

UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA

Facultad de Turismo y Hospitalidad
Carrera de Licenciatura en Hotelería



**“Análisis del rol de la Hotelería Rural en el marco del
Programa Pueblos Turísticos. Caso de estudio:
Azcuénaga y Villa Ruiz”.**

Partido de San Andrés de Giles – Bs. As.

Alumno: Sofía Espinosa

Legajo: 68312

Febrero 2015



AGRADECIMIENTOS

A mis padres... por apoyarme en todos los momentos de mi vida y mi carrera.

A mi hermana... por su ayuda incondicional y paciencia.

A mi novio... por el aguante y las fuerzas que me dio.

A mis vecinos... por las horas de consultas y compañía.

A mis amigos y compañeros... por hacer del camino mucho más placentero.

A todos ellos, gracias!!!



Presentación del trabajo

El Turismo Rural se encuentra en constante crecimiento a nivel mundial, y la Argentina no está exenta de este suceso. Su tradicional carácter rural le otorgó las bases ideales para que dicho segmento del Turismo cobre importancia, tanto para la Oferta como para la Demanda.

Es preciso que este crecimiento que experimenta el rubro vaya acompañado, tanto por el apoyo de los gobiernos locales, como también por los conocimientos teóricos que sienten las bases sobre las cuales se pueda trabajar.

El propósito de la presente Investigación es el de realizar un análisis sobre el estado de la hotelería rural, tomando como foco principal el estudio de dos localidades de la Provincia de Buenos Aires, pertenecientes al Partido de San Andrés de Giles: Azcuénaga y Villa Ruiz.

La elección de ambas localidades se debe a los fuertes perfiles rurales que poseen, y el hecho singular de que ambas pertenezcan a un mismo partido y estén comprendidas por el programa impulsado por el Ministerio de Turismo de la Nación, el Programa "Pueblos Turísticos".

La investigación se encontrará segmentada en diferentes bloques de estudio, con temáticas específicas. Los primeros bloques delimitarán el problema y objetivos que persigue el presente trabajo, para que funcionen como guías a lo largo del mismo.

Se elaborará a continuación, un Marco Teórico, que ilustre y defina los conceptos que se manejarán a lo largo de la Investigación.

En otro bloque se encontrará la Metodología utilizada para procesar la información que se recolecte, necesaria para conseguir los objetivos propuestos en el comienzo.

El análisis de dicha información se encontrará en los bloques VI, VII y VIII, donde se expondrán aquellos resultados obtenidos en materia de: Oferta, Demanda y un análisis del Programa "Pueblos Turísticos" en ambas localidades.

Como cierre de la Investigación, se elaborará una Conclusión (Bloque IX) que ilustre aquellos resultados y opiniones finales sobre lo relevado. Además se incluirán propuestas futuras de utilidad para futuras investigaciones o proyectos que pretendan realizarse en el marco de la hotelería rural en las localidades estudiadas.

Se podrá encontrar en los Bloques X y XI, respectivamente, la Bibliografía consultada para la elaboración de la Investigación, y aquellos Anexos que resulten pertinentes.



ÍNDICE

Bloque I – Introducción a la Investigación

Página 8 - 12

- 1.1 Tema**
- 1.2 Título**
- 1.3 Justificación**
- 1.4 Antecedentes**
- 1.5 Limitaciones**

Bloque II – Definición del Problema

Página 13 - 16

- 2.1 Preguntas de investigación**
 - 2.1.1 Preguntas principal
 - 2.1.2 Preguntas secundarias
- 2.2 Objetivos**
 - 2.2.1 Objetivos Generales
 - 2.2.1 Objetivos Específicos
- 2.3 Universo y Temporalidad**
- 2.4 Hipótesis**

Bloque III – Marco Teórico

Página 17 - 44

- 3.1 Turismo**
 - 3.1.1 Definición
 - 3.1.2 Sistema Turístico
 - 3.1.3 Alojamientos
 - 3.1.4 Servicio central y periféricos
 - 3.1.5 Características generales del Turismo
 - 3.1.6 Turismo y Desarrollo económico, social y cultural
 - 3.1.7 Tipos de Turismo
 - 3.1.8 Turismo Sustentable
- 3.2 Turismo Rural**
 - 3.2.1 Modalidades de Turismo Rural
 - 3.2.2 Actividades
 - 3.2.3 Beneficio del Turismo Rural
 - 3.2.4 Servicios periféricos



3.3 Alojamientos Rurales

- 3.3.1 Tipos de Alojamientos Rurales
- 3.3.2 Satisfacción de la demanda
- 3.3.3 Normativa 42250 SECTUR en Alojamiento rural

3.4 Estadísticas

3.5 Programa Pueblos Turísticos

Bloque IV – Lugar de Estudio

Página 45 - 79

4.1 Información general del Partido de San Andrés de Giles

- 4.1.1 Escudo
- 4.1.2 Ubicación
- 4.1.3 Acceso
- 4.1.4 Vías de Acceso
- 4.1.5 Límites del Partido
- 4.1.6 Localidades del partido
- 4.1.7 Demografía
- 4.1.8 Medio Geográfico
- 4.1.9 Clima
- 4.1.10 Actividades económicas
- 4.1.11 Importancia del turismo rural
- 4.1.12 Fiestas del Partido

4.2 Información general de Azcuénaga

- 4.2.1 Acceso
- 4.2.2 Población
- 4.2.3 Historia

4.3 Información general de Villa Ruiz

- 4.3.1 Acceso
- 4.3.2 Población
- 4.3.3 Historia

4.4 Inventario turístico

- 4.4.1 General de San Andrés de Giles
- 4.4.2 Azcuénaga
- 4.4.3 Villa Ruiz

Bloque V – Metodología

Página 80 - 113

5.1 Estructura de la Investigación

- 5.1.1 Tipo de Investigación
- 5.1.2 Investigación preliminar



5.2 Trabajo de Campo

- 5.2.1 Definición de la Oferta
- 5.2.2 Definición de la Demanda

5.3 Estructura del Dato

- 5.3.1 Operacionalización de la variable para el estudio de la Oferta
- 5.3.2 Ponderación de la variable para el estudio de la Oferta
- 5.3.3 Operacionalización de las variables para el estudio de la Demanda

Bloque VI – Análisis de la Oferta

Página 114 - 141

6.1 Introducción

- 6.1.1 Oferta de Alojamiento: Azcuénaga
- 6.1.2 Oferta de Alojamiento: Villa Ruiz
- 6.1.3 Oferta de Alojamiento: Alrededores

6.2 Análisis de la Matriz de Datos

- 6.2.1 Análisis de los Alojamientos según la dimensión
- 6.2.2 Análisis de los Alojamientos a nivel general

6.3 Análisis de las Encuestas a residentes

- 6.3.1 Introducción
- 6.3.2 Análisis de las Tendencias

Bloque VII – Análisis de la Demanda

Página 142 - 154

7.1 Introducción

- 7.1.1 Composición de la demanda por sexo
- 7.1.2 Composición de la demanda por edad
- 7.1.3 Composición de la Demanda por lugar de procedencia
- 7.1.4 Composición de la Demanda por acompañantes
- 7.1.5 Composición de la Demanda por nivel de ocupación
- 7.1.6 Composición de la Demanda por motivación
- 7.1.7 Composición de la Demanda por tiempo de permanencia
- 7.1.8 Composición de la Demanda por actividades que realizó
- 7.1.9 Composición de la Demanda por medio de transporte
- 7.1.10 Composición de la Demanda por estado de los accesos
- 7.1.11 Composición de la Demanda por señalización de los accesos
- 7.1.12 Composición de la Demanda por conocimiento del programa Pueblos Turísticos



7.1.13 Composición de la Demanda por nivel de satisfacción con el destino

7.2 Nivel de satisfacción de la demanda con los alojamientos

Bloque VIII – Análisis del Programa Pueblos Turísticos

Página 155 - 159

8.1 Introducción

8.1.2 El Programa en Azcuénaga

8.1.3 El programa en Villa Ruiz

8.2. Acciones llevadas a cabo

Bloque IX – Conclusiones

Página 160 - 167

9.1 Conclusión general de Azcuénaga

9.2 Conclusión general de Villa Ruiz

9.3 Conclusión de la aplicación de “Pueblos Turísticos”

9.4 Propuestas para el futuro

Bloque X – Bibliografía

Página 168 - 172

10.1 Libros Consultados

10.2 Documentos Consultados

10.3 Páginas Web Consultadas

Bloque XI – Anexos

Página 173 - 190



Bloque 1

Introducción a la Investigación

1.1 Tema

1.2 Título

1.3 Justificación

1.4 Antecedentes

1.5 Limitaciones



INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN

1.1 Tema

Turismo y Alojamientos rurales.

1.2 Título

"Análisis del rol de la Hotelería Rural en el marco del Programa Pueblos Turísticos. Caso de estudio: Azcuénaga y Villa Ruiz".

1.3 Justificación

Existen diversos acontecimientos que han provocado cambios en lo que respecta a la actividad turística, tanto desde el lado de la oferta como de la demanda; factores actuales como el surgimiento constante de nuevos destinos turísticos en conjunto con una tendencia creciente entre los consumidores de alejarse de destinos tradicionales y todo esto asociado a un progresivo interés de los turistas por la conservación del ambiente natural y cultural (Flores Ruiz, 2007). Estas razones, entre otras, han llevado al desarrollo de un nuevo producto turístico que cumple con las características antes mencionadas, conocido como "Turismo Rural".

En Argentina el turismo rural ganó popularidad hace varias décadas y se encontraba estrechamente ligado al turismo de estancias (Vecchiet, 1991). En 1996 había aproximadamente 300 establecimientos orientados hacia el turismo rural en todo el país (Prieto y Prieto, 1997) pero la mayor concentración se observaba en la provincia de Buenos Aires y en las provincias patagónicas.

La oferta de alojamientos es una parte fundamental de la actividad turística. La misma debe acompañar el crecimiento del turismo, así como estar alineada con sus características particulares, los requerimientos de la demanda y las posibilidades de la comunidad en que se encuentran. En particular, la hotelería rural tiene una estrecha relación con poder mostrar y dejar al turista vivenciar ciertas características de la forma de vida de los residentes en ámbitos rurales. Bien planteada, una propuesta de alojamiento rural dista mucho de aquellas concepciones de la hotelería tradicional.

El interés por conocer diferentes prácticas culturales en ámbitos rurales es un factor que se manifiesta crecientemente en los turistas en Argentina. La Encuesta de Turismo Internacional (2013), elaborada por el MinTur e INDEC, interrogó a turistas no residentes que ingresaron a la Provincia de Buenos Aires sobre las actividades que realizarían. Sus preferencias señalaron al "Tango" como la mayoritaria (con el 21,4%), seguida por "Experiencias



activas en medios naturales" (14,2%), "Experiencias vinculadas al mundo del vino" (2,9%) y "Experiencias en establecimientos rurales" (1,5%).

Desde el punto de vista de las políticas públicas, se evidencia también un marcado interés por desarrollar este tipo de turismo.

- En 1997 se creó la Red Argentina de Turismo Rural (RATUR), que comenzó como una asociación civil sin fines de lucro para quienes buscaban una propuesta de diversificación de la producción primaria;
- Creación del Área de Coordinación de Turismo Rural del MINTUR, en vigencia desde el año 2000;
- Creación del 1er programa de turismo rural a nivel nacional: Programa de Turismo Rural "Raíces" en Mayo del 2000, a cargo del Ministerio de Turismo de la Nación (MINTUR) y la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación (SAGPyA);
- Proyecto Red Argentina de Turismo Rural Comunitario (RATuRC) en funcionamiento desde el año 2006;
- Creación del Proyecto Nacional de Turismo Rural - PRONATUR (2008) a cargo de SAGPyA, el Instituto Nacional de Tecnología (INTA) y el Ministerio de Turismo de la Nación (MINTUR);
- Programa de Turismo Social y Comunitario "Pueblos Turísticos" creado en el año 2008, a cargo del MINTUR, el Ministerio de Asuntos Agrarios y Producción y el Centro de Investigaciones Territoriales y Ambientales Bonaerenses (CITAB), perteneciente al Banco Provincia.

Cabe mencionar, además, la importancia que denotó para el sector la creación de las siguientes leyes:

- "Ley de Desarrollo del Turismo Rural" (Proyecto de Ley, Abril, 2003)
- "Ley de Promoción de la Construcción, Refacción, Equipamiento y Explotación de Instalaciones para Turismo Rural" (Proyecto de Ley, Agosto, 2003).
- Ley 13.251 "Programa Pueblos" firmado en el 2006 entre la ONG Uniendo Pueblos, el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, para la implementación del Programa de Promoción de Pequeñas Localidades.

Cabe mencionar, además, la creación de la siguiente Normativa, que si bien es de carácter voluntario, indica la creciente importancia en la regularización de los alojamientos rurales en el país:



- Normativa IRAM-SECTUR 42250: Alojamiento Rural. Sistema de gestión de la calidad, la seguridad y el ambiente.

Si bien en materia de políticas turísticas, ya sea a nivel provincial como nacional, se evidencia un apoyo hacia el turismo rural, en cuestiones de alojamientos de este tipo, aún queda mucho por hacer.

El rol de la hotelería en el ámbito del turismo rural muchas veces queda relegado a formar parte de un paquete armado por agencias de viajes o intermediarios que buscan vender este tipo de productos, sobre todo al turismo internacional, sin tener en cuenta cuestiones fundamentales para el turismo rural, como son:

- la inclusión de la comunidad en los ingresos generados,
- la importancia por preservar la cultura local,
- la sustentabilidad, tanto ecológica, como social y urbana,
- y por sobre todo, el concepto de capacidad de carga de un destino, sin el cual la "explotación" del mismo podría ser desmedida.

Las localidades de Azcuénaga y Villa Ruiz forman parte del programa pueblos turísticos, el cual se implementa de acuerdo a las bases del turismo comunitario. Dichos pueblos aún no se encuentran en el grado de explotación turística que han alcanzado otras localidades de similares características, como pueden ser: Tomás Joffre, Uribelarra, Carlos Keen, entre otras. En ellas, el producto "día de campo" se comercializa de manera cada vez más masiva, perjudicando el valor autóctono que estos pueblos tienen para ofrecer, donde su oferta hotelera pasa a ser un mero componente de un producto armado para el turismo internacional, no ofreciendo una auténtica experiencia rural.

Mediante la presente investigación se analizará esta problemática, analizando el rol de la hotelería rural en Azcuénaga y Villa Ruiz, localidades que presentan características similares a las anteriormente mencionadas. Esto resulta necesario para poder identificar el rumbo que están tomando ambas localidades, para evitar así que se las incorpore a dicho mercado y que pueda presentar una oferta turística y hotelera que respete las bases del turismo rural y comunitario.

Las conclusiones a las que se llegaron con el análisis de estos aspectos, servirán a diferentes agentes involucrados en el desarrollo turístico de las localidades de estudio. Ya sea como orientación para los emprendimientos turísticos y hoteleros locales, como a particulares interesados en invertir o a agentes municipales. En otra medida, esta investigación sirve también como antecedente para estudios futuros, como investigación de mercado para la creación de un proyecto hotelero rural.



2.4 Antecedentes

Para la elaboración del presente trabajo de grado, se investigaron diferentes documentos relacionados con el tema elegido. Los que guardan mayor concordancia son:

- 1) Pauwels, Nadia Estefanía. Alojamiento de Campo. El Turismo Rural en el partido de Mercedes [tesis]. Buenos Aires: Universidad Abierta Interamericana; 2006.

Trabajo de grado realizado por una alumna de la UAI, quien realiza un diagnóstico de la situación actual (año 2006) de los Alojamiento Rurales en el partido de Mercedes.

- 2) Grosso, Gisela. Estancias en el partido de San Antonio de Areco [tesis]. Buenos Aires: Universidad Abierta Interamericana; 2010.

Trabajo de grado realizado por una alumna de la UAI, quien realiza un diagnóstico de la situación actual (año 2010) de los Alojamiento Rurales en el partido de San Antonio de Areco.

- 3) Ochoa, Carolina. Hospitalidad en el Turismo Rural [tesis]. Buenos Aires: Universidad de Palermo; 2010.

Trabajo de grado realizado por una alumna de la Universidad de Palermo, quien analiza el turismo rural en el Partido de Lobos, haciendo foco en la estancia "La Candelaria" como caso de estudio.

2.5 Limitaciones

Las limitaciones que presenta este trabajo de investigación están, en primer lugar, relacionadas con la distancia al campo de estudio, ya que San Andrés de Giles se encuentra a 103 kms de Capital Federal. Este factor, sumado a los tiempos y costo en el acceso a ambas localidades, presenta leves complicaciones para las reiteradas visitas a las localidades para cumplir con los fines de observación y análisis del presente trabajo.

En segundo lugar, cabe mencionar como posible limitación una cierta inaccesibilidad a las fuentes. Es decir, que en las visitas tanto a alojamientos, como instituciones públicas y privadas puede llegar a darse cierta reticencia al contestar preguntas o conseguir información sobre algunos temas.

Por último, y en menor grado, existirá siempre un pequeño error de muestreo que refleje una situación parcial que no demuestra al 100% la realidad del área de estudio relevada.



Bloque 2

Definición del problema

2.1 Preguntas de investigación

2.1.1 Preguntas principal

2.1.2 Preguntas secundarias

2.2 Objetivos

2.2.1 Objetivos Generales

2.2.1 Objetivos Específicos

2.3 Universo y Temporalidad

2.4 Hipótesis



DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Al comenzar a investigar sobre la temática del turismo rural y su oferta de alojamientos, se identificó una problemática en localidades dentro del radio de los 200km de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Si bien es cierto que la comercialización de productos de tipo rural está en auge, la oferta de servicios de hospedaje suele quedar reducida a formar parte del producto pre-armado de "día de campo" o a la mera comercialización de estadías en Cascos de Estancia y Alojamientos dedicados al Polo. En estos alojamientos no se puede aprovechar una verdadera experiencia rural, si bien esta oferta hotelera es comercializada como tal.

2.1 Preguntas de Investigación

2.1.1 Preguntas principal

¿Qué rol ocupa la hotelería rural dentro del Programa Pueblos Turísticos en las localidades de Azcuénaga y Villa Ruiz entre los meses de Noviembre 2014 y Enero 2015?

2.1.2 Preguntas secundarias

- ¿Cuál es el estado de la oferta y demanda turístico-hotelerera en las localidades de Azcuénaga y Villa Ruiz?

- ¿El Programa Pueblos Turísticos consigue desarrollar un verdadero Turismo Comunitario en las localidades?

- ¿Cuáles son, en opinión de la demanda, las fallas y aspectos a mejorar, tanto en el destino como en los alojamientos?

- ¿Cuáles fueron las mejoras y beneficios que trajo a las localidades la implementación del programa Pueblos Turísticos?

- ¿Qué cambios o mejoras podrían realizarse en los destinos para brindar un auténtico producto rural, tanto turístico como hotelero?

2.2 Objetivos

2.2.1 Objetivos Generales

- 1) Conocer el rol que ocupa la Hotelería Rural en Azcuénaga y Villa Ruiz.
- 2) Analizar y describir la oferta y la demanda actual de alojamientos rurales en los pueblos.
- 3) Identificar y caracterizar las mejoras percibidas por ambas localidades gracias a su inclusión al Programa "Pueblos Turísticos".



4) Sugerir cambios que podrían mejorar el papel de los alojamientos rurales en dichas localidades.

2.2.1 Objetivos Específicos:

- Analizar el estado en el que se encuentran los accesos a los establecimientos y la señalización para llegar a los mismos.
- Identificar los servicios, equipamientos y facilidades con los que cuentan los establecimientos, así como el nivel de atención del personal a cargo.
- Ubicar los canales por los cuales se comercializa la oferta de alojamiento de ambos pueblos, a quienes alcanza y beneficios de sus uso.
- Analizar el perfil de la demanda que consume este tipo de servicios, teniendo en cuenta expectativas, motivaciones, características y composición de la misma.
- Determinar fallas, aspectos a mejorar y grado de satisfacción, desde el punto de vista de la demanda, en cuanto a los servicios de alojamiento y periféricos ofrecidos en estas localidades.
- Releva los beneficios que perciben tanto las comunidades como los establecimientos que brindan servicio de alojamiento por parte del programa Pueblos Turísticos.
- Conocer los programas y capacitaciones que se han llevado a cabo por este programa.
- Realizar propuestas que apunten tanto a la mejora de los servicios de hospedaje presentes como a nivel turístico.

2.3 Universo y Temporalidad

El trabajo se encuentra delimitado temporal y espacialmente. La delimitación temporal contempla datos que van desde la creación de ambas localidades, pero hace foco en el período actual, más específicamente desde su inclusión al programa Pueblos Turísticos (2008). Las entrevistas, encuestas y relevamientos de las áreas fueron realizadas en los meses de Noviembre y Diciembre 2014 y Enero de 2015.

Su delimitación espacial remite al partido de San Andrés de Giles, más específicamente a sus localidades de Azcuénaga y Villa Ruiz, Provincia de Buenos Aires.

3.3 Hipótesis

“En las investigaciones descriptivas (...) es posible omitir las hipótesis, ya sea porque éstas son tan amplias y poco definidas que dicen muy poco a quien



lee el informe de investigación, o porque por la naturaleza de la indagación es posible o necesario verificarlas" (Sabino, 1992, p. 63).

El objetivo que persigue el presente trabajo es el de describir lo más fielmente posible la realidad de las localidades seleccionadas, en materia de turismo y alojamientos. Por este motivo, se prescindirá de una hipótesis para el desarrollo de la investigación, la cual estará guiada por la consecución de los objetivos anteriormente planteados.



Bloque 3

Marco Teórico

3.1 Turismo

3.1.1 Definición

3.1.2 Sistema Turístico

3.1.3 Alojamientos

3.1.4 Servicio central y periféricos

3.1.5 Características generales del Turismo

3.1.6 Turismo y Desarrollo económico, social y cultural

3.1.7 Tipos de Turismo

3.1.8 Turismo Sustentable

3.2 Turismo Rural

3.2.1 Modalidades de Turismo Rural

3.2.2 Actividades

3.2.3 Beneficio del Turismo Rural

3.2.4 Servicios periféricos

3.3 Alojamientos Rurales

3.3.1 Tipos de Alojamientos Rurales

3.3.2 Satisfacción de la demanda

3.3.3 Normativa 42250 SECTUR en Alojamiento rural

3.4 Estadísticas

3.5 Programa Pueblos Turísticos



MARCO TEÓRICO

3.1 Turismo

3.1.1 Definición

Toda actividad Hotelera se encuentra en constante retroalimentación con el Turismo. En ocasiones, es el Turismo lo que impulsa la creación de Hoteles en un destino específico, mientras que en otras, es la construcción de un Hotel en la localidad, lo que fomenta al turismo de la misma.

En este sentido, es importante primero definir lo que se conoce hoy en día como Turismo. La primera definición que se tomará es aquella dada por la OMT (1994) "El Turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros".

Agrega sobre esto la OMT que "para que exista el turismo es necesario que el turista permanezca más de 24 horas fuera de su domicilio". Por lo tanto, el turismo propiamente dicho estará comprendido por un periodo de viaje mayor a 24 horas, pero menos a un año de duración.

Sin embargo, una actividad tan multidisciplinaria como es el Turismo, ha permitido la concepción de varias definiciones. Según Acerenza¹ existen diversas definiciones del término, dependiendo de la mirada que se tenga, así:

**para la economía:* El turismo es un servicio.

**para las ciencias geográficas:* El turismo lo constituye el desplazamiento de personas de un punto a otro de la superficie terrestre.

**para la sociología:* El turismo se presenta como una oportunidad para colmar las necesidades que suelen dejarse de lado, cuando el individuo se encuentra entregado a su vida de trabajo.

Todas estas definiciones son ciertas, sin embargo, la definición que más se adecúa a los propósitos de este trabajo, es aquella propuesta por los profesores suizos Hunziker y Krapf (1942) que dice "Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y

¹ Acerenza, Miguel Ángel (1991), *Administración del turismo: conceptualización y organización*, 4ta edición, Editorial Trillas, México D.F.



permanencias no estén motivados por una actividad lucrativa principal, permanente o temporal.”

3.1.2 Sistema Turístico

La definición más básica de un *sistema* indica que, en palabras de Von Bertalanffy, “Un sistema es un conjunto complejo de elementos interactuantes. Así mismo, es un conjunto de partes o subsistemas que se relacionan e interactúan en busca de un objetivo común” (Molina, 2000).

En el caso del Turismo, este se analiza como un Sistema Abierto. Este sistema posee canales de entrada por donde ingresa la energía, que una vez procesada sale por los canales de salida en forma de productos o servicios que se ofrecen al medio ambiente o supersistema socio-cultural. Este sistema posee una relación con el entorno dinámico en constante cambio y adaptación.

Este sistema turístico, según Molina (2000), está integrado por las siguientes partes (o subsistemas):

- Superestructura: Asume la función de regular el sistema turístico, recogiendo los intereses, expectativas y objetivos de los subsistemas restantes. Se divide en dos clases:
 - 1) Organizacionales: son organismos del sector público, privado o intergubernamental.
 - 2) Conceptuales: son leyes, reglamentos, planes y programas.
- Demanda: Constituida por los turistas y por sus necesidades físicas (comer, dormir) y espirituales (contemplación, aprendizaje, autorrealización, etc.) La misma está compuesta por los turistas residentes en el país y los residentes en el extranjero.
- Atractivos: son aquellos que se constituyen en uno de los principales motivadores y orientadores del flujo turístico. En este término, Boullón² permite una apropiada clasificación de los mismos:

² Boullón, R. (1983). Las actividades turísticas y recreacionales. Editorial Trillas, México.



Gráfico nº1

Categorías	Tipo
<u>Sitios Naturales</u>	Montañas; Planicies; Costas, Lagos, lagunas y esteros; Ríos y arroyos; Caídas de agua; Grutas y Cavernas; Lugares de Observación de flora y fauna; Lugares de caza y pesca; Caminos pintorescos; Termas; Parques Nacionales y reservas.
<u>Museos y Manifestaciones Culturales – Históricas</u>	Museos; Obras de Arte y Técnica; Lugares Históricos; Ruinas y Sitios Arqueológicos.
<u>Folklore</u>	Manifestaciones religiosas y creencias populares; Ferias y Mercados; Música y Danzas; Artesanías y artes populares; Comidas y Bebidas típicas; Grupos étnicos; Arquitectura popular y espontánea.
<u>Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas</u>	Explotaciones mineras; Explotaciones agropecuarias; Explotaciones industriales; Obras de arte y técnica; Centros científicos y técnicos.
<u>Acontecimientos Programados</u>	Artísticos; Deportivos; Ferias y exposiciones; Concursos; Fiestas religiosas y profanas; Otros.

Fuente de elaboración propia, en base a Bullón, R. (1983).

- Equipamiento e Instalaciones: comprende al conjunto de Establecimientos especializados en la prestación de servicios turísticos y a las instalaciones que los apoyan. Boullon hace una clasificación de ambos elementos:



Gráfico nº2

Categoría	Tipo
Alojamiento	Hoteles; Moteles; Hosterías y Posadas; Pensiones; Apart-hoteles; Condominios; Casas; Cabañas; Albergues; Trailer parks; Camping; Camas en casas de familia.
<u>Alimentación</u>	Restaurantes; Cafeterías; Kioscos; Comedores típicos
<u>Esparcimiento</u>	Night Clubs; Discotecas; Bares; Casinos y juegos de azar; Cines y teatros; Otros espectáculos públicos; Clubes deportivos; parques temáticos.
<u>Otros servicios</u>	Agencias de viajes; Información; Guías; Comercio; Cambios de moneda; Dotación para congresos; Transportes turísticos; Primeros auxilios; Guarderías; Estacionamientos.

Fuente de elaboración propia en base a Bullón, R. (1983)

- Infraestructura: es la que presta los servicios básicos o de apoyo al sistema turístico. Puede clasificarse en interna (localizadas dentro de los límites del destino), y externas (los sistemas que contribuyen a enlazar al destino turístico con otro o con centros industriales-urbanos).

Gráfico nº3

Categorías	Tipo
<u>Transporte</u>	<u>Terrestre</u> : Red de carreteras; servicios para el automotor; Servicios para el Turista; Señalización; Servicios de Transporte; Terminales de Autobuses; Red ferroviaria; Terminales Ferroviarias; Red de calles;



	<p><u>Aéreos:</u> Servicios Aéreos; Terminales Aéreas.</p> <p><u>Acuático:</u> Servicios de transporte marítimos, fluviales y lacustres; Terminales marítimas, fluviales y lacustres;</p>
<u>Comunicaciones</u>	Postales; Telegráficas; Télex, Telefónica; Vía Internet.
<u>Sanidad</u>	Red de agua; Red de desagüe; Recolección de basura; Salud (primeros auxilios y hospitales).
<u>Energía</u>	Red eléctrica (alumbrado público, servicios domiciliarios); Combustible (gasolina, gas).

Fuente de elaboración propia en base a Bullón, R. (1983)

- Comunidad Local: conformada por grupos o individuos que residen en forma permanente en los polos o centros turísticos. Pueden estar directamente relacionados con el turismo o indirectamente relacionados.

3.1.3 Alojamientos

Como parte integrante de la oferta del destino turístico, cabe destacar los alojamientos que brindan diferentes opciones de hospedaje a los turistas. Javier Cerra³ los define como:

“Alojamientos turísticos son aquellas empresas o establecimientos que facilitan de una forma habitual específica y profesional, en contraprestación de un precio, el servicio de habitaciones, con la posibilidad o no de ampliar el servicio de manutención, así como a otros complementarios y anteriores, y generalmente en relación directa de cantidad y calidad de los mismos con la clasificación del establecimiento.”

3.1.4 Servicio central y periféricos

Como se mencionó anteriormente, los alojamientos ofrecen como servicio central el del hospedaje, o el de un cuarto por noche. Los servicios ofrecidos

³ Cerra, J. (1990), Gestión de Producción de alojamientos y restauración, Editorial Síntesis, España.



por el Hotel que suman a la oferta de este servicio central son llamados *periféricos*, ya que complementan esta oferta.

Gráfico n°4



Fuente de elaboración propia.

3.1.5 Características generales del Turismo

La concepción económica del turista ha permitido que se le califique como actividad comercial y de servicios, o como "industria sin chimeneas". (Vera et al, 1997).

"El Turismo es una *actividad multidimensional* altamente dinamizadora de los factores productivos de los territorios en los cuales se inserta. Su efecto se extiende tanto a nivel social como cultural, ambiental y económico. Impacta en la vida de las comunidades receptoras, fortaleciendo su identidad y configurando una fuente de ingresos para muchos sectores"⁴

En su definición, es importante considerar la amplitud de conceptos dados por la *Ley Nacional de Turismo 25.997* y el *Plan Estratégico Federal de Turismo*, de la Republica Argentina (PEFTS 2020), que conciben al Turismo como actividad estratégica para el desarrollo nacional.

Dicha legislación plantea, además, dos planos⁵:

⁴ Universidad Nacional de Cuyo (UNCUYO), Proyecto de Turismo Rural Sustentable, Recuperado de: <http://www.imd.uncu.edu.ar/upload/informe-final-proyecto-turismo-rural-sustentable.pdf>

⁵ Ley Nacional de Turismo 25.997.



1) *Desarrollo social, económico y cultural.* El turismo es un derecho social y económico de las personas dada su contribución al desarrollo integral en el aprovechamiento del tiempo libre y en la revalorización de la identidad cultural de las comunidades.

2) *Desarrollo sustentable.* El turismo se debe desarrollar en armonía con los recursos naturales y culturales a fin de garantizar sus beneficios a las futuras generaciones. El desarrollo sustentable se aplica en tres ejes básicos: ambiente, sociedad y economía.

3.1.6 Turismo y Desarrollo económico, social y cultural

El desarrollo turístico implica lo **económico**, propio de la sociedad de consumo, lo **cultural**, vinculado a la identidad y patrimonio de un territorio, y lo **social**: encuentro de culturas, tiempo libre, salud, educación, servicios, comunicación, infraestructura, demografía, género, juventud y exclusión social.

En lo **económico** el turismo se consolida como una de las actividades de mayor expansión global. Las cifras demuestran un crecimiento constate en las últimas décadas. Según datos de la Organización Mundial de Turismo (OMT), el crecimiento del sector en el período 1950-2000 ha sido del 6,8 % promedio anual.

Este impulso se cimenta en la creciente integración económica mundial, el mayor nivel de vida promedio, importantes mejora en las vías de transporte y el acceso de los clientes a amplias redes de comunicación e información online.

Como fenómeno **sociocultural** el turismo afronta el desafío de lograr el balance entre los procesos de globalización actuales y la urgencia de asegurar el patrimonio local.

3.1.7 Tipos de Turismo

Turismo de Masas o Turismo Masivo

A su vez, existen dos grandes tipos de Turismo, que son opuestos el uno del otro. Por un lado está el Turismo de masas, definido por Acerenza (1991) como "El Turismo de Masas se caracteriza por el gran número de personas que lo realizan, y que da lugar a grandes concentraciones de turistas en los centros receptores".

Este tipo de Turismo es el más clásico, en donde la explotación del destino no se encuentra regida ni delimitada por la comunidad local, o por los operadores turísticos. Así, se produce un desgaste tanto ambiental de la zona, como un rechazo marcado por la comunidad local, la que no participa de los beneficios económicos ni sociales que puede traerle la explotación turística de su comunidad.



En contraposición a esta variante, aparece el Turismo Alternativo.

Turismo Alternativo

Lo define Acerenza (1991) como:

“Toda gama de alternativas de viajes que tienden a apartarse de las características que presenta el turismo de masas. Los *turistas alternativos* desean conocer y tener un contacto más estrechos con los pueblos y sus manifestaciones culturales, experimentar nuevas emociones o realizar alguna actividad fuera de lo común, lejos de la civilización, conocer y disfrutar la practicas y labores del campo, o simplemente aprovechar los beneficios de la naturaleza.”

Este tipo de turismo pretende ser una forma menos agresiva con el medio ambiente e invertir mayores esfuerzos en preservar los valores naturales y culturales de los destinos turísticos. Generalmente se desarrolla en entornos naturales y rurales poco alterados y ofrece una oferta diversificada de naturaleza, aventura, tradición y cultura. Se propone como opuesto al Turismo de Masas, más agresivo con el entorno y la cultura del entorno. Entre sus variantes se pueden mencionar: turismo cultural, turismo aventura, turismo rural y turismo ecológico o ecoturismo.

3.1.8 Turismo sustentable

En estrecha relación con el Turismo alternativo, aparece el Turismo Sustentable, con una consciencia más marcada del medioambiente, la comunidad local y el impacto que produce la industria para las generaciones futuras.

El Turismo Sostenible según la OMT (1993)⁶ es:

“El desarrollo del turismo sostenible satisface las necesidades de los turistas y regiones anfitrionas presentes, al mismo tiempo que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de tal forma que se satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas al tiempo que se respeta la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de apoyo a la vida.”

- **Desarrollo Turístico Sustentable**

Según el Informe Brundtland de las Naciones Unidas (1987), el desarrollo sostenible se lo define como “Desarrollo que satisface las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.”

La Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN, 1993), define el Desarrollo Sostenible como “un proceso que permite que se

⁶ OMT, “Conferencia Euro-Mediterránea sobre Turismo y Desarrollo Sostenible” (1993), Francia.



produzca el desarrollo sin deteriorar y agotar los recursos que lo hacen posible”.

Como señala la Organización Mundial del Turismo (en base a UICN, 1993) "el turismo sostenible no puede funcionar únicamente a base de imposiciones de la administración pública; es preciso, además, que el sector turístico privado acepte ese concepto y coopere en su ejecución, así como que las comunidades locales y los turistas mismos presten su colaboración al proceso”.

3.2 Turismo Rural

En este sentido, donde el concepto de “desarrollo sustentable del turismo” cobra gran importancia a nivel mundial y en la Argentina, el Turismo Rural surge como una nueva y creciente modalidad dentro del turismo alternativo. Su mayor objetivo debe ser el de ayudar a obtener una mejor distribución de los beneficios que las actividades turísticas generan en las comunidades rurales⁷.

A continuación, se presentaran una serie de definiciones que enmarcan el concepto de Turismo Rural:

- *“Conjunto de Actividades que se desarrollan en un entorno rural, excediendo el mero alojamiento y que pueden constituirse, para los habitantes del medio, en una fuente de ingresos complementarios a los tradicionalmente dependientes del sector primario, convirtiéndose en un rubro productivo más de la empresa agropecuaria”* (OMT, 1993).
- *“Todas aquellas actividades que pueden realizarse en el ámbito rural y que resultan de interés para los habitantes de las ciudades por sus características exóticas, tradicionales, románticas, diferentes del estilo usual de vida, etc”* (Programa Nacional de Turismo Rural, 1998).
- *“Actividad turística realizada en el espacio rural, compuesto por una oferta integrada de ocio dirigida a una demanda cuya motivación incluye el contacto con el entorno natural y una interrelación con la población local”* (Unidad de Turismo Rural de la UBA).

Para los propósitos del presente trabajo se definirá al Turismo Rural, en palabras de la autora de la investigación, como: “el conjunto de actividades desarrolladas en un entorno rural, compuesta por oferta y demanda de atractivos, instalaciones y facilidades de tipo turístico. Esta oferta será complementaria al ingreso principal de la región, permitiendo la diversificación de actividades económicas en la localidad, donde el papel que juega la comunidad receptora será fundamental para el desarrollo del mismo.”

⁷ Definición creada por la autora de la Investigación.



3.2.1 Modalidades

Algunas de las modalidades de turismo rural practicadas en América Latina según la OMT (2003)⁸ son:

- **Agroturismo**

Se denomina agroturismo cuando el motivo principal del cliente es conocer, participar o disfrutar de las actividades vinculadas con la producción agropecuaria. Esta actividad se vuelve más atractiva, en la medida de que la oferta del establecimiento sea más diversificada.

- **Ecoturismo**

Es la actividad que realiza el turista, relacionada con el medio natural, la flora y/o la fauna del lugar pudiendo, en muchos casos, reconocer y ver especies únicas. Dichas especies no siempre se pueden apreciar en los parques nacionales o reservas ya que demasiada cantidad de gente provoca que se refugien y no puedan ser vistas. Por el contrario, en el medio rural, en grupos de 10 o menos personas la especie no se siente amenazada y resulta más fácil su avistaje.

- **Turismo Cultural**

Existen numerosos establecimientos que poseen un rico patrimonio histórico y que a partir de la actividad turística pueden conservar en manos de las familias a quienes pertenece, manteniendo así parte de su historia en el lugar.

- **Turismo de Aventura**

Muchos deportes de aventura se practican en establecimientos que abrieron sus tranqueras al turismo rural. Dependiendo de la ubicación del predio y de las capacidades de los establecimientos para la puesta en valor turístico, se practican desde actividades de agua (canotaje, rafting, windsurf, entre otras), o de aire (vuelos en globo, parapente, por nombrar las más comunes) hasta de tierra (trekking, montañismo, travesías, cabalgadas, etc.), siendo muchas veces practicadas en el medio rural pero a cargo de especialistas y personas reconocidas en su actividad.

- **Turismo Deportivo**

Es muy variada la oferta deportiva en los establecimientos. Desde juegos típicos de cada región (en Argentina, el Pato o el Polo) hasta diversas ofertas que van desde tenis, tiro al blanco, fútbol o vóley (por nombrar algunas muy comunes a los establecimientos). No obstante las de mayor rentabilidad en

⁸ OMT (2003), *El Turismo Rural en las Américas y su contribución a la creación de empleo y a la conservación del Patrimonio*, Paraguay.



los casos en los que se ofrece al turista, están vinculados con la pesca y la caza deportiva. Por ejemplo, podemos decir que en Argentina, de los 870 establecimientos dedicados al Turismo Rural, más de 240 ofrecen actividades vinculadas con alguna de estas dos modalidades.

- **Turismo técnico-científico**

En este caso, el motivo de viaje del turista está relacionado con las tecnologías y conocimientos aplicados a la producción. Profesionales y entendidos viajan con el interés de incorporar conocimientos sobre los sistemas productivos.

También integran este segmento los interesados en los recursos paleontológicos, geológicos y especies únicas o poco comunes, que pueden encontrarse en el ámbito rural.

- **Turismo educativo**

Cada vez es más frecuente que docentes de jóvenes y de niños incluyan, en sus actividades, la visita a granjas educativas donde se pueden ver distintas especies de animales e instruir sobre los sistemas productivos de estos establecimientos preparados para educar a partir de su actividad productiva

- **Turismo de eventos**

Existe un potencial a explotar por los establecimientos cercanos a las ciudades y con capacidad para organizar eventos. Es importante la infraestructura y el equipamiento, siendo muy variadas las opciones desde eventos sociales (casamientos, cumpleaños, etc.) hasta reuniones empresariales (seminarios y reuniones de trabajo).

- **Turismo de salud**

Quizás el caso más claro es el de aquellos campos donde se cuenta con aguas termales, sin necesidad de desarrollar sólo una oferta para enfermos sino por el contrario con una visión más amplia y orientada a una mejor calidad de vida. Otras ofertas están orientadas al tratamiento anti-estrés donde el medio rural puede ser de gran ayuda. También existen establecimientos que ofrecen tratamientos de equino terapia, con equipo de profesionales de varias disciplinas. Los psicólogos han descubierto que los caballos ejercen un valioso efecto terapéutico en los niños.

- **Turismo gastronómico**

La vinculación entre el sector turístico y el gastronómico es muy importante y, en el caso del medio rural, cobra especial interés por la posibilidad de tomar contacto con el producto antes de llegar a la mesa. Dado que la mayoría de los establecimientos dedicados al turismo rural utilizan gran parte de sus



producciones en su oferta gastronómica, para el turista representa una experiencia superior que sabe apreciar cuando un plato está compuesto por productos del lugar.

- **Turismo étnico**

La mayoría de las comunidades aborígenes de la región cuentan con recursos atractivos para la explotación turística. Debe enfatizarse que toda propuesta de turismo rural a desarrollar en las comunidades originarias, debe contar con la participación de sus integrantes, teniendo especial cuidado en el impacto ambiental y cultural que la misma puede causar. Existen en toda América, comunidades indígenas que ofrecen servicios de turismo rural siendo que, en algunas de ellas, se puede convivir con la comunidad.

Además de estas modalidades, cabe destacar al **Turismo Comunitario** como rama dentro del Turismo Rural:

Ragno (2009), como portavoz del Proyecto de la Red Argentina de Turismo Rural Comunitario, lo define de la siguiente manera:

“El Turismo Rural Comunitario es la actividad turística auto-gestionada organizada por comunidades de pueblos originarios y campesinas, en respeto a su organización tradicional, saber y cosmovisión, generando ingresos complementarios y equitativos. Esta modalidad turística es motivada por el intercambio cultural y una relación responsable entre lugareños y viajeros.” (PROYECTO RATRC, 2009).

3.2.2 Actividades

En cuanto a las **actividades** que pueden esperarse en un entorno rural, se deben considerar al menos las siguientes:

Gráfico nº5

Actividades			
<u>Participación en Tareas Rurales</u>	<u>Eco turísticas</u>	<u>Culturales</u>	<u>Recreativas</u>
Arreos; Esquila; Ordeño; Huerta; Siembra; Cosecha; Elaboración de Productos artesanales;	Observación de flora y fauna; Safaris fotográficos	Guitarreadas y Shows folclóricos, jineteadas y destreza criolla	Cabalgatas; caminatas; paseos en globo; Bicicletas; Juegos de salón; Pesca;



Manejo de Hacienda			Paseos en gomones y lancha; deportes acuáticos; partidos de Polo y Pato.
--------------------	--	--	--

Fuente de elaboración propia.

3.2.3 Beneficios del Turismo Rural

Desde una perspectiva económica, la OMT en su publicación “El Turismo Rural en las Américas y su contribución a la creación de empleo y a la conservación del patrimonio” (2003) encontró los siguientes beneficios que se pueden esperar del desarrollo de la actividad:

1) Diversificar la producción:

Con el turismo rural se encontró otra alternativa del uso del suelo y el entorno agropecuario.

2) Crear empleo y fomentar el arraigo rural:

La demanda de mano de obra que genera la oferta de servicios en el campo, sea la producción artesanal de alimentos o la atención de turistas, es generalmente mucho mayor que las actividades agropecuarias tradicionales.

A veces se requiere de trabajos extras por parte del personal del establecimiento y muchas otras de trabajo temporal, como la mano de obra de pueblos rurales cercanos, para atender a los clientes, asistirlos en las actividades y /o para mantener las instalaciones.

3) Oportunidad laboral para la mujer y los jóvenes:

Los servicios que se brindan en los establecimientos dedicados al turismo son propicios para incorporar a la mujer. Éste es un elemento muy importante dado que la actividad agropecuaria tradicional discriminaba al sexo femenino.

Para los jóvenes es una nueva oportunidad de desarrollo laboral, ya que muchas veces son los responsables de asistir al visitante en las actividades.

4) Revalorizar el patrimonio cultural:

El turismo rural ha probado ser un instrumento más que eficaz para revalorizar las diversas manifestaciones culturales: gastronomía, tradiciones, usos y costumbres de la vida cotidiana, etc.



El interés demostrado por los turistas hace que la comunidad que muestra sus tradiciones y costumbres, se vea en la necesidad de incorporar información y ampliar conocimientos sobre lo propio a partir de la demanda del cliente.

Sin duda, una de las principales razones para estimular el desarrollo del turismo rural está basada en la contribución que esta actividad hace al rescate cultural, es decir, la revalorización de las costumbres originarias de estas comunidades, evitando su olvido o deterioro.

5) Revalorizar el patrimonio ambiental y el entorno físico:

En el negocio del turismo rural, es el cliente el que valora de manera destacada las características y el cuidado del medio ambiente. Partiendo de esta valorización es que el productor descubre determinados sitios o espacios que anteriormente no eran de utilidad para sus actividades tradicionales identificando así nuevos usos del suelo. El productor suma a los fines agro-ganaderos de la tierra la actividad turística.

Cada vez se valora más la contribución del turismo rural al cuidado del ambiente y al desarrollo de una agricultura sustentable en el tiempo.

6) Mejorar la comercialización de productos primarios y agregar valor:

El negocio del turismo rural no implica el alojamiento. En algunos casos los ingresos se generan por la venta de los productos del establecimiento a los turistas.

Artesanías, gastronomía y productos típicos de la región son ofrecidos a los turistas quienes, en muchos casos, orientan al productor a incorporar técnicas de mercadeo, como así también información sobre las recetas magistrales y aspectos vinculados con la calidad. Cuestiones éstas que contribuyen a agregar valor sobre el producto primario.

Muchas veces, y gracias al interés del turista, se rescatan productos y artículos que no tenían mercado local justamente por no ser valorados por los residentes.

7) Fomentar el asociacionismo:

La mayoría de los establecimientos que se dedican al turismo rural son medianos o pequeños, y aún los grandes no tienen escala suficiente para encarar de manera aislada acciones como: promoción, capacitación, comercialización, asesoramiento en temas legales y contables, entre otros. La posibilidad de agruparse en asociaciones mejora su capacidad de negociación con organismos oficiales, proveedores, etc.



8) Ampliar la oferta turística y agregar valor a la existente:

A partir de la puesta en valor turístico de los productos y actividades agropecuarias se logra ampliar la oferta turística y diversificar e incrementar los ingresos del sector rural y turístico. El hecho de existir un nuevo recurso y/o actividad ofrece nuevos atractivos para que el turista elija ese destino y/o amplíe su estadía en el lugar, lo que agrega valor a la oferta existente.

9) Contribuir al desarrollo local:

Este nuevo negocio para el campo necesita de todo un apoyo logístico: construcción y mantenimiento de caminos, comunicaciones, medios de transportes y servicios de salud, entre otros, que si bien en algunos casos existían como apoyo a la actividad agropecuaria, ahora demandan otro tipo de compromisos (en cuanto a calidad de servicio). Esto redundará en beneficios para las comunidades vecinas que, sin participar de manera directa en el negocio del turismo, obtienen ventajas de éste.

3.2.3 Servicios periféricos del turismo rural

Para que dicho espacio sea utilizado, deben existir: actividades complementarias, de servicios, de abastecimiento, vías de comunicación, etc. Según Sánchez (1985)⁹ los mismos deben ser:

- Los **canales de accesibilidad** representan la posibilidad de llegar desde el lugar de residencia al lugar turístico. Está representado por todo lo referente a la red vial, férrea, marítima, aérea. Este aspecto es de suma importancia y determina el uso y la potencial especialización funcional del espacio, en función de los medios de transporte que puedan alcanzarle.
- Así mismo se debe tener en cuenta **la facilidad de acceso a servicios básicos** como son el agua potable, la energía eléctrica, la red de gas natural, etc. y a comercios donde se puedan adquirir los productos de la canasta básica de bienes (por ejemplo alimentos).
- La **cercanía a grandes centros urbanos**, una buena accesibilidad (autopistas), lo que trae aparejado un menor tiempo de desplazamiento; y la existencia de diversos medios de transporte, potencian el desarrollo de usos neo-rurales, entre estos el turismo rural.

⁹ Sánchez, J. E. (1985). *Por una geografía del Turismo de Litoral. Una aproximación metodológica*, Estudios Territoriales nº17, Madrid.



3.3 Alojamientos Rurales

El turismo rural supone el **desarrollo de alojamientos de estilo local** en los asentamientos tradicionales donde puedan pernoctar los turistas, disfrutar de la cocina local, observar y compartir las actividades.

“Los servicios prestados por el productor y su familia (alojamiento, alimentación y esparcimiento) definen la actividad. El agricultor o ganadero utiliza los beneficios de esta actividad para complementar los ingresos provenientes de la agricultura o ganadería”. (Yagüe Perales en Barrera, 1997)¹⁰.

3.3.1 Tipo de alojamientos rurales

Según el Ministerio de Turismo de Nación (MINTUR) los tipos de establecimientos presentes en el Turismo Rural, son:

- Estancia
- Chacra/Granja
- Establecimientos de Equitación
- Establecimientos de Turismo Activo
- Establecimientos Educativos
- Restaurante de Campo

La bibliografía argentina sobre alojamientos rurales y sus tipologías es escasa, sin embargo, cabe destacar la definición de Hotel de características rurales, propuesta por el Ing. Mazerís, Gustavo¹¹, que contempla: casas de campo, cascos de estancia, hosterías, cabañas y refugios construidos o dedicados al desarrollo del turismo rural.

Para Martínez y Monzoníz (2000)¹², se diferencian 5 tipologías básicas de alojamiento:

- Casa Rural:

Alojamiento en habitaciones en vivienda que pueden ocupar otros clientes y en muchos casos también los propietarios. En la mayor parte de

¹⁰ Barrera, E. (1997) “El Turismo Rural en la Patagonia. Situación actual y sugerencias para su desarrollo”. Informe presentado a la Secretaría de Turismo de la Nación. Secretaría de Turismo INTA - CONADEPA.

¹¹ Mazeris, Gustavo, El Agroturismo en Argentina: oportunidades y desafíos. Publicación de la Universidad Nacional del Litoral. Segundo Foro Mundial de Agroturismo y Turismo Rural, Santa Fe (2002).

¹² Juan Martínez, F.; Solsona Monzonis, J. (2000). Alojamiento turístico rural. Gestión y comercialización. Editorial Síntesis, Madrid.



los casos incluye servicio de alojamiento y desayuno, siendo frecuente que existan servicios o espacios comunes (sala de estar, comedor, baños).

Pueden ser viviendas en núcleos urbano – rurales o en explotaciones agrarias o ganaderas.

- Casa Rural de alquiler:

Se caracteriza por la inexistencia de servicios complementarios, limitándose solo al alojamiento. La casa queda a entera disposición del usuario y, por tanto, existe gran similitud con un alquiler convencional de vivienda.

Como en el caso de la Casa Rural, los ingresos que procura esta actividad suelen servir como complemento de la economía familiar.

- Hotel Rural:

Normalmente se trata de pequeños establecimientos hoteleros (hoteles u hostales), gestionados como hoteles convencionales. (...) Es frecuente que estos hoteles se distingan por la singularidad de los edificios en los que se erigen, tratándose en muchos casos de edificios rehabilitados característicos de la arquitectura y cultura tradicional.

- Albergue o residencia rural:

Se trata de alojamientos en los que se dan ciertas peculiaridades: habitaciones compartidas por grupos, normalmente hay una orientación hacia una filosofía ecológica. Se suele ofrecer cierta variedad de servicios y actividades complementarias, y se intenta implicar al cliente en la vida diaria del establecimiento.

- Camping Rural:

Zonas adaptadas para la instalación de pequeños campamentos en tiendas, caravanas, etc., en instalaciones o terrenos ajenos a la casa rural o de campo, casa que debe estar habitada por el propietario de la explotación agrícola o ganadera.

3.3.2 Satisfacción de la Demanda

Oliver (1981) define la satisfacción como un estado psicológico resultante cuando la emoción ligada a la confirmación o no de las expectativas se une a los sentimientos previos acerca de la experiencia de consumo. En esta definición resaltan un **componente cognitivo** y uno **afectivo**. Desde la evaluación del cliente este servicio viene determinado por los siguientes factores:



- Por lo que se refiere al componente cognitivo de la satisfacción, son fundamentales las percepciones sobre la calidad del servicio y la percepción del individuo sobre si se ha confirmado o no el estándar/estándares de comparación
- Como consecuencia de la evaluación del componente cognitivo, surgirían las emociones de los clientes (componente afectivo). Pueden resultar emociones positivas o negativas que influirán en la satisfacción del cliente respecto al servicio. La emoción sería una variable mediadora (Oliver, 1993) El trabajo de Oliver revela que evaluaciones de los atributos influyen directamente en la satisfacción (además de la influencia indirecta a través de la emoción).

Parasuraman, et al. (1988) plantea 5 dimensiones claves para la satisfacción de la demanda:

- 1) Fiabilidad:** habilidad de prestar el servicio con exactitud;
- 2) Confianza:** capacidad de transmitir confianza y conocimiento,
- 3) Capacidad de respuesta:** disposición para ayudar a los clientes y hacerlo de forma rápida,
- 4) Elementos Tangibles:** estado de las instalaciones y demás tangibles
- 5) Empatía:** capacidad de personalizar el servicio.

Plantea, además, esta estructura de cinco dimensiones con vocación generalista. Posteriormente, otros trabajos han demostrado que si bien el constructo de la calidad percibida es multidimensional, la estructura de dimensiones no se mantiene estable siendo determinante el campo de aplicación.

- **Calidad en el Turismo Rural**

En cuanto a los estudios que se centran en la demanda, es decir, en la percepción que los clientes tienen de la calidad de servicio, son importantes los que intentan definir una escala para medir la calidad de servicio percibida o la satisfacción.

A pesar de que el turismo rural está experimentando un desarrollo creciente, tanto a nivel nacional como internacional, hay pocos estudios relevantes que versen sobre la calidad en este entorno.

En el contexto de los alojamientos hoteleros, hay un trabajo de Getty y Thompson (1994), que tras realizar entrevistas con clientes y profesionales del sector identifica una amplia categoría de ítems. El análisis de la escala demuestra la existencia de tres dimensiones:



- una relacionada con la **valoración del personal de contacto**;
- otra relacionada con la **valoración de las instalaciones y tangibles** en general;
- y la tercera relacionada con la **fiabilidad**.

Los alojamientos rurales son un producto distinto al alojamiento hotelero convencional. El trabajo de Albacete y Fuentes (2002) también referido al turismo rural español identifica siete dimensiones distintas:

- tangibles,
 - oferta complementaria,
 - beneficio básico,
 - tres que corresponden a la valoración del personal de contacto (respuesta del personal, trato al turista y empatía)
 - y la última a la seguridad.
- **Concepto de Capacidad de Carga**

Relacionado con la calidad de un destino turístico rural, es necesario aplicar el concepto de capacidad de carga, definido por Butler (1997) como "máximo uso que se puede obtener de un destino turístico sin que se causen efectos negativos sobre sus propios recursos biológicos, sin reducir la satisfacción de los visitantes, o sin que se produzca un efecto adverso sobre la sociedad receptora, la economía o la cultura del área."

1) C.C física: Límites, en cuanto a la capacidad del sistema productivo de suministrar servicios turísticos (límite de la oferta turística disponible), o en cuanto a la capacidad de un área de absorber turistas (límites referidos a la calidad ambiental).

"Máximo número de personas que pueden usar un área sin que dé lugar a una alteración inaceptable del entorno físico".

2) C.C. social: Límite de la tolerancia de los habitantes respecto de los visitantes.

"Nivel de actividad turística por encima del cual se produce un cambio negativo en la población local"

3) C.C. de percepción: Límites en relación con la satisfacción del visitante.

"Máximo número de personas que pueden usar un área sin que dé lugar a una alteración inaceptable."



4) C.C. económica: Límites basados en el equilibrio entre los beneficios económicos y los impactos negativos que genera la actividad turística sobre las economías locales.

“Capacidad de absorber las funciones turísticas sin desplazar actividades económicas locales y deseables”.

3.3.3 Normativa 42250 SECTUR en Alojamiento rural

La norma argentina **IRAM-SECTUR 42250** tiene lugar su primera edición el 24 de Junio del 2009.

Elaborada por: en conjunto por el MinTur y el Instituto Argentino de Normalización y Certificación (IRAM).

Dicha normativa, tiene como finalidad ser una **guía en la implementación y/o certificación** de un sistema de gestión de la calidad, seguridad y medioambiente en los servicios brindados en los alojamientos rurales. Permite optimizar recursos, asegurar resultados, mejorar la atención al huésped y la profesionalización del sector. Se destaca que su certificación es voluntaria.

Los propietarios de los Alojamientos pueden optar por obtener dicha certificación, la cual le proveerá un certificado de calidad reconocido a nivel Nacional. Cabe destacar, además, que IRAM tiene la representación en la Argentina de la ISO (International Organization for Standardization), que son normas internacionales sobre calidad y gestión de calidad que aplica en actividades u organizaciones orientadas a la producción de bienes y servicios.

- **Estructura de la norma**

La norma presenta la siguiente estructura:

- Introducción: se explica el objetivo y los parámetros usados para su formulación.
- Objeto y campo de aplicación: establecimientos de alojamiento rural.
- Documentos normativos para la consulta: se nombran aquellas normas que se utilizaron como base para desarrollar la presente normativa.
- Términos y definiciones: es clave para quien implemente o certifique la norma, que conozca los términos técnicos del ámbito de aplicación, y así evitar ambigüedades.
- Planificación: comprende la planificación de la organización, documentación y responsabilidades.
- Recursos humanos: específicamente se trabaja sobre los siguientes temas: definición de perfiles y responsabilidades, selección de personal y



comunicación interna. Todos estos puntos están vinculados con los procesos y las tareas que se desarrollan en el sector de alojamiento rural.

- Realización del servicio, operación y prestación del servicio: se fijan los requisitos en la interacción con el cliente: antes, durante y después de la prestación del servicio. Los temas comprendidos son: información al cliente antes y durante las prestaciones, compras, requisitos de equipamiento, los procesos lineales, diseño y desarrollo.

En el servicio de alojamiento existen procesos lineales, es decir, procesos en los cuales con seguir una línea de acción se aseguran buenos resultados. Como es en los siguientes departamentos: reservas, atención telefónica, check in, atención al huésped durante su estadía, desayuno y check out.

En cuanto a la información provista antes y durante la prestación del servicio, es un aspecto clave a gestionar ya que dicha información tiene una influencia directa en las expectativas del cliente y repercute en materia de satisfacción y fidelización del cliente.

En lo relativo a compras y equipamiento requerido, se hace un importante hincapié en la evaluación de los proveedores, ya que una deficiencia en los materiales y/o equipamiento usados durante la prestación del servicio también afecta directamente a la percepción y satisfacción del huésped de su estadía.

- Gestión ambiental: referida a prácticas sustentables llevadas a cabo por la organización y la gestión de las mismas.

- Gestión de la seguridad: aplicación de normas legales vigentes en materia de seguridad, implementación de medidas de seguridad para la estadía del huésped, lista de contactos en caso de emergencias en lugares accesibles a todos los empleados, y otras prácticas.

- Mejora: este apartado se refiere a la necesidad de compromiso con la mejora continua, mediante la constante revisión, propuestas para corregir los desvíos y la constancia de que la mejora haya sido lograda.

- Anexos: se presentan una serie de documentos para profundizar las temáticas tratadas en la norma. Se trata de información de recomendación y de consulta.

(Ministerio de Turismo de la Nación, Interpretación de las Normas IRAM SECTUR)



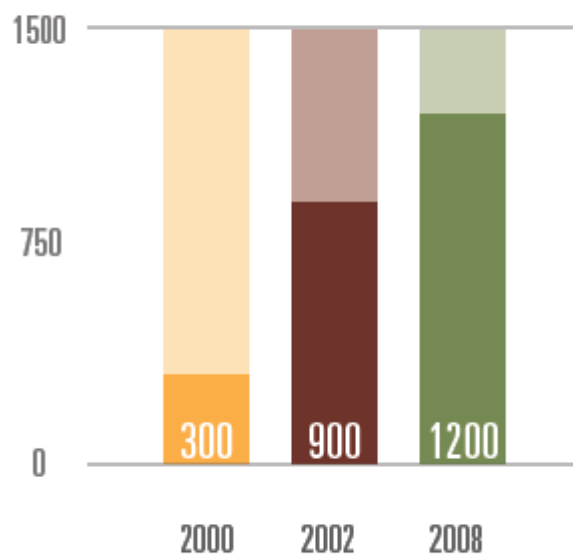
3.4 Estadísticas

Posteriormente a la crisis del 2001 que sufrió el país, el turismo rural comenzó a crecer fuertemente, tanto del lado de la demanda, como de la oferta. El número de emprendedores que optan por desarrollar esta actividad vino en aumento desde aquel año, buscando diversificar la producción y su fuente de ingresos.

Todavía es difícil medir las ganancias que deja este tipo de turismo para las economías regionales, pero sí se sabe que existen más de 1.200 establecimientos dedicados al turismo rural en el país. La mayoría de ellos están registrados por el Ministerio de Turismo de la Nación

Gráfico n°6

Evolución de la oferta de establecimientos de Turismo Rural de Argentina



Fuente de elaboración propia
en base MINTUR 2008

Estos establecimientos, se encuentran divididos de la siguiente forma:



Gráfico n°7

Tipo de Establecimiento de Turismo Rural	Cantidad
Estancias	388
Bodegas	153
Chacras – granjas	122
Turismo Activo	122
Hoteles de Campo	75
Otros	49
Establecimientos educativos	27
Restaurantes de Campo	20
Equitación	11
Total Argentina¹³	967

Fuente de elaboración propia con datos de IICA – Argentina con datos de SECTUR (2009)

El crecimiento del Turismo Rural en el país influye de manera directa en la creación de más establecimientos que ofrecen alojamiento en zonas rurales. Datos más actuales muestran el crecimiento del sector de alojamientos rurales en el país:

¹³ Corresponde a establecimientos registrados. Se estima que en total la cantidad de establecimientos del país no registrados es de 600, lo cual totalizaría una oferta de establecimientos de turismo rural de aprox. 1.600.



Gráfico nº8

Establecimientos Para-Hoteleros									
	Hosterías	Hospedajes	Residenciales	Establecimientos Rurales	Cabaña/Bungalow	Motel	Hostal/B&B/Albergue	Otros ¹⁴	TOTAL
Total	1273	1030	794	504	2691	54	622	1500	8468
Buenos Aires	185	209	42	202	402	5	71	182	1298
C.A.B.A	-	177	-	-	-	-	37	20	234
Córdoba	294	152	148	23	124	11	50	180	982
Cuyo	67	90	41	49	561	4	88	95	995
Litoral	81	113	209	99	868	8	117	99	1594
Norte	274	99	307	38	154	2	63	87	1024
Patagonia	372	190	47	93	582	24	196	837	2341

Fuente de elaboración propia en base a datos de MINTUR, Anuario Estadístico de Turismo (2013).

¹⁴ La categoría "Otros" incluye: Hoteles Sindicales/Mutuales, Colonias, Tiempo Compartido, Pensiones y Hostales.



3.5 Programa Pueblos Turísticos

- **Presentación del Programa**

¿Quién lo desarrolla?

- El Ministerio de Turismo, a través de su Dirección Provincial de Turismo Social y Comunitario
- El Ministerio de Asuntos Agrarios y Producción mediante la Subsecretaría de Asuntos Agrarios de Buenos Aires.
- Centro de Investigaciones Territoriales y Ambientales Bonaerenses, perteneciente al Banco Provincia

Propósito

“Promover e incentivar el desarrollo de actividades y emprendimientos turísticos sostenibles en las pequeñas localidades de la Provincia de Buenos Aires, generando identidad, fuentes de empleo, recursos genuinos y favoreciendo el arraigo. Este Programa se desarrolla en base al concepto de Turismo Comunitario y busca poner en valor todos aquellos recursos patrimoniales y/o extra-patrimoniales existentes en las pequeñas localidades, muchas veces no dimensionados, y generar emprendimientos turísticos auto sustentables y sostenibles, donde los pobladores locales sean los protagonistas activos del proceso”¹⁵.

¿Quiénes pueden Participar?

Pueden participar del Programa Pueblos Turísticos, pequeñas localidades no urbanas de la Provincia de Buenos Aires (sean rurales, litorales, serranas o insulares) que posean atractivos turísticos potenciales o explotados, y que manifiesten su voluntad de desarrollar las actividades y emprendimientos turísticos antes mencionados.

Se define pequeña localidad a “todo pueblo, paraje o nucleamiento poblacional que, según el último censo, registre una población estable **inferior a los dos mil habitantes**”¹⁶.

¹⁵ Ministerio de Turismo de la Nación, Programa de Turismo Comunitario Pueblos Turísticos, Buenos Aires, Argentina (2008). Disponible en:

http://www.turismo.gba.gov.ar/programas/PROGRAMA_pueblos_turisticos.pdf

¹⁶ Ley 13.251 “Programa Pueblos” (2006).



Implementación del Programa

La intención de formar parte del programa debe comenzar por la Municipalidad de la localidad interesada. Este interés debe manifestarse de forma escrita mediante una solicitud realizada al Gobierno Provincial. Dicha solicitud sólo tendrá validez si previamente se efectuó un control de que la localidad posea las características antes mencionada.

Si todos estos pasos fueran correctos y la localidad es aceptada por la Dirección de Turismo Social y Comunitario, entonces pasaría a ser parte del Programa. A continuación, se llevaría a cabo la primera instancia del programa:

- Subprograma RELEVAR

Releva e investiga realidades positivas y negativas de las pequeñas localidades participantes del programa "Turismo comunitario".

Esta etapa arrojará un diagnóstico general y turístico que facilite el abordaje de las problemáticas a las comunidades que se incorporen a los proyectos comunitarios y el fortalecimiento de las localidades que ya estén trabajando con turismo.

Dicha Dirección enviaría, luego, un equipo de trabajo con el fin de organizar una reunión con la comunidad y los representantes del Municipio, para dar a conocer el programa y ver los pasos a seguir. Esta fase se la conoce como:

- Subprograma CAPACITAR

Su objetivo es capacitar a los Pobladores de las Pequeñas Localidades que vayan a participar de la Actividad Turística.

La capacitación se direccionará a través de diversos talleres de Concientización Turística, Formación de Emprendedores y de Capacitación Profesional.

Para dichas capacitaciones, la Dirección de Turismo Comunitario contrata profesionales especializados en cada temática, acompañados de la presencia continua de personal técnico del programa.

Cada integrante del equipo técnico del programa tiene a cargo una localidad. Esto se dispone así de modo que cada localidad tenga un referente permanente del programa. Esta persona es la encargada de guiar cada taller y capacitación y coordinar la implementación del programa. Asiste además sobre las siguientes fases:



- Subprograma DESARROLLAR

Se propone desarrollar emprendimientos turísticos que permitan generar puestos de trabajo y recursos para los habitantes del pueblo.

El subprograma busca asistir en dos procesos diferenciados:

El Desarrollo Integral de la Localidad como Destino y el desarrollo de los Emprendimientos Turísticos.

- Subprograma PROMOCIONAR

Está orientado a la generación de contenidos turísticos para la promoción de las localidades participantes y sus productos turísticos.

Se plantea la Creación de la Página Web “Pueblos Turísticos”, la generación de folletería y otros materiales promocionales, así como la participación en diversas ferias y congresos.

- Subprograma INTEGRAR

El desarrollo de la actividad turística precisa de la integración de todos los sectores: la comunidad, el Municipio, La Provincia, y también la relación entre las diversas localidades que se encuentran en el mismo proceso.

Evaluación

La Dirección de Turismo Comunitario realiza todos los años un documento general de lo acontecido en cada localidad, incluyendo las capacitaciones realizadas.

Más allá de esta evaluación, el responsable del programa asignado a cada localidad evalúa en forma constante la implementación del mismo.



Bloque 4

Lugar de Estudio

4.1 Información general del Partido de San Andrés de Giles

4.1.1 Escudo

4.1.2 Ubicación

4.1.3 Acceso

4.1.4 Vías de Acceso

4.1.5 Límites del Partido

4.1.6 Localidades del partido

4.1.7 Demografía

4.1.8 Medio Geográfico

4.1.9 Clima

4.1.10 Actividades económicas

4.1.11 Importancia del turismo rural

4.1.12 Fiestas del Partido

4.2 Información general de Azcuénaga

4.2.1 Acceso

4.2.2 Población

4.2.3 Historia

4.3 Información general de Villa Ruiz

4.3.1 Acceso

4.3.2 Población

4.3.3 Historia

4.4 Inventario turístico

4.4.1 General de San Andrés de Giles

4.4.2 Azcuénaga

4.4.3 Villa Ruiz



LUGAR DE ESTUDIO

4.1 Información general del Partido de San Andrés de Giles

Los orígenes del pueblo se encuentran ligados a la construcción de una capilla bajo la advocación de San Andrés, a cargo del cura Vicente Piñeiro en terrenos donados. Su inauguración se produjo el **30 de Noviembre de 1806**. Así, alrededor de ella se fue conformando un núcleo poblacional. La creación del partido se produce en 1832 con la designación del primer Juez de Paz.

Por un lado, la denominación del pueblo y del distrito se debe al nombre de la capilla, y por el otro a la cañada que dio al paraje la denominación de "Pago de la Cañada de Giles", dado que uno de los primeros propietarios y habitantes de la zona fue Pedro de Giles.¹⁷

4.1.1 Escudo

- **Heráldica**

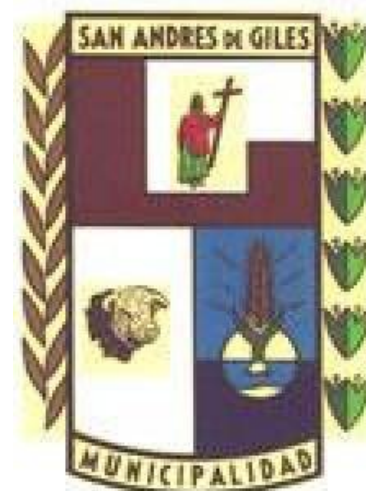
De forma cuadrangular, borde inferior redondeado cortado y medio partido. Filiera de sable.

Tiene como ornamentos soportes a la diestra un ramo estilizado de olivo foliado de quince de oro y a la siniestra de laurel estilizado foliado de seis dobles de sinople y sable.

- **Simbología**

En primer lugar, se destaca la imagen de San Andrés con una cruz cristiana.

La riqueza agropecuaria de la zona está representada por la cabeza del toro Aberdeen Angus y la mazorca de maíz. Los ramos de laurel y olivo al igual que en el escudo nacional representan y recuerdan los triunfos y glorias pasados¹⁸



¹⁷ García, Secundino N. (1986), Historia de San Andrés de Giles (desde sus orígenes hasta 1930), Municipalidad de San Andrés de Giles.

¹⁸ Van Meegroot, Walter (2006), Heráldica Argentina. Disponible en: <http://heraldicaargentina.com.ar/3-BA-SanAndresdeGiles.htm> - Acceso: Noviembre 2014



4.1.7 Ubicación

El partido de San Andrés de Giles está ubicado a 103 km. de la Capital Federal, localizado al noroeste de la provincia de Buenos Aires, a orillas del arroyo San Andrés de Giles.

Gráfico n°9



4.1.8 Acceso

- **Rutas y Caminos:**

Se puede acceder a San Andrés de Giles por:

- Ruta nacional 7, 8 y 193.
- Ruta provincial 41.

- **Distancias desde S.A. de Giles a principales centros urbanos:**

- | | |
|--------------------------------|---------------------|
| - Capital federal 103 kms. | - Luján 39 kms. |
| - San Antonio de Areco 23 kms. | - Pilar 59 kms. |
| - Carmen de Areco 39 kms. | - Campana 63 kms. |
| - Mercedes 26 kms. | - Tigre 92 kms. |
| - La Plata 161 kms. | - Cañuelas 136 kms. |

4.1.9 Vías de Acceso

- Desde Capital Federal y alrededores

Vía Terrestre

- En automóvil:

Por acceso Oeste llegar hasta Luján, para tomar la Ruta Nacional n° 7 en el km 65. Recorrer 34 kms hasta la ciudad de San Andrés de Giles, donde se encontrará a mano derecha la entrada a la ciudad cabecera del partido.

Tiempo de viaje: 1 hora 10 minutos.

Tarifas de peaje vigentes: (para automóviles)

- Peaje km 20 (Acceso Oeste) en Ituzaingó: \$15, y \$17 en hora pico.
- Peaje km 65 (Acceso Oeste) en Luján: \$15, y \$17 en hora pico.
- Peaje km 87,5 (Ruta nacional n°7) en Villa Espil: \$5.

Total peajes: \$35.

- **Mapa de Rutas¹⁹**



¹⁹ Ministerio de Turismo, Mapa de Rutas. Disponible en:



- **Empresas de transporte**

La ciudad de San Andrés de Giles cuenta con una Terminal de Ómnibus de media y larga distancia, ubicada en las calles Av. Pte. Cármpora y Pichetto N° 340 (cerca de la entrada a la ciudad, desde Ruta Nacional n°7).

Empresas de Larga distancia:

- Autotransporte San Juan
- La Estrella
- Montemar
- Pullman General Belgrano

Empresas de Media distancia:

- Rápido Argentino
- Autotransporte San Juan

Además, existen servicios particulares y empresas de colectivos que brindan servicios en la zona:

- Empresa Conde
- Empresa La Isleña



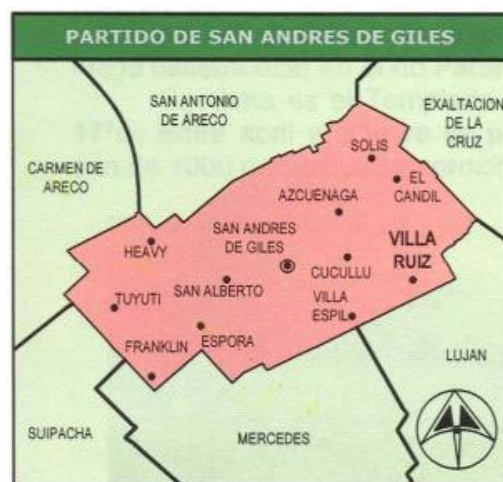
- Masterbus (Línea 206)
- **Vía aérea**

San Andrés de Giles cuenta con un aeródromo, identificado por la sigla GIL. Se encuentra ubicado sobre la Ruta Nacional n°7 en el km 100,5.

4.1.4 Límites del Partido

Limita con los partidos de:

Exaltación de la Cruz (al Noroeste), Mercedes (al Sur), Luján (al Sudeste), Suipacha (al Sudoeste), Carmen de Areco (al Oeste) y San Antonio de Areco (al Noroeste).



4.1.12 Localidades del Partido:

San Andrés de Giles cuenta con 7 localidades:

- San Andrés de Giles.
- Cucullú.
- **Azcuénaga.**
- **Villa Ruiz.**
- Villa Espil.
- Solís.
- Franklin.

También cuenta con los siguientes parajes:

- Espora
- Heavy
- Tuyutí
- La Florida
- San Alberto
- Barrio El Candil



- La Rosada
- Paraje El Cóndor
- Paraje Los Manueles o Boliche de Tejo
- Paraje La Primavera

4.1.3 Demografía

San Andrés de Giles es la ciudad cabecera de partido. Esto puede verse claramente en su población con respecto a la de las demás localidades del partido:

Gráfico nº10



En comparación con otros partidos de fuerte carácter rural, San Andrés de Giles cuenta con una población escasa:



Gráfico n°11

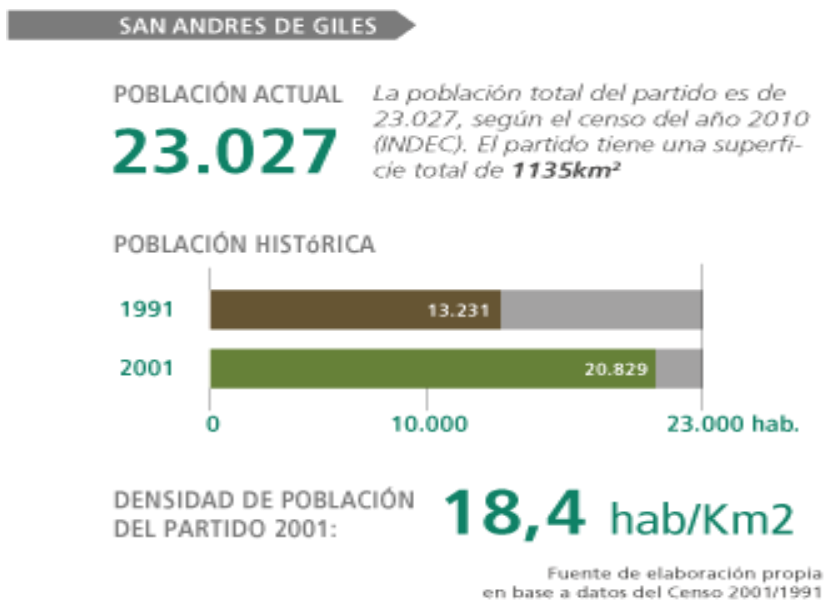
COMPARATIVAS ENTRE LOCALIDADES

LOCALIDADES	TOTAL DE POBLACION
Brandsen	26.352
Campana	94.333
Cañuelas	50.526
Mercedes	62.807
San Andres de Giles	23.027
San Antonio de Areco	23.096

Fuente de elaboración propia
en base a datos del Censo 2010

Comparativa entre la población actual e histórica del partido:

Gráfico n°12

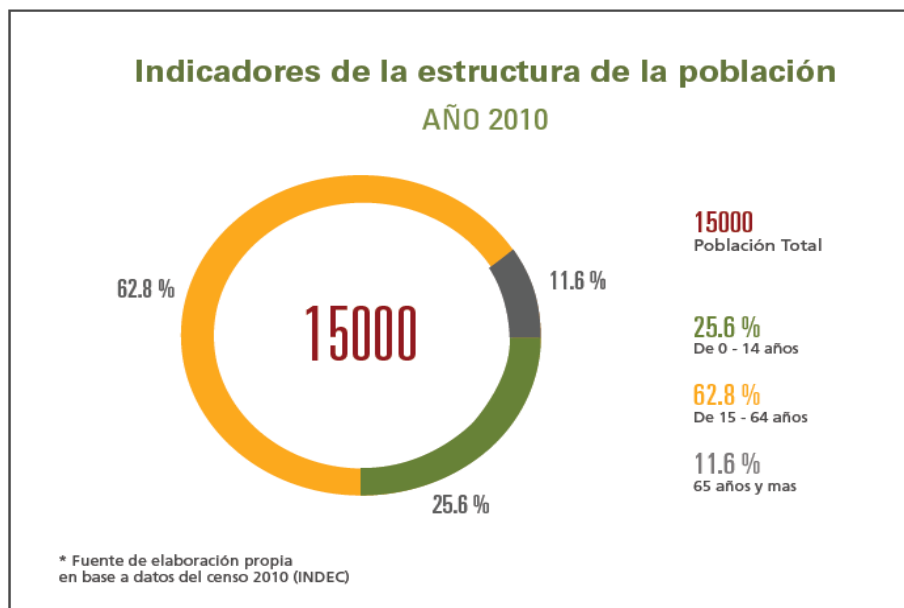


- **Estructura de la Población²⁰:**

La edad media del partido es de: 33,2 años.

Según los datos provistos por el INDEC en el censo 2010, la población del partido se compone de la siguiente manera:

²⁰ INDEC (2010), Censos de Población y Vivienda. Disponible en:
<http://www.ec.gba.gov.ar/estadistica/librocenso2010.pdf>



4.1.5 Medio Geográfico

Está ubicado en la región Pampeana, y dentro de ésta, en la subregión de la Pampa Ondulada, representada por una extensa llanura con suaves ondulaciones, recortada por algunos cursos de agua que atraviesan el distrito.

La altura del terreno en la ciudad de San Andrés de Giles es de 48 metros sobre el nivel del mar.

Desde el punto de vista hidrográfico, la cuenca principal es el Arroyo de Giles. Su nombre corresponde a los primeros propietarios de estas tierras, el capitán Pedro de Giles y Remón y su hija María Rosa de Giles, que surge al sudoeste de la ciudad de San Andrés de Giles, pasa a 2Km al oeste del pueblo de Azcuénaga y al pasar la ruta nacional N°8 se une al río de Areco, para desembocar en el río Paraná de las Palmas.

El arroyo de la Cruz que viene del distrito vecino de Luján con dirección sudoeste-noreste, pasa al sureste de la localidad de Villa Ruiz, se le une por su margen izquierda el arroyo El Sauce, sirve como límite entre los distritos de Luján y San Andrés de Giles, para ingresar en el de Exaltación de la Cruz y Campana, y luego desembocar en el río Paraná de las Palmas.

4.1.6 Clima

Su clima es el Templado Pampeano. Tiene una temperatura media anual 17°C. Entre abril y octubre se producen frecuentes heladas. Las precipitaciones son de 1000 mm. anuales aproximadamente.



4.1.10 Actividades económicas

Según la zonificación propuesta por Andrés Barsky (1997) la especialización agro-productiva del área pampeana a fines del siglo XX estaría conformada de la siguiente manera:

- el partido de Cañuelas forma parte de la zona ganadera del noreste bonaerense (complejo productivo de carne y leche),
- el partido de Lobos se inscribe en la zona ganadero-agrícola del centro-norte bonaerense (complejo productivo de carne, leche, soja y maíz),
- y el partido de San Andrés de Giles conforma la zona agrícola-ganadera del norte bonaerense y sur santafesino (complejo productivo de soja, carne, trigo y maíz).

- **Características**

La principal actividad económica en el partido es la agrícola-ganadera que se desarrolla en estancias, chacras, tambos y distintos criaderos.

No existen grandes extensiones de campos con un solo propietario. En general, el campo gilense está dividido en numerosas parcelas.

Las industrias son escasas, existiendo una papelera importante y numerosas textiles, algunas de las cuales venden sus productos en todo el país. Las mismas se dedican a la confección de lencería, camisas, telas y lanas.

También existen frigoríficos y numerosos hornos de ladrillos constituyéndose esta actividad como tradicional en la zona. San Andrés de Giles es el quinto partido en cría de cerdos de la provincia de Buenos Aires, existen dos frigoríficos de cerdo, uno de ellos, el segundo faenador del país (Frigorífico Expork), el otro una importante empresa familiar.

A continuación, se presentan los datos obtenidos por el CITAB sobre la composición económica del partido²¹:

- **Agricultura**

Los principales cultivos del partido son:

²¹ Centro de Investigaciones Territoriales y Ambientales Bonaerenses (CITAB) (2008), Partido de San Andrés de Giles. Disponible en: <https://www.bancoprovincia.com.ar/citab/distritos/0111%20Partido%20de%20San%20Andr%C3%A9s%20de%20Giles.pdf> Acceso: Noviembre 2014



Gráfico nº13

Agricultura		Campania 2010/2011
	<u>Superficie Sembrada (ha.)</u>	<u>Producción (tn.)</u>
Trigo	14800	76420
Maíz	7000	38440
Soja	49800	162600
Sorgo	1200	3840

Fuente de elaboración propia basado en datos del CITAB²²

- **Ganadería**

Stock bovino (2006): 83.054 cabezas.

- **Comercio y servicios**

Total de locales - producción de bienes y servicios (CNE 2004/05): 1.076

- **Salud**

Establecimientos con internación (2005): 3

Establecimientos sin internación (2005): 9

Cantidad de camas (2005): 272

- **Educación**

Cantidad de establecimientos (2005): 61

Cantidad de alumnos (2005): 7.642

4.1.11 Importancia del Turismo Rural en San Andrés de Giles

A través del turismo rural, el productor puede beneficiarse del negocio sin resignar la actividad agropecuaria (Teubal, 2003). Además el turismo suele ser considerado como un factor de desarrollo local, ya que contribuye a la disminución de la emigración hacia los grandes centros urbanos, a la vez que representa oportunidades de nuevas inversiones y conservación del entorno rural para los municipios.

El Arq. José María Yanes²³ afirma que “un pueblo, para ser turístico, debe valorar a su gente y poseer un entorno natural y edilicio apropiado, evitando

²² Banco de la Provincia de Buenos Aires (CITAB) (1999), *Atlas de la Provincia de Buenos Aires*, Bs. As., Argentina.

²³ Arquitecto profesional. Asesor en Turismo y Pueblos Rurales. Municipalidad de San Andrés de Giles.



la degradación y el maltrato que muchas veces el hombre le infringe, carente de la sensibilidad que estos sitios tan especiales requieren. Cada poblado debe respetar sus raíces, para que el turista vivencie la autenticidad de la gente de campo. Recuperar la identidad lleva años, y sólo se logra cuando los pobladores sienten orgullo por su terruño y comienzan a valorar sus riquezas patrimoniales”²⁴.

En el partido de San Andrés de Giles la oferta de Turismo Rural es amplia y muy atractiva. Sus habitantes consideran al Turismo como una de las herramientas para alcanzar el desarrollo local y sustentable de los pequeños poblados y expresan que los pilares fundamentales son la educación en todos sus niveles y la activa participación de las entidades intermedias, interactuando con el sector público y privado.

La piedra fundamental del proyecto impulsado por el arquitecto Yanes, fue la población de Azcuénaga, donde comenzaron con turismo y en la actualidad realizan turismo comunitario, una alternativa de desarrollo económico social que se lleva a cabo en un medio rural de manera sostenible y con la participación de las comunidades campesinas.

4.1.13 Fiestas del Partido²⁵

- **En la Ciudad de San Andrés de Giles**
 - “Fiesta patronal San Andrés apóstol”.

Se realiza en el mes de noviembre.

- “Navidad en el campo”.

Se realiza en el mes de Diciembre. Cada año se celebra en un pueblo o paraje rural diferente (en el año 2014 se celebró en el pueblo de Solís).

- **En Villa Ruiz**
 - Fiesta “El patio de los pueblos”

Se realiza en el mes de enero.

Festival folklórico, artesanos, patio de comidas, juegos, danza y canto. Se muestra lo más típico y representativo de los pueblos del partido.

- “Gran jineteada en contrapunto”

Se realiza en el mes de marzo.

²⁴ Cuccagna, B., *Aquellos pueblos con encanto rural*, Nuevo ABC Rural. Disponible en: <http://www.nuevoabcrural.com.ar/vertext.php?id=3596>

²⁵ Información brindada por la Municipalidad de San Andrés de Giles.



Es organizado por la Agrupación Gaucha: Amigos de la Tradición. Muestras de destreza gaucha y jineteadas.

- “Fiesta Patronal “nuestra señora de la asunción”

El segundo domingo de agosto se celebran las fiestas patronales de Nuestra Señora de la Asunción, con diversas actividades: almuerzos criollos, música y danza.

Es organizado por la Comunidad de Villa Ruiz y la Agrupación Gaucha “Amigos de la Tradición”.

- “Fiesta provincial “el camino real”

En el mes de noviembre se realiza esta fiesta donde se luce el desfile de carruajes y la reseña histórica del Camino Real, acompañada de números artísticos y destrezas gauchas. Cuenta también con patio de comidas y de juegos, artesanos y pilcheros.

- **En Azcuénaga**

- “Fiesta del aniversario fundación de Azcuénaga”.

Se realiza en el mes de abril.

Se hace en recordación de la fecha de fundación del pueblo el 1ero de Abril del año 1806.

- “Fiesta patronal “nuestra señora del rosario”

Se realiza en el mes de octubre, en honor a Nuestra Señora del Rosario, donde se realizan demostraciones de destreza criolla, doma, espectáculos musicales, danzas, misa de campaña, entre otras actividades.



4.2 Información general: Azcuénaga



Vista Satelital de Azcuénaga

4.2.1 Acceso

Se puede acceder a Azcuénaga, partiendo desde Buenos Aires por Acceso Oeste hacia Luján, siguiendo por ruta nacional N°7 llegando hasta San Andrés de Giles y desde allí transitar 11Km por ruta n°193 para llegar a esta localidad.

También se puede tomar la Ruta nacional N° 8 hacia Solís (Km. 98) y desde allí tomar el desvío de ruta n°193 hasta Azcuénaga.

La distancia a la ciudad de Buenos Aires es de 125 km.

Se encuentra a:

- 11 km. de San Andrés de Giles,
- 8 km. de Solís,
- 21 km. de San Antonio de Areco
- 11 km. De Villa Ruiz
- 18 km. De Carlos Keen

4.2.2 Población

Azcúénaga cuenta con 312 habitantes, según el Censo 2010. La superficie total de la localidad es de 234.484 m²



4.2.3 Historia de Azcuénaga²⁶

En 1640 las tierras pertenecían al Pago de Areco, que comprendía los actuales partidos de San Andrés de Giles, San Antonio de Areco, Exaltación de la Cruz y Carmen de Areco. El dueño de dicha propiedad era Pedro de Giles.

Comienza a conformarse hacia 1793 un núcleo poblacional en el sitio que ocupa hoy la ciudad cabecera del Partido, por donación de Francisco de Suero y Giles, descendiente del primer propietario.

En 1880 comienzan a surgir otros pueblos en torno al desarrollo ferroviario. Surgen así Azcuénaga, Villa Ruíz, Cucullú y Heavy. Con el trazado de las rutas nacionales nacen otras localidades como Villa Espil, San Alberto y El Candil.

Como consecuencia de las condiciones socioeconómicas y políticas de algunas provincias y condados irlandeses a mediados del siglo XIX, hubo una masiva inmigración de éstos hacia San Andrés de Giles y sus alrededores. Juan Cunningham es un ejemplo de ello, quien se dedicó exclusivamente a la cría de ovejas en su estancia La Paloma, creando un considerable aumento de la población y la mejora en la calidad de vida de la raza lanar.

Azcuénaga fue la primera estación ferroviaria habilitada en el partido sobre la línea del entonces Ferrocarril a Pergamino. La estación se instaló en el camino de Giles a Zárate a una distancia de 2000 metros aproximadamente al sur de la estancia La Paloma, propiedad de Juan Cunningham.

Una vez que se inauguró la estación Azcuénaga, comenzaron a instalarse alrededor de la misma, distintos comercios con el permiso del propietario, radicándose en sus inmediaciones inmigrantes italianos, españoles, irlandeses y franceses, que junto a las familias criollas, formaron un incipiente núcleo de población.

Hay algunos servicios básicos cuyo desarrollo es necesario destacar por la necesidad de los mismos en cualquier población. En 1934 se otorgó la concesión del transporte público a un vecino de Solís para cubrir el tramo Solís – Azcuénaga – San Andrés de Giles. Este vehículo contaba con poca capacidad. El negocio fue más tarde llevado a cabo por los hermanos Alvis, luego por la “Empresa Testoni”, después por la “Empresa Martín” y posteriormente por la “Empresa Conde”.

Cuando el ferrocarril dejó de pasar por Azcuénaga y con el cierre definitivo de la estación, esto provocó un estancamiento general en todo el pueblo, pero a pesar de esto, sus habitantes nunca bajaron sus brazos. En el censo

²⁶ Terrén, Héctor (2005), *Historia de Azcuénaga: Historia que Nos Trae el Tiempo*, San Andrés de Giles.



de 1991, Azcuénaga tenía 350 habitantes y el censo de 2001 aumentó a 357 habitantes.

Hoy sus pobladores se trasladan a través de un micro, que pasa por el pueblo con destino a San Andrés de Giles.

4.3 Información general de Villa Ruiz



Vista satelital de Villa Ruiz

4.3.1 Acceso

Se puede acceder a Villa Ruiz, partiendo desde Buenos Aires por Acceso Oeste hacia Luján. Al pasar el río Luján, a 2 Km sale a la derecha un camino asfaltado hacia Carlos Keen. Luego de pasar esta localidad, transitar 7 Km para llegar a Villa Ruiz.

Se encuentra a:

- 92 km. de la ciudad de Bs. As.
- 22 km. a San Andrés de Giles
- 11 km. de Azcuénaga
- y de Carlos Keen de 7 km.

La localidad de Villa Ruiz se encuentra a una altura sobre el nivel del mar de 30 metros.



4.3.2 Población

En el censo de 1991, Villa Ruiz tenía 348 habitantes, en el censo de 2001 aumentó a 465 habitantes y en el censo 2010 pasó a tener 477 habitantes.

4.3.3 Historia de Villa Ruiz²⁷

El origen del dominio de la tierra en Villa Ruiz, comienza el 10 de diciembre de 1635, cuando el Gobernador de la Provincia de Buenos Aires dona tierras al Regidor Don Juan de Bergara, en el Pago de la Villa de Luján, ante el Escribano Mayor de Gobierno Alonso Agreda.

El paso del ferrocarril Central de Buenos Aires comienza en 1886, cuando Don Federico Lacroze obtiene en La Plata la concesión de la línea férrea llamada "Tranvía Rural".

El 6 de abril de 1888 fue librado al servicio público la 1° Sección entre Buenos Aires y Pilar y el 27 de julio del mismo año se hizo entre Pilar y Zárate. La habilitación del tramo entre el kilómetro 60 y San Andrés de Giles tuvo lugar el 24 de mayo de 1889, comprendiendo a la Estación Ruiz.

La formación del pueblo comienza como consecuencia de la inauguración de la estación ferroviaria, el señor Lorenzo Ruiz fracciona los terrenos alrededor de la misma, siendo alquilados y después vendidos en forma muy lenta.

Es así como el 5 de marzo de 1891 el señor Ruiz inscribe en el Registro de la Propiedad (Inscrip. N° 946- Folio 243 vuelto, año 1891) un plano de casi 100 manzanas denominado "Villa Ruiz" cuyo original se encuentra agregado al Legajo N° 506- Inscrip. 50220/C/1915.

Cuando el ferrocarril dejó de pasar por Villa Ruiz y con el cierre definitivo de la estación, esto provocó un estancamiento general en todo el pueblo, pero a pesar de esto, sus habitantes nunca bajaron sus brazos.

4.4 Inventario Turístico

4.4.1 General en San Andrés de Giles

No se puede realizar un análisis del inventario turístico de las localidades de Villa Ruiz y Azcuénaga sin considerar la cabecera del Partido.

Los circuitos turísticos más comunes en San Andrés de Giles tienen como ámbito principal a la ciudad homónima del partido. A continuación, se citan 2 tipos de circuitos identificados por la Municipalidad de Giles, donde el

²⁷ García, Secundino N. (1986), Historia de San Andrés de Giles (desde sus orígenes hasta 1930), Municipalidad de San Andrés de Giles.



último contempla la visita a pueblos rurales, principalmente Azcuénaga y Villa Ruiz.

a) Circuitos Urbanos, Suburbanos y Rurales, “donde la amplitud de los cielos es la paz de los campos”.

b) El Circuito del arte, Pueblos, Parajes y el circuito de la Fe: “Nacimos de una plegaria un 30 de Noviembre de 1806.

- **Circuito Urbano: “Desde la raíz al futuro”**
 - Hito Inicial (Sitio de la primera demarcación de tierras en las cuales nació San Andrés de Giles).
 - Plaza San Martín, centro histórico del pueblo.
 - Monumento a la Libertad (1910-1912).
 - Palacio Municipal (1908).
 - Mástil (1944).
 - Templo San Andrés Apóstol.
 - Monumento a los Inmigrantes Italianos y al Gral. Manuel Belgrano.
 - Casa del ex presidente Dr. Héctor J. Cámpora.
 - Edificios Sociedad Española y Soc. Italiana.
 - Plaza Saraví (1895).
 - Monumento a los Caídos en Malvinas.
 - Elementos representativos de la guerra del Atlántico Sur.
 - Monumento al soldado Maciel, soldado gilense caído en Malvinas.
 - Monumento a la Madre.
 - Edificio del polígono de tiro (1902).
 - Primer monumento a Bartolomé Mitre erigido en el país (1906)
 - Grupos escultóricos: El sembrador, La Primavera, La Agricultura.
 - Como anda el campo...anda el pueblo.
 - Parque Municipal (1927).
 - Bar Cultural y Evocativo “EL 2 de Mayo”.

- **Circuito Suburbano: “Donde el pueblo crece”**
 - Capilla San José Obrero
 - Cruz del Obispo Escalada (1856)
 - Cementerio Norte: Tumba del artista plástico Enrique José de Larrañaga.
 - Capilla Monte de Novi (Siglo XIX)

- **Circuito de la Fe**



- Templo San Andrés Apóstol
- Capilla Colegio Nuestra Señora de Luján
- Capilla del Jardín de infantes Nuestra Señora de Luján
- Capilla del Hospital.
- Capilla San Jesús Obrero
- Capilla de Monte de Novi
- Capilla Cementerio Norte

- **Circuito del Arte (Patrimonio artístico)**
 - Monumento al Bombero Voluntario
 - Tablas talladas de la Historia Gilense
 - Monumento a los Gauchos Fallecidos

- **Circuito Arquitectónico**
 - Templo San Andrés Apóstol
 - Palacio Municipal
 - Edificio Sociedad Italiana
 - Edificio Sociedad Española
 - Antigua Casa Méndez
 - Complejo Cultural
 - Polígono de Tiro (Museo de la Familia Gilense)
 - Colegio Fray Mamerto Esquiú
 - Edificio del Correo

- **Circuito Rural “Amplitud de cielos”**

Pueblos y parajes que conservan el estilo de vida apacible y cordial, propio de las pequeñas localidades de campo. Visita a los diferentes pueblos y parajes rurales del partido, destacándose las localidades de Azcuénaga y Villa Ruiz, pertenecientes al Programa Pueblos Turísticos²⁸.

4.4.2 Azcuénaga

El Programa Pueblos Turísticos identifica como puntos de interés turísticos a los siguientes:

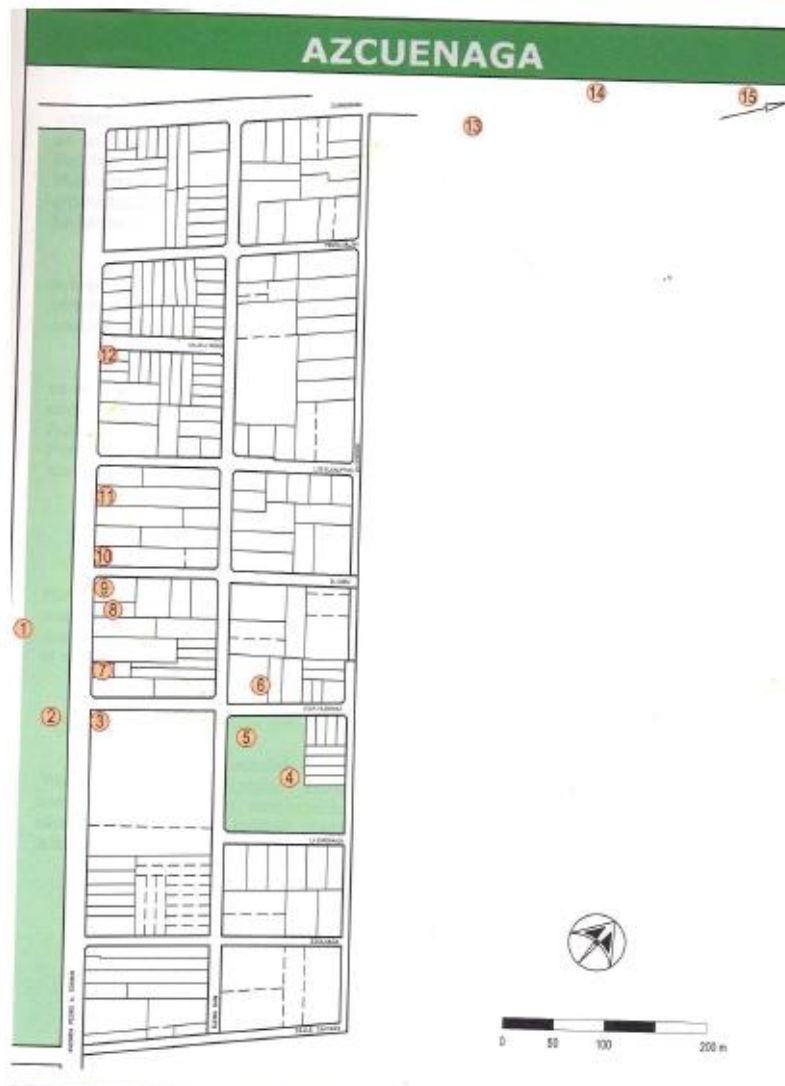
²⁸ Ministerio de Turismo de la Nación, Programa Pueblos Turísticos: Azcuénaga. Disponible en: <http://www.turismo.gba.gov.ar/accesible/pueblo-azcuenaga.php?id=2>



Gráfico nº14

Atractivos Turísticos
1- Edificio Estación ferroviaria
2- Mural de Adobe
3- Antiguo Almacén de Ramos Generales – Casa Terrén
4- Capilla Nuestra Señora del Rosario
5- Plaza Miguel de Azcuénaga
6- Escuela nº4 “Ricardo Gutiérrez” y Jardín de Infantes
7- Antiguo Almacén de Ramos Generales. “Casa Juan Pich”
8- Antigua Sastrería “La Porteña”
9- Horno a leña de la Panadería “La Moderna”
10- Club Recreativo Apolo
11- Antigua Fonda de Sforzi
12- Antiguo Molino – CETASA
13- Chacra de Productos Artesanales
14- Estancia “La Paloma”
15- La Posta de Figueroa

Fuente de elaboración propia en base a datos del Programa Pueblos Turísticos



- **Lugares de Interés**

A continuación, se presenta una breve ficha descriptiva de los puntos turísticos antes citados, y su estado actual.



Capilla Nuestra Señora del Rosario:

Dirección: Julia Vildósola s/n.



Construida en 1902, fue donada por una vecina de la zona quién hizo traer los materiales desde Europa. Es de estilo neo románico. Se destaca su altar mayor construido en madera con trabajos artesanales en símil mármol, realizado en la ciudad de Zaragoza, España. Su piedra fundamental fue colocada el 4 de mayo de 1902, bendecida por el Obispo Auxiliar de La Plata, Monseñor Francisco Alberti. A su alrededor se encuentra la Plaza Miguel de Azcuénaga, con una frondosa arboleda.

La Fiesta Patronal del pueblo se celebra el 7 de octubre en honor a la Virgen del Rosario

Estación de tren:

Dirección: Av. Terrén s/n.





Un edificio de dos plantas considerado Lugar Histórico, fue la primera construcción que tuvo Azcuénaga, inaugurada el 1 de Abril de 1880, con la llegada del tren con máquina a vapor. Además, fue la primera estación ferroviaria de San Andrés de Giles. Cuenta dentro del predio con un galpón para cereales construido en 1885.

Actualmente se encuentra habitado por una familia.

Mural en adobe:

Dirección: Av. P. A. Terrén, s/n.



Fue realizado en adobe horneado a leña con técnicas de color ancestrales y es el primero de este tipo en Latinoamérica. Fue declarado de Interés Cultural e inaugurado en 2004. Lleva la firma de Carlos Moreira y Cristina Terzaghi. Simula un horno de fabricación de ladrillos, las imágenes representan a los primitivos pobladores (Querandíes) y por otro lado, a los primeros habitantes inmigrantes, irlandeses e italianos. Se encuentra dentro del predio ferroviario.

Edificio antigua casa Terrén:

Dirección: Av. Terrén s/n.





En este edificio funcionó desde 1885 uno de los primeros almacenes de ramos generales del pueblo. Allí fue instalado, a principios del siglo veinte, el primer teléfono del pueblo: el Giles 2, que durante más de setenta años fue el único de la localidad. En un sector de la vieja edificación existe un típico bar de pueblo, donde pueden degustarse exquisitas empanadas caseras. Actualmente funciona como Restaurant con el nombre de "El Almacén CT & Cía."

Club Recreativo Apolo:

Dirección: El Ombú, esquina Av. Pedro A. Terrén, s/n.



Es famoso por su pileta olímpica, de 25 mts. de largo x 10 mts. de ancho. También tiene un gran parque arbolado y sector para acampar. Se puede ir a pasar el día, hacer un asado en sus parrillas y utilizar los servicios del Club.

Panadería Artesanal "La Moderna":

Dirección: Esquina El Ombú y Av. Pedro A. Terrén.



Sigue en funcionamiento desde 1887, año en que se creó en este lugar, la primera panadería de Azcuénaga, con su horno a leña. Ubicada enfrente del Club Apolo.



Posta de Figueroa:

Dirección: Camino de tierra a San Antonio de Areco.



Conocida también como Hacienda de Figueroa es una auténtica posta del siglo XVIII, ubicada en el Camino Real, que comunicaba Buenos Aires con el Alto Perú.

Famosa porque allí Rosas redactó, en 1834, la "Carta de la Hacienda de Figueroa", un importante documento histórico en el cual expuso sus ideas sobre la organización nacional, la Confederación y los problemas aduaneros que la misma tenía con Buenos Aires. Allí mismo el propio Rosas se encontró con Quiroga, que iba viaje al norte argentino en planes de conciliación de los gobernadores de Salta y Tucumán, y le entregó la carta. Luego, Quiroga era asesinado en Barranca Yaco por los hermanos Reynafé. La casona data de 1750. Actualmente es habitada por la familia Figueroa Castex que mantienen el sitio histórico sin ayuda estatal. Se puede visitar desde afuera, ya que la familia vive en el lugar.

Declarada en 1988 Monumento Histórico por la Municipalidad de San Andrés de Giles. También declarada Monumento Histórico Provincial

Molino de la Cooperativa Eléctrica:

Dirección: Av. Pedro A. Terrén, esquina Pedro Sillón s/n





Posee una estructura metálica de características únicas, similar a una pérgola en altura. Esa pérgola se encontraba rodeada de parrales y glicinas que la cubrían en sus laterales.

El edificio que ocupa la cooperativa también merece ser observado en su fachada por mantener sus características originarias que datan del año 1888. Fue mandado a construir por el herrero francés don Pedro Gaillardou, uno de los primeros pobladores de Azcuénaga. De esa familia descienden el escritor costumbrista José Adolfo Gaillardou, conocido como Indio Apachaca y su hijo, el conocido actor y hombre de teatro Claudio Gaillardou.

Plaza Miguel de Azcuénaga:

Dirección: J. Vildósola y La Olvidada.



En las fiestas patronales de octubre de 1960 se le dio a la plaza el nombre de Coronel Miguel de Azcuénaga y ese día se inauguró también, su actual mástil.

La plaza, es pequeña, con muchos árboles y asientos típicos de plaza. En él un busto de Miguel de Azcuénaga realizado en el 2010 por el festejo del bicentenario Argentino.



Antigua Sastrería “La Porteña”:

Dirección: Av. Pedro Terrén, entre El Ombú y Julia Vildósela s/n



En el año 1923 comienza la historia de esta sastrería del pueblo, pudiéndose observar en su vitrina una variedad de objetos antiguos, tijeras de sastrería, planchas a carbón, botellones, tazas, platos, etc., y por eso lleva su nombre. Es una vuelta a los orígenes dado que se conservan objetos únicos de antaño. Hoy convertida en una casa de té y restaurant. Allí sus propios dueños atienden cálidamente a sus clientes, oficiando de verdaderos anfitriones.

Estancia La Paloma:

Dirección: Sobre el acceso del Camino a Azcuénaga.



Juan Cunningham de origen irlandés, compra el 26 de agosto de 1865 a los hermanos de la Riestra, un terreno de estancia conocida con el nombre de La Paloma, dedicándose especialmente a la cría de ovinos. Su antiguo casco de estancia se ubica en las cercanías del arroyo de Giles. Parte de estas tierras, hoy conforman la localidad de Azcuénaga.



Antigua “Fonda de Sforzini”:

Dirección: Avenida Pedro A. Terrén, s/n.



Fue punto de reunión de los pobladores, artistas y trabajadores de paso. Comenzó a funcionar como fonda en 1903 y brindaba los servicios de restaurant, pensión, almacén y despacho de bebidas. Su especialidad eran los embutidos caseros.

- **Gastronomía**

Restaurante El Almacén CT & Cía.:

Dirección: Av. Pedro Terrén s/n esq. Julia Vildasola

Lo que era un almacén de ramos generales (antigua Casa Terrén) se transformó en el restaurante más importante de Azcuénaga, con capacidad para 100 cubiertos. Ofrece picadas de campo, tablas de salame y queso casero, parrilla (asado, vacío, matambre de cerdo, entraña, bife de chorizo, etc.), también pastas (sorrentinos, tallarines, ravioles y canelones). Minutas para los chicos y mariscos.

Abierto los viernes por la noche, sábados desde el mediodía y domingos desde el mediodía hasta la tarde o noche.

Restaurante de campo La Casona de Toto:

Dirección: Av. Pablo Terrén s/n (frente a la estación)

Atendida por sus dueños, tiene capacidad para 50 cubiertos. Ofrece asado y pastas caseras, dulces hechos en la casona, y también se realizan peñas y guitarreadas durante los fines de semana.

Se cobra por menú fijo, entrada, primer plato y postre. Abierto sábados, domingos y feriados mediodía y noche.

Restaurante de campo La Porteña:

Dirección: Av. Pablo Terrén s/n.



Funciona en la Antigua Sastrería La Porteña, y es atendido por sus dueños. Son dos pequeños salones que ofrecen un menú principal de pastas caseras, picadas con fiambres caseros y escabeches; empanadas, pizzas y tortas caseras.

Abierto sábados y domingos al mediodía y feriados todo el día. Es necesario realizar reserva previa.

4.4.3 Villa Ruiz

- **Lugares de Interés**

El programa Pueblos Turísticos también identificó como atractivos turísticos a diversos puntos del pueblo.

Gráfico nº15

Atractivos Turísticos
1- Edificio de la Estación Ferroviaria
2- Escuela nº10 "Mariano Moreno" y Jardín de Infantes
3- Almacén de Félix Lapegüe
4- Club Social y Deportivo Villa Ruiz
5- Plaza
6- Capilla Nuestra Señora de la Asunción
7- Antigua Cancha de Pelota Paleta
8- Horno a Leña de la Panadería "La Emilia"
9- Camino Real
10- Arroyo "de la Cruz"

Fuente de elaboración propia en base a datos del programa Pueblos Turísticos



A continuación, se presenta una ficha descriptiva de los mismos, y su estado actual.

Edificio de la Estación Ferroviaria:

Dirección: Entre las calles General Belgrano y General San Martín.





Dentro del predio ferroviario, se puede observar el edificio de la estación, con su techo de chapa a dos aguas. Contiene en su pared exterior la imagen de Nuestra Señora de Luján, la campana original y un mástil. Todavía se conserva el molinete de ingreso a la estación. En el edificio de la estación funciona el Centro de Jubilados y un Museo de la Estación.

Museo de la Estación de Ferrocarril:

Dirección: En la Estación Ferroviaria.

Fue puesto en marcha por un grupo de habitantes y reúne piezas de la antigua estación, de gran valor patrimonial para el pueblo.

Almacén de Félix Lapegüe:

Dirección: Calle General Belgrano s/n.



Conserva su fachada original de ladrillo a la vista, frente a la escuela y al predio de la estación ferroviaria. Construido alrededor de 1918. Por aquellos años en el Almacén de Lapegüe se podía alquilar el único Ford del pueblo.

Club Social y Deportivo de Villa Ruíz:

Dirección: Ubicado en General San Martín S/N.





Funciona desde el año 1930 como lugar de enseñanza de diversas disciplinas deportivas: vóley, fútbol, ajedrez, patín, gimnasia deportiva y otras actividades. Posee un amplio salón con escenario donde se organizan los bailes del pueblo.

Capilla Nuestra Señora de la Asunción:

Dirección: Isidro Cucullú s/n.



El templo se construyó en 1963 y en su interior se encuentra, sobre la pared del altar principal, la imagen de Nuestra Señora de la Asunción, patrona del pueblo y a los laterales, las imágenes de Nuestra Señora del Rosario, Nuestra Señora de Luján y el Sagrado Corazón.

Antigua cancha de pelota paleta:

Dirección: Lorenzo Silva, s/n.



Construida alrededor del año 1917, por los hermanos Botta. Tenía en la esquina un bar y en la cancha se juntaban más de cincuenta personas de varios pueblos vecinos para jugar a este tradicional juego popular.



Horno a leña de la panadería La Emilia:

Dirección: 25 de Mayo s/n.



El edificio corresponde al año 1914. El horno a leña de la panadería La Emilia es el segundo más grande de todo el distrito. El calor se mantiene allí por un tiraje que permite controlar las llamas y la cocción exacta de los productos que se elaboran.

Arroyo de La Cruz:

Dirección: Camino a Torres.



Saliendo del pueblo por el camino que se dirige a Torres, se cruza el arroyo de la Cruz y se puede observar el antiguo puente de hierro utilizado por el ferrocarril. El arroyo de la Cruz que nace en el distrito vecino de Luján con dirección sudoeste-noreste, pasa al sureste de la localidad de Villa Ruiz, se une por su margen izquierda el arroyo El Sauce y sirve como límite entre los distritos de Luján y San Andrés de Giles, para ingresar en el de Exaltación de la Cruz y Campana y luego desembocar en el río Paraná de las Palmas.

Camino real

Dirección: Camino a Carlos Keen.

Villa Ruiz forma parte del Camino Real, que cruza el Partido de San Andrés de Giles con destino al Alto Perú; viniendo desde Luján, pasa por Villa Ruiz y



sigue hacia San Antonio de Areco. Este camino fue utilizado desde época de la colonia por carretas, carros, mensajeros y en su recorrido se encontraban las postas para abastecerse de caballos frescos, alimentos y encontrar descanso. Fue utilizado por el Virrey Sobremonte para huir con el oro de la Corona, cuando los ingleses invadieron Buenos Aires en 1806.

- **Gastronomía**

La Posta del Camino Real:

La Posta de El Camino Real lleva su nombre en honor al antiguo camino usado en la época colonial, y desde 2006 es aquí donde se celebra la fiesta del pueblo, en Noviembre.

Ubicado sobre el camino que conecta Carlos Keen con Villa Ruiz, está emplazado en una casona centenaria muy bien conservada, en forma de U, rodeada de césped y árboles.

Se ofrece: asado a la cruz o a la parrilla, pollo al horno de barro, ensaladas varias, frescas y abundantes pastas caseras, postres clásicos.

Restaurant de Campo El Rincón:

El Restaurant está ubicado en la Estancia Vieja, Hotel de Campo. Cuenta con 88 cubiertos y está abierto al público. Ofrecen una carta que incluye: Comida casera, Parrillas, y comidas criollas típicas.

Ubicado en Av. Rivadavia (camino que conecta Villa Ruiz y Carlos Keen).

Bar Rural El Pueblito:

Lugar de encuentro de jóvenes. Posee 60 cubiertos. Comidas al disco de arado, carnes saborizadas y rellenas. Picadas de campo, pizzas caseras, empanadas, minutas, parrilla. Menues especiales, agasajos y cumpleaños con reserva.

Los Árboles Country Resto:

Posee 330 hectáreas arboladas. Cuenta con dos piletas al aire para libre todas las edades. Se pueden realizar cabalgatas. Cuenta con dos grandes salones para eventos, uno de ellos con rampa para acceso en silla de ruedas. Ofrece picadas de campo, asado criollo y postres caseros.

Ubicado en Autopista Oeste Kilómetro 72, bajada Carlos Keen. Villa Ruiz Kilómetro 14,3

Estancia Rosada

Ubicado sobre el camino a Villa Ruiz, emplazado en un antiguo Casco Histórico del siglo XIX, una antigua barraca militar que formaba parte de los



corralones de Luján. Ofrecen servicios de Día de campo, para particulares, grupos o empresariales. Ofrecen un catering tradicional con parrilla, pastas caseras y postres a elección. Además cuentan con actividades programadas, como paseos a caballo y shows.

Posada de la Luna Gaucha

Restaurant de campo ubicado cerca de la Estación de Ferrocarril. Ubicado en una gran casona rural, con un amplio jardín arbolado. Cuentan con un salón al aire libre y parrilla. Ofrecen un menú de campo, principalmente asado y comidas típicas. Se puede contratar para eventos sociales y empresariales.



Bloque V

Metodología

5.1 Estructura de la Investigación

5.1.1 Tipo de Investigación

5.1.2 Investigación preliminar

5.2 Trabajo de Campo

5.2.1 Definición de la Oferta

5.2.2 Definición de la Demanda

5.3 Estructura del Dato

5.3.1 Operacionalización de la variable para el estudio de la Oferta

5.3.2 Ponderación de la variable para el estudio de la Oferta

5.3.3 Operacionalización de las variables para el estudio de la Demanda



METODOLOGÍA

5.1 Estructura de la investigación

5.1.1 Tipo de Investigación

En el proceso de Investigación es necesaria la utilización de una metodología, ya que ayudará a que el trabajo que se está realizando sea más completo, y sobre todo para que presente bases sólidas, confiables y estructuradas, para que cuando se necesite interpretar la información y optar por un curso a seguir, sea más claro.

En el caso de este trabajo de investigación el mismo será de diseño Transversal de tipo Descriptivo. Este tipo de estudio busca la descripción completa y exacta del objeto de estudio, ya sea en estudios que propongan verificar alguna correlación, o constatar el estado de una serie de variables. Según Hernández, Fernández y Baptista (2003, p.60) "Los estudios Descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis"²⁹.

5.1.2 Investigación preliminar

Una investigación es válida al estar sustentada en información verificable, que responda lo que se pretende demostrar con la hipótesis formulada o para la consecución de sus objetivos. Para ello, es imprescindible realizar un proceso de recolección de datos en forma planificada y teniendo claros objetivos sobre el nivel y profundidad de la información a recolectar.

Para organizar de forma más eficiente a la investigación, se la dividió en las siguientes etapas:

- Una primera instancia constará de un relevamiento del Universo de Estudio elegido. Este relevamiento utilizará tanto datos obtenidos a través de diferentes fuentes, como también aquellos observables en las sucesivas visitas. Aquí se identificarán todos los establecimientos que ofrecen alojamiento de campo en las localidades de Azcuénaga y Villa Ruiz. Para ello, se utilizarán como fuentes los datos recolectados por Secretaría de Turismo de la Nación (SECTUR), la Casa de la Provincia de Bs. As., la Municipalidad de San Andrés de Giles y páginas web de turismo relacionadas con los mismos. Estos primeros datos arrojados serán verificados mediante llamados telefónicos y visitas presenciales.

²⁹ Hernández, Fernández y Baptista (2003), *Metodología de la Investigación*. Mc Graw Hill, México (3era edición).



- Luego del primer relevamiento y verificación de los datos arrojados por las fuentes, se confeccionará una lista final con los alojamientos existentes. Se realizará una ficha técnica de cada alojamiento, para que facilite su posterior análisis.
- Se elaborarán los instrumentos de recolección de datos que se consideren más adecuados para extraer la información necesaria para los propósitos del presente trabajo.
- Se contactarán a informantes claves que resulten pertinentes para la consecución de los objetivos del trabajo. Para ello, se crearán planillas de entrevistas con la información que se desea obtener de los mismos.
- Se llevará a cabo el Trabajo de Campo en el Universo de Estudio, para poder recolectar la información necesaria. Posteriormente, se procederá a analizar la información arrojada, con la cual se elaborarán gráficos que faciliten su interpretación.

5.2 Trabajo de Campo

El Trabajo de campo suele referirse al periodo y el modo que el investigador dedica a la generación y registro de información.

Se pueden identificar diferentes fases de la investigación: las previas, las que se realizan durante el trabajo de campo y las tareas del investigador después de "abandonar" el campo.

- Etapa previa al Trabajo de Campo:

1) Identificación de los Establecimientos que ofrecen alojamiento de campo. Al ser el Universo de Estudio tan reducido (Localidades de Azcuénaga y Villa Ruiz), se tomaron a todos los Establecimientos como Unidades de Análisis, sin determinar una muestra, ya que le hubiese quitado representatividad a la investigación.

2) Elección y elaboración de los instrumentos de recolección de datos.

- Etapa de Trabajo de Campo:

Se visita el Lugar de Estudio, y se utilizan los instrumentos de recolección de datos en las diferentes unidades de análisis, tanto pertenecientes a la oferta como a la demanda.

- Etapa posterior al Trabajo de Campo:

Se analiza la información obtenida, y se la expone en forma de cuadros y gráficos, para su mejor interpretación.



5.2.1 Definición de la Oferta de Alojamientos

Una vez confeccionada una lista final y abarcativa de la totalidad de alojamientos de campo en Azcuénaga y Villa Ruiz, se procedió a realizar contacto con los propietarios de los mismos.

Los establecimientos que contaban con dirección de e-mail fueron contactados por esta vía, de forma contraria, fueron contactados por vía telefónica. En este contacto inicial se explicaron los motivos de la investigación y el interés que se tenía en poder conocer el lugar.

Con el objetivo de conocer en detalle las características de los Establecimientos, se realizaron visitas a los mismos. A través de ella se obtuvo conocimiento de los servicios obtenidos, perfil de la demanda, estado edilicio, folletería, conocimiento del personal a cargo, nivel de servicio y satisfacción de la demanda.

Las técnicas de recolección de datos que se utilizaron durante estas visitas fueron:

- Encuestas a residentes
- Planillas de Observación de los Establecimientos
- Las encuestas a Residentes serán llevadas a cabo tanto en Azcuénaga como en Villa Ruiz. Su principal objetivo será el de conocer su opinión sobre el turismo en la localidad. Contendrán preguntas sobre:
 - Relación con el turismo
 - Conocimiento del programa Pueblos Turísticos
 - Mejoras del pueblo desde su incorporación
 - Aspectos negativos del turismo en la localidad
 - Relación con los turistas
 - Relación con la Municipalidad
 - Propuestas para mejorar el destino

Estas encuestas no serán tenidas en cuenta para las evaluaciones de la oferta de alojamientos de las localidades, pero sí para la confección de una conclusión general, y la conclusión que concierne al programa Pueblos Turísticos.

- Las Planillas de Observación permitirán una apreciación personal de las características y estado de los Establecimientos. Para su elaboración, se tomó como guía la normativa IRAM – SECTUR 42250 en Alojamientos Rurales, en donde se establece la gestión de la



prestación del servicio y detalla los diferentes puntos a tener en cuenta en los alojamientos de este tipo. Si bien dicha normativa es de carácter opcional, sus parámetros son claros y sirven de base para desarrollar la planilla de observación para los fines del presente trabajo.

De esta manera, y bajo los aspectos de la normativa citada y explicada en la sección del Marco Teórico, se elaboró la planilla, agrupando los indicadores en las siguientes dimensiones:

- Accesos e indicadores
- Estado edilicio
- Personal a cargo
- Servicios y Equipamiento
- Gastronomía
- Actividades
- Comunicación y difusión

- **Modelos de planillas**

A continuación, se presentan los modelos de Encuestas a Residentes y Planilla de Observación:



Encuesta a Residentes

Lugar:

Azcuenaga / Villa Ruiz

Fecha y Hora:

Buenos días/tardes! Mi nombre es Sofía y soy estudiante de Hotelería en la Universidad Abierta Interamericana. Estoy realizando encuestas para conocer a los residentes de esta localidad y sus opinión respecto a la explotación turística de la zona. Esta encuesta en anónima y no tomará más de 5 minutos, siendo su aporte muy valioso para esta investigación y mejoras futuras del destino. Gracias!

Sexo:

Femenino

Masculino

Edad:

18 - 30 años

30 - 45 años

45 - 60 años

+ 60 años

Es nativo residente de la localidad?

Si

No

Nivel de Ocupación:

Profesional

Empleado

Estudiante

Ama de casa

Jubilado

Desocupado

Otro _____

Su ocupacion esta relaciona con el turismo?

Si

No

En forma directa

En forma indirecta

Conoce el programa "Pueblos Turísticos"?

Si

No

• **Cómo ha mejorado el turismo en el pueblo desde su incorporación al mismo?**

• **Según su opinión, cuáles son los aspectos negativos del turismo en la localidad?**

• **Cómo es la relación con los turistas?**

• **Cómo es la relación con la Municipalidad?**

• **Qué acciones o propuestas propondría para mejorar el destino?**

Muchas Gracias!

Planilla de Observación

Nombre del Establecimiento:		Tipo:			
DIMENSIÓN	INDICADORES	SI	NO	Observaciones	
Accesos e Indicadores	Acceso al Lugar	Acceso asfaltado			
		Acceso de Ripio			
		Acceso de Tierra			
	Carteles indicadores hacia el alojamiento	Carteles indicadores visibles y en buen estado			
		Carteles de difícil visualización			
		Sin carteles indicadores			
	Carteles indicadores en el Alojamiento	Carteles con tarifas visibles			
		Carteles indicadores hacia los sectores visibles			
Estado edilicio	Conservación del Lugar	Manchas de Humedad			
		Pintura en las paredes			
		Falta de Estado del parque			
	Nivel de Limpieza	Falta de Limpieza en espacios públicos			
		Falta de Limpieza en baños			
		Falta de Limpieza en habitaciones			
Personal a cargo	Nivel de atención del personal	Amables			
		Respetuosos			
		Eficientes			
		Con conocimientos suficientes			
	Ingreso y Egreso de Huespedes	Atentos			
		Manejan idiomas			
		Solucionan problemas de huéspedes			
Servicios y Equipamiento	Facilidades en las Instalaciones	Estacionamiento			
		Piscina			
		Lugares de esparcimiento			
		Quincho			
	Servicios adicionales	Seguridad 24 hs			
		Restaurant			
		Traslados			
		Contratación de actividades			
	Equipamiento en las habitaciones	TV con cable			
		Bano privado			
		Cama Sommier			
		Aire Acondicionado/Calefacción			
		Banera			
Gastronomía	Tipo de comida	Comida Típica/Casera			
		Comida Internacional Tradicional			
		Productos locales			

DIMENSIÓN		Indicadores	SI	NO	Observaciones
Actividades	Variedad de las Actividades	Caminatas Paseos a caballo Paseos en bicicleta Actividades Agrícolas Actividades Culturales Actividades Deportivas			
	Calidad de las Actividades	Equipamiento Adecuado Espacio físico adecuado Proveen información sobre actividades dentro y fuera del alojamiento Personal idóneo para llevarlas a cabo			
Comunicación y Difusión	Canales de Comunicación y Promoción	Página web propia Publicidad en medios especializados Agencias de viajes Atención telefónica			

Observaciones:



5.2.2 Definición de la Demanda

Para el análisis de la Demanda, se decidió utilizar un único instrumento de recolección de datos, que es la Encuesta. La misma está compuesta por dos secciones, la primera preguntas de tipo turístico, y la segunda interrogará sobre los aspectos de los alojamientos utilizados, en el caso que se hubieran hospedado en alguna de las dos localidades de estudio. El modelo de encuesta se adjunta en la próxima hoja.

Los objetivos que persigue el presente estudio fueron los de identificar como se encuentra la oferta turística-hotelera en el período Diciembre 2014 y Enero 2015. Por lo tanto, no se determinó una muestra de población de estudio, sino que se optó por encuestar de forma casual a los turistas que se encontraban en la zona los días que se hizo la visita. Los resultados obtenidos son representativos únicamente del período comprendido entre los meses anteriormente mencionados.

El procedimiento que se siguió a la hora de entrevistar fue el siguiente:

- Breve introducción que incluye: Presentación y nombre del entrevistador, motivo de la encuesta, agradecerles por su tiempo y explicarles lo valioso de su aporte
- Preguntarle si acepta ser encuestado, y aclararle el tiempo aproximado que tomará.
- Proceder a efectuar la encuesta.
- Agradecerle nuevamente por su tiempo y sus opiniones.

Las encuestas contienen preguntas de tipo:

- Cerradas dicotómicas: Se establecen sólo 2 categorías de respuesta (Si/No, Femenino/Masculino)
- Cerradas con listado de respuestas (de variada elección)
- Semicerradas: Son cerradas, pero al incluir la opción "Otros" el encuestado debe ofrecer una respuesta que no fue considerada en la confección de la encuesta.
- Categorizadas: La sección que analiza el nivel de calidad de los establecimientos percibido por la demanda, utiliza una escala Likert de valoración donde 1 (malo) y 5 (Excelente).

A continuación, se presenta el modelo de Encuesta a Turistas:

Encuesta a Visitantes



Lugar:

Azcuenaga / Villa Ruiz

Fecha y Hora:

Buenos días/tardes! Mi nombre es Sofía y soy estudiante de Hotelería en la Universidad Abierta Interamericana. Estoy realizando encuestas para conocer las características de los visitantes que recorren esta localidad y su nivel de satisfacción con respecto a los atractivos y hospedajes de la zona.

Esta encuesta es anónima y no tomará más de 5 minutos, siendo su aporte muy valioso para esta investigación y mejoras futuras del destino. Gracias!

Lugar de Procedencia:

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Capital Federal | <input type="checkbox"/> Gran Buenos Aires |
| <input type="checkbox"/> Resto de la Prov. de Bs.As. | <input type="checkbox"/> Resto del País |
| <input type="checkbox"/> Resto del mundo | |

Sexo:

- | | |
|-----------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Femenino | <input type="checkbox"/> Masculino |
|-----------------------------------|------------------------------------|

Edad:

- | | |
|---------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 18 - 30 años | <input type="checkbox"/> 30 - 45 años |
| <input type="checkbox"/> 45 - 60 años | <input type="checkbox"/> + 60 años |

Acompañantes

- | | |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Solo | <input type="checkbox"/> En Familia |
| <input type="checkbox"/> Con amigos | <input type="checkbox"/> Pareja |

Nivel de Ocupación:

- | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Profesional | <input type="checkbox"/> Empleado |
| <input type="checkbox"/> Estudiante | <input type="checkbox"/> Ama de casa |
| <input type="checkbox"/> Jubilado | <input type="checkbox"/> Desocupado |
| <input type="checkbox"/> Otro _____ | |

Motivación

- | | |
|--|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Ocio/Recreación | <input type="checkbox"/> Negocios |
| <input type="checkbox"/> Eventos | <input type="checkbox"/> Cultural |
| <input type="checkbox"/> Gastronómico | |

Tiempo de permanencia

- | | |
|---------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 Noche | <input type="checkbox"/> + 3 Noches |
| <input type="checkbox"/> 2 a 3 Noches | <input type="checkbox"/> Sin pernocte |

Actividades que realizó

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Paseos a Pie | <input type="checkbox"/> Paseos a Caballo |
| <input type="checkbox"/> Act. Náuticas | <input type="checkbox"/> Act. Culturales |
| <input type="checkbox"/> Act. Gastronómicas | <input type="checkbox"/> Act. Deportivas |
| <input type="checkbox"/> Asistencia a eventos | |

Cómo llegó a destino

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Vehículo propio | <input type="checkbox"/> Transporte público |
| Cuál? _____ | |

Cómo encontró los caminos de llegada

- | | | |
|--------------------------------------|-------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Buen estado | <input type="checkbox"/> Mal Estado | <input type="checkbox"/> Regular estado |
|--------------------------------------|-------------------------------------|---|

Cómo encontró la señalización para llegar

- | | | |
|--------------------------------------|-------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Buen estado | <input type="checkbox"/> Mal estado | <input type="checkbox"/> Regular estado |
|--------------------------------------|-------------------------------------|---|

Nivel de satisfacción con el destino

- | | |
|---|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Muy Satisfecho | <input type="checkbox"/> Satisfecho |
| <input type="checkbox"/> Desilusionado | <input type="checkbox"/> Regular |

Conoce el programa de Pueblos Turísticos

- | | |
|-----------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> Si | <input type="checkbox"/> No |
|-----------------------------|-----------------------------|



• En caso de haberse hospedado en el pueblo:

Medio por el cual conozco el Establecimiento:

Internet Diarios/Revistas
 Entidades Privadas Recomendaciones
 Organismos Oficiales
 Otros: _____

Realizó reserva previa en el alojamiento? No Si
A través de que medio?

Nombre del Alojamiento: _____

Dimensión	Valores		
	Excelente	Bueno	Malo
Personal			
Amabilidad			
Rapidez del Servicio			
Eficacia			
Idiomas que maneja			
Oferta de act. extras			
Alimentos			
Calidad del desayuno			
Presentacion			
Comida Tipica			
Precios adecuados			
Servicio			
Lavanderia			
Traslados			
Wifi			
Restaurant			
Limpieza general			
Limpieza habitaciones			
Instalaciones			
Decoracion			
Calefaccion			
Higiene			
Ventilacion			

Déjenos sus comentarios: _____

¡Muchas Gracias!



5.3 Estructura del Dato

5.3.1 Operacionalización de la variable para el estudio de la Oferta

Para el análisis de la Oferta mediante el uso de planillas de observación, se consideró la elección de una única variable a analizar:

“Nivel de Servicios brindados”

Esta elección se debe a que se puede agrupar a todas las dimensiones que se analizaron mediante el instrumento de recolección de datos, para poder clasificarlas bajo esta variable.

A continuación, se explica como quedará conformada la estructura de los datos y su medición:

Universo de Estudio (U/E)

En el caso de la presente investigación se distinguen tres universos de estudio, que si bien están relacionados por pertenecer al mismo partido, para los fines del análisis, se los decidió estudiar separadamente. Así quedan conformados

- Universo de Estudio 1:

Localidad de Azcuénaga

- Universo de Estudio 2:

Localidad de Villa Ruiz

- Universo de Estudio 3:

Alrededores de estas localidades

Unidad de Análisis (U/A)

Las Unidades de Análisis son los elementos menores y no divisibles que componen el universo de estudio de una investigación. Dentro de cada Universo de estudio, existirán las siguientes unidades de análisis:

U/E 1

U/A: Cada alojamiento de campo de la localidad de Azcuénaga

U/E 2

U/A: Cada alojamiento de campo de la localidad de Villa Ruiz



U/E 3

U/A: Cada alojamiento de campo de los alrededores

Se decidió incorporar esta última U/A ya que la oferta de alojamientos de Azcuénaga y Villa Ruiz es demasiado escasa. Además, se observó cuando se realizaron las encuestas y visitas a estas localidades, que muchas personas visitaban estos lugares pero se alojaban en las cercanías, ya que encontraban una mejor oferta de hospedaje.

Todas las unidades de análisis de cada universo serán analizadas siguiendo la misma metodología. A continuación se presenta como se estructuraron las mismas:

U/A: Cada alojamiento de campo de la U/E correspondiente.

Variable 1: (única variable a ponderar)

Nivel de servicios brindado en alojamientos de campo en el U/E

Dimensión:

- 1) Accesos e indicadores:
 - a) Acceso al lugar

Indicadores:

- a) Acceso asfaltado
- b) Acceso de ripio
- c) Acceso de tierra

Valores de la dimensión:

- a) Alto
- b) Medio
- c) Bajo

Consideraciones:

- Alto: El acceso al establecimiento es de asfalto, y permite un buen ingreso y circulación de los vehículos.
- Medio: El acceso al establecimiento es de ripio, y el ingreso y circulación de los vehículos se ve parcialmente dificultado.
- Bajo: El acceso al establecimiento es de tierra, y el ingreso y circulación de los vehículos es dificultoso.

Dimensión:

- 1) Accesos e indicadores:
 - b) Carteles indicadores hacia el alojamiento

Indicadores:



- a) Carteles indicadores visibles y en buen estado
- b) Carteles indicadores poco visibles o en mal estado
- c) No hay carteles indicadores

Valores de la dimensión:

- a) Alto
- b) Medio
- c) Bajo

Consideraciones:

- Alto: Los carteles indicadores hacia el alojamiento están visibles y en buen estado, lo cual facilita identificar el camino de llegada hacia el alojamiento.
- Medio: Los carteles indicadores hacia el alojamiento están poco visibles o en mal estado, y dificultan en cierta medida la llegada al alojamiento.
- Bajo: No existen carteles que indiquen el camino hacia el alojamiento, lo que podría representar una complicación al encontrar el alojamiento.

Dimensión:

- 1) Accesos e indicadores:
- c) Carteles indicadores en el Alojamiento:

Indicadores:

- a) Carteles con tarifas visibles
- b) Carteles indicadores hacia los sectores visibles

Valores:

- a) Alto
- b) Medio
- c) Bajo

Consideraciones:

- Alto: Los carteles indicadores hacia los espacios comunes y salidas de emergencia están bien ubicados y son visibles, y las tarifas del alojamiento están ubicadas en la recepción.
- Medio: Los carteles indicadores hacia los espacios comunes y salidas de emergencia están mal ubicados, en mal estado o son de difícil visualización. Las tarifas del alojamiento no están visibles, pero son facilitadas cuando se pide por ellas.
- Bajo: No existen carteles indicadores hacia los espacios comunes y salidas de emergencia. Las tarifas del alojamiento no están visibles, y se comunican verbalmente.



Dimensión:

- 2) Estado edilicio
 - a) Conservación del lugar

Indicadores:

- a) Manchas de humedad
- b) Pintura en las paredes
- c) Roturas en equipamiento y mobiliario
- d) Falta de cuidado y mantenimiento

Valores:

- a) Alto
- b) Medio
- c) Bajo

Consideraciones:

- Alto: No se observaron manchas de humedad significativas, la pintura en las paredes se encuentra en buen estado, no se apreciaron roturas en equipamiento o mobiliario, y el estado de mantenimiento en general es bueno.
- Medio: Si dos indicadores se contabilizaron como positivos, se calificará como valor medio a la dimensión.
- Bajo: Si tres o más indicadores se contabilizaran como negativos, el valor de la dimensión sera bajo.

Dimensión:

- 2) Estado edilicio
 - b) Nivel de Limpieza

Indicadores:

- a) Limpieza en espacio públicos adecuada
- b) Limpieza en baños adecuada
- c) Limpieza en habitaciones adecuada

Valores:

- a) Alto
- b) Medio
- c) Bajo

Consideraciones:

- Alto: El alojamiento presenta una adecuada limpieza en todos los ámbitos evaluados.



- Medio: El alojamiento cuenta con dos de los indicadores calificados como positivos.
- Bajo: El alojamiento tiene ninguno o sólo 1 de los indicadores calificados como positivos.

Dimensión:

- 3) Personal a cargo
 - a) Nivel de atención del personal

Indicadores:

- a) Amables
- b) Respetuosos
- c) Eficientes
- d) Con conocimientos suficientes

Valores:

- a) Alto
- b) Medio
- c) Bajo

Consideraciones:

- Alto: El personal a cargo del alojamiento (con el que se tuvo contacto) se mostro amable, respetuoso y eficiente en el trato. Se considera además que tienen conocimientos suficientes del lugar y del propio alojamiento para satisfacer las necesidades de los huéspedes.
- Medio: El personal a cargo cuenta con 2 o 3 de los indicadores contabilizados como positivos.
- Bajo: El personal a cargo cuenta con 1 o ninguno de los indicadores contabilizados como positivos.

Dimensión:

- 3) Personal a cargo
 - b) Ingreso y Egreso de Huéspedes

Indicadores:

- a) Atentos
- b) Manejan idiomas
- c) Solucionan problemas de los huéspedes

Valores:

- a) Alto
- b) Medio
- c) Bajo

Consideraciones:



- Alto: El personal a cargo del alojamiento (con el que se tuvo contacto) tienen experiencia en la hotelería, hecho que se demuestra en el trato atento con los huéspedes. Además, se los ve dispuestos a solucionar problemas. Y saben algún idioma adicional.
- Medio: El personal a cargo cuenta con 2 o 3 de los indicadores contabilizados como positivos.
- Bajo: El personal a cargo cuenta con 1 o ninguno de los indicadores contabilizados como positivos.

Dimensión:

- 4) Servicios y Equipamiento
- a) Facilidades en las Instalaciones

Indicadores:

- a) Estacionamiento
- b) Piscina
- c) Lugares de Esparcimiento
- d) Quincho

Valores:

- a) Alto
- b) Medio
- c) Bajo

Consideraciones:

- Alto: El alojamiento cuenta con las facilidades adecuados para ser considerado de campo.
- Medio: El alojamiento cuenta con 2 o tres de los indicadores en sus instalaciones.
- Bajo: El alojamiento cuenta con 1 o ninguno de los indicadores en sus instalaciones.

Dimensión:

- 4) Servicios y Equipamiento
- b) Servicios adicionales

Indicadores:

- a) Seguridad 24 hs.
- b) Restaurant
- c) Traslados
- d) Contratación de actividades

Valores:

- a) Alto
- b) Medio



c) Bajo

Consideraciones:

- Alto: El alojamiento cuenta con servicios adicionales que mejoran la experiencia y satisfacción de los huéspedes.
- Medio: El alojamiento cuenta con 2 o tres de los indicadores en sus instalaciones.
- Bajo: El alojamiento cuenta con 1 o ninguno de los indicadores en sus instalaciones.

Dimensión:

- 4) Servicios y Equipamiento
- c) Equipamiento en las Habitaciones

Indicadores:

- a) Tv con cable
- b) Baño privado
- c) Cama sommier
- d) Aire Acondicionado / Calefacción
- e) Bañera

Valores:

- a) Alto
- b) Medio
- c) Bajo

Consideraciones:

- Alto: Las habitaciones cuentan con el equipamiento necesario para ser considerado un servicio de calidad, garantizando la satisfacción y comodidad de los huéspedes.
- Medio: Las habitaciones cuentan con 3 o 4 de los indicadores, proveyendo una estadía comfortable.
- Bajo: Las habitaciones cuentan con 2, menos o ninguno de los indicadores.

Dimensión:

- 5) Gastronomía
- a) Tipo de comida

Indicadores:

- a) Comida típica/casera
- b) Comida internacional tradicional
- c) Productos locales



Valores:

- a) Alto
- b) Medio
- c) Bajo

Consideraciones:

- Alto: Ofrecen ya sea en restaurant, bar o desayuno un menú que incluye comida casera/típica, comida internacional y productos locales.
- Medio: Ofrecen ya sea en restaurant, bar o desayuno un menú que incluye al menos 2 de los indicadores.
- Bajo: Ofrecen ya sea en restaurant, bar o desayuno un menú que incluye solamente 1 de los indicadores. También se considerará bajo en el caso que no ofrezca ningún tipo de servicio de gastronomía.

Dimensión:

- 6) Actividades
- a) Variedad de las actividades

Indicadores:

- a) Caminatas
- b) Paseos a caballo
- c) Paseos en bicicleta
- d) Actividades agrícolas
- e) Actividades culturales
- f) Actividades deportivas

Valores:

- a) Alto
- b) Medio
- c) Bajo

Consideraciones:

- Alto: El alojamiento ofrece una gran variedad de actividades para sus huéspedes, mayormente relacionadas con el ámbito rural. Se contabilizará como Alto si más de 4 indicadores fueron positivos.
- Medio: El alojamiento ofrece actividades para sus huéspedes o trabaja con contrataciones de las mismas, mayormente relacionadas con el ámbito rural. Se contabilizará como Medio si más de 2 indicadores fueron positivos.
- Bajo: El alojamiento ofrece una reducida cantidad de actividades para sus huéspedes (o no ofrece ninguna), y puede o no ofrecer contratación de actividades externas. Se contabilizará como Bajo si menos de 2 indicadores fueron positivos.



Dimensión:

- 6) Actividades
- b) Calidad de las actividades

Indicadores:

- a) Equipamiento adecuado
- b) Espacio físico adecuado
- c) Proveen información sobre actividades Dentro y fuera del alojamiento
- d) Personal idóneo para llevarlas a cabo

Valores:

- a) Alto
- b) Medio
- c) Bajo

Consideraciones:

- Alto: Se considerará que el alojamiento ofrece buena calidad en la prestación de actividades ya que los 4 indicadores fueron positivos.
- Medio: Se considerará que el alojamiento ofrece una calidad regular en la prestación de actividades ya que al menos 2 de los indicadores fueron positivos.
- Bajo: Se considerará que el alojamiento ofrece una calidad baja en la prestación de actividades ya que menos de 2 de los indicadores fueron positivos.

Dimensión:

- 7) Comunicación y ayudas externas
- a) Canales de comunicación y promoción

Indicadores:

- a) Página web propia
- b) Publicidad en medios especializados
- c) Ventas por agencias de viajes
- d) Atención telefónica y/o mails

Valores:

- a) Alto
- b) Medio
- c) Bajo

Consideraciones:



- Alto: El alojamiento cuenta con diversas vías de comunicación y promoción de sus servicios, permitiendo que el mismo sea conocido.
- Medio: El alojamiento cuenta con vías de comunicación y promoción de sus servicios aunque las mismas podrían ser ampliadas para una mayor difusión. Fueron marcados como positivos 2 o 3 de los indicadores.
- Bajo: El alojamiento cuenta con pocos o ninguna vía de comunicación y promoción de sus servicios, dificultando su difusión. Fueron marcados 1 o ninguno de los indicadores como positivos.

Dimensión:

- 7) Comunicación y ayudas externas
- b) Contacto y ayuda de organismos externos

Indicadores:

- a) Programa Pueblos Turísticos
- b) Asociaciones vecinales
- c) Municipal
- d) Entidades privadas

Valores:

- a) Alto
- b) Medio
- c) Bajo

Consideraciones:

- Alto: El alojamiento recibió ayudas y/o está en contacto con diversos organismos.
- Medio: El alojamiento recibió ayudas y/o está en contacto con al menos 2 organismos.
- Bajo: El alojamiento recibió pocas ayudas y tiene poco o ningún contacto con algún organismo externo.

5.3.2 Ponderación de la variable para el estudio de la Oferta

Para realizar la cuantificación y análisis de los datos recogidos por las planillas de observación realizadas en los alojamientos, se confeccionó una tabla de ponderación para asignarles valores a las categorías analizadas. Gracias a esta ponderación se pudo, luego, categorizar los diferentes establecimientos en cuanto a la variable analizada, es decir, el nivel de calidad de los servicios brindados por los alojamientos.

A continuación, se presenta la tabla de ponderación confeccionada y la justificación de la valoración de las categorías.

Ponderación

Nombre del Establecimiento:			PONDERACION			
DIMENSIÓN	Indicadores		SI	NO	Valores de la Dimensión	
Accesos e Indicadores	Acceso al Lugar	Acceso asfaltado	7		Valor máx. 7	Valor máx. de la dimensión 20
		Acceso de Ripio	4			
		Acceso de Tierra	2			
	Carteles indicadores hacia el alojamiento	Carteles indicadores visibles y en buen estado	5	0	Valor máx. 7	
		Carteles de difícil visualización	2	0		
		Sin carteles indicadores	0	0		
Carteles indicadores en el Alojamiento	Carteles con tarifas visibles	3		Valor máx. 6		
	Carteles indicadores hacia los sectores visibles	3				
Estado edilicio	Conservación del Lugar	Manchas de Humedad	0	4	Valor máx. 13	Valor máx. de la dimensión 26
		Pintura en las paredes	0	4		
		Falta de Estado del parque	0	4		
	Nivel de Limpieza	Falta de Limpieza en espacios públicos	0	4	Valor máx. 13	
		Falta de Limpieza en baños	0	5		
		Falta de Limpieza en habitaciones	0	5		
Personal a cargo	Nivel de atención del personal	Amables	3	0	Valor máx. 12	Valor máx. de la dimensión 24
		Respetuosos	3	0		
		Eficientes	3	0		
		Con conocimientos suficientes	3	0		
	Ingreso y Egreso de Huespedes	Atentos	4	0	Valor máx. 12	
		Manejan idiomas	4	0		
	Solucionan problemas de huéspedes	4	0			
Servicios y Equipamiento	Facilidades en las Instalaciones	Estacionamiento	2	0	Valor máx. 6	Valor máx. de la dimensión 17
		Piscina	2	0		
		Lugares de esparcimiento	1	0		
		Quincho	1	0		
	Servicios adicionales	Seguridad 24 hs	2	0	Valor máx. 6	
		Restaurant	1	0		
		Traslados	1	0		
		Contaración de actividades	2	0		
	Equipamiento en las habitaciones	TV con cable	1	0	Valor máx. 5	
		Baño privado	1	0		
Cama Sommier		1	0			
Aire Acondicionado/Calefacción		1	0			
Banera		1	0			
Gastronomía	Tipo de comida	Comida Típica/Casera	6	0	Valor máx. de la dimensión 19	
		Comida Internacional Tradicional	6	0		
		Productos locales	7	0		

DIMENSIÓN		Indicadores	SI	NO		
Actividades	Variedad de las Actividades	Caminatas	1	0	Valor máx. 10	Valor máx. de la dimensión 19
		Paseos a caballo	2	0		
		Paseos en bicicleta	1	0		
		Actividades Agrícolas	2	0		
		Actividades Culturales	2	0		
		Actividades Deportivas	2	0		
	Calidad de las Actividades	Equipamiento Adecuado	2	0	Valor máx. 9	
		Espacio físico adecuado	2	0		
		Proveen información sobre actividades dentro y fuera del alojamiento	3	0		
		Personal idóneo para llevarlas a cabo	2	0		
Comunicación y Difusión	Canales de Comunicación y Promoción	Página web propia	4	0	Valor máx. de la dimensión 15	
		Publicidad en medios especializados	4	0		
		Agencias de viajes	3	0		
		Atención telefónica	4	0		



Para la ponderación de las categorías analizadas, se realizó una elección basada en los siguientes factores:

- En primer lugar, se realizó una investigación sobre diferentes tablas de ponderación existentes en temas de hotelería y más específicamente hotelería rural.
- Al no haber encontrado dichas tablas ya confeccionadas y con ponderaciones pre-establecidas, se optó por confeccionar una propia, basándose en una elección empírica.
- Para esta confección se tomaron en cuenta dos modelos de evaluación de la calidad en los servicios. Los mismos son:

Modelo SERVQUAL¹

El método SERVQUAL fue creado por Zeithaml, Parasuraman y Berry (1996) y compara la diferencia entre las expectativas del cliente y lo que éste obtiene realmente de la empresa. En base a esto, se obtiene un indicador que determina la calidad del servicio y las debilidades y fortalezas de la empresa en ese aspecto.

Este método se utilizó en la presente investigación meramente de punto de comparación, ya que es un modelo general de calidad de servicios, y no es exclusivo para el análisis de la calidad en alojamientos rurales.

Modelo HOTELQUAL²

Creado por los autores Falces, Sierra, Becerra y Briñol (1999), es un método similar al SERVQUAL, pero que se aplica para medir la calidad percibida en los servicios de alojamiento.

Este método en particular evalúa 3 dimensiones fundamentales en el servicio de alojamientos: la evaluación del personal, la evaluación de las instalaciones y funcionamiento y la organización del servicio. Dentro de estas dimensiones, el método HOTELQUAL considera 20 ítems, los cuales son analizados en cada alojamiento en que se aplique el método.

Este método resultó de mucha utilidad para la confección de la planilla de evaluación y ponderación de las categorías. Sin embargo, no se aplicó en su totalidad, ya que el HOTELQUAL evalúa de manera general los alojamientos, sin considerar las particularidades de los alojamientos rurales, que son de vital importancia para los fines de la presente investigación.

¹ Valarie, A. Zeithaml, A. Parasuraman, Leonard L. Berry (1996) *The behavioral consequences of service quality*. Journal of Marketing, Vol. 60, N°2.

² Sierra, B., Falces, C., Briñol, P., Becerra, A. (1999). *Hotelqual : Una escala para medir calidad percibida en servicios de alojamiento*. Revista de Estudios Turísticos, 139, 95-111.



- **Metodología de la ponderación**

Además de los modelos antes mencionados, para la ponderación de las categorías evaluadas, se realizó una encuesta muy breve a +30, personas para que sea representativa, para determinar el grado y orden de importancia que le otorgan estos encuestados a los diferentes ítems de la planilla.

Esta encuesta fue realizada a través de la plataforma de Google docs (Ver Anexos), y su difusión fue enteramente por vía mail. Los encuestados fueron seleccionados al azar, para que sus respuestas puedan ser auténticas. Las respuestas arrojadas fueron las siguientes:

Gráfico nº16



En base a estos porcentajes, se realizó la ponderación de las categorías expuestas en anteriormente.



- **Categorización de los Establecimientos**

Los establecimientos evaluados serán categorizados dentro de 5 categorías definidas.

Para determinar la amplitud de estos intervalos se utilizó la siguiente fórmula:

$$\frac{\text{Limite Superior} - \text{Limite Inferior} + 1}{\text{N}^\circ \text{ de Categorías de las Variables}} = \frac{140 - 0 + 1}{7} = 20.1 \%$$

Este límite superior fue establecido en 140 para que los intervalos quedaran conformados por 5 categorías, que serán:

Nivel 5: de 81 a 100% de puntuación (113 a 140 puntos)
Nivel de calidad EXCEPCIONAL

El alojamiento evaluado presenta niveles muy altos de calidad en todos los niveles de prestación de sus servicios. Los puntajes en las diferentes dimensiones fueron siempre altos. El establecimiento está preparado para satisfacer las necesidades de una demanda tanto nacional como internacional, garantizando una estdía satisfactoria.

Nivel 4: de 61 a 80% (85 a 112 puntos)
Nivel de calidad MUY BUENO

El alojamiento evaluado presenta niveles buenos de calidad en todos los niveles de prestación de sus servicios. Los puntajes en las diferentes dimensiones fueron altos, o medios en algunos ítems. El establecimiento está preparado para satisfacer las necesidades de una demanda nacional e internacional, aunque existen cierto aspectos que pueden ser mejorados.

Nivel 3: de 41 a 60% (57 a 84 puntos)
Nivel de calidad BUENO

El alojamiento evaluado presenta niveles buenos de calidad en la algunos de los niveles de prestación de sus servicios. Los puntajes en las diferentes dimensiones fueron variados, con marcadas deficiencias y puntos a mejorar. El establecimiento apunta generalmente a un público nacional regional no muy exigente, que no busque la calidad en los servicios como primordial.



Nivel 2: de 21 a 40% (29 a 56 puntos)
Nivel de calidad REGULAR

El alojamiento evaluado presenta niveles de calidad regulares y deficientes en la mayoría de los niveles de prestación de sus servicios. Los puntajes en las diferentes dimensiones fueron generalmente bajos. El establecimiento posee los servicios básicos (aunque deficientes) para recibir turistas, pero es poco probable que estos se retiren satisfechos.

Nivel 1: de 0 a 20% (0 a 28 puntos)
Nivel de calidad MALO

El alojamiento evaluado presenta niveles muy bajos de calidad en todos los niveles de prestación de sus servicios. Los puntajes en las diferentes dimensiones fueron siempre bajos. El establecimiento no está preparado para satisfacer las necesidades de una demanda, no pudiendo ser considerado como un alojamiento de "Turismo Rural".

5.3.3 Operacionalización de la variable para el estudio de la Demanda

Para el análisis de la Demanda se confeccionaron encuestas a turistas, para conocer su opinión sobre diferentes temáticas relacionadas al turismo y alojamiento en cada localidad.

A continuación, se explica como quedará conformada la estructura de los datos y su medición:

Universo de Estudio (U/E): Azcuénaga y Villa Ruiz

Si bien el estudio de la presente investigación hace foco y diferencia claramente dos polos turísticos dentro de un mismo partido, para el análisis de la demanda se decidió conformar un único U/E.

La importancia de conocer la opinión de la demanda recae en el hecho de saber cuáles son sus sentimientos y pensamientos en cuanto a los destinos rurales que visitaron. Por lo tanto, el análisis de las respuestas obtenidas mediante las encuestas se analizarán como componentes de un único universo de estudio.

La sección de la encuesta que indaga sobre sus opiniones sobre los alojamientos, sin embargo, al detallar el nombre del establecimiento en el cual pernoctaron, no deja lugar a duda de la localidad en la que se encuentra ubicada.



Unidad de Análisis (U/A)

Las Unidades de Análisis son los elementos menores y no divisibles que componen el universo de estudio de una investigación. Dentro de cada Universo de estudio, existirán las siguientes unidades de análisis:

U/A : Cada turista/huésped encuestado de la localidad de Azcuénaga y Villa Ruiz

A continuación se presenta como se estructuró la metodología de análisis de las U/A:

U/A : Cada turista/huésped encuestado del U/E.

Variable 1: Sexo

Valor:

- a) Femenino
- b) Masculino

Variable 2: Lugar de Procedencia

Valor:

- a) Capital Federal
- b) Gran Buenos Aires
- c) Resto de la Provincia de Buenos Aires
- d) Resto del País
- e) Resto del Mundo

Variable 3: Edad

Valor:

- a) 18 a 30 años
- b) 30 a 45 años
- c) 45 a 60 años
- d) Más de 60 años

Variable 4: Acompañantes

Valor:

- a) Solo
- b) En pareja
- c) Amigos
- d) Familia

Variable 5: Nivel de ocupación



Valor:

- a) Profesional
- b) Estudiante
- c) Jubilado
- d) Empleado
- e) Ama de casa
- f) Desocupado
- g) Otra

Variable 6: Motivación

Valor:

- a) Ocio/Recreación
- b) Eventos
- c) Negocios
- d) Cultural
- e) Gastronómico

Variable 7: Tiempo de permanencia

Valor:

- a) 1 noche
- b) 2 a 3 noches
- c) Más de 3 noches
- d) Sin pernocte

Variable 8: Actividades que realizó

Valor:

- a) Paseos a pie
- b) Actividades náuticas
- c) Actividades deportivas
- d) Paseos a caballo
- e) Actividades culturales
- f) Asistencia a eventos
- g) Actividades gastronómicas

Variable 9: Método de transporte

Valor:

- a) Transporte público
- b) Vehículo propio

Variable 10: Estado de los accesos

Valor:



- a) Buen estado
- b) Regular estado
- c) Mal estado

Variable 11: Señalización de acceso

Valor:

- a) Buen estado
- b) Regular estado
- c) Mal estado

Variable 12: Conoce el programa Pueblos Turísticos

Valor:

- a) Si
- b) No

Variable 13: Nivel de satisfacción con el destino

Valor:

- a) Muy satisfecho
- b) Satisfecho
- c) Regular
- d) Desilusionado

Variable 14: Medio por el cual conoció el establecimiento

Valor:

- a) Internet
- b) Recomendaciones
- c) Diarios/Revistas
- d) Organismos oficiales
- e) Entidades privadas
- f) Otros

Variable 15: Reserva previa en el alojamiento

Valor:

- a) Si
- b) No

Dimensión 1: Personal

Variable a: Amabilidad

Valores:



- a) Excelente
- b) Bueno
- c) Malo

Dimensión 1: Personal

Variable b: Rapidez del Servicio

Valores:

- a) Excelente
- b) Bueno
- c) Malo

Dimensión 1: Personal

Variable c: Eficacia

Valores:

- a) Excelente
- b) Bueno
- c) Malo

Dimensión 1: Personal

Variable d: Idiomas que maneja

Valores:

- a) Excelente
- b) Bueno
- c) Malo

Dimensión 1: Personal

Variable e: Oferta de Actividades extra

Valores:

- a) Excelente
- b) Bueno
- c) Malo

Dimensión 2: Alimentos

Variable a: Calidad del desayuno

Valores:

- a) Excelente



- b) Bueno
- c) Malo

Dimensión 2: Alimentos

Variable b: Presentación

Valores:

- a) Excelente
- b) Bueno
- c) Malo

Dimensión 2: Alimentos

Variable c: Comida típica

Valores:

- a) Excelente
- b) Bueno
- c) Malo

Dimensión 2: Alimentos

Variable d: Precios adecuados

Valores:

- a) Excelente
- b) Bueno
- c) Malo

Dimensión 3: Servicios

Variable a: Lavandería

Valores:

- a) Excelente
- b) Bueno
- c) Malo

Dimensión 3: Servicios

Variable b: Traslados

Valores:

- a) Excelente
- b) Bueno



c) Malo

Dimensión 3: Servicios

Variable c: Wi-fi

Valores:

- a) Excelente
- b) Bueno
- c) Malo

Dimensión 3: Servicios

Variable d: Restaurant

Valores:

- a) Excelente
- b) Bueno
- c) Malo

Dimensión 3: Servicios

Variable e: Limpieza general

Valores:

- a) Excelente
- b) Bueno
- c) Malo

Dimensión 3: Servicios

Variable f: Limpieza de las habitaciones

Valores:

- a) Excelente
- b) Bueno
- c) Malo

Dimensión 4: Instalaciones

Variable a: Decoración

Valores:

- a) Excelente
- b) Bueno
- c) Malo



Dimensión 5: Instalaciones

Variable b: Calefacción

Valores:

- a) Excelente
- b) Bueno
- c) Malo

Dimensión 5: Instalaciones

Variable c: Higiene

Valores:

- a) Excelente
- b) Bueno
- c) Malo

Dimensión 5: Instalaciones

Variable d: Ventilación

Valores:

- a) Excelente
- b) Bueno
- c) Malo



Bloque VI

Análisis de la Oferta

6.1 Introducción

6.1.1 Oferta de Alojamiento: Azcuénaga

6.1.2 Oferta de Alojamiento: Villa Ruiz

6.1.3 Oferta de Alojamiento: Alrededores

6.2 Análisis de la Matriz de Datos

6.2.1 Análisis de los Alojamientos según la dimensión

6.2.2 Análisis de los Alojamientos a nivel general

6.3 Análisis de las Encuestas a residentes

6.3.1 Introducción

6.3.2 Análisis de las Tendencias



ANÁLISIS DE LA OFERTA

6.1 Introducción

En el presente bloque se analizarán los resultados obtenidos a través de las diferentes técnicas de recolección de datos utilizadas para evaluar la Oferta de alojamientos de campo.

En primer lugar, se procederá a detallar en cada Universo como es que se compone dicha Oferta. Se confeccionará una ficha técnica de cada Establecimiento presentando sus características, fotografías y datos pertinentes.

Luego de presentados todos los establecimientos evaluados de los 3 Universos de Estudio considerados, se procederá a realizar una Matriz de datos con los resultados que se obtuvieron a través de la Planilla de Evaluación. Además, se realizará una conclusión del nivel de los mismos, incluyendo también los datos obtenidos mediante las Encuestas a los propietarios y cualquier consideración extra que se crea conveniente agregar en ese apartado.

Una vez finalizado el análisis de cada alojamiento, se podrá llegar a una conclusión general en cuanto al nivel de servicios de los alojamientos presentes en cada U/E, cumpliendo así con el Objetivo general n°2.

6.1.1 Oferta de Alojamiento: Azcuénaga

Gráfico n°17

Nombre del Establecimiento	Dirección	Tipo de Alojamiento
<i>El Árbol caído</i> (U/A 1)	Pedro Sillón (entre La Olvidada y Elena Ham).	Casa Rural
<i>La Casona de Toto</i> (U/A 2)	Av. Pablo Terrén s/n.	Hostería
<i>La Negrita Casa Hotel</i> (U/A 3)	Km. 97,5 de la Ruta N° 8.	Hotel Rural
<i>Chacra Don Alberto Freggiaro</i> (U/A 4)	Ruta Numero 193 s/n.	Casa Rural



La Sofía Polo (U/A 5)	Cuartel 6, Azcuénaga	Hotel Boutique
--------------------------	-------------------------	----------------

Fuente de elaboración propia en base a datos de la Municipalidad de S.A. de Giles

TOTAL DE ALOJAMIENTOS EN AZCUENAGA (U/E 1): 5.

- **Alojamiento Rural “El Árbol Caído”**

Tipo de alojamiento: Casa Rural

Ubicación: Pedro Sillón entre Elena Ham y La Olvidada, Azcuénaga.

Nº de plazas: 3 habitaciones / 10 huéspedes.

Tarifa: \$200.- por persona por noche (aproximado).

Servicios:

- Estacionamiento gratuito
- Calefacción
- Wi-fi
- Desayuno incluido
- Tv por cable
- Cocina

Actividades:

- Préstamo de bicicletas
- Contratación de actividades
- Cancha de fútbol

Eventos:

No.

Página web:

No tiene.

- **Hostería La casona de Toto**

Tipo de alojamiento: Hostería

Ubicación: Av. Pablo Terrén s/n

Nº de plazas: 2 habitaciones / 5 huéspedes.

Tarifa: \$400.- por habitación.

Servicios:

- Desayuno Incluido
- Pensión completa (opcional)



- Restaurant

Actividades:

- Préstamo de Bicicletas
- Caminatas

Eventos:

No realizan.

Página web:

No tiene

- **La Negrita Casa Hotel**

Tipo de alojamiento: Hotel Rural

Ubicación: Km. 97,5 de la Ruta N° 8, Azcuénaga.

N° de plazas: 2 habitaciones / 5 huéspedes.

Tarifa: \$3500.- por día (se alquila todo el lugar).

Servicios:

- Aire acondicionado
- Piscina (Tanque Australiano)
- Plan de pensión completa
- Salón de juegos
- Media pensión opcional

Actividades:

- Caminatas
- Alquiler bicicletas
- Cabalgatas

Eventos:

- Día de campo
- Contratación especial para eventos

Página web:

<http://www.lanegritacasahotel.com.ar/>

- **Chacra Don Alberto Freggiaro**

Tipo de alojamiento: Casa Rural

Ubicación: Ruta Numero 193 s/n, Azcuénaga.



Nº de plazas y Tarifas:

- Habitación compartida (4 camas): \$1295.-
- Habitación individual: \$216.-
- Casa de Campo (dos dormitorios) : \$216.-

Servicios:

- Piscina
- Parrilla
- Desayuno no incluido en la tarifa
- Restaurant
- Estacionamiento gratuito

Actividades:

- Cabalgatas
- Préstamo de bicicletas

Eventos:

Día de campo.

Página web:

No tiene.

- *La Sofía Polo*

Tipo de alojamiento : Hotel Boutique

Ubicación: Cuartel 6, Azcuénaga

Nº de plazas: 15 huéspedes.

- Dos Grand Suites: La Gran Suite del Patrón & La Gran Suite Pampa.
- Dos Superior Suites: El Cuarto Viejo & La Suite Polo.
- Dos Junior Suites - La Suite de las Flores & La Suite de los Pájaros.

Tarifa: A partir de \$1800.- por suite por noche, desayuno incluido. Pensión completa y actividades extras, opcional.

Servicios:

- Wi-fi
- Tv satelital
- Biblioteca
- Cava privada
- Piscina
- Parrilla

Actividades:

- Equitación
- Escuela de Polo
- Polo

Eventos:

Si se pueden realizar en el predio.

Página web:

<http://www.lasofiapolo.com/>

6.1.2 Oferta de Alojamiento: Villa Ruiz

U/E 2

Gráfico n°18

Nombre del Establecimiento	Dirección	Tipo de Alojamiento
<i>Estancia Vieja</i> (U/A 6)	Av. Rivadavia km 16, 5 y Alem	Hotel de Campo

Fuente de elaboración propia en base a datos de la Municipalidad de S.A. de Giles

TOTAL DE ALOJAMIENTOS EN VILLA RUIZ: 1

- **Estancia Vieja Hotel de campo.**

Tipo de alojamiento: Hotel de Campo

Ubicación: Av. Rivadavia km 16, 5 y Alem

N° de plazas: 6 habitaciones / 15 huéspedes.

Tarifa: \$1200.- habitación base doble (desayuno incluido).

Servicios:

- Wi-fi
- Aire Acondicionado frío/calor
- Piscina
- Estacionamiento gratuito
- Restaurant

Actividades:

- Cancha de futbol
- Granja
- Juegos infantiles

Eventos:

Si, realizan eventos sociales y corporativos

Página web:

<http://www.estanciaviejaweb.com.ar>



Actualmente, no en funcionamiento.

6.1.3 Oferta de Alojamiento: Alrededores

El último Universo de estudio considerado es aquel compuesto por los establecimientos que brindan hospedaje en los alrededores de las localidades estudiadas (U/E 3). Los mismos fueron seleccionados por presentar características similares a lo que se busca analizar con la presente investigación. Todos ellos son alojamientos de campo, que se encuentran en el Partido de San Andrés de Giles.

A continuación se muestra un cuadro con la descripción de la composición del Universo, para luego pasar a realizar la ficha técnica correspondiente a cada establecimiento analizado.

Alojamientos en localidades cercanas

Gráfico n°19

Nombre del Establecimiento	Dirección	Tipo de Alojamiento
<i>Estancia Los Candiles</i> (U/A 7)	Ruta 8 km 95.5	Estancia
<i>Les Aldudes</i> (U/A 8)	Ruta 7 km 99.9	Hostería Rural
<i>Campo Oasis</i> (U/A 9)		Hotel de Campo

Fuente de elaboración propia.

- **Estancia Los Candiles**

Tipo de alojamiento: Estancia

Ubicación: Ruta 8 km. 95.5, Solís.

N° de plazas: 4 habitaciones / 12 personas.

Tarifa: \$2500.- por habitación. Pensión completa.

Servicios:

- Piscina
- Pensión completa
- Tv satelital
- Calefacción
- Estacionamiento gratuito

Actividades:

- Paseos a caballo
- Paseos en carruaje
- Sala de juegos
- Fútbol/Vóley
- Bicicletas
- Avistaje de aves

Eventos:

Realizan eventos sociales y corporativos.

Página web:

<http://www.estanciaoscandiles.com.ar/>

- **Les Aldudes Hostería Rural**

Tipo de alojamiento: Hostería Rural

Ubicación: Ruta 7 km 99.9, San Andrés de Giles

Nº de plazas: 5 habitaciones/ 15 personas.

Tarifa: \$940.- habitación doble.

Servicios:

- Piscina
- Parrilla
- Desayuno Incluido
- Calefacción a leña
- Wi-fi
- Estacionamiento gratuito

Actividades:

- Visitas guiadas
- Vuelos bautismo (en aeródromo)
- Sala de juegos
- Spa

Eventos:

No realizan.

Página web:

<http://www.lesaldudes.com.ar/>

- **Campo Oasis Hotel & Lodge de Campo**

Tipo de alojamiento: Hotel de Campo

Ubicación: Ruta 7, km 114, San Andrés de Giles.

Nº de plazas y Tarifas: 8 habitaciones / 22 personas.

- Habitación doble: 2 habitaciones - \$1800.-



- Habitación triple: 2 habitaciones - \$3300.-
- Habitación cuádruple: 4 habitaciones - \$4600.-

Servicios:

- Desayuno incluido
- Wi-fi
- Aire acondicionado / Calefacción
- Hidromasaje
- Piscina
- Restaurant
- Estacionamiento gratuito
- Servicios de traslado

Actividades:

- Senderismo
- Equitación
- Mini golf
- Dardos
- Personal de animación
- Granja

Eventos:

Realizan eventos sociales.

Página web:

<http://campooasis.com.ar/>



6.2 Análisis de la Matriz de Datos

La Matriz de datos de la oferta de alojamiento en los diferentes U/E, fue realizada en base a los datos extraídos de las planillas de observación que se confeccionaron para el estudio de la oferta en la salida de campo. Según la ponderación establecida en el punto (AGREGAR PUNTO), la misma quedó confeccionada de la siguiente manera:

Gráfico n°20

OFERTA DE ALOJAMIENTOS										
U/E	U/A	Dimensiones							Total	Total U/E
		1	2	3	4	5	6	7		
1	1	7	4	24	5	19	7	4	70	89
	2	7	0	14	3	19	5	8	56	
	3	4	17	20	11	19	15	12	98	
	4	7	17	24	13	19	15	8	103	
	5	17	26	21	13	13	13	15	118	
2	6	13	26	24	10	19	10	11	113	113
3	7	10	26	24	14	19	17	15	125	124.6
	8	14	26	24	12	19	12	15	122	
	9	17	26	24	13	19	16	15	130	

Fuente de elaboración propia.

A raíz de la misma, se realizará una evaluación de los alojamientos según cada dimensión considerada, y luego un análisis del alojamiento según el nivel de servicios que ofrece.

6.2.1 Análisis de los Alojamientos según la dimensión

- **Accesos e Indicadores:**

La accesibilidad en los destinos rurales es un factor clave para la prosperidad del lugar. Los estados de los caminos que conectan con los principales centros urbanos deben estar en buenas condiciones para permitir una fluida conexión con los mismos, y atraer turistas hacia el destino.

En el caso del Partido de San Andrés de Giles, el principal acceso es por Ruta Nacional 7, la cual se encuentra en buen estado. Puede resultar, por otro lado, un trayecto costoso viniendo desde Capital Federal, ya que presenta 3 Peajes en su recorrido. Pero por otro lado, la conexión con Luján (el centro urbano más próximo) es fluida y existen diversos medios para moverse entre los partidos.

En cuanto a los accesos a Azcuénaga y Villa Ruiz, particularmente, los mismos cuentan con un camino principal pavimentado para cada uno, lo cual no representa dificultades en el acceso. Más allá de estos caminos

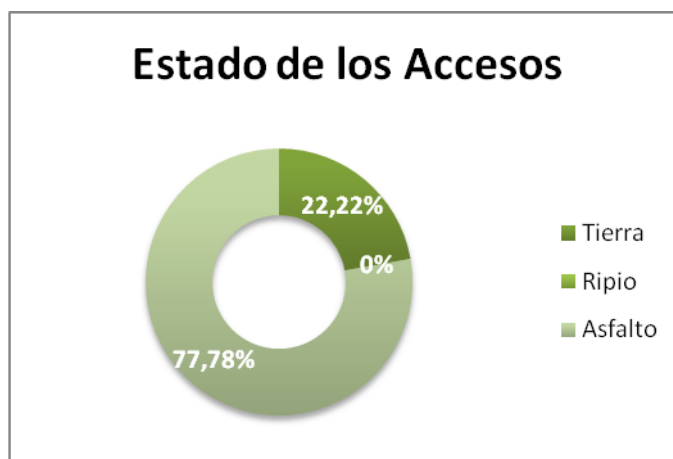


principales, existen conexiones internas entre los mismos, mayormente utilizando caminos de tierra. Estos se encuentran en buen estado, pero su señalización no es buena, y transitar por ellos no es recomendable, a menos que se conozca el camino de antemano.

Los establecimientos evaluados de los U/E 1 y 2 poseen mayormente caminos de llegada asfaltados, ya que se encuentran sobre la calle principal, o bien sobre la Ruta n°193 o Calle Rivadavia (Conexión entre Carlos Keen y Villa Ruiz).

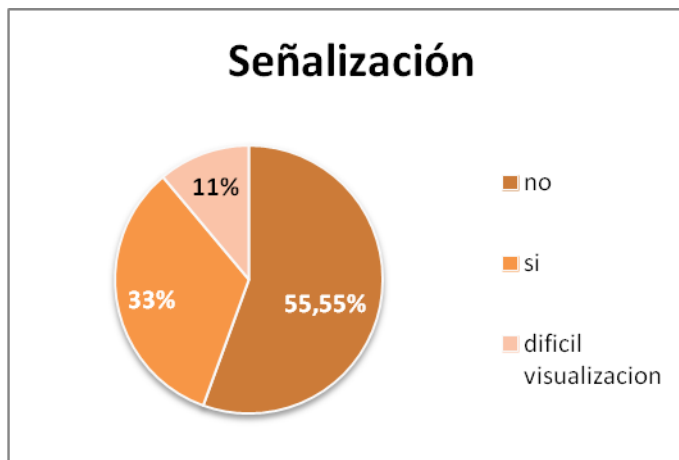
Los únicos que tienen camino de tierra son “El Árbol Caído” y “La Negrita Casa Hotel”.

En el U/E 3 todos poseen acceso de asfalto.



En cuanto a la Señalización hacia los mismos, en los U/E 1 y 2 sólo cuentan con señalización “La Sofía Polo” y “La Negrita Casa Hotel” (aunque en esta última es de difícil visualización). Ninguno de los otros alojamientos evaluados posee cartelera o algún tipo de señalización del camino hacia el establecimiento. Algunos poseen solamente en la puerta, indicando el nombre, y otros, como el caso de “El Árbol Caído”, no posee cartel de señalización en el propio lugar.

En el U/E 3 el único que no posee señalización es Los Candiles, solamente un cartel indicativo del nombre en la entrada al lugar.



En lo referido a la cartelera que indica tarifas y distinción de los sectores en cada uno de los alojamientos, en la mayoría de ellos (U/E 1 y 2) no estaba presente. Los únicos casos en que sí estaba presente eran en “Estancia Vieja” y “La Sofía Polo”. El resto de los alojamientos, presumiblemente por ser casas particulares que ofrecen servicios de alojamiento, no contaban con estas señalizaciones.

En el U/E 3 ninguno contaba con las tarifas visibles.

- **Estado Edificio:**

En la encuesta realizada para la ponderación de las categorías, el ítem de Estado Edificio fue elegido como el factor más importante para el público que consume estos servicios.

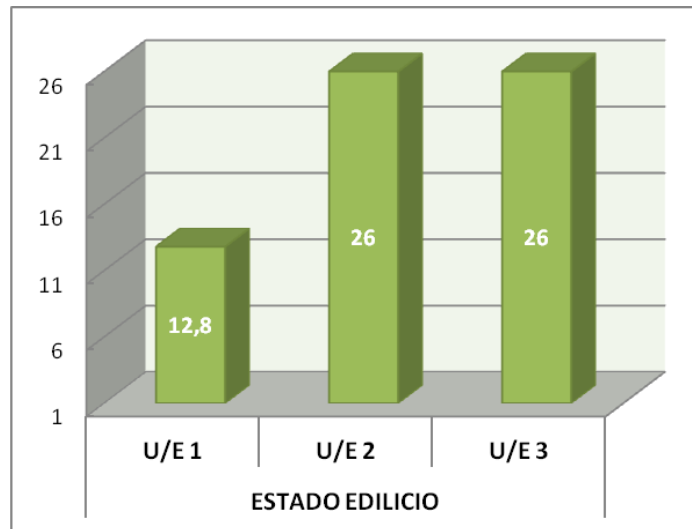
El Estado edificio es fundamental para atraer turistas y que éstos se sientan atraídos hacia el lugar. En la presente investigación, se evaluaron dos aspectos del mismo: el estado de conservación y nivel de limpieza del lugar.

En los U/E 1 y 2 los valores arrojados por las planillas de observación en este ítem fueron muy bajos, a excepción de “La Sofía Polo” y “Estancia Vieja”.

El más bajo fue “La Casona de Toto”, seguido por “El Árbol Caído”. En ambos casos, los establecimientos eran casas de familia, por lo tanto no cuentan con el nivel de limpieza y conservación propio de un establecimiento que se dedique exclusivamente al alojamiento.

Nota: Cabe remarcar que en las visitas al pueblo de Azcuénaga y al indagar por “La Casona de Toto” la reacción de la Comunidad era negativa. Se lo tiene calificado al lugar como “sucio” y “poco prolijo”, hecho que se pudo confirmar al realizar la visita al lugar.

En el U/E 3, sin embargo, los niveles obtenidos en esta categoría fueron excelentes en todos los casos.



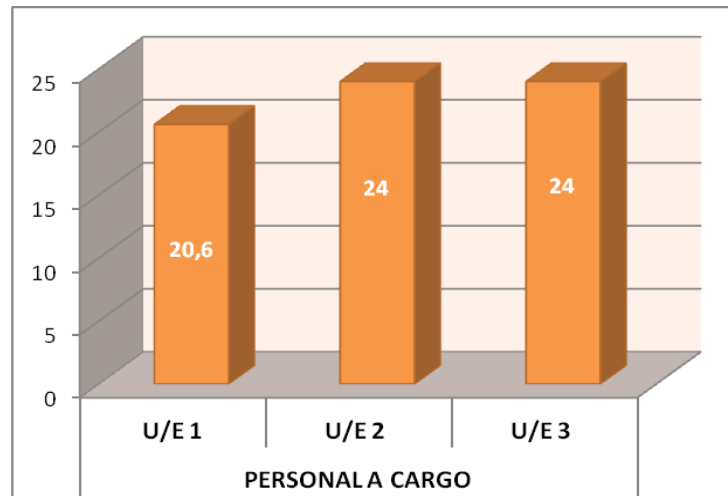
- **Personal a cargo:**

El contacto con las personas es muy importante en los servicios de hospedaje, y con más razón, en aquellos hospedajes de tipo rural. El turista que consume este tipo de servicios busca, generalmente, un trato cercano, en donde puedan vivenciar y conocer el estilo de vida de las personas con las que tienen contacto.

En las diversas observaciones realizadas, se analizaron dos aspectos fundamentales a tener en cuenta en el personal que esté a cargo de los establecimientos: el nivel de atención del personal y sus capacidades.

Es sorprendente que en los 3 U/E el nivel con el que se calificó al personal sea "muy bueno" o "excelente". Si bien se detectaron varias fallas (no hablan idiomas o en algunos casos no conocen mucho sobre la oferta de las localidades), en el resto de los ítems evaluados todos los alojamientos tuvieron buenos niveles de calidad del personal.

Esto es un punto muy a favor de las localidades evaluadas, ya que como se mencionó anteriormente, la calidez y trato del personal es un factor que la demanda le otorga mucha importancia, especialmente en el Turismo Rural.



- **Servicios y Equipamiento:**

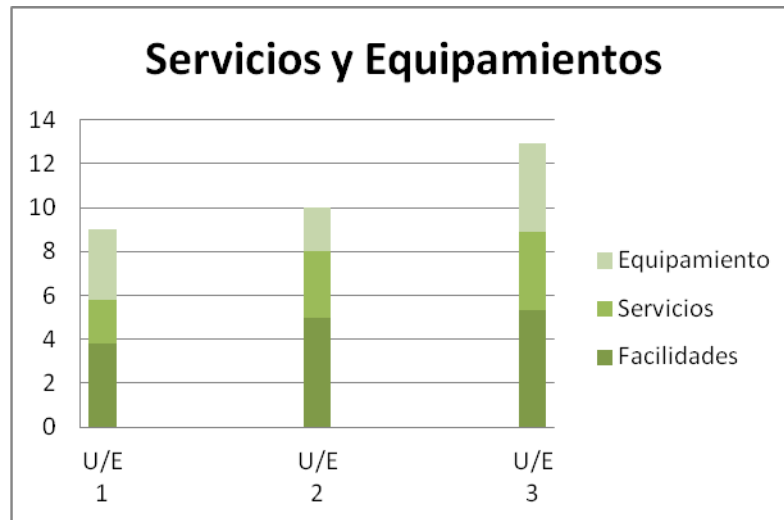
Un factor muy importante a tener en cuenta en los servicios de alojamientos, son las facilidades y equipamientos con las que se dispone. Para cada tipo de oferta, se corresponde un cierto tipo de servicios que se espera de la misma.

En los alojamientos de campo, lo principal que buscan los consumidores son tanto actividades y servicios relacionados con el ámbito rural. De cualquier forma, un buen equipamiento con las últimas tecnologías y comodidades ayudará a que el lugar sea considerado de mayor calidad.

En la observación realizada, se evaluaron 3 aspectos principales: las facilidades con las que cuentan los alojamientos, los servicios adicionales con los que disponen y el equipamiento en las habitaciones.

Los niveles más bajos en cuanto a este punto fueron percibidos en el U/E 1, particularmente en los alojamientos "El Árbol Caído" y "La Casona de Toto". El abanico de servicios y facilidades ofrecidos por ambos es muy limitado. Del mismo modo, "La Sofía Polo" por más que sea un gran establecimiento de calidad, no ofrece demasiada gama de servicios. Esto se debe a que se encuentra muy enfocado hacia el polo, y deja de lado otro tipo de servicios.

El U/E 2 y el 3, sin embargo, la oferta de servicios, facilidades y equipamiento en las habitaciones es muy buena. Todos los alojamientos evaluados presentan una oferta suficiente como para complacer a una demanda exigente, tanto nacional como internacional.



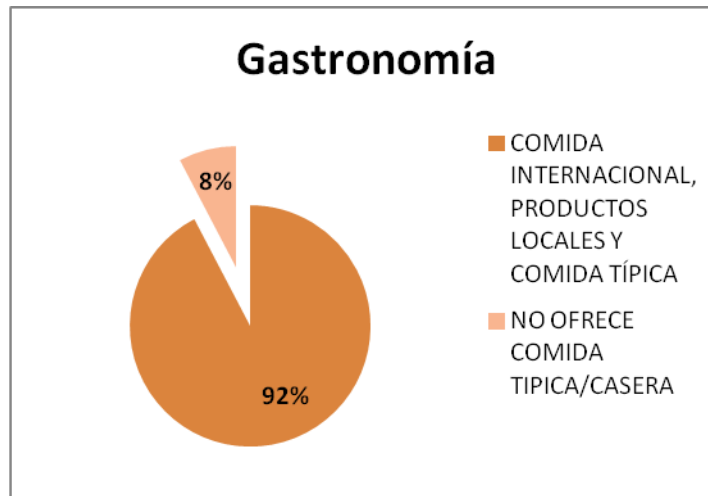
- **Gastronomía**

La Gastronomía local es uno de los principales atractivos para los turistas que visitan localidades rurales. Es un aspecto indivisible de la esencia del lugar que se visita, y en donde se puede hallar parte de su historia.

En esta investigación, la gastronomía se tomó como un aspecto más a evaluar dentro de los ítems de la planilla de observación. Se consideró que un alojamiento de tipo rural debe tener, al menos en una pequeña proporción, un servicio de gastronomía que utilice productos locales para que los huéspedes conozcan.

Analizando los resultados obtenidos, el punto gastronómico es otro como el caso del personal, que llama la atención. En todos los alojamientos evaluados los niveles de gastronomía fueron muy altos. Aún en los casos de “El Árbol Caído” y “La Casona de Toto”, que presentan los niveles más bajos en general, ambos establecimientos ofrecen alternativas gastronómicas interesantes.

El resto de los alojamientos tiene una oferta gastronómica muy interesante, que incluye productos locales y comidas típicas, mezclado con la tradicional oferta internacional. Solamente en el caso de “La Sofía Polo” tuvo un nivel un poco más bajo, ya que no ofrecen comida típica o casera. Igualmente, el nivel gastronómico de este establecimiento es alto y de buena calidad.



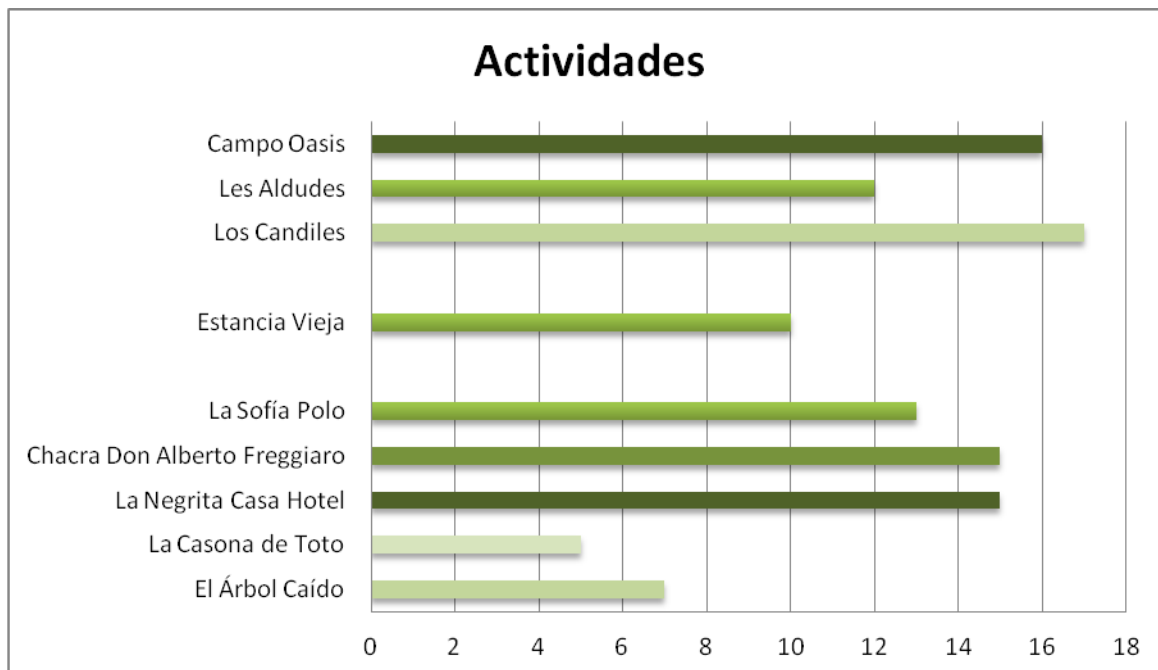
- **Actividades:**

Además de los servicios propios del alojamiento, las actividades extras que se puedan realizar dentro del mismo son muy requeridas por los turistas. En el caso de que no se cuente con esta opción dentro de las inmediaciones del establecimiento, se puede disponer de empresas que realicen este tipo de actividades, y ofrecer las contrataciones directamente desde el alojamiento.

En la presente investigación se evaluaron las actividades en los establecimientos desde dos aspectos: la variedad y la calidad en la prestación de las mismas.

En los U/E 1 y 2 los niveles se encuentran divididos. Por un lado, “La Casona de Toto” y “el Árbol Caído” no presentan una gran oferta de actividades ni demasiada calidad en las mismas. Su oferta se encuentra limitada al espacio físico y equipamiento con el que cuenta, el cual no es muy amplio, y por lo tanto no pueden ofrecer una calidad adecuada en las actividades. Si dan la posibilidad de contratación de actividades de manera externa al alojamiento.

El resto de los alojamientos del U/E 1, 2 y 3 presentan niveles de calidad y variedad de actividades bueno.

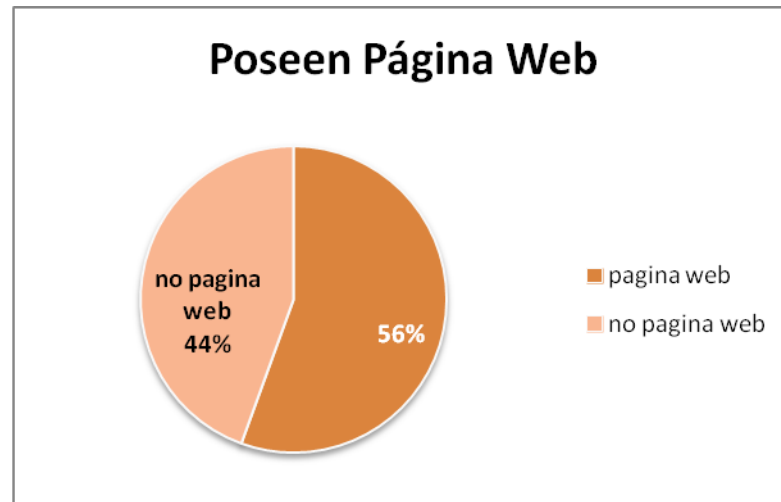


- **Comunicación y promoción:**

Todos los anteriores ítems mencionados son de mucha importancia en la prestación de los servicios de alojamiento. Sin embargo, no se puede concebir una oferta que no sea difundida por los canales adecuados y con la que no pueda comunicarse fácilmente.

Los aspectos evaluados por la presente investigación en cuanto a la comunicación y promoción del Establecimiento se relacionan con los medios por los cuáles se puede conocer y contactarse con el lugar.

En los U/E 1 y 2 la mayoría de los alojamientos no tienen página web. Solamente “La Negrita Hotel Rural” y “La Sofía Polo”. Sin embargo, los demás alojamientos si son promocionados en folletería de distribución en San Andrés de Giles, así como cierta presencia en redes sociales y portales (como TripAdvisor, Despegar, Booking, etc.).



Los alojamientos pertenecientes al U/E 3 cuentan todos ellos con una página web propia, así como difusión en medios especializados, y en algunos casos, contrataciones mediante agencias de viajes.

6.2.2 Análisis de los Alojamientos a nivel general

A continuación, se presentará una conclusión de los resultados obtenidos mediante las planillas de observación de cada Establecimiento evaluado.

- **El Árbol Caído**

Puntaje obtenido mediante Planilla de Observación: 70

Nivel de Calidad: Bueno.

Este alojamiento funciona dentro de la Casa particular de sus dueños. Tiene como particularidad que los dueños son de Capital Federal, y se encuentran en Azcuénaga solamente los fines de semana, o en caso de que tengan una reserva previa. Por lo tanto, no funciona principalmente como Hospedaje, sino como Vivienda.

Los niveles obtenidos por este establecimiento son buenos, pero bajos en comparación con la oferta de la zona, especialmente en los alrededores de Azcuénaga.

Sus puntos a favor son principalmente la atención del personal (dueños de la casa), quienes residen hace varios años en Azcuénaga y conocen muy bien a su gente y sus costumbres, y por otro lado la gastronomía. Si bien no cuentan con un restaurant, si ofrecen desayunos incluidos en la tarifa, y se puede arreglar una estadía con pensión completa, a elección del huésped.

Es un entorno verdaderamente íntimo, que no es apto para cualquier tipo de huéspedes. Cuentan con 3 habitaciones, de las cuales sólo alquila 2, ya que



en la tercera se hospedan los dueños. Existe, por lo tanto, un contacto permanente entre huéspedes, dueño y demás personas hospedadas, ya que es un espacio pequeño.

Al ser casa particular, no cuenta con las facilidades, servicios y comodidades de un Alojamiento que se dedique exclusivamente a ello. Por eso, se concluye que esta propuesta podría interesar mayormente a un público que busque algo económico, cerca del centro de Azcuénaga, donde se pueda conocer bien la realidad de la localidad, y no busque las comodidades de un alojamiento convencional.

- **La Casona de Toto**

Puntaje obtenido mediante Planilla de Observación: 56

Nivel de Calidad: Regular.

Este es el alojamiento que obtuvo las calificaciones más bajas. Se da en general en todos los aspectos evaluados, a excepción de lo ya remarcado (personal y alojamiento). Su Restaurant tiene una mejor reputación que sus servicios de alojamiento, y sus comensales se encuentran muy conformes con el nivel brindado.

Lo evaluado del lugar de alojamiento no fue para nada satisfactorio. Las instalaciones son muy precarias, y al igual que "El Árbol caído", también es casa particular. Pero estas se encuentran en un peor estado que el alojamiento anterior. Ofrecen menos servicios, y aunque los dueños se muestran amables y respetuosos, no parecían tener demasiada información sobre la localidad, u ofrecer demasiadas actividades.

También es uno de los alojamientos más económicos, pero tiene muchas falencias en diversos aspectos. Como punto fuerte, se puede mencionar: su ubicación sobre la Avenida principal de Azcuénaga (Av. Terrén), su conocimiento popular gracias a su Restaurant y su difusión en folletería de San Andrés de Giles.

- **La Negrita Casa Hotel**

Puntaje obtenido mediante Planilla de Observación: 98

Nivel de Calidad: Muy Bueno.

Este alojamiento tiene la particularidad de que, al reservar, la única opción posible es la de cerrar el establecimiento para uso exclusivo de los



huéspedes y anfitriones. Por un lado, esto es un atractivo invaluable para quienes busquen disfrutar completamente de su estadía en este alojamiento rural, y tener todos los servicios y facilidades a su disposición.

En general, se nota un grado de profesionalismo y vocación mucho mayor en este establecimiento. Sus dueños son más comprometidos con la difusión y con la satisfacción de sus huéspedes. Esto puede verse, por ejemplo, en la difusión del Establecimiento en medios especializados, como es Airbnb, que se dedica exclusivamente a la contratación de Bed & Breakfast.

Los aspectos evaluados en la visita al Establecimiento tuvieron valores muy buenos. Es muy fuerte en cuanto al Estado Edificio y Servicios que ofrecen, lo que lo destacan por sobre los alojamientos con categorizaciones más bajas.

Sus tarifas, sin embargo, ya tienen una variación significativa con respecto a los alojamientos antes mencionados, siendo esta mucho más elevada. Pero evidentemente apuntan a un público diferente, y quieren ser percibidos como oferentes de un alojamiento de calidad, hecho que se ve en cosas simples, como la calidad de sus amenities, los blancos que utiliza, servicios y equipamiento con los que cuenta, etc.

- **Chacra Don Alberto Freggiaro**

Puntaje obtenido mediante Planilla de Observación: 103

Nivel de Calidad: Muy Bueno.

Este establecimiento es uno de los productos más representativos del Turismo Rural. Emplazado en una antigua chacra familiar, sus dueños (Alemanes) decidieron abrir sus puertas al público, tanto como para hospedaje, como restaurant y día de campo.

Las instalaciones se encuentran en muy buen estado, tiene una interesante oferta de actividades para hacer, complementado por una buena gama de servicios adicionales. Se destaca su gran jardín arbolado, en el cual se pueden hacer diversas actividades al aire libre,

En el aspecto de comunicación, no cuentan con una página propia, pero sí tienen una importante difusión en internet, y son conocidos en Azcuénaga y recomendados.

Ofrecen dos tipos de hospedaje con tarifas bien diferenciadas. La primera opción es alojarse en un cuarto compartido, en donde se cobra una tarifa por persona, que es económica. La segunda alternativa es contratar el



Bungalow privado, que cuenta con dos dormitorios, cuya tarifa ya es mucho más costosa.

En líneas generales, el alojamiento se encuentra en muy buen estado, siendo una propuesta atractiva, tanto a nivel nacional, como internacional, y cuenta con los suficientes aditivos como para hacerlo interesante desde el análisis de los alojamientos rurales.

- **La Sofía Polo**

Puntaje obtenido mediante Planilla de Observación: 118

Nivel de Calidad: Excepcional

La Estancia Sofía Polo, se distingue notoriamente del resto de los establecimientos pertenecientes a Azuénaga. Se encuentra bastante alojado del núcleo poblacional de la localidad, pero sin embargo, su dirección la hace pertenecer a la localidad.

Es un establecimiento dedicado casi exclusivamente al Polo, ofreciendo todo tipo de actividades relacionadas con este deporte, así como también con la equitación y demás actividades a caballo. Cabe destacar que todos los caballos del lugar son de cría propia de la Estancia.

La Estancia que ofrecen como hospedaje se inclina a ser un Hotel Boutique, hecho que se confirma en lo limitado de la capacidad de plazas, el lujo y trato personalizado que ofrecen (características propias de un Hotel Boutique).

Este tipo de alojamientos atrae mucho a la demanda internacional, y aquella con mayor poder adquisitivo nacional, especialmente los adeptos al Polo.

Sus instalaciones se encuentran en perfecto estado, ofreciendo una interesante gama de servicios y actividades. El personal está bien formado, amable y respetuoso, garantizando una estadía más que agradable.

Sus tarifas difieren enormemente de aquellas que se encuentran en alojamientos más sencillos en Azuénaga, pero también apuntan a otro público.

- **Estancia Vieja**

Puntaje obtenido mediante Planilla de Observación: 113



Nivel de Calidad: Excepcional

Este establecimiento se encuentra localizado sobre Av. Rivadavia, pasando la localidad de Carlos Keen, llegando al pueblo de Villa Ruiz, a mano izquierda. Su ubicación es estratégica, ya que concentra la demanda de ambas localidades.

La visita a la Estancia permitió conocer sus instalaciones, las cuales obtuvieron calificaciones muy altas. Cuenta con una importante entrada arbolada, y un inmenso jardín, en muy buen estado.

El edificio tiene características de Estancia Rural muy bien conservadas, la fachada es atractiva y se mantiene este estilo a lo largo de todos los rincones del lugar.

Sus dueños son Ítalo-Argentinos, quienes aprecian el estilo de vida rural argentino, y se muestran orgullosos y complacidos de compartir el establecimiento con el público.

Ofrecen una variedad de actividades y servicios adicionales en el Establecimiento, además de contar con un importante Restaurant, abierto al público en general.

El equipamiento y decoración en las habitaciones es muy bueno, y acorde al estilo general del Establecimiento. Cuenta con las comodidades necesarias (a excepción de Tv con cable), y ofrece diversos servicios además del pernocte, Restaurant, Día de Campo y Organización de eventos de todo tipo.

- **Los Candiles**

Puntaje obtenido mediante Planilla de Observación: 125

Nivel de Calidad: Excepcional

Ubicado en la localidad de Solís, partido de San Andrés de Giles, la Estancia se destaca por el buen nivel de calidad que presenta. Cuenta con un gran jardín arbolado y en muy buen estado, con una gran piscina, rodeado de la clásica infraestructura rural.

Aún conserva parte de sus antiguas construcciones de cuando funcionaba como Haras El Candil, donde se criaban caballos de buena gama.



La Estancia es atendida por sus dueños, y los huéspedes se alojan en el Casco Principal de la estancia, donde gozan de una pensión completa, incluida en la tarifa.

En la evaluación del Establecimiento, esta Estancia obtuvo resultados muy buenos en todos los niveles relevados.

Ofrecen, además de hospedaje, opciones de Día de Campo y Eventos sociales y empresariales. Es muy solicitada para casamientos, o para realizaciones de Book de fotos, por la belleza de su entorno.

Su tarifa es alta en comparación con los alojamientos de Azcuénaga y Villa Ruiz, pero apuntan a un público más exigente.

- **Les Aldudes**

Puntaje obtenido mediante Planilla de Observación: 122

Nivel de Calidad: Excepcional

Su principal ventaja es la cercanía al centro de San Andrés de Giles (tan sólo 2kms), y el buen estado de sus accesos.

Es una Hostería Rural con una variedad enorme de actividades para hacer al aire libre. Cuenta con 5 habitaciones en donde hospedarse, con desayuno incluido, y varios servicios adicionales que complementan la estadía. El nivel edilicio es muy bueno, y su conservación y estado son adecuados.

Sus precios son un poco más bajos que las Estancias, por lo que lo hace una opción muy versátil para diferentes tipos de públicos.

Su ubicación estratégica permite una fluida comunicación con la Capital Federal, así como también, con las diferentes localidades del Partido.

- **Campo Oasis**

Puntaje obtenido mediante Planilla de Observación: 130

Nivel de Calidad: Excepcional

Este establecimiento recibió las calificaciones más altas, según los datos recogidos por la planilla de observación. Esto se refleja en todos los aspectos del Hotel: variedad de servicios, calidad de las actividades, calidez y eficacia del personal, buen estado edilicio, etc.



Cuenta con diversos servicios y actividades adicionales, como son: Granja, Spa (el único de los evaluados que tiene), Paseos en sulky, huerta, juegos para niños, arquería y dardo, golf, etc.

Se eligió considerar este establecimiento dentro de la oferta, ya que es un gran referente en cuanto a alojamiento en San Andrés de Giles. Si bien se ubica lejos de las localidades de Azcuénaga y Villa Ruiz (Ruta 7 km 114), sus huéspedes frecuentemente visitan las localidades del partido, visitando dichos pueblos.

El nivel de servicios propuesto por este Establecimiento es verdaderamente Excepcional, estando capacitados para satisfacer a una demanda tanto Nacional como Internacional.

6.3 Análisis de las Encuestas a residentes

6.3.1 Introducción

El propósito de la realización de encuestas a residentes, tanto de Azcuénaga como de Villa Ruiz, fue el de conocer su opinión en cuanto al turismo en la zona. Si bien no se les realizaron preguntas en cuanto a la oferta de alojamientos, al ser ellos parte de la comunidad donde el producto turístico cobra importancia, se creyó sería de utilidad para la presente investigación saber sus opiniones al respecto.

Se los analizará como una única U/A dentro de un mismo U/E, conformado por ambas localidades. Se decidió de esta forma, ya que lo que importa es saber en forma general su opinión para con el turismo y el programa Pueblos Turísticos, más puntualmente.

Los datos recogidos y analizados corresponden a una muestra tomada entre 12/12/14 al 24/01/2015 de 15 personas. Se muestra a continuación un gráfico explicativo de cada ítem abarcado por dichas encuestas y los resultados que se obtuvieron.

6.3.2 Análisis de las tendencias

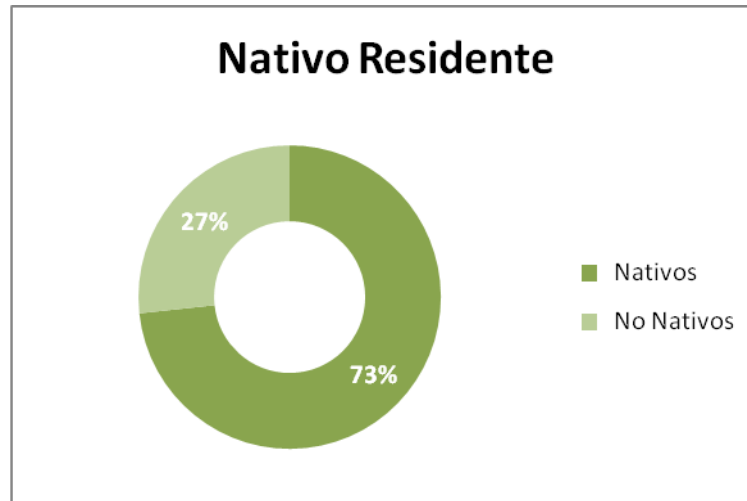
El motivo que llevó a realizar encuestas a los residentes de la zona fue para poder tener una mejor comprensión de la mirada por parte de quienes componen el destino turístico. Resulta de interés para los fines de la presente investigación el saber su opinión con respecto al turismo, al programa pueblos turísticos, así como también conocer la forma en que se relaciona su vida diaria con el turismo.

La composición de sus respuestas quedó de la siguiente forma:

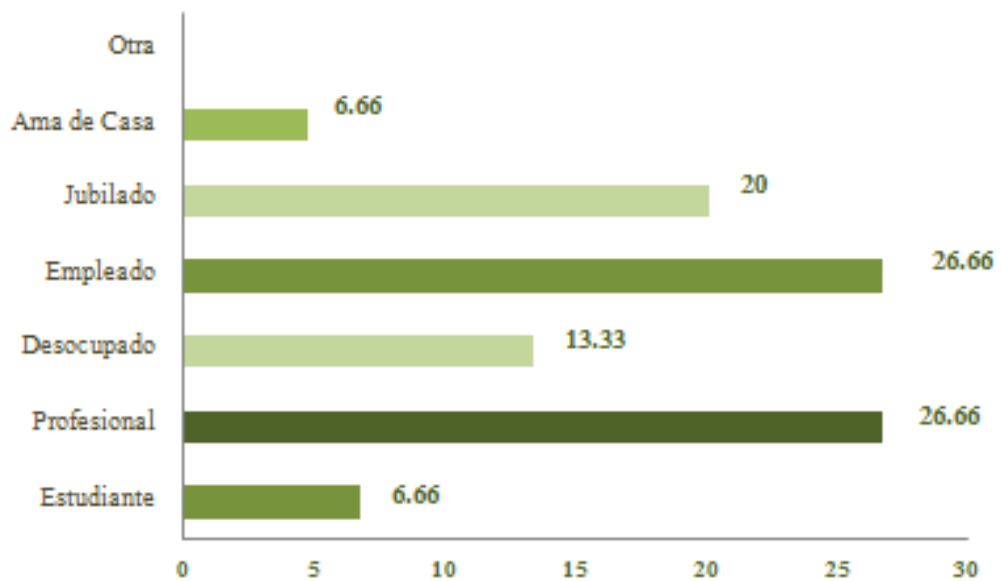
Cantidad de entrevistados: 15



- Factores personales



Nivel de Ocupación



SI Relacionado: 86.6%

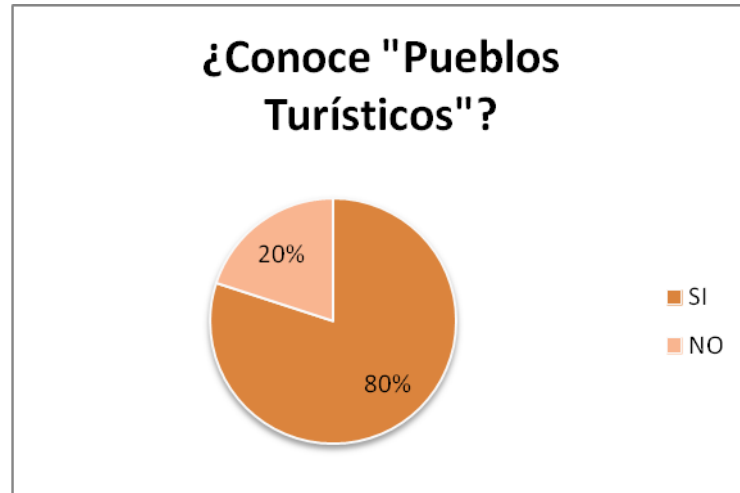
NO relacionado: 13.4%

Directa 53.84%

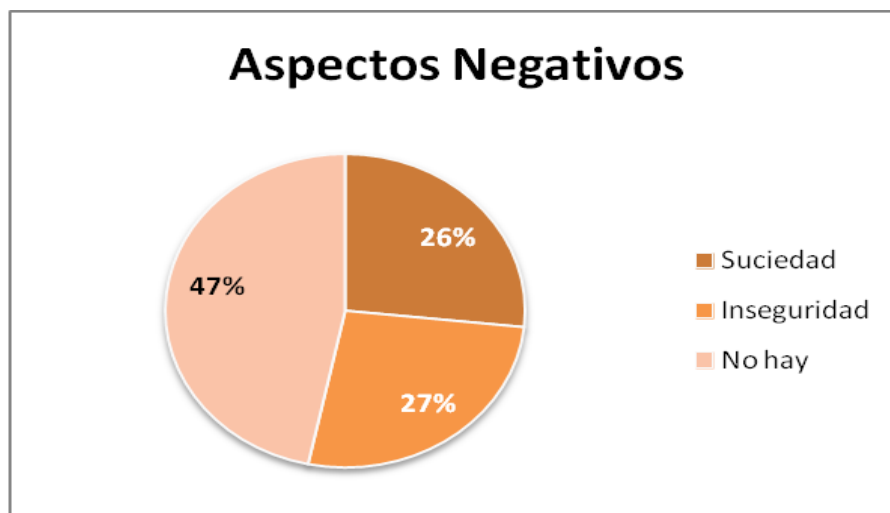
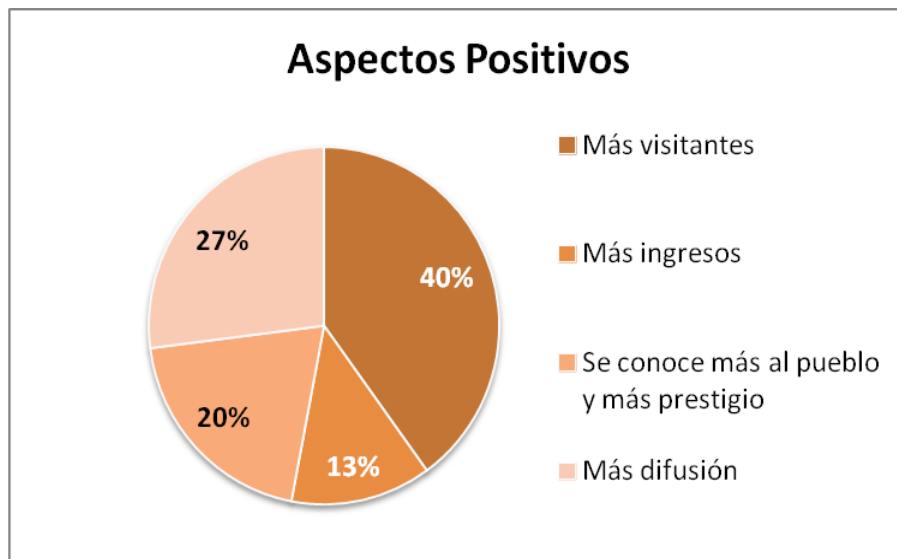
Indirecta 46.16%



- Programa pueblos turísticos

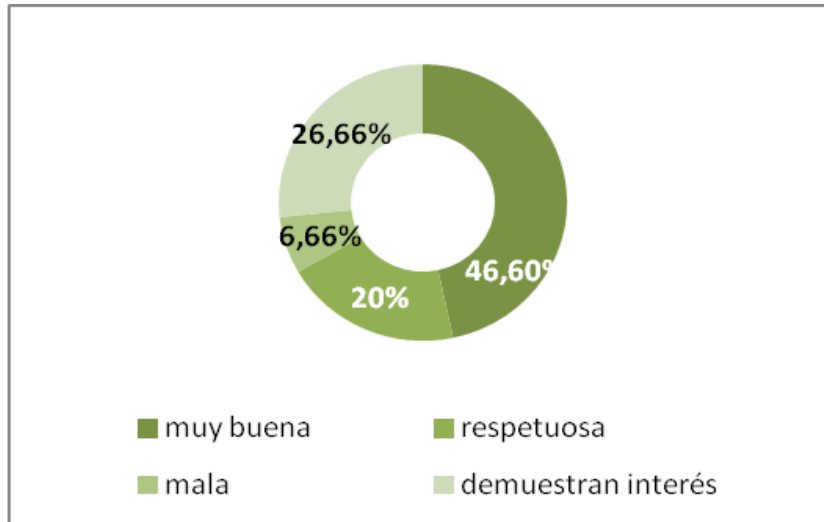


- Opinión sobre el Turismo en Azcuénaga y Villa Ruiz

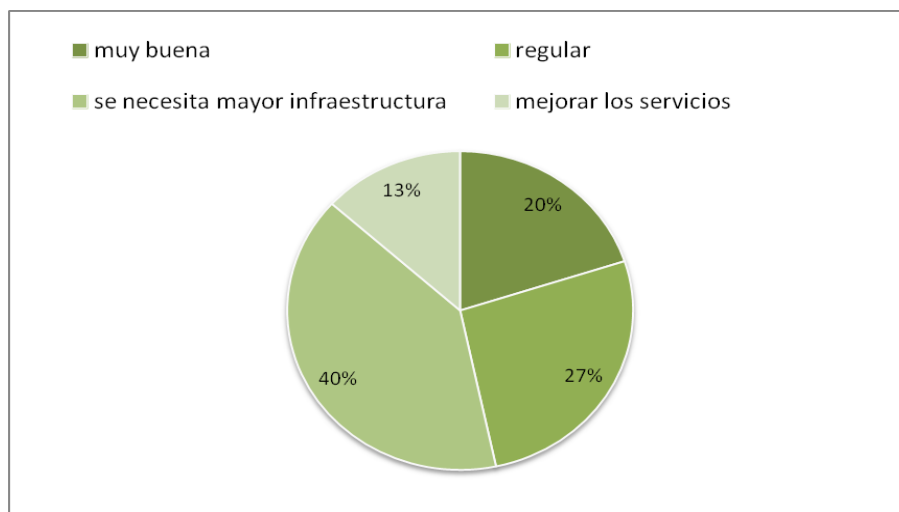




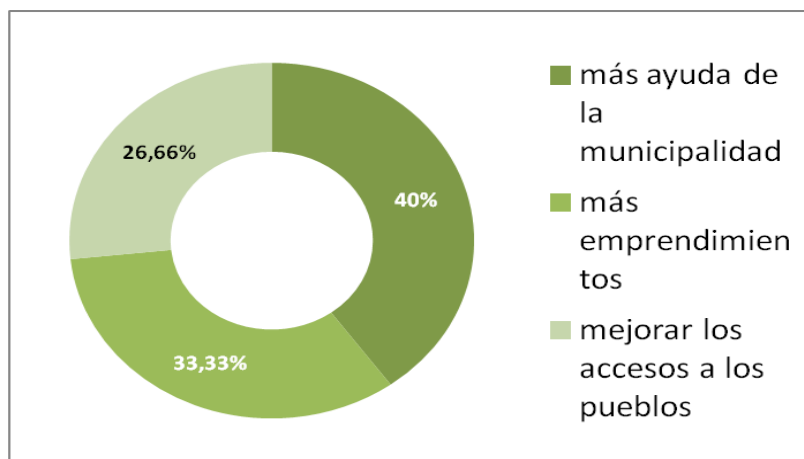
- **Relación con los Turistas**



- **Relación con la Municipalidad**



- **Acciones/Propuestas para mejorar**





En conclusión de los datos obtenidos, se pueden identificar unas claras tendencias. En primer lugar, la mayor parte de los encuestados tiene una profesión relacionada al turismo, y también gran parte de ellos esta ocupación está directamente relacionada con el mismo. Se puede comprender, entonces, la importancia que tiene el turismo para el modo de vida de los habitantes, y lo que influye en los ingresos de la población. En general, opinaban que mientras más turistas visitaran la localidad, sería mejor para el pueblo y quienes lo habitan.

Por otra parte, no sorprende que una gran mayoría tenga conocimiento del Programa Pueblos Turísticos, ya que se han realizado capacitaciones, visitas y se encuentra cartelera del mismo en diversos puntos del pueblo.

Los aspectos positivos más destacados fueron el hecho de que haya más visitantes, y que este hecho conlleve a que se registren mayor nivel de ingresos. Azcuénaga, particularmente, tiene aprox. 300 habitantes, y nos decían los encuestados que puede recibir esta cantidad o más de visitantes por fin de semana, lo que representaba una gran diferencia económica.

Al preguntar por los aspectos negativos del turismo, gran parte de la población se mostró reticente en mencionar alguno; ya sea porque no podía pensar en alguno, o porque simplemente afirmaba que no traía consigo ningún aspecto negativo. Sin embargo, aquellos que sí mencionaron estos aspectos lo hicieron en referencia a niveles más altos de los normales de sociedad en el pueblo, y un sentido de inseguridad (aunque no mencionaran episodios puntuales).

La relación con los turistas declararon que era "muy buena" en la mayoría de los casos, seguida por "respetuosa" y "demuestran interés". Este último punto es de especial importancia para los habitantes, quienes se muestran orgullosos y complacidos de poder compartir su historia como pueblo, y esto se refleja en todos los aspectos de las relaciones con el turismo.

Cuando se les preguntó sobre la relación con la Municipalidad, las opiniones estuvieron más divididas. Había quienes opinaban que era buena, pero remarcaban la necesidad de mayor infraestructura en el pueblo. En otros casos, denunciaban la relación como "regular", ya que no siempre prestaban atención a sus reclamos y pedidos. El hecho de "mejoras en los servicios" fue también recurrente.

Finalmente, en cuanto a las propuestas para mejorar el destino, muchos reclamaban mayores ayudas por parte de la Municipalidad, mientras que otros expresaban que estarían conformes con una mayor cantidad de emprendimientos en el pueblo, que ayudara a incrementar los ingresos. Por último, también resaltaron que una mejora en los diversos accesos a los pueblos provocaría una comunicación más fluida y rápida entre todos los puntos de accesos vigentes, tanto para las tareas diarias como para el turismo.



Bloque VII

Análisis de la Demanda

7.1 Introducción

7.1.1 Composición de la demanda por sexo

7.1.2 Composición de la demanda por edad

7.1.3 Composición de la Demanda por lugar de procedencia

7.1.4 Composición de la Demanda por acompañantes

7.1.5 Composición de la Demanda por nivel de ocupación

7.1.6 Composición de la Demanda por motivación

7.1.7 Composición de la Demanda por tiempo de permanencia

7.1.8 Composición de la Demanda por actividades que realizó

7.1.9 Composición de la Demanda por medio de transporte

7.1.10 Composición de la Demanda por estado de los accesos

7.1.11 Composición de la Demanda por señalización de los accesos

7.1.12 Composición de la Demanda por conocimiento del programa
Pueblos Turísticos

7.1.13 Composición de la Demanda por nivel de satisfacción con el
destino

7.2 Nivel de satisfacción de la demanda con los alojamientos



ANÁLISIS DE LA DEMANDA

7.1 Introducción

No se puede concebir una Oferta de cualquier tipo, sin una Demanda que sustente la existencia de la misma. Como se explicó anteriormente en el desarrollo del Marco Teórico, la satisfacción de esta demanda es uno de los aspectos claves y de mayor importancia para los integrantes de la Oferta.

Al conocer las opiniones de quién consume este tipo de servicios, estamos también identificando sus necesidades, sus deseos, lo que le agradó de su visita, así como también aquellas fallas o aspectos a mejorar.

En el desarrollo del presente bloque, se analizarán aquellos resultados obtenidos mediante las Encuestas a turistas, que como ya se dijo, contendrán tanto datos sobre los destinos turísticos (Azcuénaga y Villa Ruiz) así como también sobre los alojamientos en los que pernoctaron. La consecución de dicho análisis se corresponderá con el Ojetivo General nº2 planteado a comienzo de la Investigación.

Los datos recogidos y analizados corresponden a una muestra tomada entre 12/12/14 y 24/01/15 de 35 personas. Se muestra a continuación un gráfico explicativo de cada ítem abarcado por dichas encuestas y los resultados que se obtuvieron.

Los 13 primeros componentes son referidos solamente al turismo en el U/E conformado conjuntamente por Azcuénaga y Villa Ruiz , y los 7 siguientes referidos al alojamiento.

COMPOSICIÓN DE LA DEMANDA: Factores Personales.

Composición de la demanda por SEXO



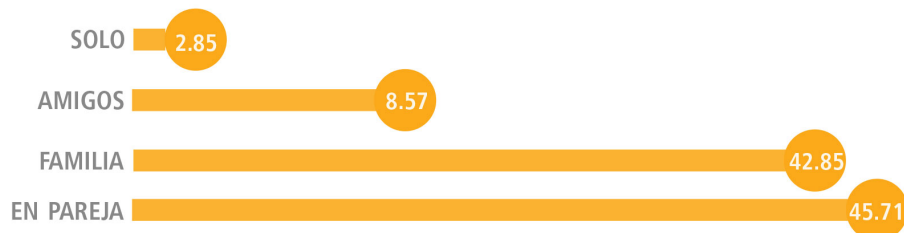
Composición de la demanda por EDAD



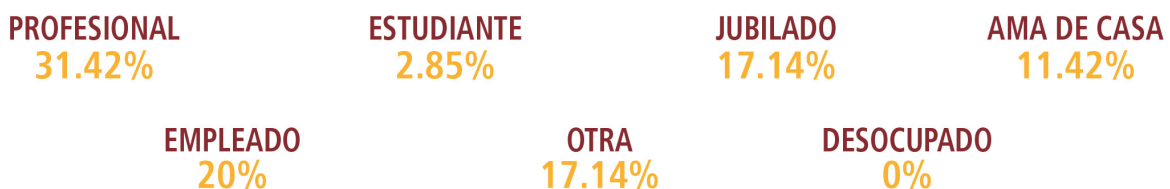
Comp. de la demanda por LUGAR DE PROCEDENCIA



Composición de la Demanda por ACOMPAÑANTES



Comp. de la Demanda por nivel de OCUPACIÓN

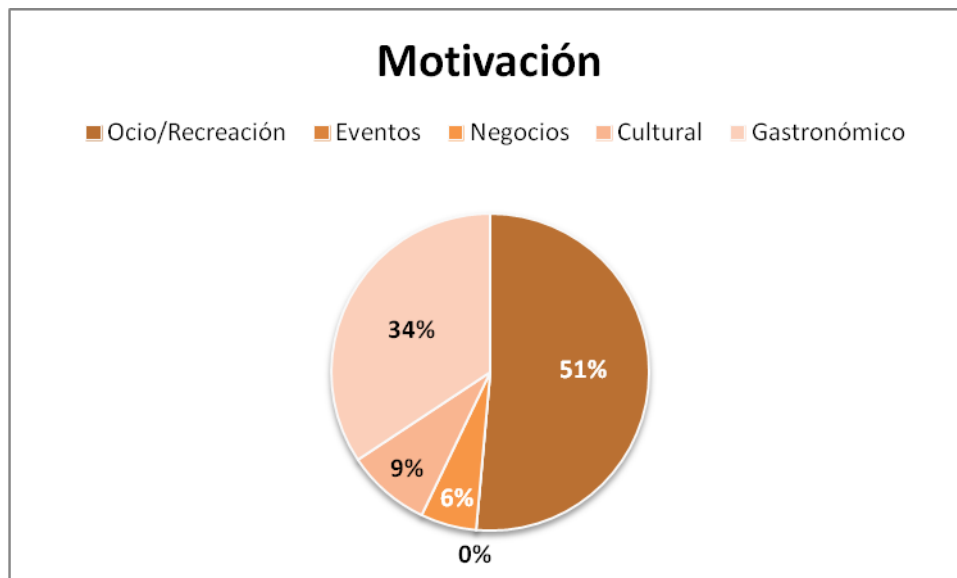




7.1.6 Composición de la Demanda por motivación

Conocer el motivo principal que atrajo al turista a conocer el destino es clave para poder satisfacer sus expectativas. Sabiendo esto, se pueden planificar qué actividades estarían requiriendo más, o que pensaban encontrar en el lugar, o cuáles eran sus expectativas en cuanto al destino. Además, se puede enfocar el perfil del destino en el caso de que no tuviera uno, o corroborar que este perfil que pretende tener el lugar esté acorde a las expectativas de la demanda.

Las expectativas de la demanda en cuanto a los pueblos de Azcuénaga y Villa Ruiz estuvieron conformadas de la siguiente manera:



Se puede observar en estos valores una clara prevalencia de los motivos de Ocio y Recreación por sobre las demás categorías. Esto quiere decir, que el destino debería contar con las suficientes actividades para que la demanda pueda encontrarse satisfecha.

El factor gastronómico también fue de importancia, y se puede decir que una buena oferta de actividades y servicios de un destino, debe estar, así también, acompañada de una oferta gastronómica interesante.

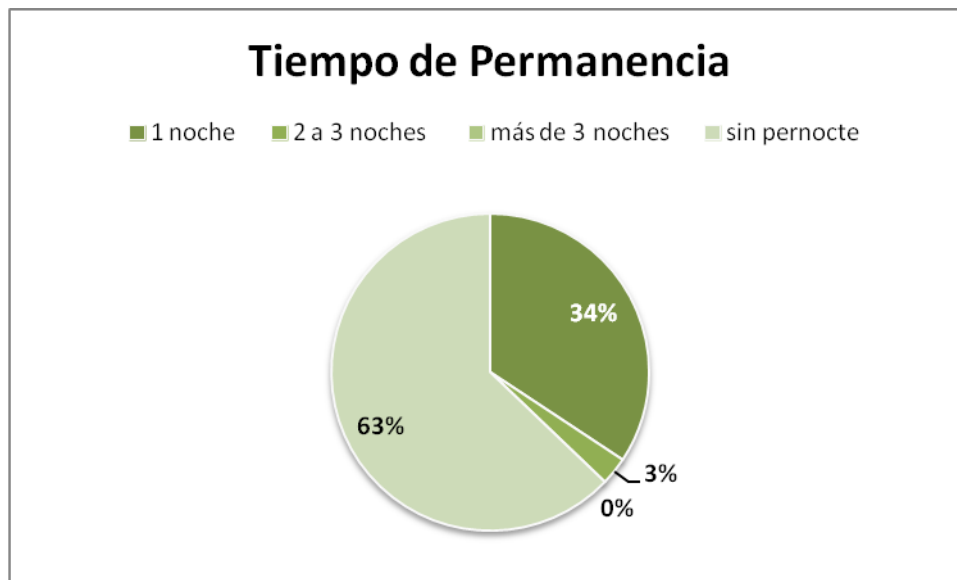
Como se puede ver, ninguno de los encuestados tenía como principal motivación la concurrencia a un evento. Esto se debe a que en las fechas que se realizaron las encuestas, no había ningún evento en ninguna de las dos localidades. Esta proporción cambiaría si se visitara el destino en una fecha donde haya alguna fiesta en el pueblo.

7.1.7 Composición de la Demanda por tiempo de permanencia

El tiempo de permanencia en destino nos divide a los visitantes en dos categorías principales: aquellos quienes pernoctaron en el destino, y aquellos que solo fueron a conocerlo por el día (excursionistas). Conocer estos perfiles,



nos dará una idea sobre la tendencia de los visitantes, y si se puede considerar al destino por su gran demanda de alojamientos, o si por el contrario, es un destino más de visita durante el día.



La mayoría de los encuestados no realizó pernocte en el destino. Aquellas personas que sí realizaron, sin embargo, lo hicieron en su mayoría por 1 sola noche, o 2. Ninguno de los encuestados pernoctó más de 3 noches.

Se puede, entonces, deducir que el destino es mayormente de visita en el día, sin embargo, tiene también potencial para la oferta de alojamientos, ya que existen consumidores de estos servicios, aunque no representan la mayoría.

7.1.8 Composición de la Demanda por actividades que realizó

En relación directa con la motivación a conocer el destino, conocer las actividades que se realizaron durante la visita son de importancia para ver las preferencias de la demanda.

Las mismas obtuvieron los siguientes resultados:

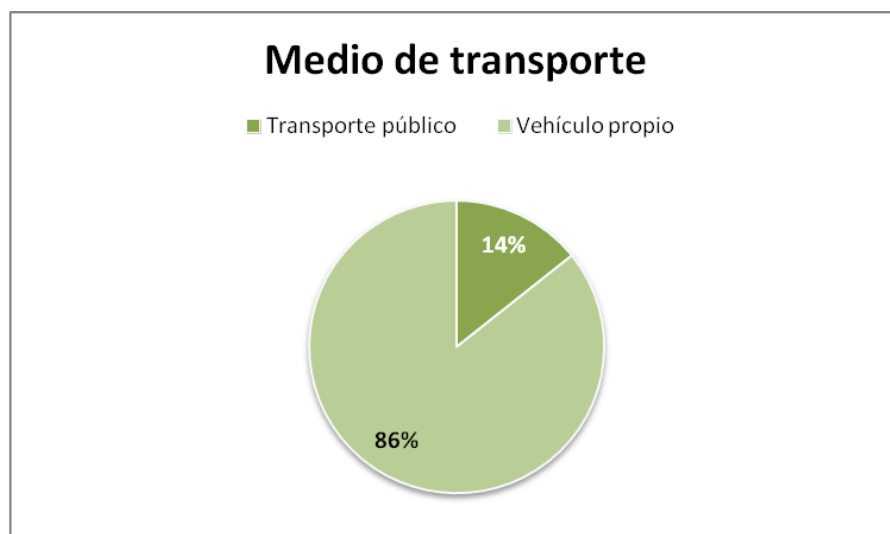


Las actividades más demandadas por los turistas fueron, en igual medida, paseos a pie y actividades gastronómicas. Ambas categorías se destacaron por encima de las demás, ya que tanto los turistas que pernoctaron, como aquellos que no, realizaron estas actividades en la misma medida. Las actividades culturales también fueron realizadas por estos dos tipos de visitantes.

En menor medida, también se requirieron paseos a caballo (solo los alojamientos que ofrecían) y actividades deportivas (como puede ser fútbol y polo).

7.1.9 Composición de la Demanda por medio de transporte

En el análisis del principal medio de transporte hacia el destino, los resultados obtenidos fueron los siguientes:





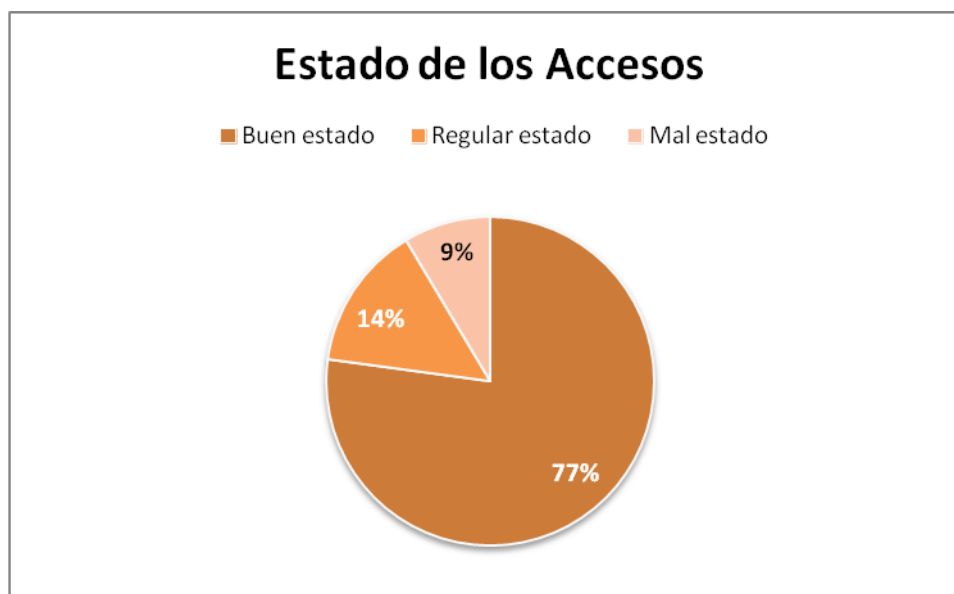
La proporción demuestra claramente la preponderancia del arribo al destino mediante un vehículo propio. Esto se debe a que en el Turismo Rural tiene como característica las estadías o visitas breves, y en distancias cercanas al lugar de residencia habitual de la demanda. La comodidad proporcionada por concurrir en vehículo propio permite una estadía sin problemas y horarios por el lugar a visitar, y por esto es lo más elegido por los visitantes.

En cuanto al restante 14.25%, estos se referían a un tipo de transporte público, como son los colectivos de línea, y también en algunos casos al transporte en combis particulares, generalmente contratadas a través de agencias de viajes.

7.1.10 Composición de la Demanda por estado de los accesos

Los accesos al destino son la primera impresión que se lleva la demanda del lugar que visitan. Si su trayecto se encuentra en buen estado, el mismo incentivará más visitas al destino. Caso contrario, solo ayudará a aislar al destino.

En este punto de la encuesta, se les preguntó a los turistas por el estado de los accesos a los pueblos. Las respuestas obtenidas reflejan los siguientes:



La percepción de la demanda en cuanto al estado de los accesos fue mayoritariamente positiva. De los comentarios que se recibieron, se encontraban conformes con el estado de los caminos y la señalización. Los caminos principales a Azcuénaga y Villa Ruiz, en opinión de los encuestados, es uno sencillo y de fácil ubicación.

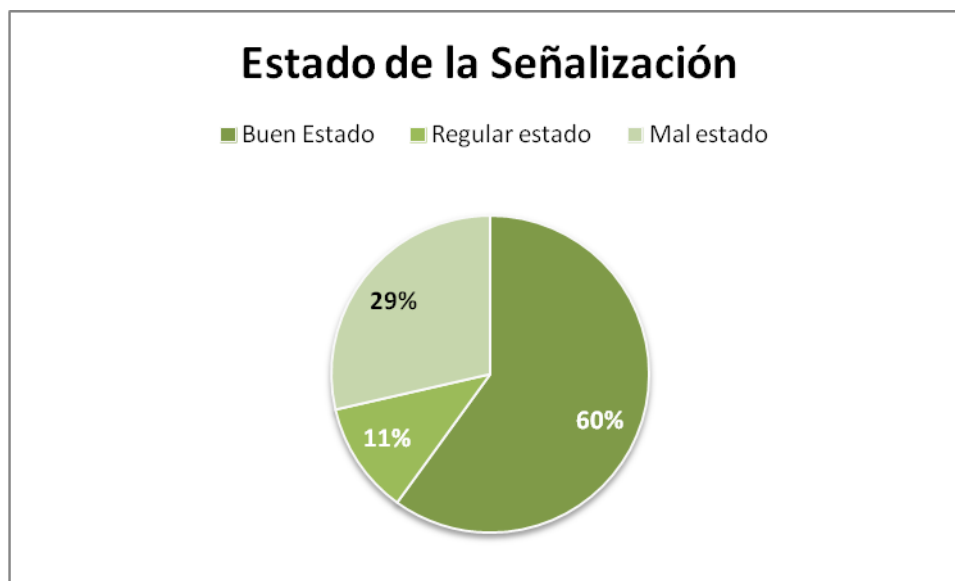
Experiencias personales de los encuestados llevaron a cierta parte a denominar como "malo" el estado de los accesos.

7.1.11 Composición de la Demanda por señalización de los accesos



La señalización de los caminos es parte de la percepción que los visitantes tienen en cuanto al estado de los accesos. Una buena señalización es vital a la hora de poder trasladarse hacia un destino no conocido, y la importancia que los turistas le otorgan es alta.

En las encuestas realizadas, las opiniones obtenidas fueron las siguientes:



La mayor parte de los encuestados consideraron como "bueno" la señalización hacia el destino.

Aquellas críticas y comentarios negativos que se recibieron en cuanto a los accesos estuvieron relacionadas a la señalización poco suficiente. Quienes vinieron en vehículo propio tuvieron algún problema en trasladarse, particularmente entre pueblos. Comentaron que los accesos principales del partido se encontraban en buen estado, pero al desviarse de esos caminos, era fácil perder el camino adecuado.

7.1.12 Composición de la Demanda por conocimiento del programa Pueblos Turísticos

Para los propósitos de la presente investigación, se consideró interesante saber sobre el grado de conocimiento que tienen los turistas sobre el Programa Pueblos Turísticos. Cuando se les preguntó si conocían el programa, sus respuestas fueron las siguientes:

SI: 25.72%	NO: 74.28%
-------------------	-------------------

La mayor parte de la gente no conocía el Programa, o sólo había tomado conocimiento del mismo al llegar al pueblo, y ver los carteles de "Pueblos Turísticos".



El porcentaje que dijo conocerlo, se había enterado de la existencia del programa a través de los medios de difusión, principalmente internet y la radio.

.1.13 Composición de la Demanda por nivel de satisfacción con el destino

Finalmente a los turistas que solamente visitaban el destino (sin realizar pernocte), se les preguntó sobre su satisfacción general con el destino. Esta pregunta es fundamental para englobar la experiencia vivida por quienes visitaron el lugar.

A partir de esto, se podrá analizar, en caso de que sea negativa, el curso a tomar por el destino, considerando los cambios pertinentes que deberían realizar. En caso de ser positivo, habrá que trabajar sobre aquellos puntos que la demanda indicó como favorables y continuar mejorando en ese sentido.

Los datos arrojados por las encuestas fueron los siguientes:



El mayor porcentaje de los encuestados manifestaron estar “satisfechos” con el destino en general, seguidos por aquellos que dijeron estar “muy satisfechos”. Las personas que opinaron de esta manera, comentaron que esperaban encontrar en el pueblo justamente aquello que vivenciaron en su visita (tranquilidad, naturaleza, historias, buena gente). Ellos comentaron que los pueblos visitados conservaban sus características intactas, y que sin embargo, no habían perdido su esencia al atraer un mayor turismo.

Sin embargo, un importante número de personas calificó su visita como “regular” o “mala”. Según lo expresado por las fuentes, los factores que hicieron que su visita no fuera todo lo que esperaban son: pocos atractivos



turísticos o de poca relevancia, poca variedad de actividades, poca oferta gastronómica (especialmente en Villa Ruiz).

Si bien la mayor parte de las devoluciones fue positiva, un gran número fue regular o negativo, lo cual es un factor importante a remarcar a los destinos.

7.2 Nivel de satisfacción de la demanda con los alojamientos

El total de encuestadas que realizaron pernocte fue de **13 personas**. Se les pidió que nos calificaran los alojamientos en los que pernoctaron, de acuerdo a sus opiniones personales. Los encuestados aclararon en las encuestas el nombre del alojamiento en el que pernoctaron. En base a esto, se agruparon las respuestas en los 3 U/E identificados.

Aclaración: Las estadísticas exhibidas a continuación representan una valoración general hecha en base a las respuestas de quienes pernoctaron sobre la oferta de alojamiento de cada U/E. No se puede hacer una valoración de la demanda de cada Establecimiento en particular, ya que debido a la poca cantidad de encuestados, la misma no sería representativa.

La muestra que se tomó de cada U/E es de tipo indicativa, ya que representan un porcentaje de la población encontrada durante el mes de Enero.

La distribución de los encuestados estuvo dada de la siguiente manera:

U/E 1: Azcuénaga:

Total de Encuestados: **6 personas**

- La Casona de Toto: 1
- El Árbol Caído: 1
- Chacra de Don Alberto Freggiaro: 1
- La Negrita Casa Hotel: 1
- Estancia La Sofía Polo: 2

U/E 2: Villa Ruiz:

Total de encuestados: **3 personas**

- Estancia Rosada 3



U/E 3: Alrededores:

Total de encuestados: **4 personas.**

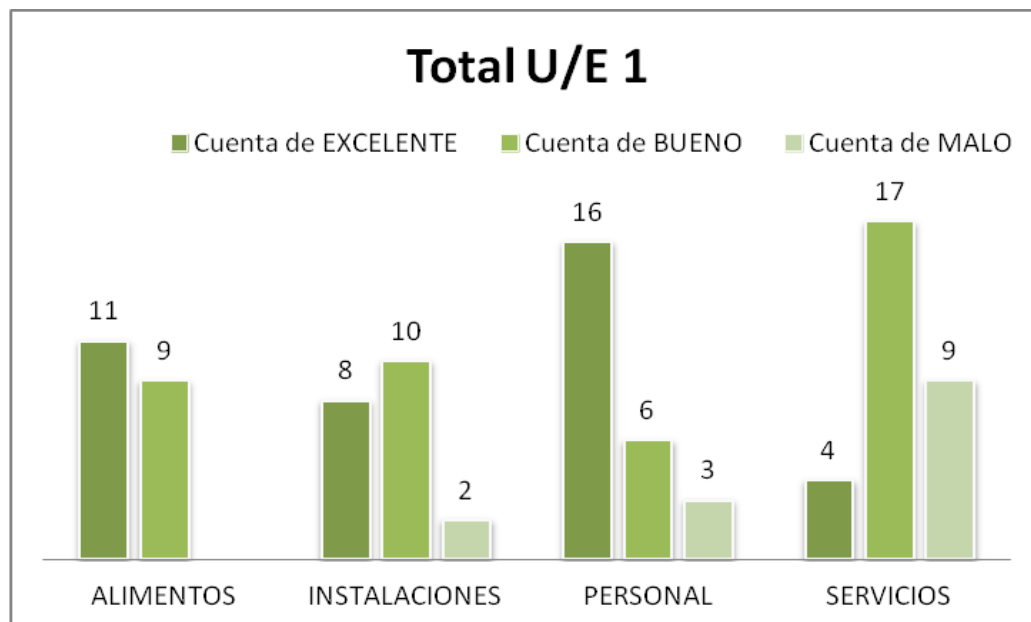
- Los Candiles: 1 persona
- Les Aldudes: 1 persona
- Campo Oasis: 1 persona

En base a las encuestas realizadas, los huéspedes calificaron 4 ítems (Personal, Servicios, Instalaciones y Alimentos) con las categorías: Excelente, Bueno y Malo.

- **Composición U/E 1**

Las conclusiones que se pueden sacar del análisis de las tendencias de este universo de estudio son varias.

En principio, como se puede ver en el gráfico a continuación, la categoría con mayor nivel de “Excelente” fue la de personal. Seguido de esto, viene la categoría Alimentos con la mejor valoración, luego instalaciones y por último servicios.



Estas tendencias están relacionadas con las calificaciones obtenidas mediante las planillas de observaciones de los establecimientos. La categoría “personal” fue la que obtuvo los mejores resultados, por ambas herramientas de valoración.

También se remarca nuevamente a la categoría “Alimentos” como satisfactoria, hecho que también se da con las planillas de observación.

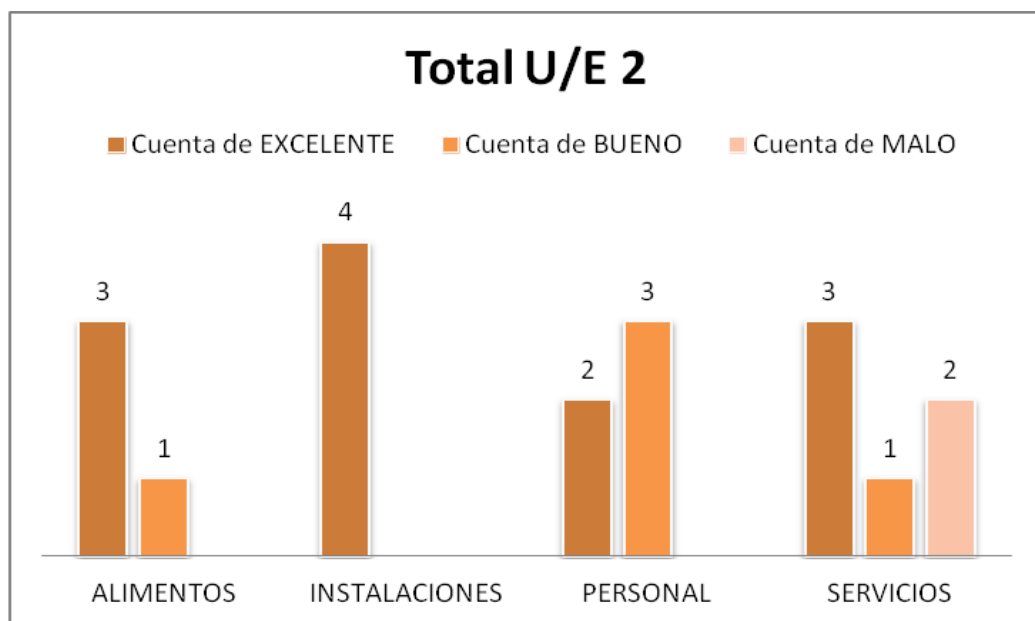


Los ítems “Instalaciones” y “Servicios” obtuvieron los valores más bajos, y además las mayores calificaciones de “malo”. Con esto, se puede observar el descontento e inconformidad de la demanda, particularmente con estos dos últimos ítems.

- **Composición U/E 2**

Los datos obtenidos mediante las encuestas revelan que las cuatro categorías evaluadas presentan buenas valoraciones por parte de la demanda.

A diferencia del U/E 1, el personal de contacto obtuvo una valoración buena, aunque un poco más baja. Lo cual refleja una tendencia con relación a los alojamientos estudiados anteriormente.

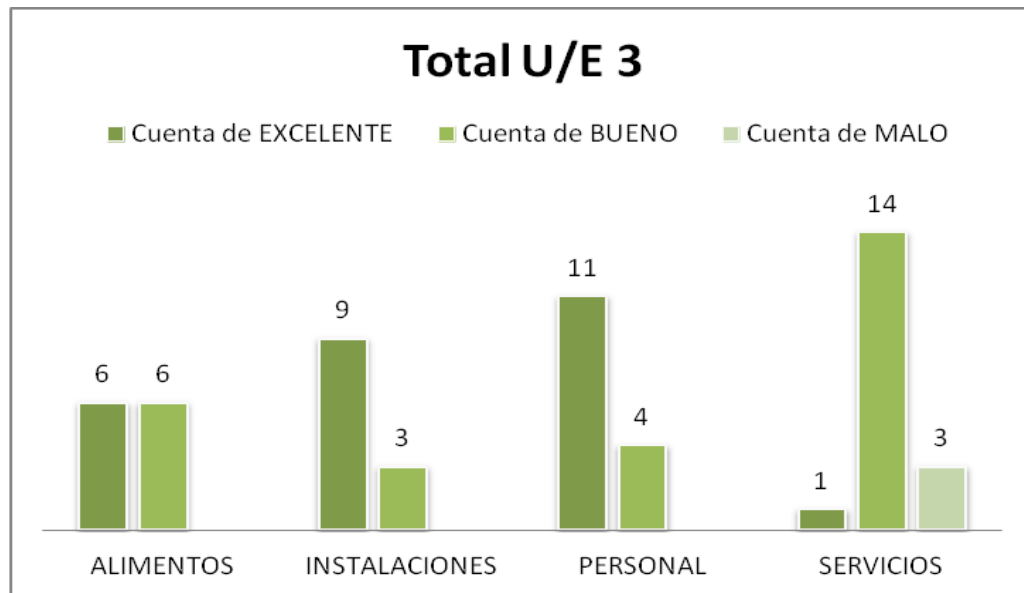


No hubieron malas valoraciones en la categoría “Instalaciones” lo cual indica que, según la demanda, este es el ítem que se encuentra mejor valorado.

El U/E 2 sólo está compuesto por un alojamiento, por lo tanto no se lo puede comparar de la misma manera con el resto de los U/E que están integrados por más alojamientos, ya que no reflejaría fielmente la realidad.



- **Composición U/E 3**



El análisis que se puede hacer de los resultados de dicho U/E es, principalmente, la poca cantidad de valoraciones “malas” en todas las categorías. Esto refleja un nivel de satisfacción general Alto para con los ítems evaluados en todos los establecimientos del Universo.

El resto de las categorías presenta valoraciones muy buenas por parte de la demanda. Se podría concluir, por lo tanto, que el mayor nivel de satisfacción con el nivel de calidad de los alojamientos, se da en el U/E 3.



Bloque VIII

Análisis del Programa Pueblos Turísticos

8.1 Introducción

8.1.2 El Programa en Azcuénaga

8.1.3 El programa en Villa Ruiz

8.2. Acciones llevadas a cabo



ANÁLISIS DEL PROGRAMA PUEBLOS TURÍSTICOS

8.1 Introducción

Uno de los objetivos generales que tiene la presente investigación, es el de identificar y caracterizar las mejoras percibidas por ambas localidades gracias a su inclusión al Programa “Pueblos Turísticos”.

Para la consecución de dicho objetivo, se llevaron a cabo diversos métodos de recolección de datos, indagando a diversas fuentes, tanto aquellas responsables de la ejecución del programa como a la comunidad que es parte del mismo.

Como métodos de donde se obtuvieron datos, se incluyeron los siguientes:

- Encuestas a residentes: En las mismas, entre otras preguntas, se les cuestionó por los puntos favorables y desfavorables que ellos consideran de la implementación del programa.
- Encuestas a turistas: El principal interés de las respuestas de los turistas se relaciona con sus opiniones sobre el turismo y los alojamientos que utilizaron durante su visita a las localidades. Sin embargo, se decidió incorporar una pregunta sobre su conocimiento del programa Pueblos Turísticos, con el fin de evaluar el grado de incidencia que puede tener la difusión del mismo.
- Entrevistas a Informantes clave: Se realizaron entrevistas (presenciales, vía telefónica y vía mail, según disponibilidad) a personas relacionadas con el programa. Sus opiniones tienen una mirada más profesional ya que sus profesiones se encuentran ligadas con el programa, o en otros casos, son ellos los encargados de llevar a cabo las capacitaciones y desarrollo del programa.
- Consultas a las fuentes pertinentes: Se efectuaron consultas para obtener datos técnicos sobre el programa. (MINTUR, Dirección de Turismo Comunitario y Municipalidad de San Andrés de Giles).
- Observaciones y apreciaciones personales: Basado en observaciones propias, también se pudo llegar a una conclusión sobre el programa. Se tomaron en cuenta para este análisis: recursos electrónicos (difusión de las localidades del programa en páginas web), evaluación de los aportes del programa observados a raíz de las



salidas de campo, presencia de folletos, difusión del programa mediante congresos, disertaciones, ferias, etc.

8.1.2 El Programa en Azcuénaga

Azcuénaga comenzó a formar parte del Programa Pueblos Turísticos en el año 2008, junto con Villa Ruiz, cuando se creó el Programa. La localidad ya contaba con importantes recursos turísticos, pero la difusión del pueblo como destino turístico era casi nula.

El Arquitecto José María Yáñez fue determinante en impulsar al partido y reforzar su carácter rural para poder fomentar el turismo de este tipo en la zona. Egresado del Postgrado en Turismo Rural (UBA), se sumó al Municipio para tomar el rol de Asesor en Turismo y Pueblos Rurales. Desde este sector, recorrió los pueblos pertenecientes al partido para identificar sus atractivos, fiestas populares, artesanías, etc., para poder así reconstruir la identidad de cada pueblo.

Así surgió el interés del Arquitecto de poder incluir al pueblo de Azcuénaga y Villa Ruiz en el Programa Pueblos Turísticos. Presentó su interés a la Municipalidad, y se elevó una solicitud a la Dirección de Turismo Comunitario, para lograr ser parte del programa.

8.1.3 El Programa en Villa Ruiz

Villa Ruiz, al igual que Azcuénaga, comenzó a formar parte del Programa Pueblos Turísticos en el año 2008, con la creación del programa a nivel Provincial. Al encontrarse más alejado y con menos canales de comunicación con la ciudad de San Andrés de Giles, su crecimiento fue históricamente menor.

Lo mismo ocurría en materia turística. La idea de incluirlo en el Programa Pueblos Turísticos fue impulsada por la Municipalidad, aprovechando su cercanía con Carlos Keen. De esta forma, conformaría un importante corredor turístico, donde la proximidad entre ambas localidades sería un impulsor para los dos pueblos.

El trabajo de Arquitecto Yanes también fue de vital importancia en Villa Ruiz, ya que sentó las bases del desarrollo turístico que podían adoptar estos pueblos.

8.2 Acciones llevadas a cabo

A partir del año 2008, cuando ambas localidades pasaron a formar parte del programa, se realizaron sucesivas acciones para fomentar el turismo. Dentro de las mismas, se puede mencionar:

- **Elaboración de folletería para promocionar:**



De difusión en el Partido de San Andrés de Giles, así como en el Ministerio de Turismo y diferentes ferias de turismo. Esta folletería se puede encontrar tanto de forma impresa y entregada en los puntos de interés, así como también en formato "pdf" para descargar en la página web del Ministerio de Turismo.

- **Presentación en stands:**

El programa Pueblos Turísticos se presentó en diversas ferias y stand relacionados al Turismo. En los mismos, se invitaba a los pueblos que forman parte del programa a participar en las mismas, para exhibir su oferta y promocionarse. Se realizaron presentaciones en: Feria Rural de Palermo, Vinos y Bodegas, Caminos y Sabores, FEBAT, FIT, la Noche de las Casas de Provincia, entre otras

- **Pavimentación del acceso a Villa Ruiz y Carlos Keen:**

Un factor decisivo para el crecimiento turístico de Villa Ruiz fue la pavimentación del camino que lo conecta con la localidad de Carlos Keen (Luján). Actualmente, es el principal acceso a la localidad, ya que el resto de los caminos que la conectan con las localidades del Partido de San Andrés de Giles, son caminos de tierra. No sólo mejoró y facilitó el acceso de turistas, sino que agregó varias opciones y frecuencias de transporte para los residentes.

- **Establecimiento de señalética turística en las localidades:**

Una de las primeras acciones llevadas a cabo en las localidades, fue la de identificación de los atractivos turísticos presentes en la zona. Posterior a esto, se procedió a elaborar la señalización (en madera) de los mismos, así como un cartel de presentación de todos los atractivos del pueblo, y su ubicación en un mapa (también en madera).



- **Información de los pueblos y promoción:**

En el 2008, se creó la página web de Pueblos Turísticos, con el objetivo de mostrar las localidades pertenecientes al programa. El principal objetivo de la misma es la de mostrar las actividades programadas en las localidades, así como los principales atractivos turísticos e información necesaria.



- **Capacitaciones en las localidades:**

Como parte del subprograma “Capacitar” se realizaron capacitaciones dirigidas a la comunidad, prestadores de servicios y habitantes del lugar, en materia turística. Según la información brindada por los encuestados, estas capacitaciones se complementaron con cursos de tipo “e-learning” a través de la plataforma del Ministerio de Turismo de la Nación. Además se les daba la posibilidad de tomar cursos de manera presencial, para los dueños de establecimientos rurales.

- **Visitas de contingentes de afiliados a PAMI:**

Un programa conjunto entre el Ministerio de Turismo y PAMI, firmado por el Lic. Crotto, para coordinar visitas de contingentes a todas las localidades pertenecientes al programa. Además, en la localidad de Villa Ruiz, se estableció una sede de PAMI en el edificio de la Estación Ferroviaria de Villa Ruiz.

En una etapa posterior, se unió el Consejo Federal de Inversiones al Programa, realizando su aporte para con los pueblos participantes en la elaboración de nueva folletería (Ver Anexos).



Bloque IX

Conclusiones

9.1 Conclusión general de Azcuénaga

9.2 Conclusión general de Villa Ruiz

9.3 Conclusión de la aplicación de “Pueblos Turísticos”

9.4 Propuestas para el futuro



CONCLUSIONES

El presente trabajo tuvo como finalidad principal la de realizar un análisis del rol de la hotelería rural en las localidades de Villa Ruiz y Azcuénaga. Además del mismo, también se pretendió realizar un diagnóstico de la aplicación del Programa provincial "Pueblos Turísticos" en estos pueblos. Para estos objetivos, se emplearon diversas técnicas de recopilación de datos, y se efectuaron los análisis pertinentes para poder identificar los resultados de las mismas.

Tomando en cuenta los resultados obtenidos, se elaborará una conclusión individual para la realidad de la localidad de Azcuénaga, otra para la de Villa Ruiz, y finalmente una conclusión que englobe la aplicación del programa en ambos pueblos.

9.1 Conclusión general de Azcuénaga

Azcuéenaga tenía un importante perfil rural, como el resto del partido de San Andrés de Giles. Pero como la mayoría de los pueblos que quedaron "olvidados" luego del cese de funcionamiento del Ferrocarril, él mismo precisaba de una revalorización de su identidad como pueblo, y una mayor generación de divisas.

No es coincidencia que fuera uno de los primeros pueblos en ser incluido en el Programa Pueblos Turísticos, ya que además de contar con todos los requisitos necesarios, había comenzado hacía pocos años a enfocarse hacia el Turismo Rural.

Hoy en día, la localidad de Azcuénaga pertenece al programa Pueblos Turísticos, y esta inclinación hacia el Turismo Rural es conocida, tanto para la demanda, como para la comunidad local.

Existen diversos establecimientos identificados por su relevancia histórica para el pueblo, que cuentan la historia del pasado de la localidad, sus raíces y costumbres. Estos establecimientos han sido identificados por el Programa Pueblos Turísticos, para poder revalorizarlos, mantener su estado edilicio, y en algunos casos, volver a ponerlos en funcionamiento. Actualmente cuenta con 15 puntos turísticos que, conjuntamente con los residentes, sus paisajes y gastronomía, son los mayores atractivos para quien visita la localidad.

El estado de los mismos es en su mayoría bueno, y se encuentra en buenas condiciones para ser visitado y apreciado por los turistas. Existe un caso, igualmente, que llama la atención, y es el edificio de la Estación Ferroviaria, en donde actualmente reside ilegalmente una familia. Este aspecto debería ser considerado por la Municipalidad y el Programa Pueblos Turísticos, ya que



el establecimiento es uno de los atractivos más importantes con el que cuenta el pueblo.

La difusión del pueblo gracias al Programa es muy buena. Si bien no es uno de los pueblos de mini turismo más conocidos a nivel provincial, es de esperarse que su crecimiento sea exponencial, si se mantiene los niveles de promoción que ha tenido estos años.

Por otra parte, el acceso al pueblo no presenta dificultades, ya que el mismo se realiza a través de un camino pavimentado, que se encuentra conectado con la ciudad de San Andrés de Giles. Existen también otros accesos, conectados con Ruta 8 y con Villa Ruiz, cuyo estado es un poco peor, pero igualmente transitable, aunque no muy señalizado.

En cuanto a la relación de la comunidad local con los turistas, la misma se considera que es buena. En base a las encuestas realizadas y observaciones en el lugar de estudio, los residentes no presentan mayores inconvenientes con la presencia de turistas, ni con el fomento del turismo en la localidad. Todo lo contrario, se los percibe dispuestos a compartir sus costumbres y estilos de vida con los visitantes, ofreciendo ayuda en sus necesidades y contando su propia historia en el pueblo.

- **Rol de la Hotelería en Azcuénaga**

En cuanto al análisis de alojamientos de la localidad, se pueden mencionar diversos factores. En primer lugar, se llega a la conclusión que el pueblo es principalmente un destino que busca atraer visitantes por el día, y/o fin de semana, más que enfocarse hacia ser un destino de estadías más prolongadas. Esta realidad se puede verificar con la oferta existente en el pueblo.

En la localidad se han identificado 5 alojamientos, de los cuales tan sólo 2 de ellos se encuentran dentro del radio del "centro" del pueblo. Además, dicho par de establecimientos fue valorado con los niveles más bajos en cuanto a la calidad ofrecida, tanto por las planillas de observación, como por las opiniones de los residentes.

El resto de los alojamientos encontrados en la zona son de mayor calidad, valorados por los métodos de recolección de datos antes mencionados. Cuentan como ventajas el hecho de ubicarse dentro de la localidad de Azcuénaga, pero cerca de otros centros urbanos, o en zonas que conectan varios puntos. Este es el caso de "La Negrita Casa Hotel" y "La Sofía Polo", ubicados cerca de Ruta 8, y "Chacra Don Alberto Freggiaro" sobre ruta 193.

Se ha podido identificar una clara tendencia de los turistas a visitar el pueblo de Azcuénaga durante el día, pero pernoctar en las inmediaciones o fuera del mismo.



El actual rol de la oferta hotelera en Azcuénaga se concluye, entonces, que no es preponderante en la oferta turística en la zona, sino más bien una parte complementaria del mismo. Las opciones de alojamientos allí presentes son tanto auténticas, como sí productos de no tan marcado perfil rural. El hospedaje que más se asemeja a aquellos objetivos que persigue el turismo rural es la Chacra Don Alberto Freggiaro, una verdadera residencia permanente en donde se realizan actividades agrícolas, como la colecta de moras, elaboración y degustación de productos artesanales y caseros, equitación, senderismo, etc.

Si bien existen varios proyectos de residentes de brindar más ofertas de alojamientos en el pueblo, se concluye que la oferta actual de pernocte se encuentra acorde a lo demandado por el turismo. Se podría mejorar el nivel de calidad de los alojamientos presentes en la localidad, pero este cambio debería venir acompañado por capacitaciones en materia hotelera por parte de la Municipalidad y/o por encargados del Programa Pueblos Turísticos.

9.2 Conclusión general de Villa Ruiz

Azcúénaga, Villa Ruiz y Carlos Keen fueron las primeras 3 localidades en formar parte del Programa Pueblos Turísticos. La idea fue conformar un primer corredor turístico, invitando a los turistas a conocer los 3 pueblos, debido a sus proximidades. Villa Ruiz fue incluido dentro del programa por su marcado perfil rural, y por su cercanía a Carlos Keen, cuyo desarrollo turístico se encontraba más avanzado.

En la actualidad, se identificaron 10 puntos de interés turístico en la localidad, los cuales fueron señalizados por el Programa Pueblos Turísticos. Villa Ruiz es un pueblo muy chico, que se ha visto muy beneficiado por su inclusión al programa, especialmente aprovechándose de la cercanía recién mencionada a Carlos Keen. El número de turistas que recibe esta última localidad es mucho más elevado, y gran número de quienes visitan Villa Ruiz, lo hacen luego de Carlos Keen.

Un hecho que vale la pena resaltar es la gran diferencia que hay entre los lugares turísticos promocionados (principalmente vía Internet) y la realidad actual de los mismos. Las sucesivas visitas que se realizaron al pueblo demostraron que varios lugares que se encontraban publicitados como Abiertos, estaban cerrados por la temporada, o en muchos casos, definitivamente. Este es el caso de "La posada de la Luna Gaucha" que se encontraba cerrado como Restaurant y "La Posada del Virrey", un restaurant que además ofrecía alojamiento, que hoy en día se encuentra cerrado y fuera de funcionamiento.

El estado edilicio de la mayoría de los atractivos turísticos es bueno. Cabe resaltar el mejor estado de conservación de la Estación Ferroviaria de Villa Ruiz, en comparación con la de Azcuénaga. En la misma se realiza los fines



de semana una feria artesanal en su predio, además funciona un centro de PAMI.

Al igual que en Azcuénaga, sus habitantes se encuentran conformes con el desarrollo turístico de la zona, que evita que el pueblo caiga en el estancamiento. En las encuestas realizadas, fue recurrente la mención de la carretera asfaltada que se realizó que los une con Carlos Keen, la cual consideran de vital importancia. Además, mencionan la mayor frecuencia de colectivos y demás medios de movilidad que surgieron a raíz del desarrollo del turismo en la zona.

- **Rol de la Hotelería en Villa Ruiz**

En lo referente a la oferta de alojamientos de la zona, se puede concluir que la misma es muy reducida. Como se mencionó anteriormente, varios establecimientos que ofrecían alojamiento se encuentran cerrados. El único alojamiento identificado y en funcionamiento de la zona es “Estancia Vieja”, el cual es el único que se utilizó para comparar el nivel de calidad en alojamientos de las 3 zonas de estudio.

El mismo, como se concluyó en el análisis pertinente, ofrece un buen servicio y se encuentra preparado para abastecer a una demanda nacional e internacional. Su principal ventaja es su ubicación sobre la carretera que conecta Villa Ruiz con Carlos Keen.

El rol de la hotelería en Villa Ruiz, entonces, se limita a intentar captar aquella demanda que reciben localidades próximas, principalmente Carlos Keen. No termina de ser una oferta auténtica rural, si bien “Estancia Vieja” ofrece diversas actividades relacionadas a este ámbito, se asemeja más a una comercialización que pretende ser más masiva, y no tan de vivenciar las costumbres locales, sino sólo encontrar confort y comodidad en un entorno de campo, con actividades pre-organizadas.

Se considera que la oferta hotelera que presenta Villa Ruiz es suficiente para satisfacer a la demanda actual. Como es el caso de Azcuénaga, y aún más marcado en Villa Ruiz, ambos pueblos son percibidos como destinos de mini turismo, o de fin de semana. Generalmente los turistas lo visitan por el día, complementando esta visita con Carlos Keen, en su mayoría. El destino no se destaca por su gran oferta de opciones de alojamiento, por lo que los visitantes deben alojarse en las inmediaciones del pueblo.

9.3 Conclusión de la aplicación de “Pueblos Turísticos”

El programa tiene como finalidad la de atender a través del turismo, los problemas económicos y sociales de los diversos pueblos de la Provincia de Buenos Aires, en su mayoría derivados del aislamiento con las zonas urbanas. Esto se deriva de aquello expresado por el propósito general del programa,



donde resalta el concepto de Turismo Comunitario en base al cual se desarrolla el programa.

En este sentido, se puede decir que la idea de poder “combatir” problemas como el desarraigo, la pérdida de la identidad comunitaria y favorecer a su vez la generación de empleo, ha sido, en términos generales, efectiva. No se sabe, por otra parte, si es que antes de decidir mejorar estas comunidades a través del Turismo, se hubieran pensado otras alternativas de desarrollo. Pero de cualquier forma, se evidencia su efectividad a través del crecimiento de ambos pueblos, y el creciente grado de relación de las ocupaciones de sus habitantes con los movimientos turísticos en los pueblos.

Por otro lado, en la etapa de implementación se ha puesto en evidencia la existencia de una fuerte asociación entre el Estado y la Comunidad Local. En este sentido, se ha constatado que el programa promueve la acción de la población residente a partir del involucramiento de sus organizaciones en la toma de decisiones.

En lo que respecta a la evaluación de los resultados del programa, se ha observado que no existen procedimientos formales que analicen los efectos del mismo. Esto se ha podido constatar debido a las consultas realizadas tanto a la Dirección de Turismo Comunitario, a la Municipalidad de San Andrés de Giles y encargados del Programa Pueblos Turísticos. El programa busca mejorar estas localidades proveyéndolas de las herramientas necesarias para cumplir con sus objetivos, tanto a través de capacitaciones, promoción y cartelería. Pero no existen análisis cuantitativos que se hayan efectuado en torno a estadísticas arrojadas en las localidades que se implementó el programa.

Por lo tanto, es posible afirmar que la evaluación es predominantemente descriptiva, en tanto se limita a narrar los acontecimientos y cambios que se produjeron en la localidad a partir de su implementación, utilizando como instrumentos la observación y los informes parciales realizados luego de cada taller o capacitación.

De modo general, los aportes más importantes del programa son las herramientas que el mismo le otorga a la comunidad local para llevar a cabo proyectos auto-gestionables.

En cuanto al rol de la hotelería dentro del programa, el mismo ocupa un rol muy secundario, teniendo preponderancia otras cuestiones referentes a la oferta turística, como son: la gastronomía, las actividades, los atractivos turísticos, etc. Tanto en la promoción del programa (por diferentes vías) como en lo concerniente a las capacitaciones realizadas, la oferta de hospedajes no ocupa nunca un rol protagónico.

En lo que respecta a la aplicación del programa en las localidades de Azcuénaga y Villa Ruiz, las acciones llevadas a cabo (Ver Bloque IX) han sido



las principales mejoras observadas que se hayan implementado en los pueblos gracias a su incorporación al Programa.

Sin lugar a duda, estas herramientas han sido más que útiles para el desarrollo del turismo en las localidades, impulsando su crecimiento, así como la mayor llegada de turistas, ingresos e interés por parte de la demanda.

A su vez, cabe destacar como importante la revalorización por parte de los residentes de sus propias raíces familiares y de su historia como pueblo. Al resultar el turismo un importante generador de divisas en los pueblos, los residentes se encuentran más propensos a "apostar" por su lugar de origen, y generar propuestas económicas redituables dentro del pueblo. Este último es, en opinión personal, el factor clave y de mayor importancia que se puede remarcar como el mayor aporte que realizó el Programa en ambos pueblos: la posibilidad de que sus habitantes vuelvan a creer en su pueblo, en su gente y apostar por un futuro allí.

9.4 Propuestas para el futuro

La problemática que impulsó el desarrollo de la presente investigación se relaciona con el rol al cual queda relegada, mayormente, la hotelería rural en localidades próximas a la Ciudad Autónoma de Bs. As. Mediante la comercialización masiva de productos de tipo "día de campo", el alojamiento rural pierde relevancia y calidad, al pasar a ser un mero componente de dicho producto.

A lo largo de los bloques de estudio se analizó el estado actual de la oferta y demanda hotelera en las localidades de Azcuénaga y Villa Ruiz. Se logró una caracterización de la misma, como así de sus componentes, su demanda y el rol que ocupa dentro de cada localidad, y para el programa Pueblos Turísticos.

Como fue oportunamente aclarado, esta investigación sirve como base para orientación de los diferentes agentes involucrados en el desarrollo del turismo en las localidades, tanto públicos como privados, así como también como parte de una investigación de mercado para futuros proyectos.

Teniendo en cuenta el análisis de los resultados de la investigación y de las aportaciones realizadas en las entrevistas, así como las conclusiones apuntadas, se puede profundizar en los aspectos más importantes, con el objeto de proponer acciones correctoras que mejoren las necesidades percibidas y ayuden a corregir comportamientos.

- ✓ **Mayor cantidad de capacitaciones orientadas a la hotelería rural:** El Programa Pueblos Turísticos realiza capacitaciones presenciales así como virtuales, a través de la página del Ministerio. Las mismas versan en su mayoría sobre emprendimientos, relaciones con el turismo,



creación de pymes, etc. Es necesario para desarrollar una buena oferta de auténtico turismo rural, que las capacitaciones se enfoquen también en esta temática. Según las investigaciones realizadas, ninguna de las capacitaciones se dedicó al particular segmento del turismo rural.

- ✓ **Brindar posibilidades de becas y/o ayudas al estudio de propietarios o trabajadores de hoteles rurales:** Uno de los grandes retos que enfrentan las comunidades rurales, es el éxodo de sus jóvenes, buscando mejores posibilidades en las grandes ciudades. Si su capacitación pudiera estar provista o financiada más cómodamente por entes públicos, no sólo se mejoraría el servicio en toda la oferta turística, sino que encontrarían aún más razones para quedarse y apostar por su lugar de origen.
- ✓ **Utilizar certificaciones de calidad:** El programa Pueblos Turísticos tampoco capacita o informa a las comunidades sobre las diferentes normativas vigentes (tanto en hotelería como en turismo) sobre calidad. En el caso puntual de la oferta de alojamientos, se podría implementar la ya mencionada Normativa 42250 IRAM-SECTUR en Alojamientos Rurales. Si bien es de carácter voluntario, el hecho de certificar a los alojamientos con la misma, les otorgaría un sello distintivo de calidad, siendo beneficioso tanto para aumentar las ventas, como la difusión y percepción de la oferta hotelera en la zona.
- ✓ **Planificar para desarrollar un producto típicamente rural y autóctono:** Tanto los conceptos de turismo rural y turismo comunitario, sobre el cual se desarrolla el programa pueblos turísticos, fomentan la participación de la comunidad local como protagonista. La preservación de las costumbres locales, modos de vida y trabajo es de vital importancia para que las mismas no se pierdan con el desarrollo del turismo en la zona, y se puedan revalorar dichas costumbres y enseñarlas a los visitantes. Mediante una planificación del turismo, se puede enfocar la comercialización hacia un turismo verdaderamente rural y corregir las desviaciones que pudieran surgir en el camino.
- ✓ **Políticas de gestión ambiental y niveles de inseguridad controlados:** Es necesario que se evalúen políticas que sirvan como guía en estos temas, que sean a largo plazo y puedan servir a los pueblos a ser más razonables en sus gastos de energía, así como el desarrollo de políticas para la reducción de la basura generada por el turismo en la zona. Estos cambios pueden ser promovidos por organismos tanto públicos como privados, donde el asociacionismo puede ser una opción interesante para plantear y llevar a cabo dichas políticas.



Bloque X

Bibliografía

10.1 Libros Consultados

10.2 Documentos Consultados

10.3 Páginas Web Consultadas



BIBLIOGRAFÍA

10.1 Libros Consultados

- Acerenza, Miguel Ángel (1991), *Administración del turismo: conceptualización y organización*, 4ta edición, Editorial Trillas, México D.F.
- Albacete Sáez, C.A. (2004), *Calidad de servicio en alojamientos rurales*, universidad de granada, España.
- Barsky, A. (1997). *La puesta en valor y producción del territorio como generadora de nuevas geografías. Propuesta metodológica de zonificación agro productiva de la pampa Argentina a partir de los datos del Censo Nacional Agropecuario de 1988*, en *El Agro Pampeano*. "El fin de un período", Barsky, O. y Pucciarelli, A. editores, FLACSO/ Oficina de publicaciones del CBC, Universidad de Buenos Aires.
- Boullón, R. (1983). *Las actividades turísticas y recreacionales*. Editorial Trillas, México.
- Boullón, R. (1985). *Planificación del Espacio Turístico*. Editorial Trillas, México.
- Boullón, R. (2008). *Turismo Rural, un enfoque Global*. Editorial Trillas, México.
- Cerra, J. (1990), *Gestión de Producción de alojamientos y restauración*, Editorial Síntesis, España.
- Del Reguero M. (1994), *Ecoturismo. Nuevas formas de turismo en el espacio rural*, Bosch Casa Editorial, Barcelona.
- Foladori, G. (2002). *Avances y límites de la sustentabilidad social*. Economía, Sociedad y Territorio, Vol. III, núm. 012, El Colegio Mexiquense. México.
- Fullana, P., Ayuso, S. (2002), *Turismo Sostenible*, Rubes Editorial, Barcelona, España.
- García, Secundino N. (1986), *Historia de San Andrés de Giles (desde sus orígenes hasta 1930)*, Municipalidad de San Andrés de Giles.
- Hunziker, W y Krapf, K. (1942), *Grundriss der Allgemeine Fremdemverkehrslehre [Outline of the general teaching of tourism]*. Poligraphischer Verlag. Zurich
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, (2000). *El Desarrollo Rural Sostenible en el Marco de una Nueva Lectura de la Ruralidad*. Nueva Ruralidad, Panamá.
- Juan Martínez, F.; Solsona Monzonis, J. (2000). *Alojamiento turístico rural. Gestión y comercialización*. Editorial Síntesis, Madrid, España.



- Molina, S. (2000), *Conceptualización del Turismo*, Editorial Limusa, México D.F.
- Moreno, Carlos y otros (1989), *Hacienda de Figueroa: Pequeño Testimonio de una Gran Historia*, Colegio de Arquitectos de la Provincia de Buenos Aires; Mercedes.
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (1998). *Introducción al turismo*, OMT, Madrid, España.
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (1999), *Desarrollo Turístico Sostenible: Guía para planificadores locales*, OMT, Madrid, España.
- Sabino, Carlos (1992), *El proceso de investigación*, ed. Panapo, España.
- Terrén, Héctor Raúl (2005), *Historia de Azcuénaga: Historia que Nos Trae el Tiempo*; Municipalidad de San Andrés de Giles.
- Terrén, Héctor R. (1995), *Síntesis Histórica del Club Recreativo Apolo de Azcuénaga*, Municipalidad de San Andrés de Giles, S. A. de Giles.
- Terrén, Héctor Raúl (1999), *La Posta de Figueroa*, Edición Independiente, San Andrés de Giles.
- Teubal, M. (2003), *Globalización y crisis del modelo agroalimentario*, Encrucijadas, Revista de la Universidad de Buenos Aires. Volumen 21.
- Vera, Fernando J. (Coord.) (1997). *Análisis territorial del turismo*. Ariel Geografía, Barcelona, España.
- Zamorano F.M. (2001). *Turismo Alternativo. Servicios turísticos diferenciados*, Editorial Trillas, México.

10.2 Documentos Consultados

- Aparicio Guerrero, A. E. (2004), *El turismo rural: una de las alternativas al desarrollo rural en la serranía de Cuenca*, Cuadernos de Turismo nº 13, España.
- Barrera, E. (1997), *El Turismo Rural en la Patagonia. Situación actual y sugerencias para su desarrollo*. Informe presentado a la Secretaría de Turismo de la Nación. Secretaría de Turismo INTA – CONADEPA, Buenos Aires.
- Barrera, E. (1996) "Red Argentina de Turismo Rural (RATUR). Fundamentos para su organización. INTA-IESER, Buenos Aires.
- Centro de Investigaciones Territoriales y Ambientales Bonaerenses del Banco de la Provincia de Buenos Aires (CITAB)(1999), *Atlas de la Provincia de Buenos Aires*, Bs. As., Argentina.



Flores Ruiz, D. (2007), *Análisis de la oferta y demanda turística del Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche*, [Tesis de Maestría], Universidad Internacional de Andalucía, España.

Getty, J. M.; Thompson, K. N. (1994), *A Procedure for Scaling Perceptions of Lodging Quality*. *Hospitality Research Journal*, 18 (2), Estados Unidos.

Mazeris, Gustavo (2002), *El Agroturismo en Argentina: oportunidades y desafíos*. *Publicación de la Universidad Nacional del Litoral*. Segundo Foro Mundial de Agroturismo y Turismo Rural, Santa Fe, Argentina.

Oliver, R. L. (1981), *Measurement and Evaluation of Satisfaction Processes in Retail Settings*, *Journal of Retailing*, 57(3), Estados Unidos.

Oliver, R.L. (1993), *Cognitive, Affective, and Attribute Bases of the Satisfaction Response*, *Journal of Consumer Research*, nº 20, Estados Unidos.

Organización Mundial del Turismo (OMT) (1994), *National and Regional Tourism Planning*, Londres y New York.

OMT (2003), *El Turismo Rural en las Américas y su contribución a la creación de empleo y a la conservación del Patrimonio*, Paraguay.

Parasuraman, A.; Zeithaml, V. A.; Berry, L. L. (1988), *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. *Journal of Retailing*, 64 (1), Estados Unidos.

Prieto, L. y Prieto, M. (1997) *Turismo rural en Argentina*. *Estudios y Perspectivas en Turismo* 6(2): 145 – 156, Argentina.

Sánchez, J. E. (1985). *Por una geografía del Turismo de Litoral. Una aproximación metodológica*, *Estudios Territoriales* nº17, Madrid, España.

SECTUR / INDEC (2009), *Perfil del turismo rural: Encuesta de Viajes y Turismo en los Hogares (EVyTH)*. Secretaría de Turismo de la Nación e Instituto Nacional de Estadística y Censos, Buenos Aires

Sutton, W.A. (1967), *Travel and understanding: Notes on the social structure of touring*. *International Journal of Comparative Sociology*,

Vecchiet, H. (1991) *Hotelería resort de estancias*. *Revista Latinoamericana de Turismo* 1(4): 267 – 272, Argentina.

10.3 Páginas web Consultadas

MINTUR: Ministerio de Turismo de la Nación. <http://www.turismo.gov.ar>
Acceso: Marzo 2014

INDEC: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Censos de Población y Vivienda. 1991- 2010 <http://www.indec.mecon.ar> Acceso: Octubre 2014.



Municipalidad de San Andrés de Giles.

<http://www.sanandresdegiles.gba.gob.ar/> Acceso: Octubre 2014.

MAGyP: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación (2000) "Programa argentino de turismo rural". <http://www.minagri.gob.ar/> Acceso Noviembre 2014.

OMT: Organización Mundial del Turismo: <http://www.world-tourism.org> Acceso: Mayo 2014.

CIET: Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos
<http://www.cieturisticos.com.ar/homepage.htm> Acceso: Mayo 2014.

CITAB: Centro de Investigaciones Territoriales y Ambientales Bonaerenses
<https://www.bancoprovincia.com.ar/institucional/citab> Acceso: Septiembre 2014.

FAUBA: Facultad de Agronomía – Universidad de Buenos Aires
<http://www.agro.uba.ar/> Acceso: Junio 2014.

Heráldica Argentina <http://heraldicaargentina.com.ar> Acceso: Octubre 2014.

Ministerio de Turismo de la Nación (2010) *Pueblos turísticos de la Provincia de Buenos Aires*. Disponible en www.pueblos-turisticos.com.ar, Acceso: Junio 2014.

UNCUYO: Universidad Nacional de Cuyo, *Proyecto de Turismo Rural Sustentable*, Recuperado de: <http://www.imd.uncu.edu.ar/upload/informe-final-proyecto-turismo-rural-sustentable.pdf> Acceso: Octubre 2014.

Informe Brundtland: <http://www.un.org/es/comun/docs/?symbol=A/42/427> Acceso: Septiembre 2014.

Heráldica Argentina, Van Meegroot, Walter (2006) Disponible en: <http://heraldicaargentina.com.ar/3-BA-SanAndresdeGiles.htm> Acceso: Noviembre 2014.



Bloque 11

ANEXOS

ANEXO 1: Encuesta Google Docs

ANEXO 2: Entrevista Lucas Coarasa

ANEXO 3: Asociación Pueblos y Parajes Rurales

ANEXO 4: Carta de Arquitecto José María Yáñez

ANEXO 5: Entrevista al Arquitecto José María Yáñez

ANEXO 6: Programa Pueblos Turísticos

ANEXO 2: ENTREVISTA LUCAS COARASA

Dueño de "El Almacén CT&Cía." – Azcuénaga.

¿Cuáles cree que han sido los beneficios que pudo percibir la localidad de Azcuénaga luego de su introducción al Programa Pueblos Turísticos?

- *Los beneficios han sido cuantitativos y cualitativos ya que desde la creación del programa "Pueblos turísticos" nuestro pueblo recuperó la visibilidad que venía perdiendo desde finales de la década del 60. Fundamentalmente el mayor beneficio fue el reposicionamiento de Azcuénaga como pueblo histórico, rural y turístico. El programa "Pueblos turísticos" le devolvió a nuestro pueblo la confianza y la certeza de que el turismo sustentable es posible y sobre todo rentable.*
- *Los beneficios son fácilmente cuantificables, ya que la población activa de Azcuénaga conforme el último censo nacional es de 350 habitantes. Si partimos de este dato duro y le sumamos la cantidad de comensales que recibimos solo los fines de semana en nuestro restaurante Azcuénaga recibe una cantidad similar de visitantes en promedio por fin de semana.*
- *La articulación de este programa con las diversas acciones de prensa oficiales, le han dado un empuje fundamental a nuestro pueblo permitiéndonos mejorar cuantitativamente la oferta y la experiencia de los visitantes.*

¿Qué acciones se han tomado en la localidad desde su inclusión al Programa Pueblos Turísticos?

- *En primer instancia las acciones fueron promovidas por la secretaría de turismo local (partido de San Andrés de Giles) partiendo desde la difusión y promoción de los eventos clásicos y tradicionales de nuestro pueblo (fiestas patronales, fundación, etc.) esta acción resultó armónica ya que los vecinos de nuestra localidad tienen profundamente arraigada la tradición del festejo representativo de las raíces de nuestro pueblo.*
- *La clave de este programa pasó por la difusión; al hacer posible que más gente se animará a visitar nuestro pueblo los actores locales fuimos comprendiendo que el turismo era una alternativa viable y rentable.*
- *Con el tiempo la gastronomía se convirtió en la principal oferta para aquellos visitantes ávidos de nuevas experiencias en torno al*

denominado "Mini Turismo" o "Turismo rural" ya que Azcuénaga está ubicada en un radio cercano a los 100km de Capital Federal. Ese aspecto estratégico resultó vital para que Azcuénaga revirtiera la situación de aislamiento creciente en las décadas 70' 80' y 90'. Lo que antes nos condenaba hoy nos prestigia: Ruralidad, historia, tranquilidad, Naturaleza, gastronomía de calidad y calidez. Todo eso a menos de una hora por de los grandes centros urbanos.

¿Cree que la localidad ha tenido mayor difusión en los medios de comunicación? ¿Se refleja esto en la cantidad de turistas que recibe?

- *Sin duda, Azcuénaga ha sido objeto de varias acciones de prensa y difusión (primero oficiales y luego privadas) pero todas con el mismo objetivo: Dar visibilidad a nuestro pueblo y su historia.*
- *Particularmente puedo responderle desde nuestra experiencia en "El Almacén CT&cia". Desde que inauguramos en julio de 2011 nuestro público ha ido en franco aumento, tal es así es que por fin de semana atendemos un promedio de 250 / 300 comensales (casi la misma cantidad de habitantes que tiene Azcuénaga) eso sin contar los demás visitantes que no van a comer a nuestro restaurante.*
- *Si bien no somos muy adeptos a contratar acciones de prensa hemos tenido relativo éxito dado que la misma gente que nos visita empatiza mucho con nuestra historia y son ellos quienes viralizan (oralmente y a través de las redes sociales) lo que llamamos "La experiencia Azcuénaga".*
- *Los medios de comunicación y los visitantes ocasionales resultaron fundamentales para el crecimiento de Azcuénaga en materia de turismo rural sustentable.*

¿Cuáles son las medidas que se han tomado en materia de capacitación de los recursos humanos desde el programa Pueblos Turísticos?

- *Desde la creación de este programa se han aplicado numerosas acciones y propuestas tendientes a capacitar a los actores privados que formamos parte de "Pueblos turísticos" hemos participado e interactuado con quienes llevan adelante este programa.*
- *Se nos ha incluido en cursos e-Learning sobre turismo sustentable / rural en plataformas oficiales del ministerio de turismo del la nación.
<http://campus.turismo.gov.ar/login/index.php> /
<http://educatur.gob.ar/nuevos-cursos-en-el-campus-mintur/#sthash.nrsmDuie.dpbs>*

- Todas estas acciones presenciales y a distancia son vitales para que la visión de negocio resulte sostenible y rentable a futuro.

¿Cómo espera que sea el futuro turístico para estas localidades? ¿Cuáles son sus visiones a largo plazo, tanto en materia turística como hotelera?

- Para que Azcuénaga logre afianzar su propuesta en el futuro a corto – mediano y largo plazo será fundamental que el estado nacional y provincial garanticen que los accesos (autovía Nacional. N°8 - autovía Nacional. N° 7 y Ruta n°193) se mantengan en condiciones óptimas y seguras de manera tal que se asegure el libre acceso a nuestro pueblo. Esta cuestión resulta estratégica y vital para que nuestra oferta crezca en cantidad y calidad tanto en gastronomía como en hotelería y otras ramas que de esto se desprendan.
- Si se garantiza este aspecto y se continúa dando fomento y capacitación a los actores privados no tengo ninguna duda de que Azcuénaga se posicionará como una alternativa única y de enorme calidad a precios realmente competitivos.
- Hoy nuestro norte es crecer paulatinamente y a paso firme, somos conscientes de que estamos sentando las bases de un negocio que sin duda será muy próspero en el futuro; tenemos la certeza de que el éxito y la sustentabilidad solo se lograrán si lo público y lo privado trabajan juntos y coordinados.
- Estamos en una ubicación demográfica muy estratégica (somos la primer zona rural 100%) en el radio de los 100km de C.A.B.A. recibimos el desborde turístico zonas altamente visitadas (Lujan por su basílica y el turismo religioso) y San Antonio de Areco (Turismo nacional e internacionalmente reconocido por ser un ícono de la tradición gauchesca) Es decir que, si se garantizan los accesos terrestres Azcuénaga se convertirá en visita obligada por quienes busquen un concepto de turismo diferencial.

ANEXO 3: ASOCIACIÓN PUEBLOS Y PARAJES RURALES

LA HONORABLE CAMARA DE DIPUTADOS DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES

R E S U E L V E

Declarar de Interés Legislativo a la Asociación Civil denominada "ASOCIACION DE PUEBLOS Y PARAJES RURALES DEL PARTIDO DE SAN ANDRES DE GILES", de la ciudad de San Andres de Giles, Partido del mismo nombre, ubicado en el Nordeste de la Provincia de Buenos Aires.

FUNDAMENTOS

El presente Proyecto de Resolución tiene por finalidad declarar de Interés Legislativo a la Asociación de carácter civil denominada "PUEBLOS Y PARAJES RURALES DEL PARTIDO DE SAN ANDRES DE GILES", perteneciente a la ciudad de San Andrés de Giles, Partido del mismo nombre, contando con trece localidades, ocho pueblos rurales y cinco parajes rurales, con una población total aproximada a 22.300 habitantes, ubicado al Nordeste de la Provincia de Buenos Aires, con una superficie de 1135 Km², limitando con los Partidos de Mercedes, Exaltación de la Cruz, Luján, Suipacha, Carmen de Areco y San Antonio de Areco, cuyas vías de acceso son; Ruta Nacional n° 7, Ruta Nacional n° 8 y Ruta Provincial n° 41.

En el mes de junio del año 2005, desde el área de Turismo y Pueblos Rurales del Municipio de San Andrés de Giles, a través de la Secretaría de Producción y Turismo, comienzan a realizarse las primeras reuniones con el fin de crear la asociación civil de pueblos, debido al intenso trabajo realizado a partir del año 2000 con los distintos pueblos del Partido.

Se tomó el turismo rural como una de las herramientas para alcanzar el desarrollo local y sustentable de los pequeños poblados, teniendo como pilares fundamentales del proyecto, la educación en todos sus niveles, las entidades intermedias interactuando con el sector público y privado.

La Asociación de Pueblos y Parajes Rurales del Partido de San Andrés de Giles, está formada por veinte y ocho personas, dos en representación de cada uno de los parajes rurales, a saber: Azcuénaga, Cucullú, Villa Ruiz, San Alberto, Villa Espil, Solis, Heavy, Kilómetro 108, Tuyutí, Franklin, Espora, La Florida, La

Herrería, La Valerosa, Km. 125 y dos en representación del Municipio de San Andrés de Giles, destacando que dentro del Programa Provincial "Pueblos Turísticos", dos de los pueblos que lo conforman son del Partido de San Andrés de Giles, es decir, Azcuénaga y Villa Ruiz.

Estos pueblos y parajes rurales tienen poblaciones que van desde no más de treinta habitantes a mil doscientos habitantes, el pueblo más grande, conformada por el 85% de los pueblos, parajes y escuelas rurales, éstas últimas dispersas en el campo con pequeños caseríos a 5 km. a la redonda.

Es de destacar la multiplicidad de actividades que desarrolla la asociación de mención, que están en el estatuto que se adjunta, entre ellas: Promover y desarrollar acciones y propuestas que propicien el desarrollo cultural, productivo, económico e institucional de los pueblos y parajes del Partido de San Andrés de Giles a través de estudios, eventos, acciones de información y capacitación.

Desarrollar acciones que tiendan a la preservación del patrimonio urbanístico y cultural de los pueblos y parajes, proponiendo medidas concretas a tal fin.

Afirmar la identidad lugareña, realizar acciones de promoción artesanal de cada uno de los pueblos y parajes, asistiendo a pequeños emprendedores y artesanos.

Desarrollar y ejecutar centros de desarrollo comunitario para el desarrollo de las acciones de la asociación.

Impulsar una red social de voluntades, recreando los principios básicos de solidaridad, libertad, justicia, equidad y compromiso permanente con la comunidad.

Propiciar la formulación, desarrollo y ejecución de proyectos superadores e integradores de los diversos actores sociales.

Auspiciar e intervenir en la realización, participación y organización de jornadas, seminarios, congresos, fiestas locales o regionales u otros eventos relacionados con temáticas de la realidad cultural, productiva, económica e institucional.

Difundir a través de los distintos medios de comunicación, tareas y acciones desarrolladas.

Promover convenios de cooperación con organismos públicos y privados e internacionales, contemplando programas declarados de interés nacional, provincial y municipal.

Ser el nexo directo entre el área contable del municipio y los pueblos, subsidiando distintas acciones.

Creación de una red regional, provincial y nacional de los pueblos, reconstruyendo la trama social de sus pueblos y la identidad.

También se destacan algunas acciones realizadas:

Año 2008.

Se trabajó en el lineamiento general para desarrollar la Fiesta "El Patio de los Pueblos", teniendo como uno de los objetivos, crear un banco de becas para alumnos rurales.

Año 2009.

Primer Encuentro Regional de Educación y Desarrollo Local "El Patio de los Pueblos".

Fiscalización de artesanos, manualistas y aprendices junto al Instituto Cultural de la Provincia de Buenos Aires, Dirección Provincial de Artesanías, Folklore y Comunidades Originarias.

Año 2010.

Trabajo en equipo junto al pequeño pueblo de Tuyuti (28 habitantes) y a la producción de Cocineros Argentinos, Canal 7, Primera Fiesta de la Mozzarella en el marco del programa televisivo "Mi pueblo" "Mi comida".

- También la participación en:

"36º Feria Internacional del Libro". Sociedad Rural de Palermo.

"Un pueblo rural para niños" (Pueblo rural Villa Espil).

"Taller de fotografía en escuelas rurales. "Ojos de Campo".

Primera Feria Nacional de Turismo Rural Sustentable y Producción Orgánica. (Luján). Organizada por PRONATUR, Programa Nacional de Turismo Rural.

Charlas y Seminarios.

Villa Parancito, Entre Ríos.

Rauch, Provincia de Buenos Aires.

Charlas con el aval del área de postgrado de Turismo Rural, Facultad de Agronomía-UBA.

Seminarios de los pueblos, abordando los temas, educación, asociativismo y turismo rural, en el curso de postgrado de Turismo Rural. Facultad de Agronomía-UBA.

Fiestas y eventos subsidiados.

FEBAT 2009, FIT 2009, Fiesta Provincial "El Camino Real" Villa Ruiz 2009,

Fiesta "El Hornero"- Cucullu 2009, Fiesta Patronal Nuestra Señora del Rosario- Azcuénaga 2009, Peña La Cañada de la Cruz, Villa Espil 2009, Fiesta "A cielo abierto", Heavy 2009, Fiesta "Navidad en el campo", Tuyuti 2009, FEBATUR 2010, FIT 2010, La Muzzarella Tuyuti 2010, "36º Feria del Libro 2010" Villa Espil, Fiesta "Un pueblo rural para niños", Villa Espil 2010, Fiesta Patronal Nuestra Señora del Rosario, Azcuénaga 2010, Fiesta Patronal San Felipe Neri, Villa Espil 2010, Fiesta de la Trocha Angosta, Espora 2010, Fiesta "El Hornero", Cucullu 2010, Fiesta del Bicentenario, Solís 2010, Fiesta "Navidad en el campo", Villa Ruiz 2010, "V Fiesta Provincial El Camino Real 2010".

Es de destacar el trabajo que se está realizando para poder desarrollar en el mes de enero de 2012, la Primera Fiesta "EL PATIO DE LOS PUEBLOS", evento en que se pretende poner en escena el patrimonio cultural del Partido de San Andrés de Giles, desde la gastronomía, música, danza, destrezas criollas, charlas, expo, artesanos, productores artesanales, usos y costumbres, compartiendo el espacio cultural junto a otros pueblos que trabajan con la asociación. Dicha fiesta será declarada de "Interés Provincial".

La Asociación civil de Pueblos y Parajes Rurales del Partido de San Andrés de Giles, está conformada por las siguientes autoridades:

Presidente

Gerardo BERGER (Villa Espil).

Secretaria.

Gabriela MANRIQUE (Villa Ruiz).

Tesorera.

Marilin VELOZ (Heavy).

Asesor.

José María YANES (San Andrés de Giles).

Se adjunta documentación y reseña de localidades y parajes; San Andrés de Giles "Donde el campo es pampa y el aire es cielo", Sobre la línea del Ferrocarril Urquiza, Villa Ruiz, Cucullu, Km. 108, Heavy.

Sobre la Ruta Nacional nº 7, Villa Espil, San Alberto.

Sobre el Ferrocarril Belgrano, La Valerosa, Espora, Tuyutí.

Sobre la Ruta nº 8, Solís.

Sobre el Ferrocarril Mitre, Azcuénaga.

Los Parajes, La Florida, El Candil, Los Manueles, Campos de Vázquez.

Sobre el Ferrocarril General Belgrano, Flanklín.

Ubicación, Orígenes, Donación, Un Oratorio y un Pueblo, Primera Misa, sus Pueblos

Los Parajes Rurales y el Estatuto correspondiente.

"SAN ANDRES DE GILES, verdadero reservorio de una vida distinta, apacible, en armonía con el entorno natural, rural y familiar".

ANEXO 4: CARTA DE ARQUITECTO JOSÉ MARÍA YÁNEZ

SAN ANDRÉS DE GILES

“Ciudad, pueblos y parajes”

Deseamos ser un municipio saludable.

El turismo rural además de ser "una de las herramientas para alcanzar el desarrollo local/sustentable de los pequeños poblados"... también es una herramienta para cuidar del ambiente.

Nuestro destino de escala pequeña cuenta con aprox. 23.000 habitantes, con su mayor concentración en zona urbana y el resto disperso entre 13 pequeños pueblos y parajes rurales.

Somos un destino joven donde con importante cantidad de establecimientos pero con 2 pueblos rurales que se destacan del resto " Azcuénaga y Villa Ruiz " comprendidos dentro del Programa Provincial presentado en el año 2008 durante la Gobernación de Daniel Scioli, estando la Secretaría de Turismo a cargo del Lic. Ignacio Crotto.

Nuestros pilares fundamentales del proyecto son la educación en todos sus niveles y las entidades intermedias que son quienes tienen vivos a estos pequeños poblados; interactuando con el sector público y privado.

Nuestro objetivo desde la Gestión del Intendente Municipal Dr. Luis Alberto Ghione es trabajar en pos de tener " un municipio saludable".

Es un largo camino que comenzamos a transitar con mayor intensidad durante el año 2010.

Creemos que es posible y vale la pena.

Arq. JOSE MARIA YANES

Asesor en Turismo y Pueblos Rurales

Municipalidad de San Andrés de Giles

ANEXO 5: ENTREVISTA AL ARQUITECTO JOSÉ MARÍA YÁNES

Fuente: Área de Turismo Rural – Facultad de Agronomía – Universidad de Buenos Aires.

Entrevista al Arq José M. Yanes

“Con el Turismo Rural los pobladores comienzan a poner en valor sus riquezas y se sienten orgullosos de su pueblo”

El Arq. José Yanes es egresado del Curso de Postgrado de Alta Dirección en Turismo Rural y trabaja como asesor en Pueblos Rurales del municipio de San Andrés de Giles desde mayo del 2005. Además colabora con la Asociación Civil de Pueblos Rurales del mismo partido. En ésta entrevista nos cuenta su interesante experiencia de recorrer y caminar los Pueblos y Parajes Rurales...

-Cómo es el proyecto “Pueblos Rurales”? Cuáles son sus mecanismos?

La metodología es acercarse al pueblo y a sus pobladores. Este proyecto nació en el poblado de Azcuénaga en plena crisis del país, (Noviembre del 2000). Lo que hicimos desde el Turismo fue detectar junto a ellos las necesidades del pueblo redescubriendo su historia, leyendas, costumbres, patrimonio, cultural y ofrecerles el Turismo Rural como una de las herramientas para fomentar el arraigo, evitar el éxodo rural y tratar de alcanzar el desarrollo local y sustentable en su pequeño poblado. En esa oportunidad. A través del Lic. Federico Wysss elevé la propuesta **"Azcuénaga Pueblo Rural "** al Secretario de Turismo de SECTUR, el Ing. Hernán Lombardi.

Allí conocí el programa Argentino de Turismo Rural **"Raíces"** y también a través de este programa al Ing. Ernesto Barrera.

Tanto Barrera como Wys hasta la fecha nos siguen apuntalando y acompañando en algunas acciones dentro del partido de San Andrés de Giles.

Allá por el año 2004 , Junto a los vecinos de Azcuénaga, luego de creada la Ley de promoción de las Pequeñas Localidades Rurales (creada por los diputados Mariano West y Jorge Otharan) , junto a los vecinos comenzamos a visitar otros pueblos con el fin de contarles la experiencia vivida desde el 2000 al 2004. De esta forma lentamente fue prendiendo la idea de comenzar a practicar el turismo en otros pueblos y mostrar a través de sus fiestas fundacionales, patronales y otras con sus distintos ejes temáticos. Eventos donde ellos ponen en valor las riquezas culturales de sus pueblos. Este es un trabajo que debemos hacer entre todos, *pueblo, municipio, provincia y nación.* . Integrando también al apoyo del sector privado, *Por que solo no se salva nadie.* Además de aplicar y ejecutar acciones que bajan directamente desde el área de Turismo Nacional y

Provincial también generamos otro tipo de acciones tratando de investigar y crear redes entre distintos actores público-privados.

Otro gran paso, fue crear en el año 2008, luego de 3 años y medio de trabajo, la Asociación Civil Pueblos Rurales.

-Cuántos pueblos están involucrados en este proyecto y cuales son?

Primero es importante aclarar que entre el Área de Turismo, Pueblos del Municipio y la Asociación Civil Pueblos Rurales se trabaja en forma conjunta.

Este proyecto está conformado por un rosario de 13 pueblos y parajes rurales.

(Azcuénaga - Solis - Heavy - Km 108 - Tuyuti - Espora - San Alberto - Km 125 o La Valeroza - Franklin - Villa Espil - Cucullu - Villa Ruiz - El Candil) . La población de los mismos va desde no más de 30 habitantes a 1.100 el más grande. En el 2010 hemos incorporado también a este grupo a 6 escuelitas rurales perdidas en el campo con pequeños caseríos a su alrededor. *Porque la educación es uno de los pilares fundamentales de nuestro proyecto. Interactuamos junto a las entidades intermedias y el sector público y privado y nuestra propuesta es no encerrarnos dentro de nuestra frontera.*

La idea desde el área de turismo y pueblos del municipio y desde la asociación es crear una red regional, provincial y nacional de pueblos.

Qué tipo de proyectos turísticos se desarrollan en cada localidad?

Además de los desarrollos privados que ya son varios y de mucha diversidad también son importantes los distintos eventos. Se han creado diferentes ejes temáticos sobre los cuales trabajamos, pero no es nada fácil, a veces se suele cruzar el mal uso y abuso de la mala política

Algunos de los eventos y temas que hemos desarrollado son:

Azcuénaga : la conmemoración de la llegada del primer tren que llegó a San Andrés de Giles, fue el 1º de Abril de 1880 y a partir del año 2004 se comenzó a celebrar la fiesta de fundación del pueblo. Se involucra en este proyecto a la escuela y al jardín del pueblo.

Cucullu : Pueblo rural alfarero. Allí pusimos en escena la vida en el horno de ladrillos Con la magia que existe entre las manos del hombre, el barro y el fuego.

El 60 % de la población es Litoraleña y festejan su fiesta con orgullo.

Villa Espil: Un pueblo rural para los niños.

Este es otro proyecto "lento" peor que crece a pasos agigantados.

Algunos pobladores se capacitaron para crear una Granja Educativa, que articulara con la biblioteca recién inaugurada y sala de computación para el pueblo. También hay otras ideas en ciernes de crear talleres relacionados con los niños.

Villa Ruiz: El Camino Real y Los Amigos del FFCC Urquiza.

El antiguo camino al Alto Perú pasó por Villa Ruiz y desde el 2009 estamos tratando de reconstruir esta ruta juntando a todas las provincias. El mayor trabajo hasta ahora se hizo en Córdoba y en Santiago del Estero.

Amigos del Urquiza, se creó en el año 2010 y pretenden recrear la historia del FFCC uniendo 5 pueblos nuestros y extenderlo a partidos vecinos. En la ya se creó estación un pequeño museo, puesto de información turística y el andén con artesanos y productores artesanales.

Heavy: a cielo abierto.

Un privado instaló en el lugar un excelente observatorio por que dijo haber encontrado allí un cielo muy oscuro. En este proyecto también trabajamos junto al Jardín y la Escuela locales.

Tuyuti : la mozzarella .

El año pasado junto a Cocineros Argentinos, en el programa "Mi pueblo, mi comida" como en la zona se produce masa mozzarella , creamos la 1º Fiesta que representa parte de la subcultura alimentaria.

Espora: los amigos del FFCC Belgrano (proyecto que nació en Espora y se extendió a nivel zonal con 6 municipios).

Es un proyecto con base en este pueblo del que surge luego la Asociación Amigos del FFCC Belgrano-

Un evento a destacar como cierre del año y union de todos los pueblos es la fiesta itinerante "Navidad en el Campo", creada en Azcuénaga en el año 2004

Además, también estamos trabajando en un proyecto sobre los FFCC, para 10 pueblos y parajes del partido donde pasa o pasó el tren. A la brevedad presentaremos al nuevo Ente Nacional de FFCC, propuestas culturales, recreativas, productivas y turísticas entre otras.

También estamos trabajando en otros proyectos con Canales de TV, Facultades, Privados, Organismos de Gobierno y organizaciones intermedias

Hay mucho por creer que se puede, soñar, concretar y disfrutar.

-Cuáles son los cambios que nota a partir de la intervención en los pueblos?

Que los pobladores individualmente o desde sus entidades intermedias (por supuesto que no todos) comienzan a poner en valor sus riquezas y se sienten orgullosos de su pueblo. Pero no todos se animan a emprender sus desarrollos privados, creo que es ahí donde debemos trabajar más, queda una asignatura pendiente y debemos acompañarlos.

-Cuál es el panorama para este año del proyecto Pueblos Rurales? Y cuáles fueron hasta ahora los logros?

Crear un equipo interdisciplinario de trabajo junto a pobladores, estudiantes, profesionales, entidades del estado provincial / nacional, facultades y otras entidades intermedias con el fin de desarrollar una prueba piloto en uno de los pueblos para buscar la definitiva sustentabilidad del mismo.

No debo olvidar de reconocer el apoyo que siempre nos ha brindado la Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires y la Sector (actual Ministerio) desde el año 2001 a la fecha.

Gracias a la creación en el año 2008 del programa provincial "Pueblos Turísticos" desde la gestión del Gobernador Scioli, en la que interactuaron tres entes del Estado provincial: Secretaría de Tur. Pcia (Lic. Ignacio Crotto) - Secretaría de Asuntos Agrarios (Ing. Villella) y la Citab (Dr. Alfredo Grassi). Fuimos junto al Carlos Keen de Lujan y 2 pueblos nuestros, Azcuénaga y Villa Ruiz, el 1º corredor del programa.

Luego se sumaron otros con Gouin (C. de Areco), Villa Loguercio (Lobos) Uribellarrea (Cañuelas) y otros que están por ingresar o ya han ingresado.

Esto nos permitió estar presentes junto a la Secretaría de Turismo de la Pcia en todas las ferias regionales, provinciales, nacionales e internacionales de turismo.

-Cómo fue su experiencia como alumno del postgrado de Turismo Rural y qué opina del Turismo Rural como opción de desarrollo productivo?

La mayor riqueza, además del grupo humano de profesionales que dictaron el curso, fue la diversidad de sensaciones, necesidades y miradas del alumnado, lo cual le dió luces, sombras y colores diferentes a esta nueva perspectiva del Turismo Rural.

Además la FAUBA me permitió ser orador en distintos seminarios dentro de la facultad y fuera de esta a nivel provincial, nacional e internacional contando siempre con el apoyo del Ing. Ernesto Barrera, uno de los pioneros del Turismo Rural en la Argentina. Tanto él como otros profesionales que también me han apuntalado en este mundo del Turismo Rural y sus pueblos. Igualmente creo que siempre quedan cosas por mejorar entre todos.

PROGRAMA DE TURISMO COMUNITARIO



**UNA APUESTA AL DESARROLLO TURÍSTICO
DE LAS PEQUEÑAS LOCALIDADES**

La Secretaría de Turismo, a través de su Dirección Provincial de Turismo Social y Comunitario desarrolla El Programa “Pueblos Turísticos”, que tiene como propósito

“Promover e incentivar el desarrollo de actividades y emprendimientos turísticos sostenibles en las pequeñas localidades de la Provincia de Buenos Aires, generando identidad, fuentes de empleo, recursos genuinos y favoreciendo el arraigo”.

Su diseño y funcionamiento responde a una lógica intercultural, intersectorial, descentralizada y esencialmente participativa. Esto último, constituye un eje estratégico de las acciones que se desarrollan.

Se busca poner en valor todos aquellos recursos patrimoniales y/o extrapatrimoniales existentes en las pequeñas localidades, muchas veces no dimensionados, y generar emprendimientos turísticos auto sustentables y sostenibles, donde los pobladores locales sean los protagonistas activos del proceso.

Por ello, se fomenta una nueva relación entre el Estado y las pequeñas localidades, que permita, a través de la actividad turística, la generación de recursos genuinos, la creación de empleos y la consecuente mejora en la calidad de vida, el fortalecimiento de la identidad local, y una nueva perspectiva de futuro.

¿Qué es el Turismo Comunitario?

Se reconoce al **Turismo Comunitario** como aquel que fomenta el desarrollo de la actividad turística en pequeñas localidades no urbanas (sean rurales, litorales, serranas o insulares), que posean atractivos capaces de generar el desplazamiento de turistas o excursionistas hacia ese destino.

El Turismo Comunitario registra diversos antecedentes tanto en el ámbito internacional como nacional. Ejemplo de ello son los Planes que están desarrollando algunos países de Latinoamérica, y en el ámbito nacional, diversas experiencias con el apoyo de la SECTUR Nación, ONGs y acuerdos de Cooperación Internacional.

En el Turismo Comunitario, la puesta en valor del patrimonio natural, cultural, social, arquitectónico y gastronómico de la pequeña localidad es preponderante; entendiendo que son ellos los valores distintivos del mismo; aquellos que los hacen “únicos”, y por los cuales la demanda busca conocerlos.

El Turismo Comunitario entiende que **la Comunidad Local debe ejercer un rol sustancial y participativo en todo el proceso**. Una importante proporción de los beneficios quedará en la comunidad.

El Turismo Comunitario esta basado en principios de **sostenibilidad y equidad**.

La sostenibilidad se refiere al desarrollo equilibrado en el tiempo de los recursos naturales, socio – culturales y económicos, al respeto del medio ambiente, la cultura, la tradición, promoviendo el bienestar de la población local.

El concepto de **equidad**, en este caso, está vinculado a los servicios turísticos prestados y operados directamente por los pobladores de estas localidades, de diversas formas.

A su vez, los beneficios deben integrarse a la economía del pueblo, redistribuyéndose, y generando valor.

Es por todo lo anteriormente mencionado, que no se puede entender al Turismo Comunitario sin la comprensión y el respeto de la comunidad local, y por sobretodo, de sus expectativas presentes y a futuro.

¿Quiénes pueden Participar?

El Programa de Turismo Comunitario se propone asistir a pequeñas localidades no urbanas (sean rurales, litorales, serranas o insulares) que posean atractivos turísticos potenciales o explotados, y que manifiesten su voluntad de desarrollar las actividades y emprendimientos turísticos antes mencionados.

Se define pequeña localidad a “todo pueblo, paraje o nucleamiento poblacional que, según el último censo, registre una población estable inferior a los dos mil habitantes”. Excepcionalmente, y a solicitud del Municipio interesado, la Secretaría de Turismo, a través de su Dirección Provincial de Turismo Social y Comunitario, considerará la inclusión en el programa “Pueblos Turísticos” de poblaciones que no se encuadren en la definición del Art. 2 de la Ley de la Provincia de Buenos Aires N° 13251.

Si bien la mayoría de estas localidades se encuentran emplazadas geográficamente en zonas rurales, no se excluyen del Programa a aquellas que pudiesen ser litorales, serranas o insulares.

Es importante aclarar que en el desarrollo del Programa, se le reserva al

Municipio un rol de protagónico, a través de su Órgano específico de Turismo o de aquel que corresponda.

En tal sentido, es de vital importancia que el Municipio comprenda la relevancia de la implementación del Programa y sus posibles beneficios, y acompañe Institucionalmente las acciones emprendidas por la localidad en materia turística.

El Programa

El Programa de Trabajo de la Dirección de Turismo Comunitario, está integrado por **CINCO SUBPROGRAMAS** articulados y complementados en una estrategia de desarrollo que fortalece la implementación de propuestas turísticas en las pequeñas localidades de la Provincia de Buenos Aires.

Cada uno de estos subprogramas se compone de una serie de acciones planificadas, concretas y medibles.

Considerando que los mismos poseen un grado de dificultad creciente, se hace evidente que para avanzar con un subprograma se deben de haber cumplido los objetivos del subprograma anterior.

Cabe aclarar que al momento existen en la Provincia diversas localidades que ya han comenzado a gestar proyectos turísticos, de diverso tipo y escala. Por ende, las realidades y necesidades de las mismas van a diferir de aquellas que no cuenten aun con un desarrollo turístico.

Por lo tanto, se prevé asistir a los mismos, si bien a partir de los cinco subprogramas, de forma diferenciada.

De aquí en adelante los denominaremos:

Localidades sin Desarrollo Turístico (LSDT): aquellas que aun no han recibido asistencia, o que habiéndola recibido, no han generado al menos dos emprendimientos productivos turísticos.

Localidades con Desarrollo Turístico Incipiente (LDTI): aquellas que habiendo o no recibido asistencia, poseen al menos dos emprendimientos productivos turísticos en funcionamiento.

Los subprogramas:

**RELEVAR CAPACITAR
DESARROLLAR
PROMOCIONAR
INTEGRAR**

Subprograma RELEVAR

Releva e investiga realidades positivas y negativas de las pequeñas localidades participantes del programa “Pueblos Turísticos”.

Cada uno de los datos relevados o investigados facilitará la toma de decisiones durante la inserción, la planificación y la gestión del programa.

Esta etapa arrojará un diagnóstico general y turístico que facilite el abordaje de las problemáticas a las comunidades que se incorporen a los proyectos comunitarios y el fortalecimiento de las localidades que ya estén trabajando con turismo.

Son objetivos específicos de RELEVAR:

- 1- Identificar todos los recursos existentes en el sitio, (naturales, culturales, humanos, infraestructura y otros) con el fin de diagnosticar su potencialidad como destino turístico.
- 2- Conocer las necesidades y expectativas de los habitantes con respecto al desarrollo de nuevos emprendimientos en general, y turísticos en particular.
- 3- En función de los dos puntos anteriores, determinar que Productos turísticos podrían ser desarrollados en ese Destino.

En el desarrollo de este subprograma intervendrán:

- Un equipo de Profesionales.
- Un relevador de atractivos turísticos de diversa índole.
- Un analista de proyectos turísticos, técnico propio de la Dirección de Turismo Comunitario.

A partir de este análisis se determinará la potencialidad turística del destino y las acciones a seguir.

Subprograma CAPACITAR

A través de este subprograma se busca capacitar a los Pobladores de las Pequeñas Localidades que vayan a participar de la Actividad Turística.

Los *principales objetivos* del Subprograma Capacitar son:

- 1.- Concientizar a los pobladores sobre la importancia del Turismo como fuente de generación de ingresos y de arraigo.
- 2.- Conformar equipos o grupos locales que funcionen como disparadores e interlocutores del proceso con la Municipalidad y la Dirección de Turismo Comunitario. A través de ellos se generarán los controles a fin de hacer frente a las necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales de la localidad que lo solicita, generando la participación de la comunidad en el proceso de toma de decisión y propiciando espacios de gestión asociada en esas comunidades.
- 3.- Formar Recursos Humanos para desempeñarse en distintas áreas relacionadas al turismo.

La capacitación se direccionará a través de diversos **talleres**:

*Reflexión sobre los beneficios de la Actividad turística y forma de participación de la comunidad.

*Formación de Emprendedores.

*Desarrollo Local

*Capacitación Específica en Turismo:

- Atención al Cliente
- Armado de Productos turísticos
- Anfitriones Turísticos.
- Hotelería, Banquetes y Gastronomía.

*Capacitación en Comercialización de Productos: para comprender la naturaleza de la comercialización de productos turísticos y los Agentes Intervinientes.

Subprograma DESARROLLAR

A través de este subprograma se busca desarrollar emprendimientos turísticos que permitan generar puestos de trabajo y recursos para los habitantes del pueblo.

Los objetivos específicos son:

- 1- Establecer criterios comunes para la conformación del/los Producto/s Turístico/s local/es y/o regional/es.
- 2- Generar condiciones necesarias para que el producto turístico del lugar se complemente con productos de similares características que permitan generar, a futuro, una oferta regional.
- 3- Fomentar, la participación orgánica de las entidades intermedias, organizaciones no gubernamentales, cámaras empresariales y/o de comercios con planes de acciones coordinadas.
- 4- Incentivar el desarrollo de la infraestructura necesaria de apoyo al turista.
- 5- Lograr el aprovechamiento de la puesta en valor del patrimonio cultural y humano para promover “El arraigo”.
- 6- Generar la articulación con otras áreas gubernamentales

El subprograma busca asistir en tres procesos diferenciados:

1. En el Desarrollo Integral Turístico del Destino

Es importante que la Pequeña Localidad, posea una imagen coherente y homogénea, que le permita identificarse en el Mercado, y al mismo tiempo ofrezca los servicios necesarios para que el turista se desplace hasta el mismo. Desde aquí se busca generar una marca e imagen de pueblo, para poder posicionarlo en los mercados. Y orientar la generación de emprendimientos puntuales

2. En el Desarrollo de Emprendimientos específicos Turísticos

Para que turistas se desplacen al destino deben existir servicios que atiendan sus necesidades. Se deben generar emprendimientos turísticos que ofrezcan los mismos: hospedaje, alimentación, transporte, excursiones y otros. El objetivo es que la población local sea la que genere estos emprendimientos. Se los asistirá en aspectos técnicos

3. En facilitar la Información y Contacto con Otros Organismos que los puedan

4. Asistir.

Dado que el alcance de nuestro programa es limitado a lo específicamente turístico, y que existen otros organismos Públicos que también asisten desde diversos ángulos al desarrollo rural, se busca facilitar la información para que puedan participar de los mismos y de esta manera optimizar el resultado.

Subprograma PROMOCIONAR

Está orientado a la generación de contenidos turísticos para la promoción de las localidades participantes y sus productos turísticos.

Los *objetivos principales* del Subprograma son:

- 1- Asistir en la participación de los destinos en las ferias locales, regionales y provinciales, de forma conjunta con la actividad privada, y con la planificación de objetivos, tareas y evaluación de resultados.
- 2- Consolidar un método de comunicación permanente como base de difusión y promoción entre la población local, como la gestión pública y privada del producto turístico.

Es por esto que se plantea:

- *La creación de una Pagina Web Institucional, con información del programa y específica de cada localidad participante
- *Asistencia en la creación de Pagina Web de la Localidad.
- *Participación en Ferias y Eventos.
- *Organización de Work-Shops y Viajes de Inspección, con el fin de generar una relación con quienes comercializan los productos turísticos que las localidades ofrecerían.
- *Impresión de Folletería y otras acciones promocionales.

Subprograma INTEGRAR

El desarrollo de la actividad turística precisa de la integración de todos los sectores: la comunidad en si, el Municipio, La Provincia, y también la relación entre las diversas localidades que se encuentran en el mismo proceso.

De allí que se propongan acciones en este sentido:

*La creación de un Foro de Turismo en la Localidad “Pueblo Turístico”, para generar un espacio de debate y consenso sobre los aspectos generales del desarrollo turístico del sitio, y que en lo posible canalice la comunicación con la Dirección de Turismo Comunitario.

*Generar un espacio de debate entre las localidades que participan del Programa. El mismo puede ser a través de las Redes de Pueblos existentes.

¿Cómo participar?

Toda pequeña localidad que entiende que posee atractivos que pueden ser de interés turístico está invitada a participar del Programa.

La convocatoria al mismo se realizará a través del Municipio. Si existiese un Organismo Municipal de Turismo preferentemente, o en caso contrario a través del Organismo de injerencia.

Es imprescindible que el Municipio apoye formalmente el Programa para que éste te pueda ser llevado a cabo.

Este apoyo debe quedar plasmado a través de un “Acuerdo de Colaboración y Participación” firmado conjuntamente por la Secretaria de Turismo, a través de su Dirección de Turismo Social y Comunitario, y el Municipio involucrado.

Una vez cumplimentados los pasos formales de convocatoria mencionados previamente, se procede a establecer el Primer vínculo con los habitantes de la localidad.

Se plantea una reunión en la localidad, a la cual asistan no solo los pobladores, sino también autoridades Municipales y autoridades del la Secretaría de Turismo.

Los objetivos de esta reunión son:

- Informar a los pobladores los detalles y beneficios del Programa
- Presentar personalmente a las personas encargadas del mismo
- Conocer las expectativas de los habitantes y evacuar dudas generales.
- Informar los pasos a seguir

Contacto

SECRETARÍA DE TURISMO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES

Secretario: *Lic. Ignacio E. Crotto*

SUBSECRETARÍA DE TURISMO

Subsecretario: *Lic. Roberto Diego Díaz*

DIRECCIÓN PROVINCIAL DE TURISMO COMUNITARIO

Director Provincial: *Lic. Marcelo Di Giácomo*

Directora de Turismo Comunitario: *Lic. María Emilia Aller*

Jefa de Área: *Lic. Claudia E. Díaz*

Equipo Técnico: *Ana Schaposnik, Huerto Marino*

Dirección: Torre II Gubernamental entre calles 53 y 12. La Plata, Provincia de Buenos Aires

Tel. (0221)429-5560

e-mail: pueblosturísticos@turismo.gba.gov.ar

Web: <http://www.puebloturísticos.tur.ar>

ANEXO 7: ESTADO DEL PROGRAMA PUEBLOS TURÍSTICOS

Objetivos y descripción

Pueblos Turísticos posee como fin último el de promover e incentivar el desarrollo de actividades y emprendimientos turísticos sostenibles en las pequeñas localidades de la Provincia de Buenos Aires. Generando identidad, fuentes de empleo, recursos genuinos y favoreciendo el arraigo. Su diseño y funcionamiento responden a una lógica intercultural, intersectorial, descentralizada y esencialmente participativa. Esto último constituye un eje estratégico de las acciones que se desarrollan. Se propone asistir a pequeñas localidades no urbanas (sean rurales, litorales, serranas o insulares) que posean atractivos turísticos potenciales o explotados, y que manifiesten su voluntad de desarrollar las actividades y emprendimientos turísticos antes mencionados. (Se define pequeña localidad a "todo pueblo, paraje o nucleamiento poblacional que, según el último censo, registre una población estable inferior a los dos mil habitantes").

Está integrado por **CINCO SUBPROGRAMAS** articulados y complementados en una estrategia de desarrollo que fortalece la implementación de propuestas turísticas en las pequeñas localidades de la Provincia de Buenos Aires. Cada uno de estos subprogramas se compone de una serie de acciones planificadas, concretas y medibles. Considerando que los mismos poseen un grado de dificultad creciente, se hace evidente que para avanzar con un subprograma se deben de haber cumplido los objetivos del subprograma anterior:

- Relevar
- Capacitar
- Desarrollar
- Promocionar
- Integrar

Estado de situación del Programa Pueblos Turísticos

En el marco del Programa Pueblos Turísticos, la Dirección de Turismo Comunitario ha trabajado en el año 2009 con las localidades de Carlos Keen, partido de Luján, Villa Ruiz y Azcuénaga del partido de San Andrés de Giles; Uribelarrea, Cañuelas, Gouin de Carmen de Areco y Villa Logüercio de Lobos. Los últimos tres pueblos mencionados se han incorporado al programa en 2009.

En los tres primeros pueblos - Carlos Keen, Villa Ruiz y Azcuénaga - se continuó trabajando en materia de promoción turística; con elaboración de folletería y presencia en ferias promocionales con impacto en la actividad turística, a través de stands donde también participaron prestadores locales con degustación de sus productos regionales.

En Uribelarrea y Gouin, se realizaron jornadas de capacitación, como parte del subprograma "Capacitar". En esta ocasión, se trató del taller "Sensibilización Turística", orientado a la comunidad en general, fundamentalmente los prestadores de servicios y habitantes del lugar. La temática abordada giró en torno a la revalorización de los potenciales turísticos de cada localidad, tangibles - paisajes, edificios, patrimonio, fiestas populares - e intangibles -costumbres, tranquilidad, seguridad - etc. Otro aspecto destacado

Por otro lado, se realizaron gestiones pertinentes al desarrollo local como el mejoramiento de los accesos, la instalación de nuevas tecnologías para facilitar el acceso a Internet. También se ha trabajado en forma conjunta con la Dirección de Turismo Social en el marco del convenio con PAMI, para llevar contingentes de adultos mayores a los pueblos turísticos.

(Actualmente la Dirección de Turismo Comunitario cuenta con 40 pedidos formales de Municipios para participar del Programa, que son estudiados minuciosamente para su posible aplicación)

Acciones 2009 Turismo Comunitario

- A través de la puesta en marcha del Programa "Pueblos Turísticos" y las gestiones conjuntas del Gobierno Provincial, se logró la pavimentación del acceso a la localidad de Carlos Keen (Luján).
- Se ha establecido una señalética turística en los pequeños pueblos participantes del Programa "Pueblos Turísticos", ellos son: Carlos Keen (Luján), Villa Ruiz y Azcuénaga (San Andrés de Giles), Gouin (Carmen de Areco), Uribelarrea (Cañuelas), Villa Logüercio (Lobos).
- Logramos un trabajo mancomunado entre Instituciones Intermedias y la comunidad residente, para alcanzar un modelo de desarrollo sustentable a las distintas localidades rurales.
- Se participó de ferias promocionales con injerencia turística: Ferial Rural de Palermo, Vinos y Bodegas 09, Caminos y Sabores, FEBAT, FIT, la Noche de las Casas de Provincia, entre otras
- Se elaboró nuevo material promocional con imágenes e información de los pueblos para su distribución en eventos promocionales y actividades de la Secretaría de Turismo
- Creación de página Web de "Pueblos Turísticos", con información de los pueblos, noticias del programa y promoción de actividades programadas en dichas localidades.
- Se realizaron capacitaciones en las diferentes localidades pertenecientes al programa "Pueblos Turísticos", dentro del subprograma "Capacitar", dirigidas a la comunidad –prestadores de servicios y habitantes del lugar-.
- Visitas de contingentes de afiliados a PAMI a los Pueblos pertenecientes al Programa "Pueblos Turísticos", con el fin de generar ingresos genuinos en la población local y a su vez beneficiar a ese sector social tanto local como visitante.

Actividades Financiadas por Organismos Nacionales

Consejo Federal de Inversiones:

En cuanto a las actividades destacadas durante el año 2009 financiadas un organismo de origen nacional, cabe destacar el trabajo en conjunto con el Consejo Federal de Inversiones (CFI) el cuál ha otorgado a esta Secretaría fondos para ser utilizados por la Dirección de Turismo Comunitario, con el fin de financiar acciones promocionales, capacitación y eventos de la misma.

A continuación se detallan los Municipios que fueron beneficiados por actividades promocionales de esta Secretaría, llevadas a cabo por esta Dirección:

- Carlos Keen, Luján
- Uribelarrea, Cañuelas
- Gouin, Carmen de Areco
- Villa Ruiz y Azcuénaga, San Andrés de Giles
- Villa Loguercio, Lobos

Las localidades beneficiadas en el marco del Programa Pueblos Turísticos requirieron la confección de folletería financiadas por el Consejo Federal de Inversiones:

- Elaboración de folletería y gráfica promocional a los fines de participar en diversas en Ferias de Turismo y otras, Exposición de Agricultura, Ganadería e Industria Internacional (Rural de Palermo), FEBAT, FIT, Vinos y Bodegas, Caminos y Sabores.

Convenio con PAMI:

La Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires a cargo del Secretario de Turismo Lic. Ignacio Crotto llevó a cabo el día 14 de Diciembre de 2009, la firma de un convenio con PAMI, con el

objeto de trabajar en forma conjunta entre ambas instituciones. El cuál consistente en trasladar a contingentes de adultos mayores a diversos Pueblos Turísticos de la Provincia. Como prueba piloto grupos de adultos mayores de Chivilcoy, La Plata y Morón visitaron las localidades de Carlos Keen en Luján, Uribelarrea en Cañuelas y Villa Ruiz en San Andrés de Giles, siendo PAMI la institución que financia esta acción mancomunada, que continuará durante el año 2010.

ACTIVIDADES Y OBRAS DE TURISMO SOCIAL

- Se ha beneficiado a 1600 niños de más de 15 municipios diferentes, para que conozcan los atractivos turísticos y recreativos con que cuenta la capital de nuestra provincia, dentro del marco del Programa "Conociendo Nuestra Capital".
- Posibilitamos a 3700 abuelos de más de 30 municipios la visita al Bio-Parque Temático Temaikén como experiencia recreativa y educativa.
- Se ha otorgado a 1400 abuelos de 25 municipios distintos, la visita a la Quinta de San Vicente.
- Brindamos a 430 personas, la posibilidad de conocer nuestro delta, para entrar al máximo en contacto con la diversidad natural del mismo.
- Se ha facilitado a 900 familias, abuelos y niños, estadías en el Complejo Turístico de Chapadmalal, permitiendo a más de 15 municipios, que conozcan nuestras playas y el mar.
- Proporcionamos a 4200 pasajeros de más de 20 municipios, viajes y estadías a diversas localidades de la provincia como son: Monte Hermoso, Necochea, Miramar, Mar del Plata, villa Gesell, San Bernardo, Mar de Ajo, San Clemente del Tuyú (Mundo Marino), Los Toldos, Tandil, Tigre, entre otros.
- Se ha provisto el servicio de transporte a distintos organismos e instituciones, para implementar una modalidad de trabajo conjunto. Como ejemplo se puede citar el evento "La Noche de los Museos", organizado por el Instituto Cultural de la Provincia.

ANEXO 8: FOLLETERÍA PUEBLOS TURÍSTICOS

Turismo Buenos Aires
LA PROVINCIA

GOBERNADOR
Sr. Daniel Osvaldo Scioli

SECRETARIO
Sr. Ignacio E. Crotto

SUBSECRETARIO
Sr. Roberto D. Díaz

DIRECTOR PROVINCIAL DE TURISMO SOCIAL Y COMUNITARIO
Sr. Marcelo Di Giacomo

DIRECTORA DE TURISMO COMUNITARIO
Sra. Emilia Aller

Dirección: Calle 12 esq. 53, torre 2, piso 13.
La Plata, Provincia de Buenos Aires
Tel: (0221) 429-5555
e-mail: pueblosturisticos@turismo.gba.gov.ar
www.pueblosturisticos.tur.ar
www.buenosaires.tur.ar

CFI
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Turismo Buenos Aires
LA PROVINCIA



Pueblos Turísticos

Una apuesta al desarrollo de las pequeñas localidades

www.pueblosturisticos.tur.ar

GOB. DANIEL SCIOLI BUENOS AIRES TURISMO Buenos Aires LA PROVINCIA

San Andrés de Giles Pertenece al programa Pueblos Turísticos www.pueblosturisticos.turismo.gba.gov.ar **Pueblos Turísticos**

Esta antigua población del campo bonaerense posee grandes atractivos en el área rural, en los pueblos y las estaciones de ferrocarril.

Paseos sugeridos: Estancia La Merced; Parroquia San Andrés Apóstol; Capilla de Nuestra Señora del Rosario; En el pueblo rural de Azcuénaga: la Casa Terren; Club Planeadores Albatros; Parque Municipal "Dr. Fernando C. Illia"; Complejo Museográfico Municipal Cultural; Estación del Ferrocarril Urquiza; Museo del Recado de la Agrupación Tradicionalista Cacique Yancamil; Tiro Federal; Otros Pueblos rurales: Cucullú, Villa Ruiz, Espora, Solís, Villa Espil, Franklin.

Imperdibles: la visita a los pueblos rurales

Acceso: por RN 7

Informes: Moreno 338

Tel.: (02325) 440143

Distancia a Capital Federal: 103 km.



www.sadegiles.mun.gba.gov.ar | product@sadegiles.mun.gba.gov.ar

AZCUENAGA

Partido de San Andrés de Giles

Azcúenaga es un pueblo rural donde se conjugan la serenidad del campo, la presencia viva de la naturaleza y la historia local. Nacido en 1880, a la vera de las instalaciones ferroviarias, hoy ofrece su hospitalidad a aquellos visitantes que deseen conocer sus singulares atractivos.

COMO LLEGAR

Desde la Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Se puede acceder por RN N° 7 hasta la ciudad de San Andrés de Giles y desde allí por acceso asfaltado.

Otras opciones son: por RN N° 7 hasta el km. 72, tomando el camino hacia Carlos Keen, continuar por el mismo pasando por el pueblo de Villa Ruiz; o por RN N° 8, en el km. 98, a la altura de la localidad de Solís.

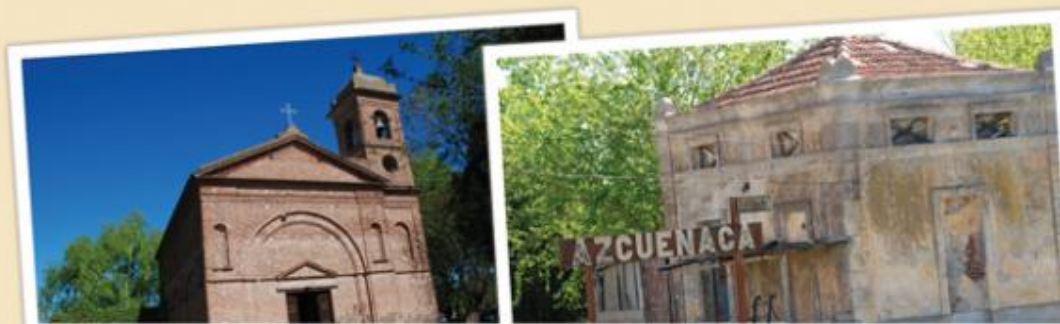
CONTACTO

Oficina de Turismo - Calle San Martín 888, San Andrés de Giles

Tel: (02325) 442301 - 442385 - int. 203

www.sadegiles.gov.ar

Correo electrónico: turismoypueblosruralessag@yahoo.com.ar



VILLA RUIZ

Partido de San Andrés de Giles

A solo una hora de Buenos Aires, la localidad de Villa Ruiz abre sus puertas al visitante para disfrutar de su tranquilidad, ideal para pasar un día de campo. Posee emprendimientos gastronómicos y varios sitios de interés histórico - culturales.

COMO LLEGAR

Desde la Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Se puede llegar por Acceso Oeste y luego RN N°7 hacia Luján, tomar el camino a Carlos Keen y desde allí, por un camino asfaltado a unos 7 km.

CONTACTO

Oficina de Turismo

Calle San Martín 888, San Andrés de Giles

Tel: (02325) 442301 - 442385 - int. 203

www.sadegiles.gov.ar

Correo electrónico: turismoypueblosruralessag@yahoo.com.ar

