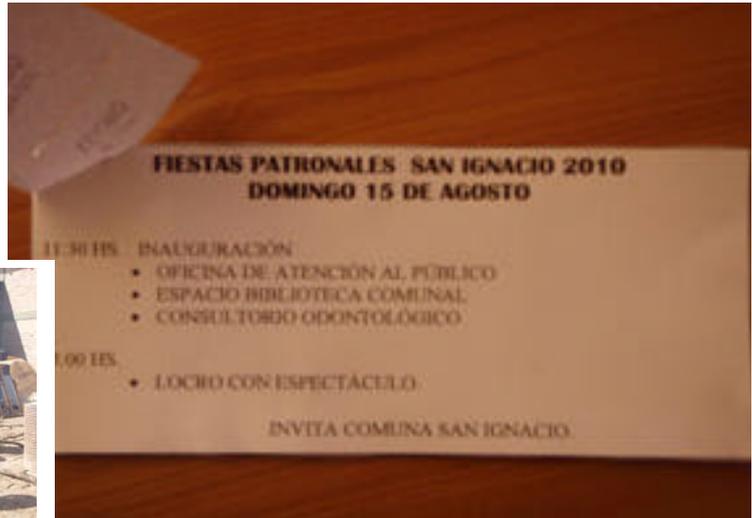
**Ubicación:** Costa de San Ignacio del Lago Embalse Río Tercero

**Medios de acceso:** Se accede por medio de la ruta provincial N°5, se cruza el puente y se continua por el camino de tierra que costea el lago

**Características:** El agua es limpia y transparente, pero al tener el suelo de barro y pasto, esto la convierte en turbia según la época del año y en la orilla que nos encontremos. Del lado de San Ignacio las costas son muy extensas, no están desarrolladas a nivel establecimientos turísticos pero por naturalidad se desarrolla la pesca como principal atractivo del lugar.

Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos.

Nombre	Categoría	Tipo	Sub-tipo	Jerarquía
Fiesta Patronal	Acontecimientos programados	Otros	-	-



**Medios de Acceso:** Por medio terrestres.

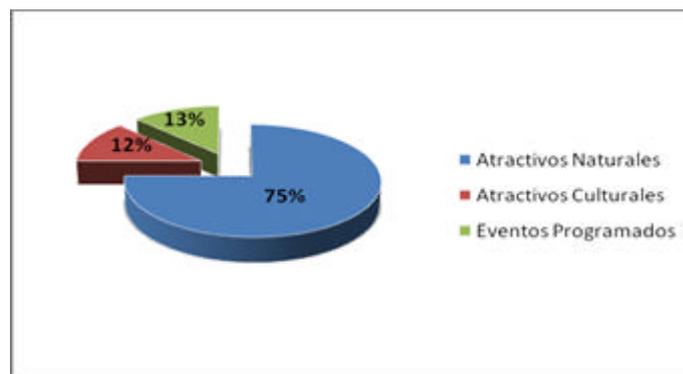
**Descripción:** La Fiesta se realiza todos los años en homenaje al Santo Patrono de la localidad San Ignacio de Loyola. Generalmente es en el predio de la comuna, donde preparan locro, hay grupos musicales de folklore

**Nº aprox. de visitantes:** 200 personas.

### 2.1.2 Análisis de Atractivos:

La localidad de San Ignacio cuenta con una potencialidad muy grande en cuanto al desarrollo de su materia prima. El peso de su atractivo radica en el entorno natural.

Sus mayores atractivos explotados son el Río Santa Rosa y el Lago de Embalse de Río Tercero, que no solo brindan una belleza incomparable en relación al paisaje, sino que son el escenario natural de las diferentes actividades que se pueden realizar en ellos, como la pesca y deportes náuticos en general.



Dentro de esta categoría de atractivos no podemos dejar de mencionar las costas de ambos donde encontramos hermosas playas de arena e instalaciones para recrearse o disfrutar del sol y del descanso.

También encontramos una naturaleza increíble en toda la localidad, abunda el campo o espacio verde donde se pueden realizar cabalgatas, trekking y avistaje de flora y fauna entre otras cosas.

Como complemento de los atractivos naturales tenemos atractivos culturales potenciales, como es el caso del Viejo Hotel y del Viejo Correo, que podrían ser revalorizados como museos. El Hotel fue el primer proyecto de alojamiento más importante de la localidad y ahora se encuentra abandonado, de la misma manera el correo que se encuentra en ruinas.

No se puede dejar de mencionar dentro de los eventos programados la Fiesta Patronal, en honor al Patrono de la localidad, San Ignacio de Loyola en el mes de agosto. Allí se reúne todo el pueblo, preparan locro, hay grupos musicales de folklore, realizan sorteos, etc.

### 2.2 Análisis de Entrevistas

A través de las entrevistas se intentó relevar datos acerca de la importancia de la actividad turística, los puntos a favor y sus problemáticas. Se confeccionó una guía de preguntas diferente para cada informante clave. A continuación se transcriben en forma ordenada las preguntas y respuestas definitivas por parte de los informantes claves.

Entrevista 1

La primera entrevista fue realizada al Intendente de la localidad de San Ignacio. Fue contactado telefónicamente el martes 10/08/10 donde se acordó la fecha y hora de encuentro el fin de semana siguiente, el sábado 14/08/10 a las 15 hs. en la Comuna de San Ignacio.

**“ENTREVISTA INTENDENTE COMUNA DE SAN IGNACIO”  
AGOSTO 2010 – PROVINCIA DE CORDOBA**

1. Según su opinión ¿Cuál es la importancia que ocupa la actividad turística en la localidad de San Ignacio?  
*Hoy no es una actividad muy desarrollada pero estoy de acuerdo con el crecimiento turístico en la localidad, siempre que no sea desmedido, cuidando la tranquilidad que hoy tenemos en el pueblo, que la gente pueda venir y descansar.*
2. ¿Qué medios se utilizan para promocionar la localidad?  
*Por medio de la “Comunidad Regional”, promocionamos a San Ignacio junto a las localidades de Amboy y Amancay, es decir se hacen folletos a nivel regional porque es muy costoso hacerlo a nivel comunal, no tenemos presupuesto para hacerlo.*
3. ¿Existe algún tipo de proyecto para mejorar la infraestructura e instalaciones de la localidad? ¿Cuáles?  
*En cuanto a la infraestructura, ayer se abrieron los sobres con las empresas para licitar el asfalto desde la Ruta 5 hasta Amancay que pasará por la calle principal del pueblo. El trabajo se debería terminar en el plazo de un año o un año y medio. Seguramente eso traerá más turistas.  
Con respecto a las instalaciones que están a orillas del río (Río Santa Rosa) fueron construidas hace un tiempo por la comuna, parrillas y mesas, de las cuales hacemos la limpieza pero no podemos por lo que te comentaba antes hacer más por falta de presupuesto. No se pueden construir baños porque la empresa DIPAS no permite la habilitación, para evitar que los desperdicios vayan al río. La opción es poner baños químicos pero tengo miedo que los roben.*
4. Según su opinión ¿Cuáles son los atractivos que merecen una revalorización como patrimonio de la localidad?  
*En San Ignacio existió una de la Estancias Jesuíticas que hoy en día es una propiedad privada, hubiese sido interesante poder expropiarla junto con la ayuda del gobierno provincial de Córdoba para revalorizar el lugar como atractivo histórico cultural*

*y habilitar un museo pero hasta el día de hoy no se pudo concretar. Además no quedaron muchos vestigios que aún no sabemos cómo desaparecieron.*

5. ¿Cuáles son las actividades turísticas de mayor relevancia en San Ignacio? ¿Cree que necesitan una mayor promoción?  
*Las actividades de mayor importancia son la pesca y la recreación. Seguramente necesitan mayor promoción.*
6. ¿Cuál es la opinión de la población local con respecto a la actividad turística en la localidad?  
*Creo que está dividida. Algunos habitantes prefieren el poco desarrollo porque quieren tranquilidad, otros consideran que el crecimiento es beneficioso porque con el turismo crecen económicamente, esto se da en los comerciantes.*
7. ¿Se han construido durante el último año o está en construcción algún tipo de alojamiento turístico?  
*Si, se construyeron unas cabañas y están terminando una hostería en frente de la comuna. Además estamos rematando unos lotes por falta de pago, de los cuales ya se vendieron 2 lotes y están terminando de construir una casa con pileta hermosa para vacacionar.*
8. ¿Cuál es la imagen que se pretende dar de San Ignacio?  
*La idea es que la localidad crezca, que los niños tengan un lugar donde realizar actividades, mejorar la escolita. Mañana hacemos la fiesta patronal del pueblo, en realidad es el 31 de julio, el patrono es San Ignacio de Loyola, pero para que concurra más gente siempre la corremos para el fin de semana largo. Comienza a las 11.30 hs. Con la inauguración de la parte nueva de la comuna y el centro odontológico, además se venderá comida para juntar fondos para la construcción de la capilla. Hoy viene un sacerdote una vez al mes a celebrar una misa para los residentes.*
9. En cuanto a la demanda. ¿Considera que creció en los últimos años? ¿Por qué?  
*Si creció. La gente se acercó más en los últimos años.*
10. ¿De dónde provienen la mayoría de los turistas que visitan San Ignacio?  
*Vienen muchos de Córdoba, Cañada de Gómez (Santa Fe) y Buenos Aires.*
11. ¿Reciben fondos del gobierno provincial para el desarrollo de la actividad turística?

***No para nada, todo lo hacemos desde la comuna, juntando fondos con alguna fiesta o con los impuestos.***

12. ¿Desea agregar algo más sobre el tema?

***No muchas gracias.***

Lo que se puede concluir en general a partir de esta entrevista es que el Intendente de la localidad está de acuerdo con el crecimiento turístico, pero lamentablemente no tiene recursos económicos para asignarle a esta actividad. Lo poco que se pudo hacer en relación a la actividad turística, fue con el aporte de los residentes mediante el cobro de impuestos o con algún tipo de evento especial para juntar fondos. Además por este mismo motivo la promoción de la localidad se hace a nivel regional, junto con las localidades aledañas de Amboy y Amancay.

Por otro lado apuesta a la inversión en la zona por medio de la venta de lotes para la construcción de casas o cabañas y de esta manera aportar con el crecimiento.

Comentó que a la brevedad estarán construyendo el asfalto por la entrada principal al pueblo y eso ayudará a incrementar la llegada de turistas.

Un tema importante relacionado con la historia del lugar y teniendo en cuenta que existió una de las primeras Estancias Jesuíticas en San Ignacio, le gustaría poder expropiar el lugar que ahora es propiedad privada para revalorizar el lugar y crear un museo, pero hasta el momento no pudo concretarlo.

Por último dijo que realmente quiere que la localidad crezca.

### Entrevista 2

La siguiente entrevista fue realizada a un residente, informante clave, con historia y relevancia en la localidad. Fue testigo del avance, logros y crecimiento del pueblo. Se lo contactó por medio del Intendente, fue sugerido por éste y se entrevistó al término de la Fiesta Patronal el 15/08/2010 a las 18 hs.

A partir de una guía, surgieron las siguientes preguntas:

**“ENTREVISTA RESIDENTE DE SAN IGNACIO”  
AGOSTO 2010 – PROVINCIA DE CORDOBA**

1. ¿Desde cuándo reside en la localidad de San Ignacio?

***Hace 50 años vivíamos en Buenos Aires, en Lomas de Zamora, yo tenía 7 años y mi papá, Juan Glowinski de nacionalidad polaca, era matriculado y hacía planos de gas. Un señor de Lomas de Zamora le ofreció un terreno o lote en San Ignacio, mi padre lo compró y un día fuimos a conocer el lote con mi mamá, mi papá***

*y mis 2 hermanos, Lo que ahora es la ruta prov. Nro. 5 antes era la ruta nro. 36, el micro nos dejó en la ruta y tuvimos que ir caminando los 3 km. hasta el vado porque no existía el puente, que cruzaba el Río Santa Rosa. Se acercó un señor y nos cruzó de a uno en burro. Llegamos al lugar y nos recibió en una hostería, que ahora es la despensa Melisa, un matrimonio sin hijos, el señor se llamaba Raimundo Duc, quién era el fundador o loteador de la localidad. En esa hostería dormíamos y comíamos. El señor Duc le ofreció a mi papá vender los lotes disponibles y le dio los planos. Vendió algunos terrenos a gente de Lomas y comenzó a construir su casa en la calle siete colores. Fuimos 2 o 3 años de vacaciones hasta que terminó la casa, exactamente igual a la suya de Polonia. Se compró un auto y llevaba a la gente a conocer los lotes.*

*No había luz ni agua en el pueblo y mi padre juntó firmas para llevar estos servicios, en ese momento existían algunas casas, y junto a los señores Carlos Rigoná y Mamana (ahora vive su hijo Magi Mamana ) juntaron las firmas y el dinero para llevar el primer transformador y dar luz a la localidad. Para juntar dinero se hacían bailes y quermeses en la plaza. Recuerdo que lavábamos la ropa en el río a mano y las casas tenían aljibes para juntar el agua de la lluvia, después que llegó la luz se colocaron unos tanques en la plaza para brindar agua corriente.*

2. Teniendo en cuenta que usted fue uno de los primeros pobladores de San Ignacio ¿Qué puede comentar acerca del crecimiento de la localidad?

*Bueno como te comentaba antes podrás ver que el crecimiento fue muy lento pero se fue dando de a poco.*

3. ¿Qué puede comentar acerca del crecimiento del turismo en la localidad?

*Creo que no hay mucha intención puesta en el crecimiento del turismo, quizás porque la comuna tiene otras prioridades, de todas formas se pusieron unas mesas y parrillas a orillas del río para los turistas que vienen en verano.*

4. ¿Cree que los habitantes de San Ignacio se beneficiarían con el crecimiento de la actividad turística? ¿Por qué?

*Si, por supuesto. Existiría un crecimiento económico, porque las personas que se acercan gastarían para consumir diferentes servicios.*

5. Según su opinión, ¿En qué condiciones se encuentran los accesos o caminos de la localidad?

*Los caminos podrían mejorarse para una mejor circulación. Quedó bastante desmejorada la zona donde antes estaba el*

*vado después que la empresa Panadile destruyó el lugar para llevar material para la construcción de la represa Cerro Pelado.*

*El camino siempre fue de ripio, supuestamente iban a asfaltar pero por cuestiones políticas sigue igual.*

6. ¿Y las instalaciones que se encuentran a orillas del río? ¿Cree que son suficientes o se deberían mejorar?

*Fueron realizadas por la comuna para los visitantes, creo que deberían mejorarlas y mantenerlas. Faltan baños públicos y un lugar para comprar comida y bebidas, así no tienen que venir hasta la despensa que queda un poco lejos.*

7. ¿Cree usted que los atractivos sufrieron algún deterioro a lo largo de los años?

*Por lo mismo que te dije antes, esta empresa que vino a buscar material para construir la represa dejó unos pozos o pilotones en el río que nunca arreglaron e hizo que se deteriorara un poco.*

8. ¿Qué opinión tiene acerca de los turistas que visitan la localidad?

*Estoy de acuerdo con la visita de turistas en la localidad porque ayuda al crecimiento.*

9. ¿Le gustaría trabajar en relación al turismo? ¿En qué actividad / sector? ¿Por qué?

*Nunca lo pensé, pero supongo que sí. Podría ser algún comercio o si tuviera la posibilidad de construir unas cabañas para manejarlas y recibir a la gente.*

10. ¿Desea agregar algo más sobre el tema?

*No, solo agradecerte por el interés en hacer algo para ayudar al crecimiento de San Ignacio.*

Según lo que cuenta el residente de tantos años en San Ignacio, podemos observar que a pesar de la lentitud se fue dando un crecimiento en la localidad.

Cree que la comuna no colabora demasiado con la actividad turística porque no reciben fondos y es por eso que percibe poco interés de parte de esta organización.

Por otro lado y teniendo en cuenta uno de los objetivos de este trabajo, está de acuerdo con la visita de los turistas porque éstos ayudan al crecimiento económico del pueblo. Considera que es positivo para el desarrollo de San Ignacio.

En relación a la infraestructura e instalaciones, considera que deben mejorar los caminos y agregar más instalaciones a orillas del río.

### Entrevista 3

La tercera entrevista se realizó al Dueño de las Cabañas que existen en la localidad, por el momento son las únicas construidas y donde estuve

hospedada ese fin de semana para realizar parte del trabajo de campo en la localidad. Se contactó vía mail para realizar la reserva y recién en el destino se le propuso realizar la entrevista, la cual aceptó sin ningún problema. Se hizo el 14/08/10 a las 19 hs. en ese mismo lugar.

Se obtuvieron las siguientes respuestas:

**“ENTREVISTA DUEÑO CABAÑAS SAN IGNACIO”  
AGOSTO 2010 – PROVINCIA DE CORDOBA**

1. ¿Cuáles fueron las motivaciones que lo llevaron a concretar esta inversión y construir las cabañas en San Ignacio? ¿Qué le interesó de la localidad?  
*Por intuición comercial. Fue una decisión tomada con amigos, un proyecto en conjunto. Llegamos al lugar en marzo del 2009 al terminar la temporada de verano en Trevelin, donde también tenemos unas cabañas que en este momento las administra mi hija, y nos encantó. Nos gustó la limpieza del lugar, el césped tan prolijo, además del potencial turístico que vimos. San Ignacio tiene algo que creo no existe en el resto de la provincia de Córdoba, dos atractivos naturales juntos, el Río Santa Rosa y el lago de Embalse de Río Tercero. Decidimos invertir, nos quedamos y empezamos a construir las cabañas, que todavía le faltan algunos detalles pero ya recibimos gente desde este verano.*
2. ¿Cuál es el perfil del turista que se aloja en las cabañas?  
*Familias, clase media. No recibimos jóvenes solos o grupos de amigos adolescentes. Con la experiencia de las otras cabañas preferimos dedicarnos a este perfil de turistas para preservar la tranquilidad y el silencio del lugar. Que las personas que lleguen puedan realmente descansar y si quieren vida nocturna, salir a cenar u otras actividades, pueden ir a Santa Rosa, Villa Rumipal o Villa General Belgrano.*
3. ¿En qué períodos hay mayor afluencia de turistas?  
*Enero / Febrero*
4. ¿Cuál es el tiempo promedio de estadía?  
*Eso cambió bastante, antes era de un mes o quincena. Ahora es de una semana promedio.*
5. ¿Qué tipos de servicios brinda el establecimiento?  
*Alojamiento, con ropa blanca, servicio de mucama. Eventualmente sin desayuno, puede ser opcional.*
6. Teniendo en cuenta que es único alojamiento ¿Cuáles son las ventajas comparativas de hospedarse en la localidad?

***La tranquilidad y paz del lugar durante el día con la cercanía de lugares nocturnos.***

7. ¿Considera que la oferta complementaria de las localidades cercanas afecta los niveles de ocupación de sus cabañas en las diferentes temporadas? ¿Por qué?  
***Esta fue la primera temporada no podría decirte mucho, de todas maneras creo que sería mejor con más oferta de servicios en la localidad.***
8. ¿Qué medios utiliza para promocionar y comercializar las cabañas?  
***Internet. Deremate.com y Vivaavisos.***
9. ¿Qué opinión le merece el crecimiento del turismo en la localidad?  
***Es lento. Creo que el proyecto del asfalto lo traba, va a crecer muchísimo a partir de eso.***
10. ¿Desea agregar algo más sobre el tema?  
***No. Creo que ya te comenté bastante, no me parece que haya más para agregar. Muchas gracias por el interés en San Ignacio.***

El dueño de las cabañas llegó a San Ignacio con su esposa y unos amigos y les gustó el lugar principalmente por el potencial turístico que observó. Inauguró este verano y el perfil de turistas que quieren recibir son familias para preservar la tranquilidad del lugar y que puedan descansar, ya que para salir tienen localidades cercanas donde pueden disfrutar de la noche.

**Entrevista 4**

La última entrevista no se pudo concretar, se intentó hablar con un Representante de la Casa de la provincia de Córdoba, perteneciente al sector de Turismo, quien hace un tiempo cuando comencé con esta investigación me brindó su ayuda. Se llamo telefónicamente, se habló con la recepcionista para acordar una entrevista con Martín Lidestri pero ya no trabajaba más en ese lugar. A partir de esto le pedí información a ella y me dijo que debía contactar vía mail a la Licenciada Laura Rinaldi con las preguntas que deseaba hacerle a la siguiente dirección [turismocasacordoba@gmail.com](mailto:turismocasacordoba@gmail.com). El mail fue enviado el 27/8/10 a las 12 hs. del cual tuve respuesta sin éxito el 31/8/10. Me sugerían que contacte directamente a la comuna, lo cual ya había hecho anteriormente. La copia del mail se encuentra en ANEXO.

**2.3 Análisis de Encuestas**

### 2.3.1 Demanda turística

De la salida a campo que se realizó para conocer el perfil y satisfacción de los visitantes que llegan a San Ignacio se desprende el siguiente análisis. Cabe aclarar que se presentan los originales de las encuestas en un cuadernillo aparte a disposición del docente.

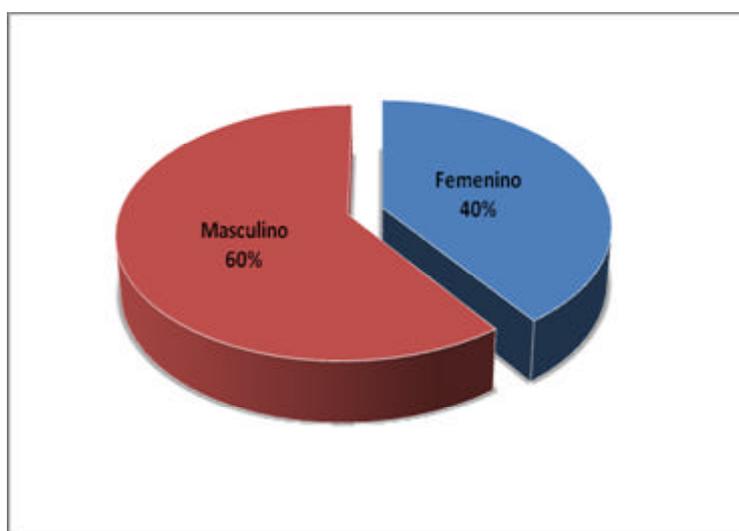
Las encuestas fueron realizadas durante tres días:

Lugar	Día	Mañana	Tarde	Total	
Río	15/01/2010	2	12	14	
Lago	16/01/2010	4	14	18	
Río	17/01/2010	8	10	18	50

Los lugares donde se recogieron las opiniones de los encuestados se eligieron por ser los más concurridos por éstos, teniendo en cuenta que el horario de la mañana fue tomado hasta las 13 hs.

#### Pregunta 1: Sexo

Femenino	20
Masculino	30



Como se puede apreciar en el gráfico la pregunta 1 arroja que de las personas que visitan San Ignacio, el 60% son hombres y el 40% son mujeres. Podemos inferir que la mayor concurrencia de este género se debe a la posibilidad de practicar la pesca, siendo ésta en general elegida por hombres.

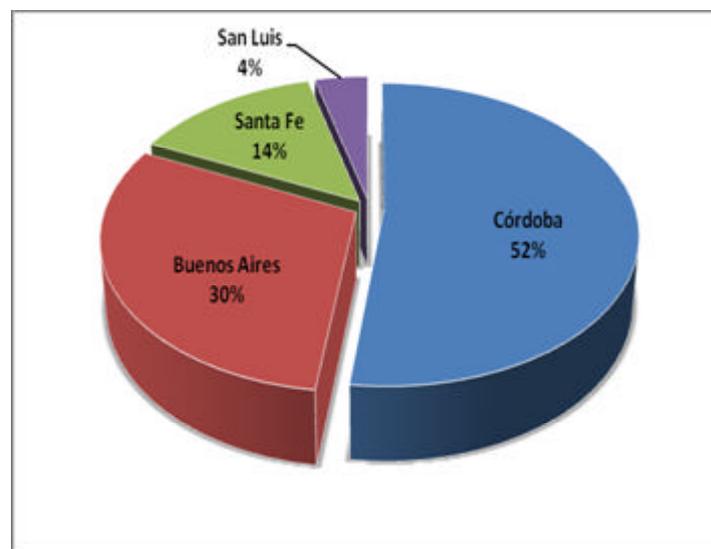
#### Pregunta 2: Nacionalidad

En este caso se considera no graficar debido a que el 100% de los turistas que van a San Ignacio son de nacionalidad argentina, el turismo

es netamente nacional, esto puede darse no solo por el poco desarrollo y promoción del destino, sino también por la jerarquía de sus atractivos.

### Pregunta 3: Lugar de procedencia

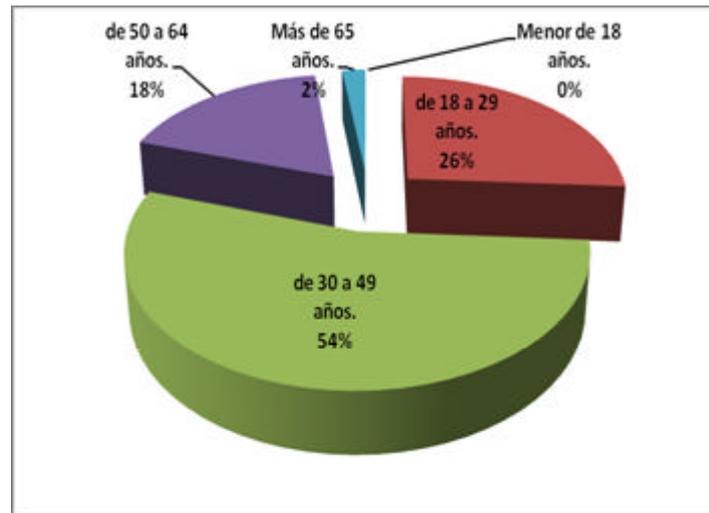
Córdoba	26
Buenos Aires	15
Santa Fe	7
San Luis	2



De las personas consultadas, como podemos ver en el gráfico, que más de la mitad de los visitantes (52%) proceden de la misma provincia, esto se debe a la cercanía con las distintas localidades, le sigue la provincia de Buenos Aires (30%), uno de los principales centros emisores de Córdoba, continúa Santa Fe (14%) y en último lugar San Luis (4%).

### Pregunta 4: Grupo etario

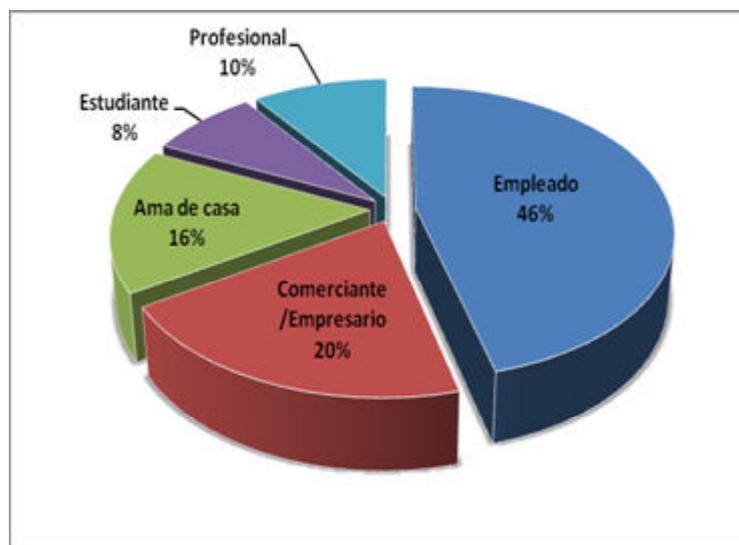
Menor de 18 años.	0
de 18 a 29 años.	13
de 30 a 49 años.	27
de 50 a 64 años.	9
Más de 65 años.	1



En las salidas a campo, predominó una demanda compuesta por personas cuyas edades oscilan entre los “30 a 49 años”, con un 54% del total de los turistas, a la escala le continúan los de “18 a 29 años” con un 26%. En menor medida el rango entre los “50 a 64 años” con el 18%. Un mínimo porcentaje ocupan los de más de 65 años con un 2% y no se encontraron menores de 18 años. Por lo que la práctica de turismo en la localidad se caracteriza en personas adultas que buscan recrearse en su tiempo libre.

**Pregunta 5: ¿Cuál es su ocupación o profesión?**

Empleado	23
Comerciante/Empresario	10
Ama de casa	8
Estudiante	4
Profesional	5

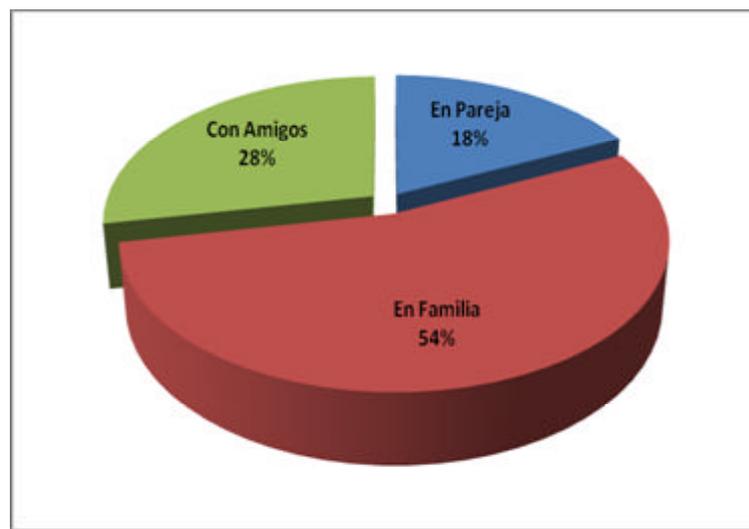


Otro aspecto que resulta interesante conocer es la ocupación o profesión de una persona ya que su nivel socioeconómico permite ofrecer productos a medida.

El gráfico anterior demuestra que el turismo en San Ignacio es una actividad que puede ser segmentada hacia distintos niveles socioeconómicos. La mayor parte de los turistas son “empleados” públicos y privados, representan el 46% de la demanda. Le siguen los “amas de casa” con el 16% del total. El tercer lugar, con un 14% corresponde a “empresarios o comerciantes”, personas que no especificaron su ocupación, y le continúan los “estudiantes” y “profesionales”, que entre los dos conforman un 18% de la demanda total.

**Pregunta 6: ¿Cómo está conformado su grupo de viaje?**

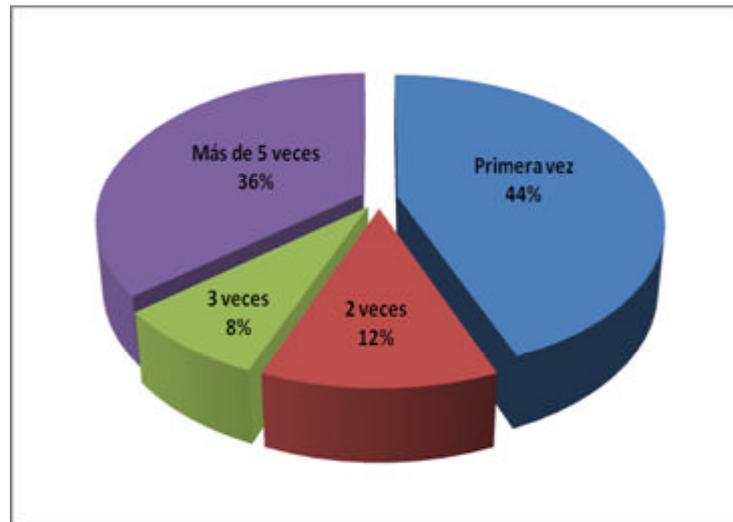
En Pareja	9
En Familia	27
Con Amigos	14



Como podemos observar en este gráfico, el destino es visitado en su mayoría por “familias”, ocupando un 54% del total. En segundo lugar tenemos a grupos de “amigos”, siendo el 28%. Y por último un 18% de los visitantes se encontraban acompañados por su “pareja”.

**Pregunta 7: ¿Cuántas veces visitó San Ignacio?**

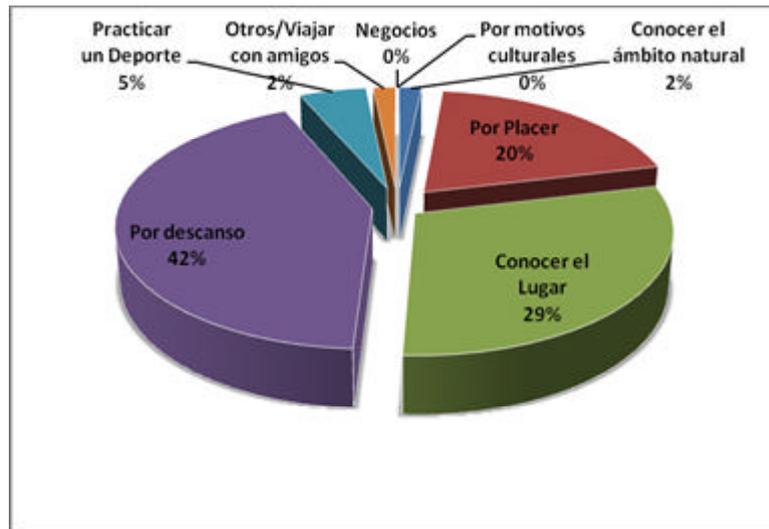
Primera vez	22
2 veces	6
3 veces	4
Más de 5 veces	18



Con respecto a la cantidad de veces que los turistas visitaron San Ignacio, podemos inferir que el destino es realmente atractivo ya que siguieron visitándolo, ocupando el 36% del total aquellos que fueron más de cinco veces. También es importante mencionar que quien ocupa el primer lugar con el 44% son aquellos que llegan por primera vez. El 20% restante lo ocupan quienes estuvieron dos o tres veces.

**Pregunta 8: ¿Cuál es el motivo de la visita?**

Conocer el ámbito natural	1
Por Placer	12
Conocer el Lugar	18
Por descanso	26
Practicar un Deporte	3
Otros/Viajar con amigos	1
Por motivos culturales	0
Negocios	0

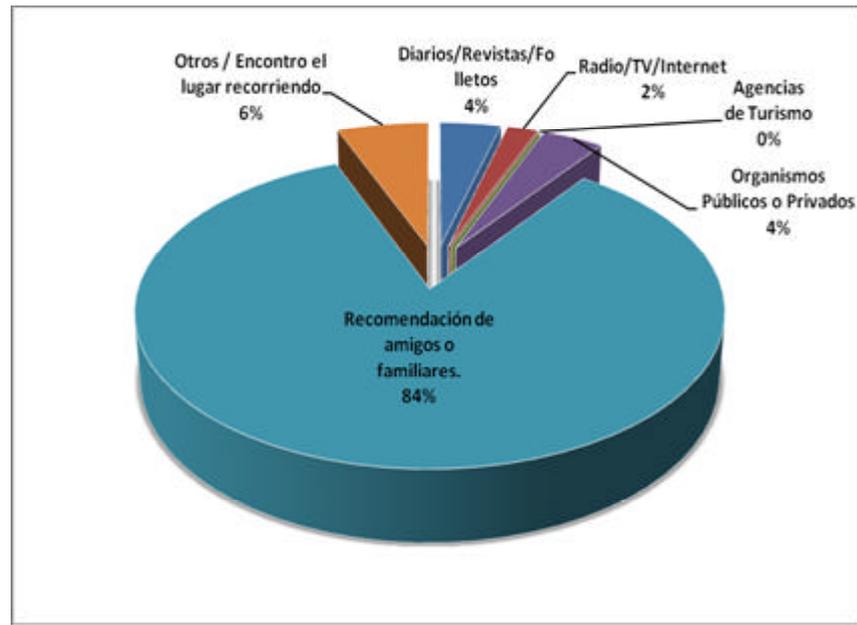


Como se aprecia en el gráfico anterior que se destina al análisis la principal motivación de viaje de los turistas a San Ignacio, casi la mitad, es decir el 42% se movilizó para encontrar recreación, ocio o "descanso". Por lo que se infiere que al venir de grandes ciudades como Córdoba y Buenos Aires, es esperable que sea su principal motivación. El segundo lugar lo ocupan aquellos que les interesa "conocer el lugar" en un 29% y en tercer lugar los llegan para encontrar "placer" ocupando el 20%. En un porcentaje menor que suma un 9% se encontraron encuestados que visitaron la localidad para practicar un "deporte", "conocer el ámbito natural" o solamente por "viajar con amigos". Se contempló la posibilidad de visitantes que asistiesen por motivos culturales o negocios pero este valor no fue hallado en la realidad consultada.

Es importante destacar que algunos visitantes a la hora de responder optaron por más de una opción, debido a que encontraron varias motivaciones para visitar la localidad.

**Pregunta 9: ¿Por qué medios conoció San Ignacio?**

Diarios/Revistas/Folletos	2
Radio/TV/Internet	1
Agencias de Turismo	0
Organismos Públicos o Privados	2
Recomendación de amigos o familiares.	42
Otros / Encuentro el lugar recorriendo	3

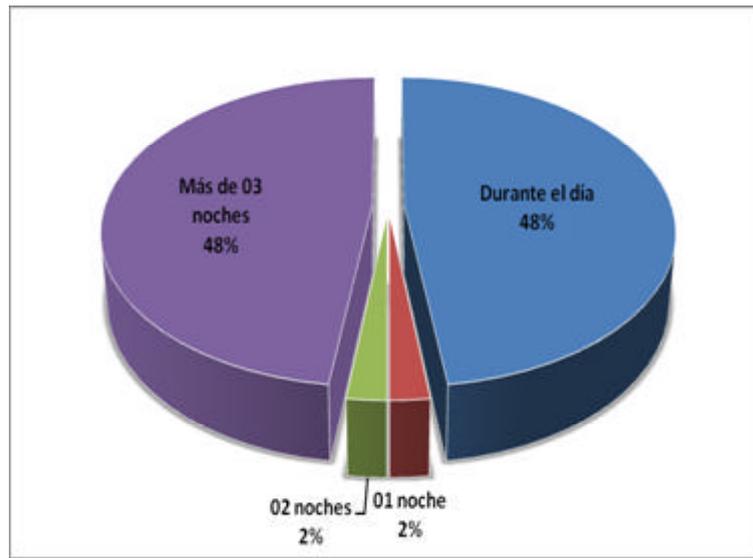


La principal fuente de información del destino resultó ser con un 84% de coincidencia entre los consultados, la recomendación por parte de familiares, amigos, u otra persona, lo que habla de una buena referencia de la localidad, que se promueve bien a si misma por medio del boca en boca y la buena experiencia del visitante quien la da a conocer a través de su propia experiencia. Le siguen con un mínimo porcentaje el resto de las opciones, volviendo a aparecer la variable agencias de turismo sin encontrarse entre los encuestados.

#### Pregunta 10: Tiempo de estadía

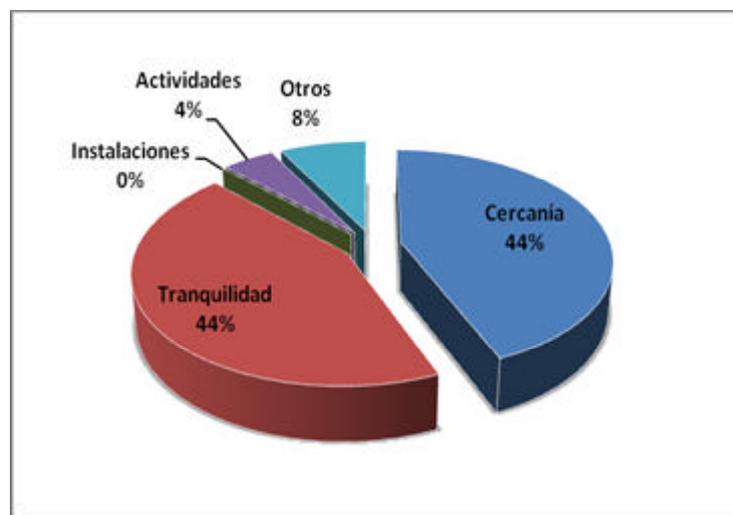
Durante el día	24
01 noche	1
02 noches	1
Más de 03 noches	24

Resulta muy interesante ver el siguiente gráfico. En éste podemos observar una coincidencia en los resultados obtenidos en cuanto al porcentaje que ocupan los turistas que visitan el destino durante el día, calificados como "excursionistas" y aquellos que se quedan más de 03 noches. Ambos arrojan el 48%. Los que muestran estadía mínimas de una o dos noches ocupan un 2% respectivamente.



**Pregunta 11: Motivos de elección de la localidad**

Cercanía	28
Tranquilidad	28
Instalaciones	0
Actividades	3
Otros	5



Como podemos ver en el gráfico anterior, entre otras motivaciones para elegir San Ignacio encontramos que el 44% de los turistas lo hacen por la "tranquilidad" que encuentran en el lugar compartida por la "cercanía", como se mencionó anteriormente se debe a que la mayoría de los visitantes son de la provincia de Córdoba. Unos pocos llegan para realizar "actividades", solamente un 4%. El 8% restante respondió que los motivó "viajar con amigos", "venir con la familia" y que una buena opción es el "río" al no correr riesgos por la poca profundidad.

**Pregunta 12: ¿Qué medios de transporte que utilizó para llegar?**

Según los datos relevados en este punto, el 100% de los consultados optaron por arribar en vehículo propio, puede ser auto, camioneta, moto, etc.

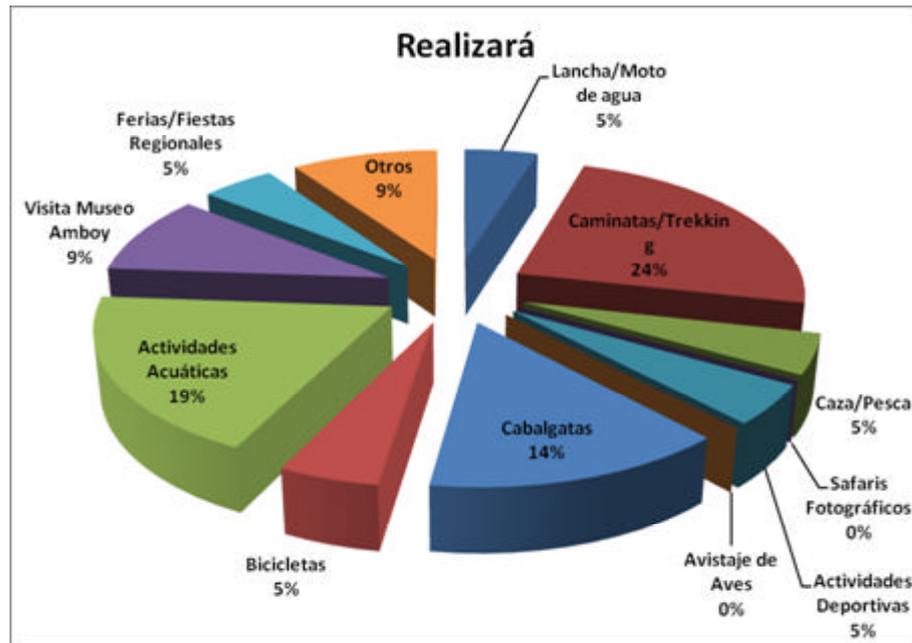
Otra opción de llegada puede ser por medio de autobús a una ciudad cercana como Villa Rumipal o Santa Rosa y de ahí en remis hasta San Ignacio. No fue el caso de los encuestados.

**Pregunta 13: Actividades que realizará o realizó**

Como podemos ver en los gráficos siguientes es bastante pareja la elección de actividades que los turistas deseaban realizar a futuro, entre las más elegidas vemos "trekking" o caminatas y actividades acuáticas aprovechando los principales atractivos como el Lago de Embalse y el Río Santa Rosa.

Sigue en tercer lugar el deseo de los visitantes por realizar "cabalgatas", es una opción tan elegida teniendo en cuenta la naturaleza que abunda en el lugar.

	Realizará
Lancha/Moto de agua	1
Caminatas/Trekking	5
Caza/Pesca	1
Safaris Fotográficos	0
Actividades Deportivas	1
Avistaje de Aves	0
Cabalgatas	3
Bicicletas	1
Actividades Acuáticas	4
Visita Museo Amboy	2
Ferías/Fiestas Regionales	1
Otros	2

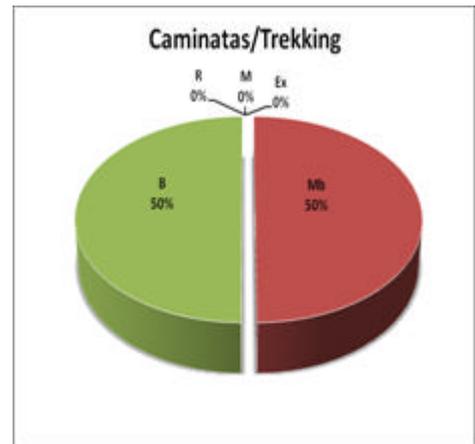


Dentro de las actividades que el turista realizó, encontramos las siguientes respuestas con una evaluación de las mismas, de acuerdo al grado de satisfacción considerado por los visitantes.

Referencias:

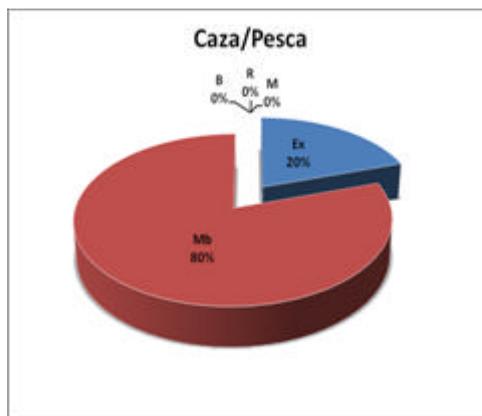
- Ex: Excelente
- Mb: Muy Bueno
- B: Bueno
- R: Regular
- M: Malo

	Ex	Mb	B	R	M
Lancha/Moto de agua	4	3	0	0	0



	Ex	Mb	B	R	M
Caminatas/Trekking	0	3	3	0	0

	Ex	Mb	B	R	M
Caza/Pesca	2	8	0	0	0



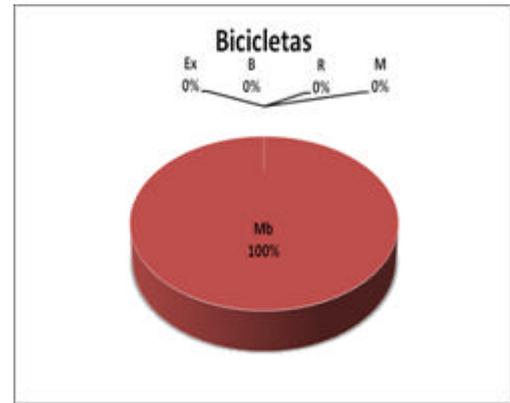
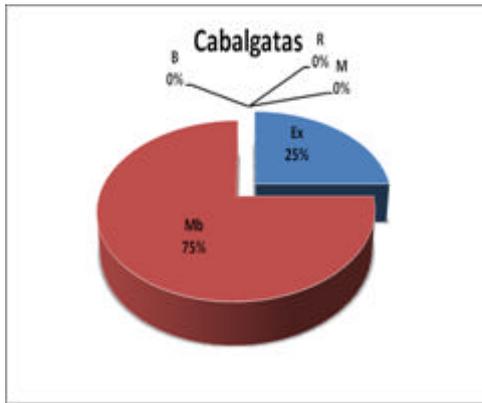
	Ex	Mb	B	R	M
Act. Deportivas	0	1	0	0	0

Se tuvieron en cuenta las siguientes actividades pero no arrojaron resultados, ninguno de los encuestados optó por realizarlas.

	Ex	Mb	B	R	M
Safaris Fotográficos	0	0	0	0	0

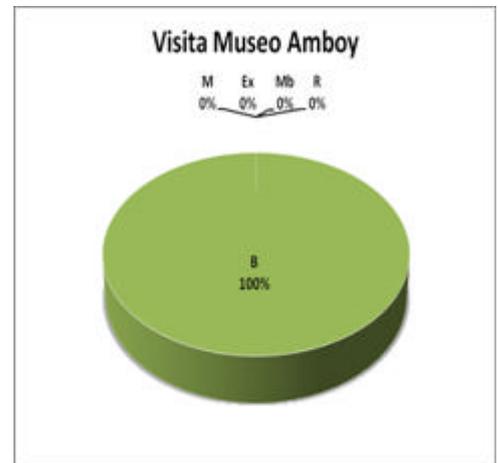
	Ex	Mb	B	R	M
Avistaje de Aves	0	0	0	0	0

	Ex	Mb	B	R	M
Cabalgatas	1	3	0	0	0



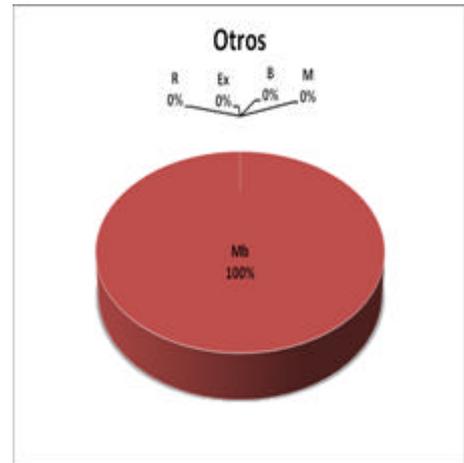
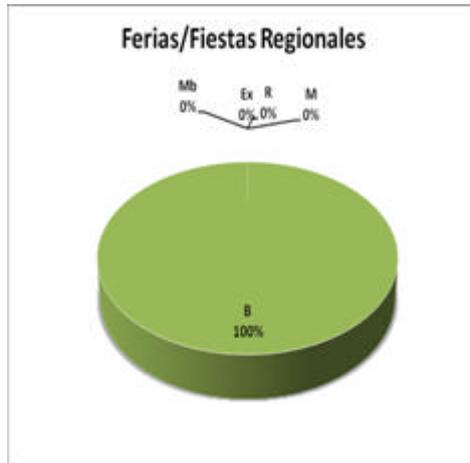
	Ex	Mb	B	R	M
Bicicletas	0	1	0	0	0

	Ex	Mb	B	R	M
Actividades Acuáticas	1	7	0	0	0



	Ex	Mb	B	R	M
Visita Museo Amboy	0	0	1	0	0

	Ex	Mb	B	R	M
Ferias/Fiestas Regionales	0	0	1	0	0



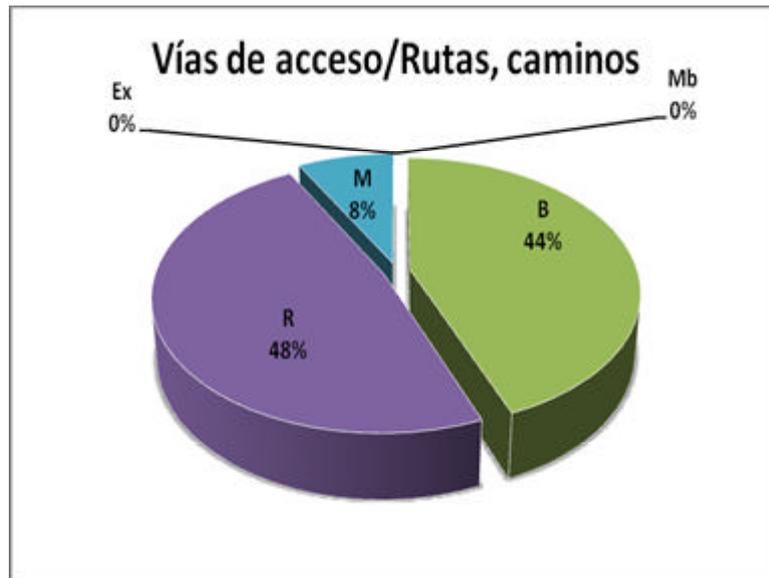
	Ex	Mb	B	R	M
Otros	0	3	0	0	0

En la variable "Otros", los encuestados mencionaron que no pensaban realizar ninguna actividad de las nombradas, solo buscaban descansar, nadar, tomar sol, disfrutar de relajarse a orillas del río.

De acuerdo al relevamiento realizado en cuanto a las actividades podemos inferir que es muy variada la elección de los visitantes. Aunque el mayor porcentaje está dado en las "actividades acuáticas" en general, moto de agua, lancha y sobre todo la pesca.

**Pregunta 14: ¿Cómo calificaría el destino?**

	Ex	Mb	B	R	M
Vías de acceso/Rutas, caminos	0	0	22	24	4
Calidad y cantidad atractivos	0	7	39	4	0
Calidad y cantidad actividades	0	3	35	12	0
Higiene/Estado de conservación	0	0	12	38	0
Tarifas	0	1	46	3	0
Nivel Instalaciones y Facilidades	0	0	5	45	0



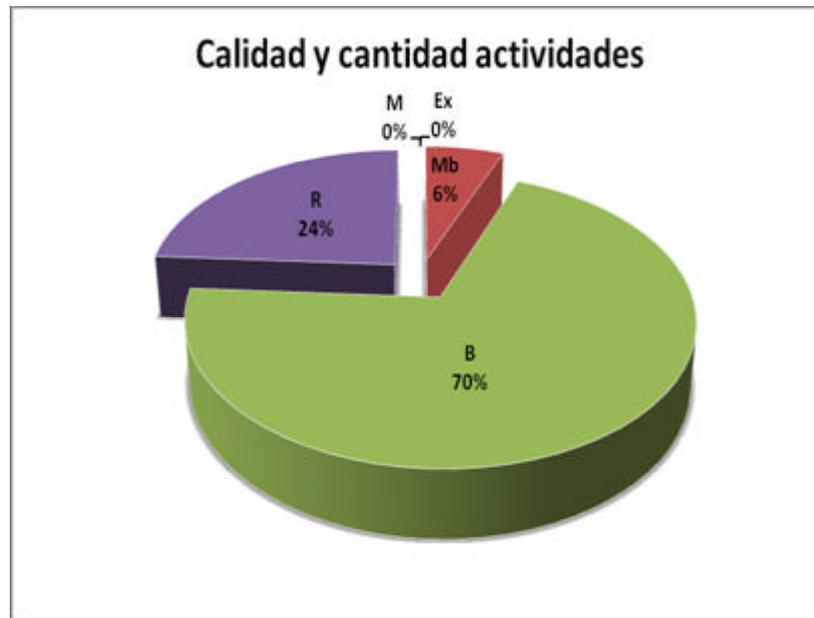
Podemos ver en el gráfico de arriba, la opinión de los turistas en cuanto a la variable acceso, el 48% de los encuestados considera que se encuentra en estado regular, éstos mencionaron que el ripio en general no se encuentra en condiciones óptimas. Por otro lado tenemos el resultado del 44% que lo considera bueno o en condiciones y la minoría cree que el estado es malo.

En el siguiente gráfico podemos ver la opinión acerca de los atractivos, la mayoría considera que se encuentran en buen estado, el 78% seguido de los que creen que la calidad es muy buena, un 14%. Es muy importante este resultado teniendo en cuenta que son la materia prima del turismo y sin ellos no sería posible el desarrollo turístico de la localidad.

Con un mínimo porcentaje se obtuvieron resultados negativos, solo el 8% consideró que la cantidad y calidad de los atractivos es regular.

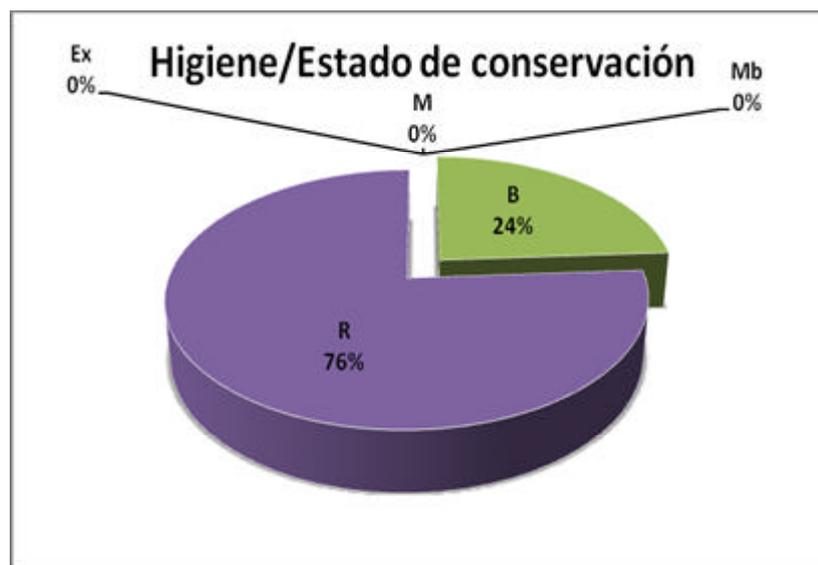


Se observa a continuación el resultado obtenido según las actividades y el 70% opina que son buenas, seguido de un 24% que considera que son regulares y el 6% que son muy buenas.



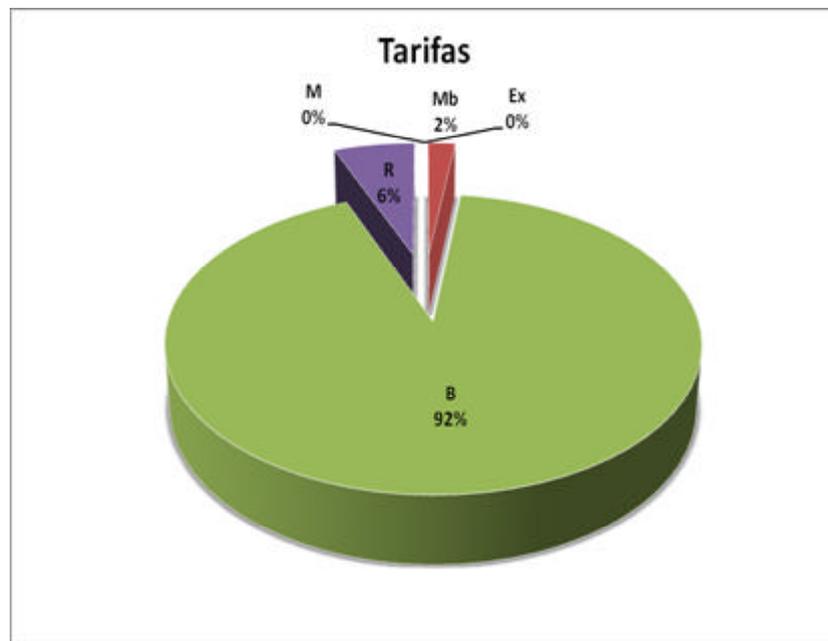
En cuanto a la higiene y estado de conservación de la localidad, la mayoría, el 76% coincide que es regular, sobre todo en la zona de río, sugieren agregar más cestos para residuos en el lugar. El 24% restante opina que esta variable se encuentra en buen estado.

Lo mismo sucede con los resultados que arrojan las instalaciones y facilidades, el 90% considera que no son suficientes o regulares, mientras que solamente el 10% opina que son buenas. Ver gráficos a continuación:





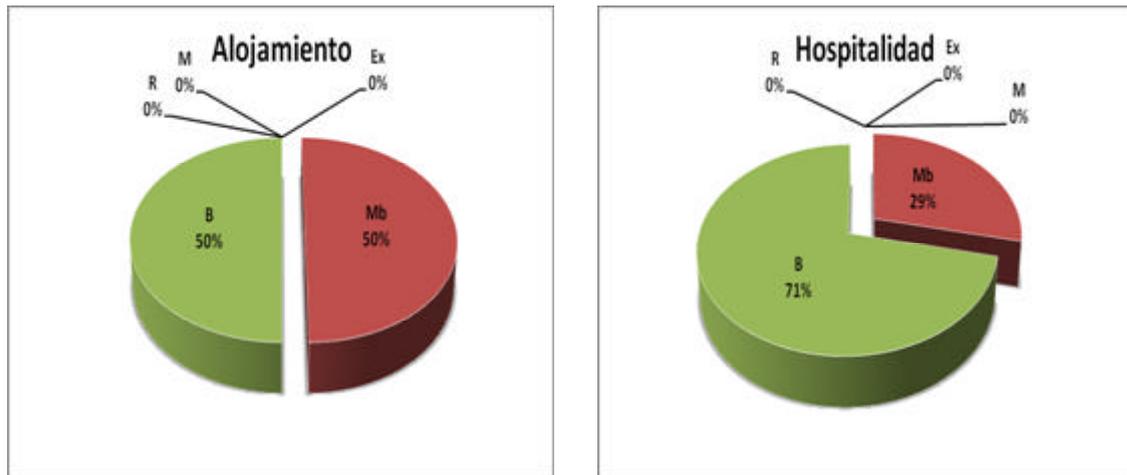
Las tarifas en la localidad para el 92% de los visitantes son buenas.



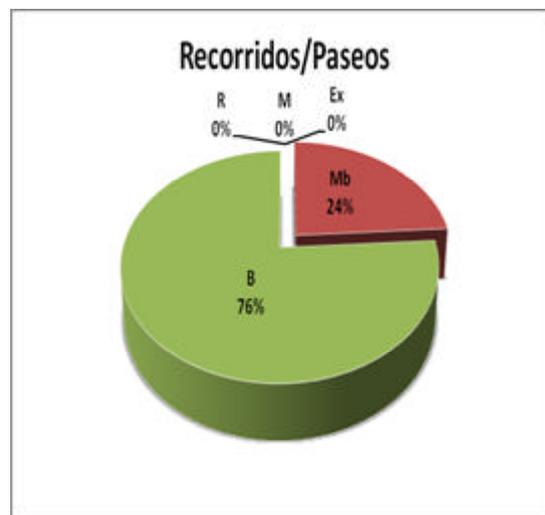
### Pregunta 15: Hospitalidad y atención recibida

Debemos aclarar que en esta variable no todos los turistas dieron su respuesta porque estuvieron solo durante el día y no fue posible evaluar este punto. No obstante, del total de encuestados se obtuvieron los siguientes resultados.

	Ex	Mb	B	R	M
Alojamiento	0	4	4	0	0
Hospitalidad	0	8	20	0	0
Recorridos/Paseos	0	6	19	0	0



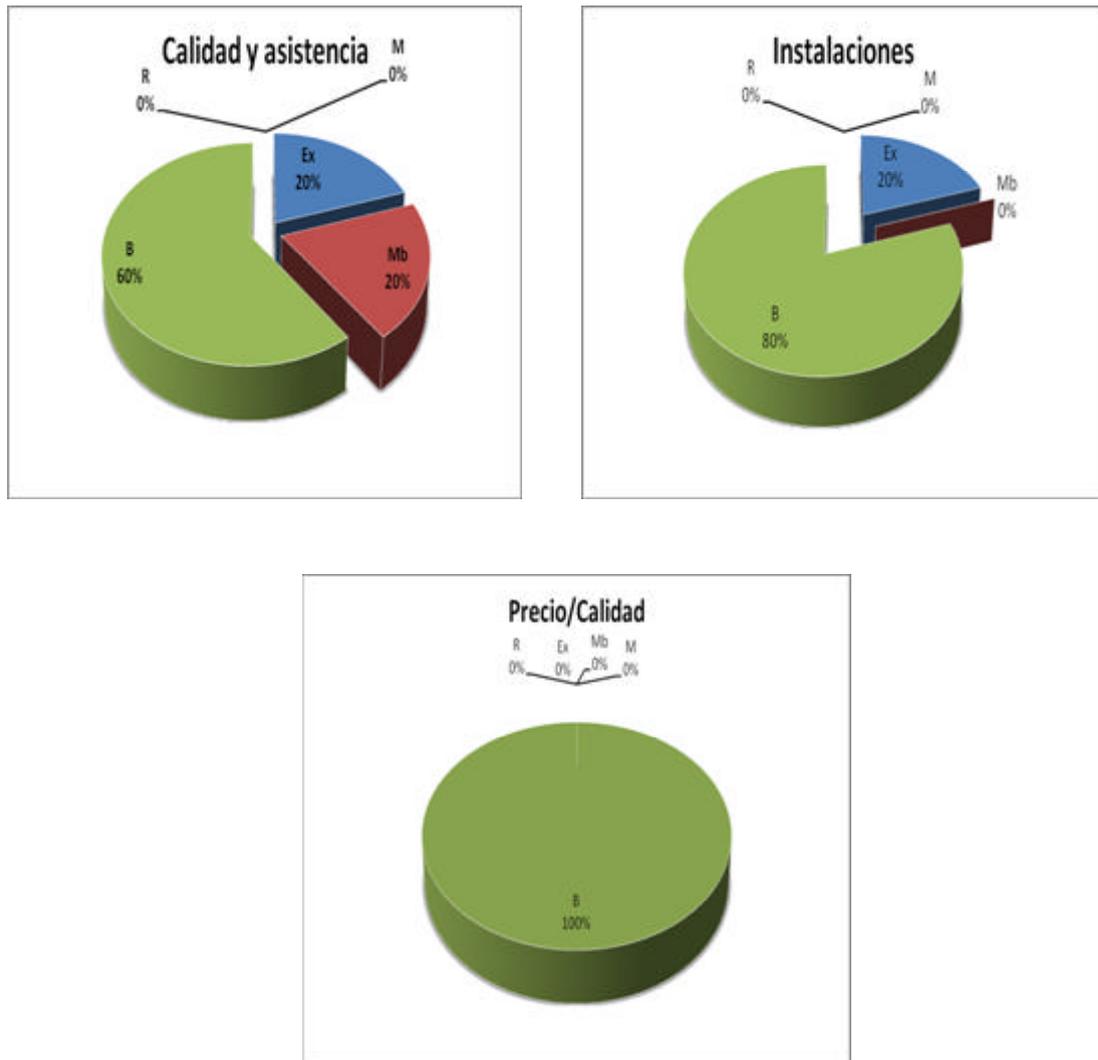
En general y de acuerdo a los datos relevados podemos mencionar que los visitantes están conformes con lo recibido.



**Pregunta 16: Alojamiento**

Esta variable arroja los siguientes datos. Se observan tan pocos resultados porque la mayoría de los turistas encuestados se alojan en casas de familia. Esos datos se pueden ver a continuación.

	Ex	Mb	B	R	M
Calidad y asistencia	1	1	3	0	0
Instalaciones	1	0	4	0	0
Precio/Calidad	0	0	3	0	0



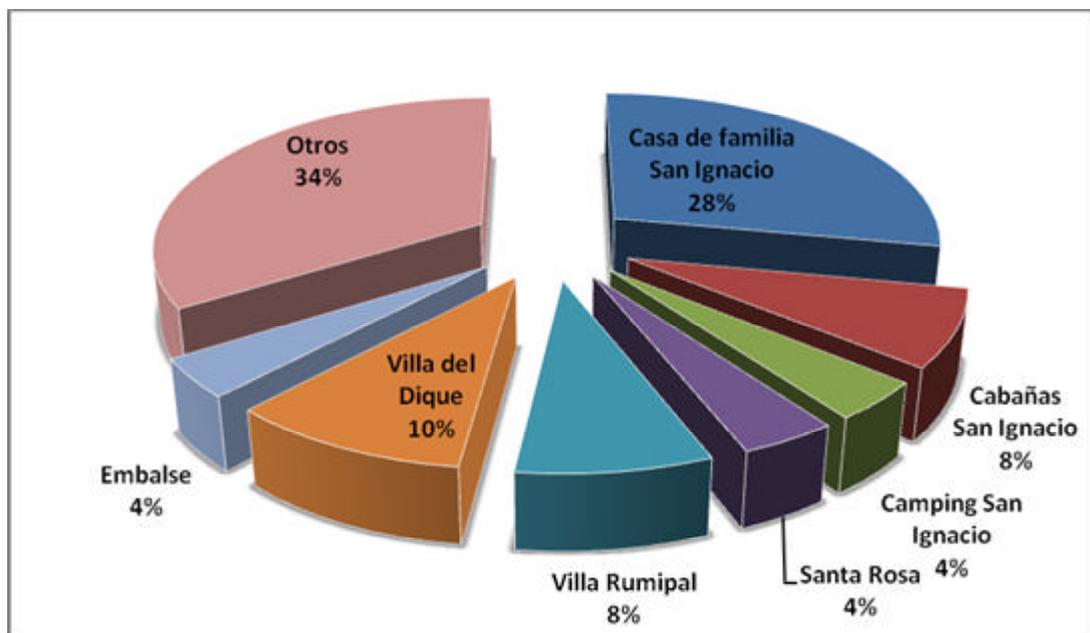
### Tipos de alojamiento

Esta variable se desprende de la anterior, donde se les preguntó a los encuestados el lugar de alojamiento. No se realizó de antemano un instrumento diferenciado destinado uno para turistas y otro para excursionistas, es decir los que no realizan pernocte en el destino visitado. Se relevaron los datos con el mismo instrumento.

Los resultados obtenidos fueron tomados sin tener en cuenta aquellos turistas que visitan el destino durante el día, los llamados excursionistas. Del total que pernocta en San Ignacio arroja que el 28% se aloja en casas de familias, o sus propias casas de veraneo.

El 72% restante duerme en otras localidades. De los cuales el 10% opta por Villa del Dique como destino elegido, con el 8% comparten el puesto las Cabañas de San Ignacio y Villa Rumipal. En menor porcentaje se encuentra Embalse, Santa Rosa y Camping en San Ignacio, todos con el 4%. El 34% que falta no brindó información.

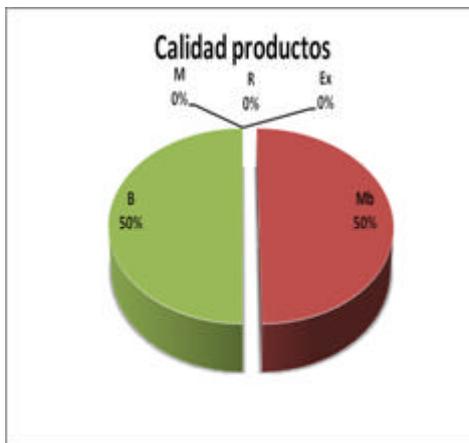
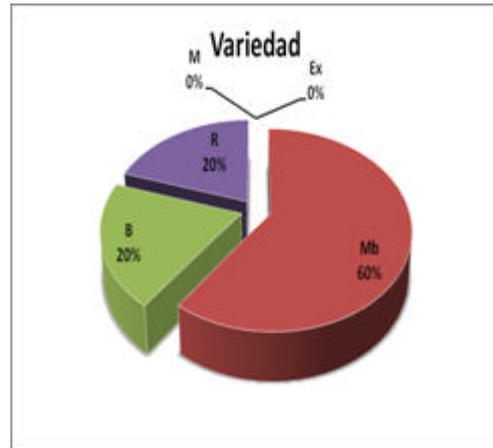
Casa de familia San Ignacio	14
Cabañas San Ignacio	4
Camping San Ignacio	2
Santa Rosa	2
Villa Rumipal	4
Villa del Dique	5
Embalse	2
Otros	17



### Pregunta 17: Oferta Gastronómica

Este punto arrojó los datos de los encuestados que consumen gastronomía en los mercaditos del pueblo, debido a que no existen restaurantes en la localidad, solo hay un parador para comprar alimentos y bebidas, además de dos supermercados. Para cenar deben ir a las localidades cercanas.

Las variables "aspecto físico", "calidad" y "precios" comparten el mismo porcentaje, con el 50% en calificación buena y muy buena, mientras que en "variedad" el 60% es muy bueno y el resto se divide en un 20% regular y 2% bueno.

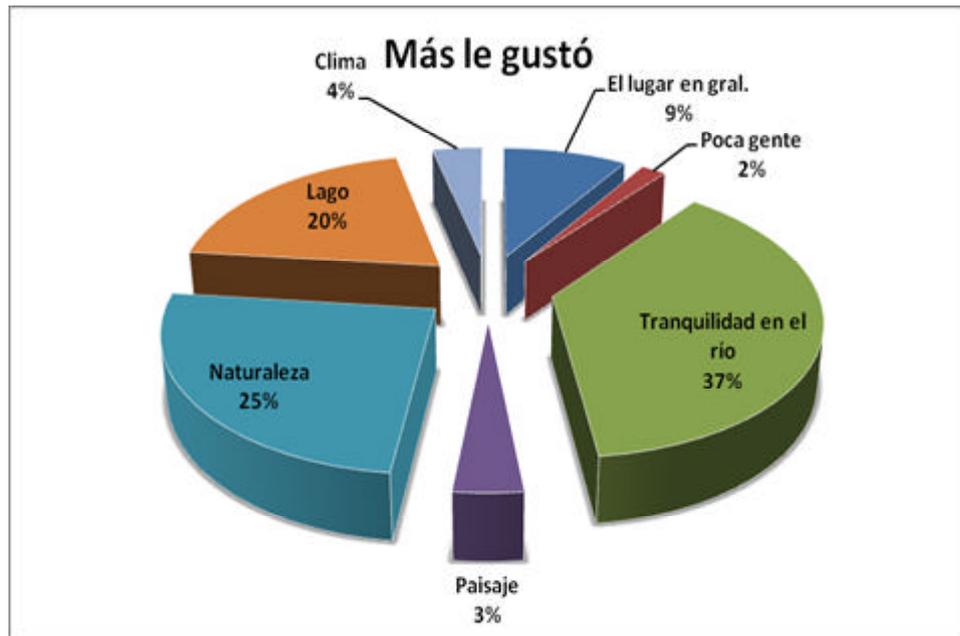


**Pregunta 18: ¿Qué le gustó más y qué le gustó menos en San Ignacio?**

Esta pregunta es abierta y con los datos relevados se graficó la información para un mejor análisis

El lugar en gral.	5
Poca gente	1
Tranquilidad en el río	21
Paisaje	2
Naturaleza	14
Lago	11
Clima	2

Como podemos ver a continuación, los mayores porcentajes los muestran sus atractivos más importantes, el río con el 37% y el lago con un 20%, junto a la naturaleza del lugar que ocupa el 25%.



Esta variable arroja que lo que menos le gustó a los visitantes está relacionado con los caminos, accesos de ripio en un 34%, continúan las pocas instalaciones con el 30% y pocos servicios con el 21%. En menor porcentaje la vida nocturna y limpieza.

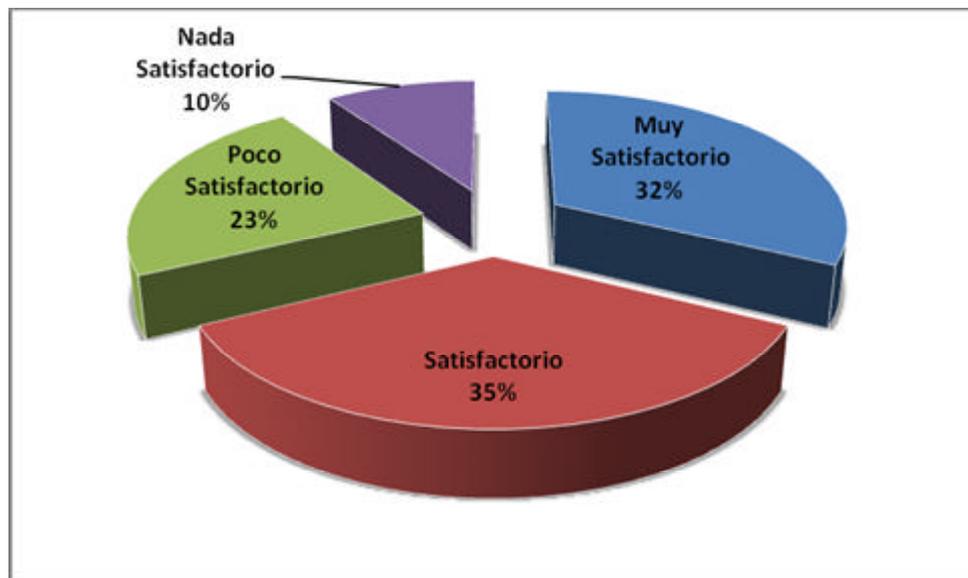
Pocas instalaciones	10
Caminos	11
Pocos servicios	7
Act. nocturnas	3
Limpieza	2



**Pregunta 19: ¿Cómo calificaría su vivencia en San Ignacio?**

Esta variable de medición es global para detectar la percepción y satisfacción con la que se quedó el visitante después de haber estado en San Ignacio. Considero que el resultado es positivo ya que el 35% de los encuestados lo califica como "satisfactorio", mientras el 32% como "muy satisfactorio". Vemos también que el 23% quedó "poco satisfecho" o "nada" con el 10%.

Muy Satisfactorio	10
Satisfactorio	11
Poco Satisfactorio	7
Nada Satisfactorio	3



**Pregunta 20: ¿Recomendaría San Ignacio?**

A pesar de las mejoras que se pueden observar a través de esta relevamiento, el 100% de los encuestados recomendaría el destino. Algunos de los motivos mencionados fueron:

- ✓ La tranquilidad y belleza del río
- ✓ Coinciden en que es muy lindo para descansar
- ✓ Algunos tienen casa y van siempre, les encanta
- ✓ Naturaleza del lugar
- ✓ El lago es increíble para pescar
- ✓ El río es hermoso para nadar
- ✓ El agua es muy limpia

- ✓ Lugar único para estar en familia

Aunque recomendarían el lugar, no dejaron de aportar algunas críticas como:

- ✓ Mejorar los caminos y agregar instalaciones
- ✓ Poco desarrollo.

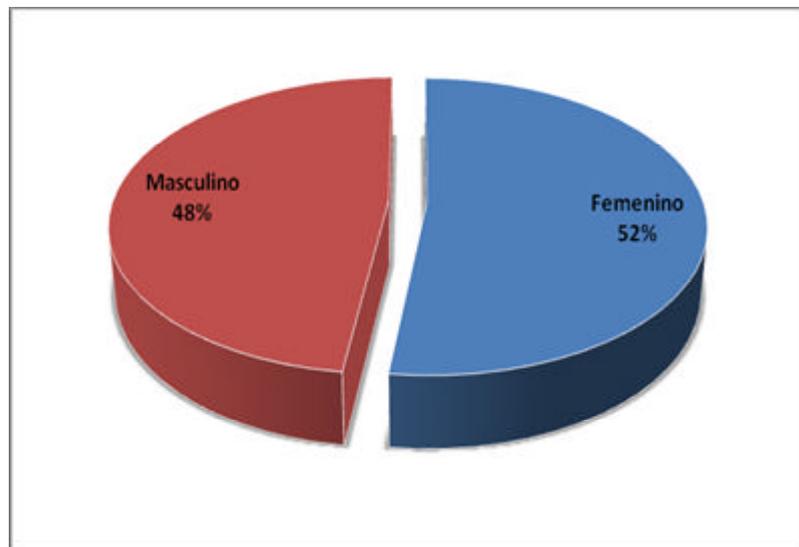
### 2.3.2 Comunidad Local

La localidad de San Ignacio posee 600 habitantes aproximadamente, de los cuales se obtuvo una muestra de 50 encuestas. Las mismas fueron realizadas en la Fiesta Patronal del pueblo, el día 15/08/2010 a partir de las 11.30 hs. aprovechando la concurrencia de gran parte de la población. Se festeja anualmente en honor al Santo Patrono San Ignacio de Loyola. Los datos fueron procesados y graficados a continuación. Cabe aclarar que se presentan los originales de las encuestas en un cuadernillo aparte a disposición del docente.

Se llega al siguiente análisis:

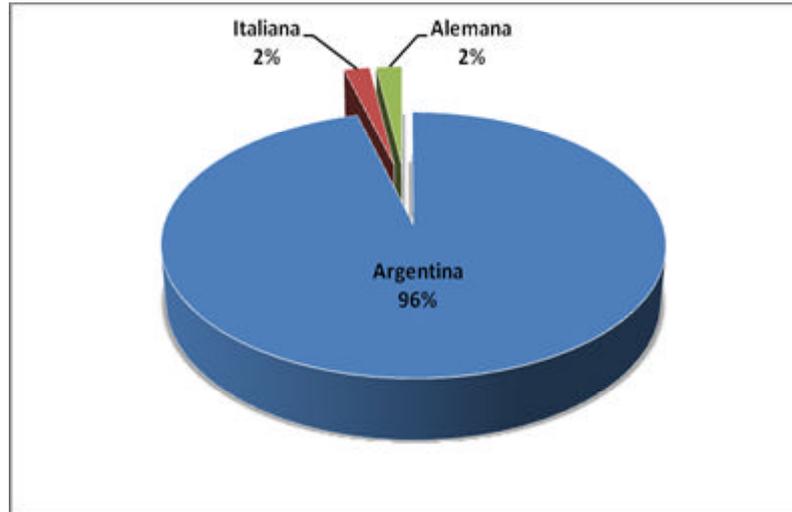
#### Pregunta 1: Sexo

Femenino	26
Masculino	24



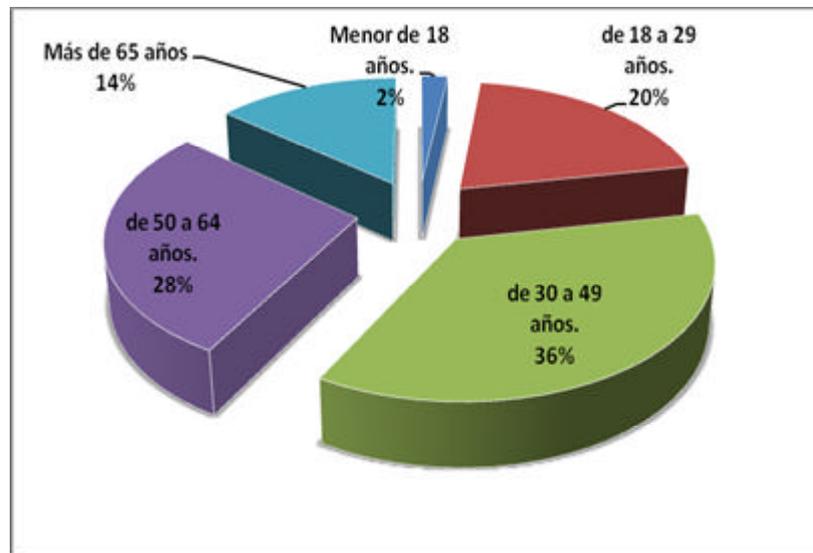
#### Pregunta 2: Nacionalidad

Argentina	47
Italiana	1
Alemana	1



**Pregunta 3: Grupo Etario**

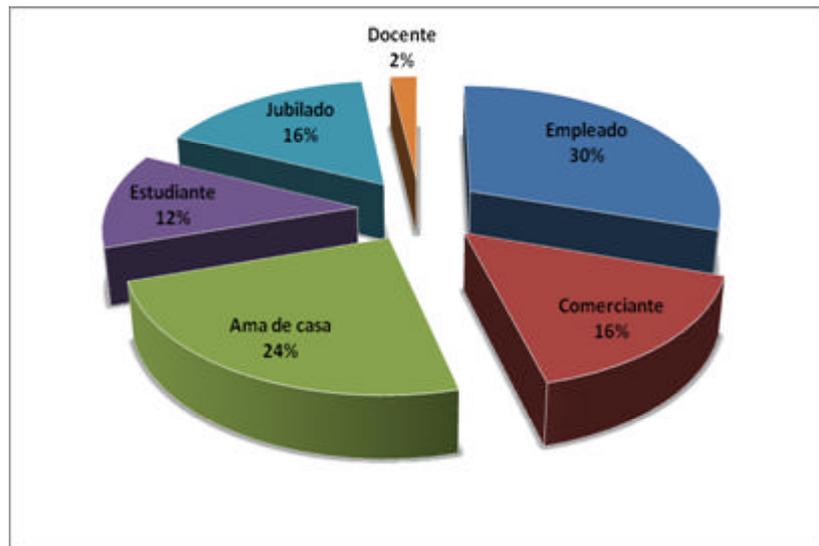
Menor de 18 años.	1
de 18 a 29 años.	10
de 30 a 49 años.	18
de 50 a 64 años.	14
Más de 65 años	7



**Pregunta 4: ¿Cuál es su ocupación o profesión?**

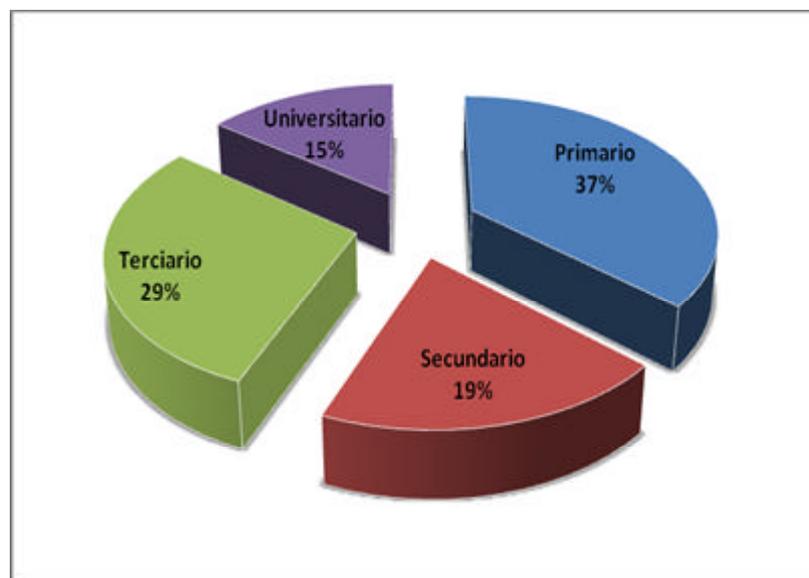
Empleado	15
Comerciante	8
Ama de casa	12
Estudiante	6
Jubilado	8

Docente	1
---------	---



**Pregunta 5: Nivel de estudios alcanzados**

Primario	15
Secundario	8
Terciario	12
Universitario	6



Como se puede apreciar en los cinco primeros gráficos que describen el perfil del poblador de San Ignacio, podemos mencionar que la porción de mujeres es mayor, aunque no de manera significativa con el 52% sobre el 48% de hombres. Otro dato a tener en cuenta en estos resultados es que se encontraron dos residentes de otra nacionalidad que no es argentina, ocupando ésta el 96%. Coincide con las personas

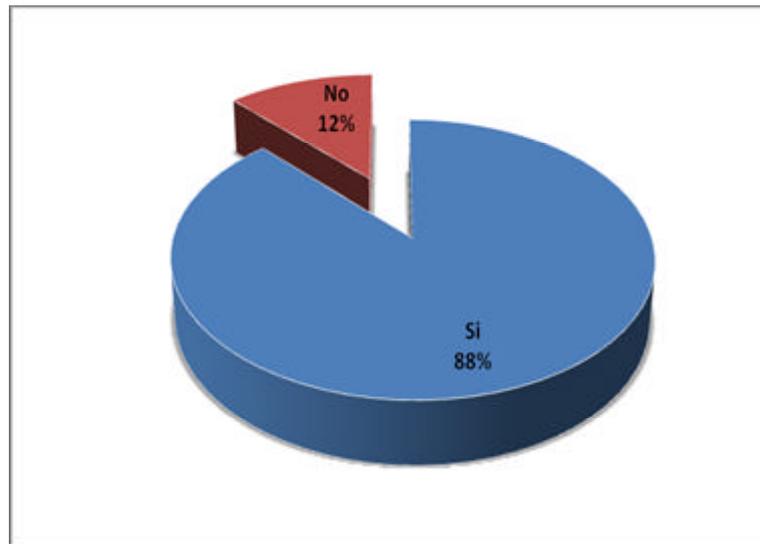
de mayor grupo etario, son unos de los primeros pobladores los de nacionalidad italiana y alemana, quienes pertenecen al grupo de “más de 65 años” ocupando el 14% del total. El resto se divide en las otras franjas etarias con el 36% de “30 a 49 años”, el 28% para los de “50 a 64 años” y el 20% de “18 a 29 años”, quedando un porcentaje mínimo del 2% para los “menores de 18 años”.

Uno de los rasgos más destacables es que de la muestra tomada la mitad se encuentran empleados y la otra mitad no. Las últimas estuvieron de acuerdo al momento de consultarles si estaban de acuerdo con el crecimiento del turismo y si les gustaría tener un empleo relacionado.

Por último es muy interesante ver como muestra el gráfico el nivel de estudios alcanzados por la población, donde encontramos casi el 50% con estudios secundarios o terciarios.

**Pregunta 6: ¿Está conforme con la visita de turistas? ¿Por qué?**

Si	44
No	6



En lo que respecta a las preguntas relacionadas directamente con el turismo, podemos observar que la mayoría de los encuestados ha recibido positivamente y está de acuerdo con la llegada de turistas. Algunas observaciones fueron:

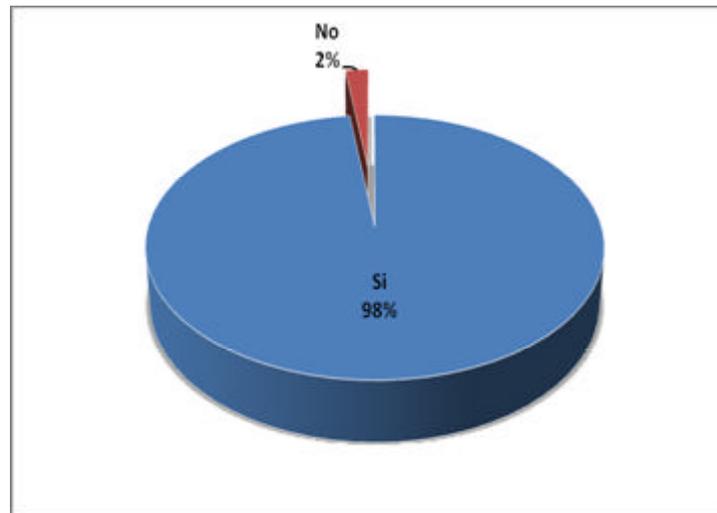
- “Es lindo ver gente porque la localidad cobra vida además genera progreso y crecimiento”.
- “Porque se vendería más”.
- “Beneficia al pueblo en general”.
- “Desarrollo en general”
- “Deberían tener las personas que vienen más opciones turísticas”.

Entre los que respondieron no estar de acuerdo, uno de ellos aclaro que

- “Si hay mucha gente, quita tranquilidad”.

**Pregunta 7: ¿Considera que San Ignacio se beneficiaría con el desarrollo del turismo?**

Si	49
No	1



Según el gráfico anterior se puede decir que los habitantes de San Ignacio, en un 98%, consideran que la actividad turística es beneficiosa para la localidad.

Entre sus comentarios algunos fueron:

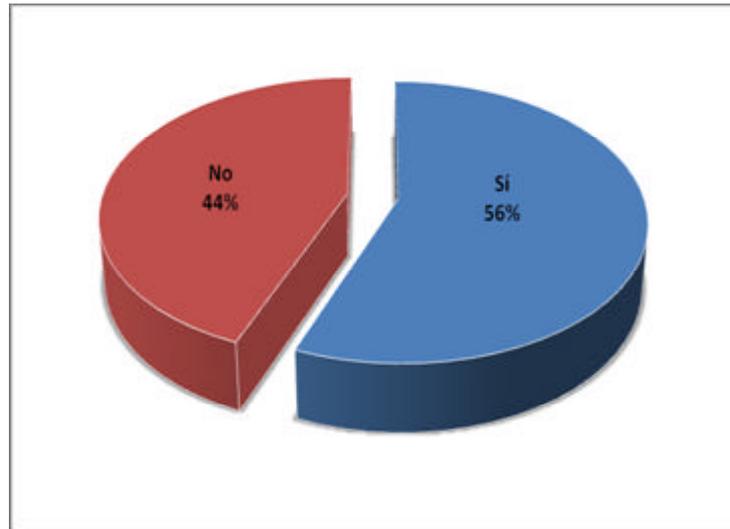
- “Si se desarrolla el turismo aumentan las ventas de mi comercio”.
- “Invertirían y crecería la localidad”
- “Más negocios y gente”.
- “Si construyen hoteles y comercios ayuda a que los turistas sigan viniendo”.
- “Cambiaría la estética del pueblo”

**Pregunta 8: ¿Le interesaría tener un empleo relacionado con el turismo?**

Si	28
No	22

En el siguiente gráfico vemos que a un 56% de los residentes le interesaría tener un empleo relacionado con turismo, y algunos respondieron porque “sería una linda experiencia”, “atractivo y diferente”, “para participar en el crecimiento del pueblo”.

El 44% restante no está interesado porque ya tienen empleo o directamente nos les importa.



**Pregunta 9: Cómo calificaría a San Ignacio con respecto a:**

Referencias:

Ex: Excelente

Mb: Muy bueno

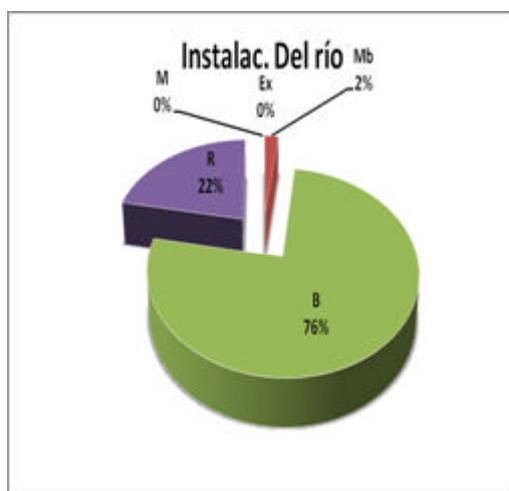
B: Bueno

R: Regular

M: Malo

	Ex	Mb	B	R	M
Vías de acceso (rutas-caminos)	0	0	33	17	0
Cantidad de atractivos	0	2	27	21	0
Instalac. Del río	0	1	38	11	0
Limpieza de la localidad	0	6	44	0	0

Como podemos observar en los siguientes gráficos, la calificación general en relación a las variables planteadas, está de un nivel intermedio o bueno a un nivel regular. Destacándose la mayor coincidencia en opiniones con la limpieza de la localidad.



## 2.4 Equipamiento Turístico.

Como se mencionó en el marco teórico, el equipamiento incluye todos los establecimientos administrados por la actividad pública o privada que se dedican a prestar los servicios básicos.

A partir del relevamiento realizado por medio de las fichas de inventario turístico se puede observar que una de las problemáticas en San Ignacio es la falta de alojamiento. Esto se vio reflejado en las encuestas realizadas a los turistas ya que un gran porcentaje de éstos se hospedan en casas de familia; o simplemente pasan y visitan el destino como excursionistas, es decir por menos de un día, y duermen en otro lugar.

Recientemente se inauguraron las primeras cabañas lo cual demuestra un gran interés por el crecimiento turístico en la localidad. Esto lo refleja claramente uno de los informantes claves en la entrevista realizada.

Otro de los establecimientos que aportan interés en el desarrollo de la zona son los clubes, los cuales cada año demuestran cambios que son fundamentales en cuanto a mejorar sus instalaciones para brindar un

mejor servicio a los turistas que se acercan a realizar actividades, siendo la más importante la pesca.

#### **2.4.1 Inventario.**

Ficha de Inventario del Equipamiento Turístico.

Establecimiento	Categoría	Tipo	Sub-Tipo	Ubicación
Cabañas	Alojamiento	Cabañas	-	San Ignacio



**Dirección:** Las Cabañas se encuentran en el centro del pueblo de San Ignacio.

**Descripción:** En el complejo se encuentran 3 cabañas de las cuales 2 se alquilan y la tercera es la que viven los dueños y administradores del lugar.

Estas son de 2 plantas, en planta alta cuentan con 2 habitaciones, una con cama matrimonial y la otra con 2 camas de una plaza. En planta baja está el baño y la cocina comedor.

Tiene un hogar a leña, que proporciona la calefacción del lugar y grandes ventanales que permiten ver el valle y una gran luz natural.

Tienen agua caliente por termotanque, gas envasado y cable. El desayuno es opcional.

Tiene estacionamiento no techado.

**Nº aprox. de camas:** 8 pax

Ficha de Inventario del Equipamiento Turístico.

Establecimiento	Categoría	Tipo	Sub-Tipo	Ubicación
Mercados	Otros servicios	Comercio	-	San Ignacio



**Dirección:** Calle de tierra principal de San Ignacio.

**Descripción:** El almacén es el establecimiento comercial que se encuentra en el pueblo junto con la carnicería y la panadería más antiguo.

Ficha de Inventario de Equipamiento Turístico.

Establecimiento	Categoría	Tipo	Sub-Tipo	Ubicación
Club Náutico Santa Rosa	Esparcimiento	Clubes deportivos	-	San Ignacio



**Dirección:** El Club se encuentra en San Ignacio sobre las costas del Lago de Embalse de Río Tercero.

**Descripción:** El Club Náutico Santa Rosa presta muchos servicios a los turistas y a los residentes. Dentro de esos servicios podemos mencionar el camping, las instalaciones para comer a orilla del lago, estacionamiento y acampe de casa rodantes, alquiler de bungalows, bajada de lancha y todo lo relacionado con la pesca.

Ficha de Inventario de Equipamiento Turístico.

Establecimiento	Categoría	Tipo	Sub-tipo	Ubicación
Club de caza y pesca	Esparcimiento	Clubes Deportivos	-	San Ignacio



**Medios de Acceso:** Por vía terrestre. Se encuentra a 3 kilómetros del Pueblo de San Ignacio y se accede por el camino principal que costea el lago Embalse Río Tercero.

**Descripción:** En este Club de Caza y Pesca UDCISA, además de poder realizar las actividades que mencionamos se ofrece hospedaje. Se puede pescar de la orilla o embarcado.

**Nº aprox. de visitantes:** Todo el año reciben turistas aficionados a la pesca.

Ficha de Inventario de Equipamiento Turístico.

Establecimiento	Categoría	Tipo	Sub-tipo	Ubicación
Parador	Alimentación	Comedores típicos	-	San Ignacio



**Medios de Acceso:** Por vía terrestre. Se encuentra a 3 kilómetros del Pueblo de San Ignacio y se accede por el camino principal que costea el lago Embalse Río Tercero.

**Descripción:** El parador está sobre el camino principal que costea el lago. Brinda al turista las comidas típicas del lugar como lo es los derivados de la pesca, diferentes tipos de quesos y salames. Además tienen el rubro almacén que abarca todas las demás necesidades.

**Nº aprox. de visitantes:** Todos los turistas que acceden a las orillas del lago. En época estival suele haber mucha gente.

## 2.5. Instalaciones turísticas.

Las instalaciones engloban a las construcciones especiales, cuya función es facilitar la práctica de actividades.

Para acceder a San Ignacio, debemos cruzar el puente de su calle principal, desde donde se puede visualizar el río y sus instalaciones. Si bien cuenta con algunas, no es suficiente en época estival porque el porcentaje de turistas supera esta capacidad, además de la falta de vestuarios, alguna proveeduría, acceso señalizado o un adecuado acceso al balneario. Además de estas instalaciones, la localidad cuenta con cancha de fútbol y juegos para niños entre otras cosas.

### 2.5.1 Inventario.

Ficha de Inventario del Instalaciones Turísticas.

Establecimiento	Categoría	Tipo	Sub-Tipo	Ubicación
Mesas y Parrillas	De agua y playa	Parrillas	-	San Ignacio



**Dirección:** Están ubicadas en la orilla del Río Santa Rosa en el balneario de San Ignacio.

**Descripción:** Se construyeron debido a la demanda de los turistas que llegaban al balneario en época estival. La instalación consta de mesas, bancos, parrillas de ladrillo y cemento y tachos de basura. Los módulos están fijos y diseminados a lo largo del río.

**Nº aprox. De mesas:** Son 20 mesas y sus respectivos bancos, 10 parrillas y varios cestos de basura.

Ficha de Inventario de Instalaciones Turísticas.

Nombre	Categoría	Tipo	Sub-tipo	Ubicación
Puente de acceso principal	Generales	Puentes	-	San Ignacio



**Ubicación:** Acceso principal al pueblo de San Ignacio.

**Medios de acceso:** Se accede por medio de caminos de tierra.

**Características Turísticas** Este puente es el único acceso al pueblo viniendo por la ruta provincial n° 5. Está construido en su totalidad de hormigón armado y cubre toda la superficie del ancho del río. El mismo fue construido para el mejor acceso de los camiones que debían transitarlo cuando comenzaron la construcción de la Represa Hidroeléctrica de Cerro Pelado. Antes de su existencia el acceso al pueblo de San Ignacio era mediante un vado que unía las dos costas del río. Este era el principal atractivo del lugar. Estaba ubicado a unos metros de donde hoy se encuentra el puente actual. La empresa que construyó la represa hidroeléctrica fue también la encargada de realizar el puente y de destruir el vado y muchos de los recursos naturales existentes en los márgenes del Río Santa Rosa y su desembocadura en el Lago Embalse Río tercero.

Ficha de Inventario de las Instalaciones Turísticas.

Establecimiento	Categoría	Tipo	Sub-Tipo	Ubicación
Cancha de Fútbol	Generales	Otros deportes		San Ignacio



**Ubicación:** Sobre la calle principal de San Ignacio, en la entrada al pueblo.

**Descripción:** Es la única cancha de futbol que hay, el predio se utiliza para este fin pero pertenece a un propietario que no utiliza las tierras. Los arcos se mantienen de pie y el pasto siempre está cortado lo que hace que el terreno de juego se encuentre en buen estado. Es muy frecuente que los fines de semana se reúnan los residentes a jugar al futbol y siempre suele haber invitados turistas. No cuenta con instalaciones de ningún tipo.

Ficha de Inventario de las Instalaciones Turísticas.

Establecimiento	Categoría	Tipo	Sub-Tipo	Ubicación
Plaza Raimundo Duc	Generales	Juegos Infantiles	-	San Ignacio



**Ubicación:** Se encuentran en la plaza de San Ignacio

**Descripción:** Los juegos de plaza que hay son hamacas, subibajas y toboganes entre otros.

La plaza tiene una parte central con un mástil y canteros. Está rodeada de árboles y en cada orientación tiene cestos de basura y carteles indicativos viales y de mención.

## **2.6 Actividades turísticas**

Las actividades son aquellas que se pueden desarrollar en cada atractivo y vemos que en San Ignacio son de tipo recreativas. La principal actividad es la pesca y eso queda reflejado con los establecimientos que hay en la zona. No podemos dejar de mencionar los deportes náuticos que se practican en toda la extensión del lago. Además es habitual observar que los turistas traen sus cuatriciclos o bicicletas ya que los terrenos son propicios para realizar este tipo de actividades. Otra opción elegida por los visitantes es la cabalgata.

### **2.6.1 Inventario**

Ficha de Inventario de Actividades Turísticas.

Actividad	Categoría	Tipo	Sub-tipo	Horarios
Deportes	Recreativas	Deportiva	-	Durante el día



**Medios de Acceso:** A los lugares donde se practican los deportes, se puede acceder con automóviles o a pie.

**Descripción** Para el caso de que los turistas deseen realizar actividades deportivas, el pueblo presenta algunas opciones. En el centro del pueblo están las casas de familia donde se puede alquilar caballos. Si bien no se organizan actividades de senderismo, es muy común que los turistas salgan a recorrer el pueblo y los márgenes del río y lago a pie, estas caminatas no están programadas pero suele darse comúnmente. De la misma manera sucede con el ciclismo, muchas personas eligen recorrer el pueblo en bicicleta y también en cuatriciclos que traen a sus vacaciones.

**Nº aprox. de visitantes:** 50.

Ficha de Inventario de Actividades Turísticas.

Actividad	Categoría	Tipo	Sub-tipo	Horarios
Pesca	Deportivas	Deportiva	-	Todo el día



**Medios de Acceso:** Al lago Embalse Río Tercero se puede acceder a pie o por auto por los caminos de tierra principales de San Ignacio.

**Descripción:** La práctica de la pesca se puede desarrollar por cuenta propia desde las orillas del lago o bien por medio de las embarcaciones para este fin. El lugar es ideal para llevar a cabo esta actividad ya que tiene muchos accesos terrestres desde el camino principal donde se puede acceder con el auto hasta el margen del lago, lo que hace a la actividad sumamente atractiva.

Para pescar embarcado se acude al Club Náutico Santa Rosa, donde se puede alquilar la embarcación, con un guía que la maneje y pasar varios días en el medio del lago. Estas tienen la forma y el equipamiento de una casa rodante. Al Club vienen pescadores todo el año.

**Nº aprox. de visitantes:** 150 en época estival.

Ficha de Inventario de Actividades Turísticas.				
Actividad	Categoría	Tipo	Sub-tipo	Horarios
Acuáticas	Deportiva	Esparcimiento	-	Todo el día
   				
<p><b>Medios de Acceso:</b> Al lago Embalse Río Tercero se puede acceder a pie o por auto por los caminos de tierra principales de San Ignacio.</p>				
<p><b>Descripción:</b> Una alternativa como actividad a realizar sobre el mismo es el wind- surf; ya que por su extenso espejo de agua genera vientos que favorecen al desplazamiento de la vela.                      También se realiza esquí sobre agua, los turistas llegan con los trailers y el equipamiento ya que no se alquilan.                      Por otra parte las motos de agua y los botes si se alquilan y resultan de gran atractivo para quienes quieren pasear de un modo diferente y con una vista increíble de todas las orillas del lago.</p>				
<p><b>Nº aprox. de visitantes:</b> Suele verse las costas llenas en época estival.</p>				

## 2.7 Infraestructura turística

Es importante mencionar que no solo los turistas por medio de las encuestas, sino los residentes y algunos entrevistados coinciden en que los caminos deben mejorarse, debido a que si llueve éstos se deterioran y dificultan el tránsito. Sucede lo mismo con la señalización, se ven en mal estado por el deterioro climático.

Por otro lado hay que destacar que existe un centro asistencial, (que contiene el único teléfono público del pueblo) para el cuidado de la salud de los residentes y turistas, y redes de agua potable y energía eléctrica para abastecerlos.

### 2.7.1 Inventario

Ficha de Inventario de la Infraestructura Turística.				
Rutas	Categoría	Tipo	Sub-Tipo	Ubicación
Ruta Prov N° 5	Transporte	Terrestre	Red de carreteras	Pcia. De Córdoba
				
<p><b>Descripción:</b> Si partimos de Buenos Aires por Panamericana, en la bifurcación de la ruta, vamos a optar por la ruta nacional N°8, luego vamos a conectar con la ruta provincial N°36 y finalmente con la ruta provincial N°5, que es la que nos lleva a San Ignacio. La ruta está debidamente señalizada sobre el asfalto y esto es fundamental ya que en su extensión se presenta mucho camino sinuoso. Creo que sería muy bueno si contara con banquetas ya que ayudarían en maniobras peligrosas por la complejidad de su trayecto. Los mojones están bien y la información vial está en buenas condiciones. En general se encuentra en muy buen estado.</p>				

Ficha de Inventario de la Infraestructura Turística.				
Rutas	Categoría	Tipo	Sub-Tipo	Ubicación
Caminos internos	Transporte	Terrestre	Red de carreteras	San Ignacio
				
<p><b>Descripción:</b> Los caminos internos del pueblo son de tierra y en algunos lugares de piedra ya que la tierra se lava con la lluvia y quedan con esta característica de ripio. Cabe aclarar, que algunos son de tierra dura, que puede ser transitable en días de lluvias; Sin embargo encontré ciertos tramos en donde la tierra es muy blanda, característica que podría ser una limitación en el futuro. Esta característica se da frecuentemente en el margen del lago. La conservación es buena a regular. Los caminos Rurales son asistidos y mantenidos por la Comuna de San Ignacio.</p>				

Ficha de Inventario de la Infraestructura Turística.

Servicios	Categoría	Tipo	Sub-Tipo	Ubicación
Carteles	Transporte	Terrestre	Servicios para el turista	San Ignacio



**Descripción:** En el pueblo la señalización es escasa, y la existente se encuentra en pésimas condiciones, tapada por la vegetación y deshecha por el paso del tiempo y las consecuencias del clima. En las costas del lago hay señalización sobre los árboles y poco llamativas.

Ficha de Inventario de la Infraestructura Turística.				
Servicios	Categoría	Tipo	Sub-Tipo	Ubicación
Carteles	Transporte	Terrestre	Señalización	San Ignacio
				
<p><b>Descripción:</b> La señalización que conduce hasta el pueblo de San Ignacio, por la ruta nacional N° 5 no es la adecuada ya que se encuentra sobre la entrada principal de San Ignacio y no hay señalizaciones anteriores que hagan referencia al mismo.</p> <p>De las que hay, algunas están en buen estado y hay una que se encuentra en muy malas condiciones; No obstante, solo se lee si uno se baja del auto y se acerca lo suficiente.</p> <p>El mojón es bien visible y está justamente el acceso al pueblo.</p>				

Ficha de Inventario de la Infraestructura Turística.

Servicios	Categoría	Tipo	Sub-Tipo	Ubicación
Teléfono público	Comunicaciones	Telefónicas		San Ignacio



**Descripción:** En el Centro Asistencial Comunal se encuentra el único teléfono público del pueblo. Está en la parte exterior del Centro Asistencial en un hall de entrada abierto para que esté disponible para todos y todo el tiempo.

Ficha de Inventario de la Infraestructura Turística.

Servicios	Categoría	Tipo	Sub-Tipo	Ubicación
Energía Eléctrica	Energía	Red Eléctrica	Servicios domiciliarios	San Ignacio



**Descripción:** La energía eléctrica llega mediante líneas de media tensión abasteciendo a generadores que luego distribuyen la energía a los hogares. Esto nace en la Planta de Maniobras que se encuentra en la entrada al pueblo a metros de puente principal.

Ficha de Inventario de la Infraestructura Turística.

Servicios	Categoría	Tipo	Sub-Tipo	Ubicación
Centro Asistencial	Sanidad	Salud	Primeros Auxilios	San Ignacio



**Descripción:** El Centro Asistencial de San Ignacio está ubicado sobre una de las principales calles del pueblo. Presta servicio de primeros auxilios y en el mes de agosto del 2010 comenzó a prestar también servicio de Odontología.

Ficha de Inventario de la Infraestructura Turística.				
Servicios	Categoría	Tipo	Sub-Tipo	Ubicación
Agua Corriente	Sanidad	Red de Agua	-	San Ignacio
				
<p><b>Descripción:</b> En la parte más alta del pueblo de San Ignacio se encuentra el tanque de agua que abastece a todos de agua potable. El agua desde ahí se distribuye por red de agua corriente a cada casa.</p>				

## 2.8 Superestructura turística

La función más importante de este elemento es regular el sistema turístico. Dentro del subsistema *conceptual*, si tomamos la definición de Sergio Molina; podemos mencionar las leyes y decretos que figuran a continuación. Es importante destacar que todos aplican en la localidad de San Ignacio por ser parte de la provincia.

**EI PLANDETUR** - Plan de Desarrollo Turístico -, implementado entre 1985 y 1991 con alguna continuidad hasta el año 1995, produjo resultados importantes como la actualización y creación de una estructura normativa y regulatoria que, con modificaciones, continúa en vigencia, referida a:

- ✚ Organización territorial turística (Decretos 552/86 y 554/86 de Áreas y Regiones).
- ✚ Ley de Fomento Turístico (Ley 7232). Ver ANEXO.
- ✚ Ley 6483 de ordenamiento de los establecimientos de alojamiento y su clasificación y categorización mediante Decreto Reglamentario 1359/00. Ver ANEXO.

Desde el año 1996, la provincia de Córdoba no contaba con un proceso de planificación turística integral continuo que oriente las decisiones públicas y privadas en materia de desarrollo turístico regional e inversiones para el mejoramiento de los niveles de calidad de la actividad.

El documento más actual es el **Plan Estratégico de Turismo Sustentable** de Córdoba, terminado en noviembre del 2006. En el marco de la puesta en marcha del Plan, que desarrolla la Agencia Córdoba Turismo, se realizaron durante el año 2005 y en el mes de marzo de 2006, los talleres participativos en cada región turística. En los mismos se contó con la intervención activa y concertada de los actores involucrados en el sector a los fines de articular e integrar las concepciones y miradas de cada uno, respecto a la actividad turística de cada región, para incorporarlas en la formulación del plan.

En el desarrollo de estos Talleres Regionales participaron funcionarios y representantes técnicos de las Municipalidades y Comunas, representantes de los sectores prestadores de servicios turísticos, representantes de prestadores de servicios locales, representantes del sector educativo (de escuelas primarias, secundarias y terciarias con orientación en turismo), productores locales (artesanos, alimentación, gastronomía, productores agropecuarios), representantes de organizaciones e instituciones culturales (museos), representantes de organizaciones no gubernamentales (ambientalistas, culturales, sociales), entre otros.

En los talleres regionales se trabajó con cuatro campos de actuación:

1. *Gestión de la Oferta: recursos turísticos* referida tanto a recursos naturales como culturales.

2. *Gestión de la Oferta: facilidades y servicios turísticos.*
3. *Identificación y Promoción de Productos* del mercado actual y potencial.
4. *Inversión* tanto a nivel público como gestión y financiamiento a emprendimientos privados.

Se identificaron conflictos y potencialidades en cada uno de los campos de actuación, evaluando y jerarquizando esos conflictos y potencialidades para establecer subsistemas decisores de futuras actuaciones en base a los conflictos, y temas generadores en base a las potencialidades. Por último en cada campo se plantearon, también en forma consensuada, ideas-fuerza para elaborar programas de actuación tentativos.

A partir de toda la información obtenida en estos talleres se realizó el procesamiento, ordenamiento y síntesis, con la elaboración de un documento que cerraba esta instancia del plan.

Además se trabajó en un quinto campo de actuación, en relación a los conflictos y potencialidades ya evaluados en los Talleres Regionales previos, el campo de la:

5. *Capacidad Local de Gestión Turística* ( Marco Legal, Estructura Funcional Administrativa de los Municipios/Comunas en relación al tema turismo, Recursos Humanos y Recursos Financieros aplicados al turismo, Recursos Físicos disponibles para la actividad turística, Organización Social de las localidades en relación a la actividad turística e Información existente en las localidades en materia de turismo ).

La provincia cuenta con un marco normativo amplio, cuyas principales disposiciones se detallan a continuación:

- ❖ LEY PROVINCIAL DE TURISMO N° 9124: reconoce a la actividad turística como de interés prioritario, al tiempo que tiene por objeto el desarrollo integrado de la Provincia como unidad de desarrollo turístico. Asimismo, establece el organismo de aplicación y crea el Consejo Provincial de Turismo con participación del sector privado.
- ❖ REGIONALIZACION TURÍSTICA. DECRETOS N° 552/86 y 554/86: establecen en el territorio provincial las Áreas Turísticas de Permanencia y las Áreas Turísticas de Visita.
- ❖ LEY DE HOTELERIA N° 6483 Y SU DECRETO REGLAMENTARIO N° 1359/00. Regulan clases, categorías y funcionamiento de los establecimientos destinados al alojamiento turístico en la Provincia de Córdoba.
- ❖ LEY DE FOMENTO TURÍSTICO N° 7232 CON LAS MODIFICACIONES INTRODUCIDAS POR LA LEY N° 7850 Y SU DECRETO REGLAMENTARIO N° 4557/85 Y DECRETO MODIFICATORIO N°1360/00: promueve las inversiones y el desarrollo del sector turismo en todas las Áreas Turísticas y Rutas de Acceso.

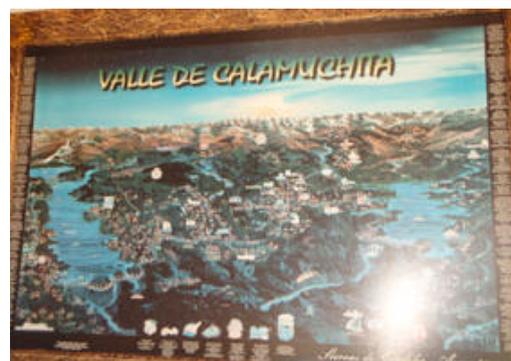
- ❖ LEY DE TURISMO ALTERNATIVO N° 8801/99 Y SU DECRETO REGLAMENTARIO N° 818/02: establece modalidades de ejercicio del turismo y crea el Registro Provincial de Prestadores del Turismo Alternativo.

La superestructura organizacional, son aquellos organismos públicos o privados, capaces de sugerir propuestas para el bienestar de todos los integrantes del sistema. Los más importantes o vinculados de manera directa con San Ignacio son los detallados a continuación:

### **2.8.1 Inventario**

Ficha de Inventario de la Superestructura Turística.

Ente	Categoría	Tipo	Sub-Tipo	Ubicación
Oficina Regional de Turismo	Organización pública	Oficina de Turismo	-	Santa Rosa de Calamuchita



**Descripción:** Esta oficina está sobre la ruta provincial N°5 y en uno de los 3 grandes accesos a Santa Rosa. Aquí paran todos los turistas antes de ingresar al valle para informarse sobre actividades y lugares para visitar.

**Depende de la Agencia Córdoba Turismo,** es el organismo de turismo a nivel provincial.

**Ubicación:** Córdoba 242. Tel. (3546) 429650. Fax: (3546) 421702. E-mail: [info@starosacalamuchita.com.ar](mailto:info@starosacalamuchita.com.ar)

Ficha de Inventario de la Superestructura Turística.

Ente	Categoría	Tipo	Sub-Tipo	Ubicación
Comuna de San Ignacio	Organización pública	-	-	San Ignacio



**Descripción:** Se encuentra en una de las calles principales del Pueblo de San Ignacio. Se denomina comuna ya que la cantidad de habitantes es menor a 20.000.

**COMUNA SAN IGNACIO**

Calle los semilleros s/nro - San Ignacio - (03546) 49-3018

[comunasanignacio@arnet.com.ar](mailto:comunasanignacio@arnet.com.ar)

**AUTORIDADES LOCALES**

**Jefe de Gobierno:** Jorge Ordoñez

**Partido político:** U.Vec.

Ficha de Inventario de la Superestructura Turística.

Ente	Categoría	Tipo	Sub-Tipo	Ubicación
Comisaría	Organización pública	Seguridad		San Ignacio



**Ubicación:** se encuentra en unas de las calles principales de San Ignacio

**Características:** es la organización que cuida la seguridad del pueblo.

CUARTA PARTE  
Conclusiones y Propuestas  
de la Investigación



**1 Análisis FODA**

*Vanesa Gorgone*

UAI – Universidad Abierta Interamericana

Es una metodología de estudio de situación actual de una empresa u organización o como en este caso, de un destino. Con el fin de evaluar el sistema turístico de la localidad de San Ignacio, se intentó identificar posibles FORTALEZAS, DEBILIDADES, AMENAZAS y OPORTUNIDADES que pudieran generar propuestas que sirvan para mejorar la situación actual del lugar. De estas cuatro variables las dos primeras son internas por lo que es posible actuar directamente sobre ellas, en cambio las dos últimas son externas por lo tanto resulta muy difícil poder modificarlas.

Las *fortalezas* son las capacidades especiales con que cuenta el destino y lo sitúa en una posición privilegiada frente a la competencia.

Las *debilidades* son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia: recursos que carecen, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan adecuadamente, etc.

Las *oportunidades* son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa el destino, y que permiten obtener ventajas competitivas.

Las *amenazas* son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso con la existencia del destino.

		FACTORES INTERNOS		
			FORTALEZAS	DEBILIDADES
FACTORES EXTERNOS		<b>SISTEMA TURISTICO SAN IGNACIO</b>	<p><b>F1</b>-Espacios abiertos y verdes. La localidad se caracteriza por contar con grandes extensiones sin la presencia de obstáculos con contaminen visualmente el lugar.</p> <p><b>F2</b>-Variedad de paisajes y presencia de recursos naturales, rodeado de sierras, río, lago.</p> <p><b>F3</b>-Ubicación estratégica con respecto a la actividad y su relación con el turismo. Proximidad a grandes centros emisores de turismo nacional.</p> <p><b>F4</b>-Cercanía a rutas provinciales y nacionales, con accesos cómodos a ciudades importantes.</p> <p><b>F5</b>-Fácil accesibilidad</p> <p><b>F6</b>-Biodiversidad</p> <p><b>F7</b>-Recursos hídricos de alto valor en general. Sin contaminación</p> <p><b>F8</b>-Población local de acuerdo con el crecimiento del turismo</p>	<p><b>D1</b>-Insuficientes instalaciones que faciliten el uso turístico de los recursos identificados.</p> <p><b>D2</b>-Falta de promoción.</p> <p><b>D3</b>-Insuficiente red de servicios de transporte terrestre hacia y dentro de San Ignacio.</p> <p><b>D4</b>-Poca señalización sobre la RP N° 5, y en el interior del pueblo.</p> <p><b>D5</b>-Acciones de planificación de desarrollo sustentable por parte de la comuna.</p> <p><b>D6</b>-Falta de equipamiento para la prestación de servicios turísticos.</p> <p><b>D7</b>-Necesidad de mejora en infraestructura, caminos, accesos.</p> <p><b>D8</b>-Falta de definición de un producto turístico aprovechando los recursos.</p>
	<b>AMENAZAS</b>	<p><b>A1</b>-Escasa asignación de recursos económicos al área de Turismo.</p> <p><b>A2</b>-Existencia de paquetes muy estructurados en destinos aledaños.</p> <p><b>A3</b>-Riesgo de pérdida de los recursos por falta de control y mantenimiento.</p> <p><b>A4</b>-Posicionamiento de los productos turísticos de la región.</p>	<p><b>PRO1 (A2+F1+F2+F3):</b> Armar un producto nuevo, incluyendo a la localidad dentro de los circuitos ya armados por la oficina de turismo regional.</p> <p><b>PRO2 (A3+F7)</b> Crear programas de preservación y cuidado de los recursos naturales.</p>	<p><b>PRO1 (A1+D1+D4+D6+D7):</b> Conseguir fondos o recursos económicos para mejorar los elementos del sistema turístico que así lo requieran.</p> <p><b>PRO2 (A4+D8):</b> Promover la creación de circuitos turísticos.</p>
	<b>OPORTUNIDADES</b>	<p><b>O1</b>-Superación de capacidad de carga en localidades vecinas durante la temporada alta.</p> <p><b>O2</b>-Existencia de nichos de mercado, que esperan ser descubiertos como potenciales en personas que buscan un contacto pleno con la naturaleza.</p> <p><b>O3</b>-No hay destinos cercanos con dos atractivos naturales de tal jerarquía.</p> <p><b>O4</b>-Integrar el destino, promocionarlo y comercializarlo a nivel regional con otros circuitos.</p> <p><b>O5</b>-Puesta en valor y mejora de los atractivos.</p>	<p><b>PRO1 (O1+O2+F2+F4):</b> Captar por medio de promoción y aprovechando el desborde los turistas de las zonas aledañas.</p>	<p><b>PRO1 (O4+D8):</b> Creación de políticas turísticas que promuevan el turismo vacacional desde los principales centros emisores turísticos.</p>

Se realizó el siguiente análisis y a partir de éste, se plantearon alternativas de mejora para la actividad turística en la localidad de San Ignacio. Estas propuestas o alternativas, fortalecidas se detallaran en estrategias de modificación de la realidad en el capítulo siguiente:

## 2 Conclusiones

A lo largo de la investigación realizada para el presente trabajo final se ha pretendido hacer un diagnóstico para luego plantear propuestas o estrategias de mejora relacionadas con la actividad turística, en la localidad de San Ignacio.

Como se mencionó en la primera parte del trabajo el destino se eligió, más allá del lazo afectivo, por el potencial turístico que encontramos en la localidad y el deseo de ver en un futuro no muy lejano el crecimiento turístico del lugar.

Al momento de plantear la problemática y para poder comenzar con el diagnóstico, surgió la necesidad de conocer la situación actual del sistema turístico. Por este motivo se realizó un análisis detallado de todos los componentes del mismo.

Del resultado obtenido se pudo advertir que existen algunos problemas que interfieren en la correcta interacción de los elementos del sistema turístico.

En cuanto a los recursos se puede mencionar que para el destino los más relevantes son los atractivos naturales y las actividades que en ellos se pueden realizar. Esto quedó demostrado no solo con el relevamiento por medio de fichas de inventario, sino por ser quienes tienen la mayor concurrencia de turistas, lugar donde se llevaron a cabo las encuestas realizadas. Si bien en la actualidad se puede disfrutar de una estadía en el río o en el lago y realizar diferentes deportes, es importante recordar que a partir de los resultados obtenidos en la salida a campo, los visitantes mencionaron la falta de cuidado que perciben en ellos. Refiriéndose a las instalaciones que pueden encontrar creen que no son suficientes o deberían mejorarlas. En el balneario, a orillas del Río Santa Rosa hay mesas y parrillas que con sacrificio construyó la comuna del pueblo y que por el momento no puede continuar por falta de recursos económicos.

Algo similar sucede en el borde del lago Embalse, sobre las márgenes de San Ignacio, hay solo espacio verde para llegar con el auto, pasar el día y ponerse a pescar. De todas formas existen los clubes náuticos Santa Rosa y UCDISA que pueden ser aprovechados con la infraestructura e instalaciones adecuadas.

A partir de los datos obtenidos, se puede inferir que la comunidad local, en su mayoría, está de acuerdo con el crecimiento del turismo en la

localidad y la relación con el visitante es cordial. Consideran que el desarrollo es importante para una mejora en general. Vale la pena destacar que un porcentaje mínimo de habitantes, mayores de 65 años, manifestó temor al crecimiento por el incremento de turistas y que esto traiga aparejado inseguridad y superpoblación estable.

Es interesante mencionar el entusiasmo con que los residentes respondieron las encuestas y la colaboración al momento de dar sus opiniones.

Hay muchas actividades de recreación que los turistas pueden realizar en el pueblo, debido a que las condiciones de la naturaleza lo ameritan; se observan personas en bicicletas, cabalgatas, cuatriciclos, caminatas, etc. Y no se puede dejar de mencionar una de las más importantes, la pesca. Unas pocas están diagramadas o planteadas de una manera turística o con promoción. Sería interesante armar circuitos organizados para hacer recorridos y disfrutar de las actividades y la vida al aire libre.

En cuanto a la superestructura, debido a que el pueblo tiene la categoría de comuna por la cantidad de habitantes que posee; se observó a partir de la entrevista realizada al Intendente, quien es la autoridad máxima, que está a favor del crecimiento pero le interesa conservar la tranquilidad de la localidad, que la gente pueda elegir el destino para descansar y relajarse. En este punto coincide con el dueño de las cabañas, quién llegó a San Ignacio para invertir y apostar a futuro siempre con el objetivo de preservar la tranquilidad del lugar.

Al momento de la entrevista con el Intendente, cuando se hablo de infraestructura, especialmente sobre los caminos; estuvo de acuerdo en tener que mejorarlos e hizo mención de un proyecto relacionado con el asfalto de la calle principal y acceso a la localidad de Amboy. Cree que esto aumentará la llegada de turistas y en consecuencia el crecimiento turístico y económico del pueblo.

Algo más que comentó durante la entrevista fue que a nivel provincial quieren instalar un vertedero regional de basura entre San Ignacio y Santa Rosa de Calamuchita, a lo que por supuesto se opone, y además presentó una nota en Defensoría del Pueblo relacionada con esto y sus implicancias negativas con el medio ambiente. De todas formas por el momento el proyecto se encuentra pendiente, no se confirmó. (se adjunta nota en ANEXO).

Además mencionó que esto complicaría el crecimiento turístico porque los desechos podrían llegar al río y deteriorarlo. Paralelamente puso en marcha el concepto de reciclaje intentando instalar en la conciencia de los residentes, el cuidado del medioambiente. Por este motivo hay diversos contenedores para botellas de plástico por el pueblo y así separar los desechos. (ver fotos)



Es importante retomar lo relevado en términos de equipamiento, ya que existen muy pocas opciones de alojamiento. Ellas son las cabañas y las de casas de familia.

De acuerdo al análisis realizado y teniendo en cuenta el potencial turístico que falta por desarrollarse en la localidad, podemos hablar a futuro de pasar de ser un centro de excursión a ser un centro de estadía. Esto se lograría a medida que el equipamiento de la localidad se ajuste a la demanda. Muchos de los visitantes se acercan a la localidad como excursionistas y llegan en la mayoría de los casos con sus propios vehículos debido a que en el pueblo no existe un medio de transporte público y regular, y esto imposibilita la llegada de más turistas.

En vista a lo expuesto y relevado por parte de los visitantes, se puede concluir que San Ignacio tiene características muy particulares que lo hacen un destino único, diferente y elegido más de una vez.

Es mucho el potencial que encontramos para invertir y de esta forma acompañar el crecimiento, sin descuidar lo logrado hasta el momento.

### 3 Propuestas

A partir del análisis de las Fortalezas, Debilidades, Amenazas y Oportunidades surgen las siguientes propuestas para la modificación de la realidad analizada:

- I. **Mejorar, agregar y reestructurar las instalaciones** que existen en la localidad por parte de la comuna, para atraer mayor cantidad de turistas.
- II. **Mejorar la infraestructura**, especialmente los caminos y señalización para una mejor llegada de turistas.
- III. **Mantenimiento de los atractivos**. Realizar una limpieza periódica de las costas de los ríos.
- IV. **Incentivar nuevos proyectos de inversión para la construcción de alojamientos**. Promover la inversión de capitales privados para la creación de equipamiento hotelero por parte del gobierno provincial, municipal y eventualmente nacional.
- V. **Planificar y promocionar una agenda de actividades turísticas características de la zona**. Promover la creación de una agenda nutrida de actividades principalmente acuáticas, para el aprovechamiento de su principal atractivo, y festividades municipales para combatir la estacionalidad.
- VI. **Integrar la localidad a los circuitos turísticos ya existentes en el Valle de Calamuchita**. Promocionarlo a partir de la oficina de turismo regional
- VII. **Incentivar las relaciones entre el sector público y privado** para lograr asignaciones de recursos y poner en marcha planes y proyectos de desarrollo.
- VIII. **Promover, promocionar y difundir los atributos y características de la localidad en ferias de turismo, a través del municipio y la Agencia Córdoba Turismo**.

### Fuentes Bibliográficas

- Acerenza, Miguel Ángel. "Administración del Turismo. Conceptualización y organización. Vol. 1. Serie Trillas Turismo. México. Abril 2002.
- Boullón, Roberto C. "Planificación del Espacio Turístico". 3ra ed. México, DF: Trillas 1997.
- Boullón, Roberto. "La teoría del espacio turístico en Planificación del espacio turístico". Ed. Trillas. México 1990.
- Cardenas Tabares, Fabio. "Proyectos turísticos: localización e inversión". México D.F.; Trillas 1991
- Cardenas Tabares, Fabio. "Metodología del inventario". Inventario turístico. Capítulo 3
- De la Torre Padilla "Turismo Fenómeno Social", México, 1980.
- Hernández Díaz, Edgar Alfonso. "Planificación Turística". Un enfoque metodológico. Editorial Trillas. México. Capítulo 4.
- Holloway, J Christopher. El Negocio del Turismo. 4ª Edición. Londres. Addison Wesley Longman Limited.
- Lickorish Leonard, Jenkins Carson. "Una Introducción al Turismo". Ed. Síntesis. Madrid. España.
- Molina Sergio. Turismo. "Metodología para su planificación". Capítulo 5.
- Molina Sergio. "Conceptualización del Turismo", Limusa. Noriega editores
- Organización Mundial del Turismo. Capítulo 2. "Turismo Concepto y definiciones". Año 2000.
- Organización Mundial del Turismo. "Introducción al Turismo" Madrid, 1998
- Peris, Albert Blasco. "La empresa y el producto turístico" Primera edición 2002. Tratados y Manuales. Biblioteca Civitas.

- Rubio Ma. José y Varas Jesús. "El análisis de la realidad en la intervención social. Métodos y técnicas de investigación. Edit. CCS. Madrid.
- Sabino, Carlos A. "El Proceso de Investigación" 3ra ed. Buenos Aires: Lumen – Humanitas c 1996.
- Sabino, Carlos A. "Cómo se hace una tesis" 1ra ed. Caracas 1994.
- Samaja, J. Epistemología y Metodología. Elementos para una teoría de la investigación científica. Buenos Aires. Ed. Eudeba. 1993
- Schluter, Regina G. "Investigación en Turismo y Hotelería". Buenos Aires: CIET; 2005.
- Vieytes, Ruth. "Investigación del comportamiento". Técnicas y metodología. México: Iberoamericana, 1987. p. 111-112

#### **Sitios webs consultados**

[www.cordobaturismo.gov.ar](http://www.cordobaturismo.gov.ar)

[www.cba.gov.ar](http://www.cba.gov.ar)

[www.complejoferial.gov.ar](http://www.complejoferial.gov.ar)

[www.misfotosdecordoba.com.ar](http://www.misfotosdecordoba.com.ar)

[www.redcalamuchita.com.ar](http://www.redcalamuchita.com.ar)

[www.starosacalamuchita.com.ar](http://www.starosacalamuchita.com.ar)

[www.welcomeargentina.com](http://www.welcomeargentina.com)

[www.cordobaglobal.com.ar](http://www.cordobaglobal.com.ar)

[www.planturismocordoba.com.ar](http://www.planturismocordoba.com.ar)

[www.lacumbrecita.gov.ar](http://www.lacumbrecita.gov.ar)

[www.vgb.org.ar](http://www.vgb.org.ar)

[www.elsitiodelavilla.com](http://www.elsitiodelavilla.com)

*Vanesa Gorgone*

UAI – Universidad Abierta Interamericana

[www.villageneralbelgrano.com](http://www.villageneralbelgrano.com)

[www.champaqui.com.ar](http://www.champaqui.com.ar)

[www.villarumipal.com](http://www.villarumipal.com)

[www.calamuchita.com](http://www.calamuchita.com)

[www.vallecalamuchita.com](http://www.vallecalamuchita.com)

[www.ruta0.com](http://www.ruta0.com)

[www.aa2000.com.ar](http://www.aa2000.com.ar)

ANEXOS  
De la Investigación

