



Facultad de Turismo y Hospitalidad
Sede Rosario - Campus Roca
Carrera: Licenciatura en Turismo

Trabajo Final de Carrera

*“Las industrias como elementos impulsores del turismo en la
localidad de Alvear (Provincia de Santa Fe)”*

Modalidad:

Alumno: Tamara Bobadilla tamara.bobadilla@hotmail.com

2016

ÍNDICE

1. RESUMEN	4
2. INTRODUCCIÓN	5
3. PLANTEO DEL CASO	7
4. JUSTIFICACIÓN	8
5. OBJETIVOS	8
5.1. Objetivo general	8
5.2. Objetivos específicos	8
6. CONSIDERACIONES TEÓRICAS	9
6.1. Patrimonio Industrial para el Turismo Cultural	9
6.1.1. Iniciativas de recuperación de viejos establecimientos industriales	12
6.1.2. Las diferentes maneras de presentar el arte del Turismo Industrial	15
6.2. TECNOTURISMO: Nuevo concepto para el viaje	19
6.2.1. Normativas internacionales de Turismo Industrial	22
6.2.2. Refuncionalización de los espacios industriales	25
6.3. La planificación de los destinos turísticos: la necesidad de planificar	28
6.3.1. Conceptualización de la planificación de los espacios turísticos	30
6.3.2. Relación entre la política y la planificación aplicada al turismo	31
7. RELACIÓN ALVEAR-INDUSTRIA	34
7.1. Inicios históricos de la localidad de Alvear	34
7.2. La actualidad alvearense	35
7.2.1. Ubicación geográfica de Alvear en el mundo	35
7.2.2. Distribución territorial de rutas, accesos y atractivos	37
7.3. La industria como pilar fundamental	38
7.4. Planteamiento de la marca turística-industrial Alvear	40
7.4.1. Algunos elementos para iniciar un modelo de Turismo Industrial	43
8. ABORDAJE METODOLÓGICO	45
8.1. Primeras consideraciones metodológicas	45
8.2. Análisis de gráficos obtenidos del relevamiento de datos	45
8.3. Análisis geoespacial de la oferta industrial	48
8.4. Entrevistas a representantes de industrias	49
8.5. Análisis FODA	56

9. PROPUESTA	59
9.1. El proceso metodológico de la Planificación Turística	59
9.2. Ejemplo de propuesta de planificación de circuitos	62
9.2.1. Circuitos industriales: un ejemplo de la planificación turística	63
9.2.2. Representación gráfica del circuito propuesto	63
9.3. Difundir para dar a conocer el Turismo Industrial	66
10. CONCLUSIONES	68
11. ANEXO	70
11.1. Entrevistas	70
11.1.1. Casermeiro. Fábrica de Tornillos	71
11.1.2. La Cumbre. Panificación: galletitas, bizcochitos, pan dulces, budines	73
11.1.3. Sorrento. Máquinas y equipos para la construcción	75
12. BIBLIOGRAFÍA	77

1. RESUMEN

La valoración del patrimonio por parte de la sociedad es fundamental, pues permite entender de donde venimos y hacia donde vamos. Dentro del turismo cultural, existe una categoría que es el turismo industrial. El presente artículo tiene como objetivo diagnosticar las posibilidades de desarrollar un programa de turismo cultural a partir de las industrias existentes en la localidad de Alvear, en el sudeste de la Provincia de Santa Fe (Argentina). Esta actividad permitirá mantener la identidad de la localidad y a través de un modelo turístico cultural-industria los ingresos económicos locales, a través de la visita a empresas en activo, ofreciendo a los visitantes una experiencia relacionada con los productos, procesos productivos, aplicaciones o la historia de la empresa y sus actividades. El interés de los turistas por este tipo de actividad es debido a su atracción por la cultura, el patrimonio económico de una zona y las actividades que en algunas ciudades o puntos masificados están totalmente perdidas y olvidadas.

Palabras clave: Patrimonio industrial; Turismo cultural; Identidad local.

2. INTRODUCCIÓN

El turista ya no se conforma con el típico destino turístico de sol y playa, como tampoco con los paquetes pre-establecidos, sino que busca todo el tiempo aprender nuevos conceptos, conocer distintos fenómenos, reencontrarse a sí mismo y crecer.

En la actualidad, con las nuevas motivaciones y exigencias de los turistas, los territorios apuestan por nuevos productos, iniciando así la expansión de la Industria Turística hacia otros horizontes. Entre las nuevas propuestas, para hacer frente a la creciente demanda, emerge el Turismo Cultural, y dentro de sus alternativas una es el Turismo Industrial, basado en el desarrollo de visitas a complejos industriales en un determinado lugar, donde se explican los productos y procesos industriales que allí se realizan, lo que ayuda a conocer la identidad local y a su vez aumentar el conocimiento sobre las comunidades donde se asientan dichas empresas.

Las características que implican dicho modo de hacer turismo se basan en una gama de tipologías de visitas y motivaciones de los turistas, que hacen a este potencial segmento como fenómeno nuevo en Alvear. La finalidad de elaborar un diagnóstico turístico desde esta perspectiva apunta a diseñar un plan de acción, que desde el ámbito público pueda idearse acciones conjuntas con el sector privado que atiendan y ordenen la investigación y se logre establecer el Turismo Industrial en la zona. Todo ello, apuntado a su crecimiento a partir de fuertes inversiones en infraestructura, promoción y capacitación de los recursos humanos, entre otras cosas. A su vez, intentando desarrollar el valor intrínseco, destacando sus peculiaridades y cualidades turísticas.

Lo que se plantea en este trabajo, es la posibilidad de generar una alternativa de turismo en la región, con el objetivo de lograr la revalorización de las industrias y así poder utilizarlas como atractivos, ya que las mismas forman parte de la vida del ciudadano. El proyecto pretende crear un recorrido que se extienda por las diversas industrias, detallando parte de su historia, sociología, arquitectura, urbanismo, geografía y tecnología, para crear un paseo interesante que ayude a comprender la realidad de la región.

Al promover el turismo industrial, no solo se plantea una alternativa económica para el lugar, sino que también se valoriza el sitio, la cultura, la sociedad y se permite la unificación de lo industrial, con la cultura y la naturaleza.

Con todo esto, el trabajo propone realizar un producto turístico, destacando su rol e importancia dentro del sistema turístico de Alvear, identificando las posibilidades dentro del segmento. Esto permite comprender cómo la modalidad de Turismo Industrial puede convertirse en un atractivo que tiene el destino para ofrecer tanto a los residentes como a los turistas que lo visitan.

Para llevar a cabo esta investigación, se prevé realizar un análisis de los diferentes aspectos que hacen al Turismo Industrial, con el fin de obtener una perspectiva teórica que logre definir la metodología del trabajo.

3. PLANTEO DE CASO

En el presente trabajo de investigación se toma como eje central, para el desarrollo de la problemática, a las industrias en activo como atractivos culturales, presentes en Alvear (Santa Fe), con el fin de destacar su potencialidad para ser explotados de manera turística.

Teniendo en cuenta que el sector secundario o industrial es el segundo gran motor de la economía argentina, después de las actividades primarias, principalmente exportaciones de productos agropecuarios, resulta vital considerar sus impactos en el turismo nacional y en particular en Alvear.

De este modo, surge la necesidad de integrar la actividad industrial al desarrollo turístico de la localidad, con el objetivo de promocionarlo como una oferta cultural no centrada en las artes, sino en la cultura tecnológica (Vargas Sánchez, 2008).

En este sentido, se intenta poner de manifiesto el gran potencial con que cuenta Alvear para el desarrollo de productos turísticos vinculados a esta temática, lo que repercutirá en la ampliación de su oferta, convirtiéndose en una nueva ventaja competitiva y alternativa frente a otros destinos.

4. JUSTIFICACIÓN

En este trabajo se pretende estudiar la potencialidad que genera el sector industrial para el desarrollo turístico en Alvear, a través de la implementación de una nueva modalidad turística apuntada al impulso tanto de la localidad como del área donde se encuentran insertas las industrias, dándole la posibilidad de integrarse, a su vez, dentro de la región metropolitana sur de la ciudad de Rosario y de esta manera, lograr una complementación alternativa (industrial) con respecto a los atractivos de la misma.

A partir de ello, se propone llevar a cabo la realización de visitas a las instalaciones de los centros industriales apuntados a actores sociales especializados, como son los estudiantes de escuelas técnicas, estudiantes de universidades y profesionales en diversas áreas, como así también por la sociedad en general, con el fin de conocer la actividad económica que mueve a la región, debiéndose añadir la elaboración de un catálogo o guía de empresas visitables con sus correspondientes días y horarios.

Además, este caso específico se ve beneficiado por su cercanía a la Ciudad de Rosario, que completa la oferta, en cuanto a la hotelería y la gastronomía, aún ausentes dentro del sistema turístico alvearense, debido a que al ser una localidad tan pequeña, de aproximadamente 5000 habitantes, este importante polo industrial no cuenta con un organismo oficial de turismo, que genere políticas turísticas y se encarguen de regularlas.

5. OBJETIVOS

5.1. Objetivo General

- Evaluar la potencialidad de las industrias como alternativas de ocio (atractivos industriales-culturales), factibles de ser explotados turísticamente en la localidad de Alvear (Santa Fe).

5.2. Objetivos Específicos

- Elaborar un diagnóstico respecto a dicho fenómeno cultural para el futuro aprovechamiento turístico de la presente oferta industrial alvearense.
- Analizar la identidad cultural local a partir del desarrollo de políticas turísticas con relación a los recursos industriales.

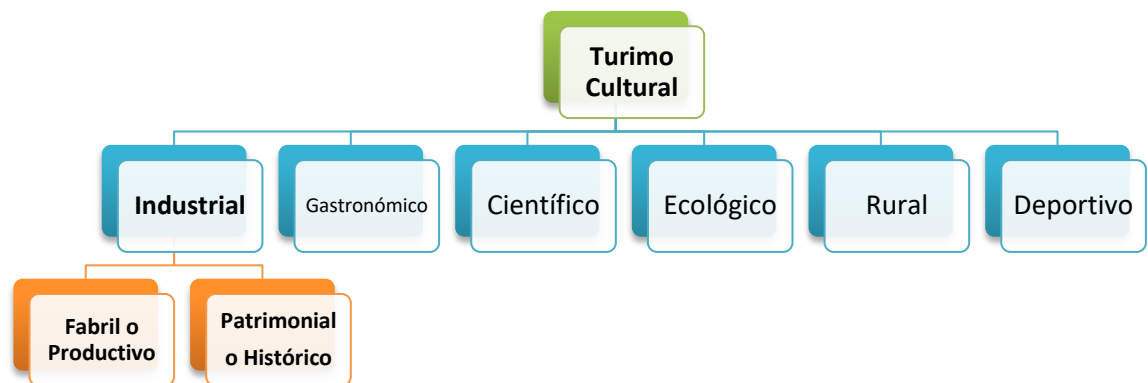
6. CONSIDERACIONES TEÓRICAS

6.1. Patrimonio Industrial para el Turismo Cultural

En los últimos años, el nivel de vida y la educación de los consumidores ha cambiado (Capel, 1996) haciendo que su elección de productos turísticos sea cada vez más sofisticado y vaya más allá de la oferta tradicional modelo de sol y playa, complementándola con productos, por ejemplo, que estén ligados a la historia y a la cultura local. De este mercado de turismo heterogéneo surge el Turismo Industrial (Vargas Sánchez, 2008).

Dicho concepto de ocio se entiende como una de las tantas formas de Turismo Cultural definido por la Organización Mundial del Turismo (OMT) como aquel que hace hincapié en los aspectos culturales que oferta determinado destino turístico, y precisa de recursos histórico-artísticos para su desarrollo. Entre los distintos tipos encontramos al turismo científico, gastronómico, ecoturismo, turismo rural, entre otros (Cuadro 1).

Cuadro N° 1: Rol del Turismo Industrial



Fuente: Elaboración propia

A raíz de lo anterior, se puede decir que el turismo industrial se centra en el interés formativo y patrimonial, y está compuesto no solo por las instalaciones y equipamientos que han posibilitado o permiten, en la actualidad, la realización de la actividad secundaria, sino también los lugares donde se emplazan los talleres, molinos y fábricas, minas,

almacenes y depósitos, y toda la oferta complementaria que se desarrolla a su alrededor (PRODETUR, 2013).

En relación al tipo de centros industriales visitables se pueden distinguir dos tipos según Pardo Abad (2002):

Turismo industrial de tipo productivo (activo): consiste en la visita a industrias en activo donde se muestran los procesos de fabricación de un determinado producto, como así también las maquinarias y medios técnicos empleados;

Turismo industrial de tipo histórico o patrimonial: centrados en las visitas a fábricas y centros abandonados devenidos en museos, instalaciones de tipo artístico o de interpretación del patrimonio industrial, cuya principal motivación es cultural.

En cuanto al turismo industrial activo se debe tener en cuenta que abarca a todos los sectores productivos, siendo el agroalimentario el principal y el más extendido debido a la importancia que esta industria tiene en nuestra vida; en segundo lugar, la energía y la industria donde están cobrando cierta relevancia las empresas relacionadas con la obtención de energías renovables, que ofrecen visitas a sus centros de producción donde la I&D es la clave (PRODETUR, 2013); la ganadería, la artesanía y el patrimonio industrial, propiamente dicho.

Si bien es cierto que el turismo ha experimentado un cambio hacia una demanda selectiva de nuevas formas de ocio, la visita a estos espacios son minoritarias, de público especializado (Pardo Abad, 2011) que constituye un nicho de mercado, se trata de una rama de la actividad turística que en las últimas décadas ha tomado gran impulso y popularidad entre la población de los países pioneros de la Revolución Industrial. Por esta razón, The International Committee for the Conservation of the Industrial Heritage (TICCIH, 2003) se encargó de definir el Patrimonio Industrial como aquel que se compone de los restos de la cultura industrial que poseen valor histórico, tecnológico, social, arquitectónico o científico. Sus vestigios están compuestos por edificios y maquinarias, talleres, molinos y fábricas, minas, almacenes y depósitos, además de los lugares donde se genera, transmite y se usa energía, medios de transporte y toda su infraestructura, así como también los lugares donde se llevan a cabo las actividades sociales que se relacionan con la industria, tales como la vivienda, espacios de memoria histórica y artística.

El primer paso hacia el turismo industrial de masas se inicia en el siglo XIX con las Exposiciones Universales. Y para emular el crecimiento industrial presente en esa época, en 1851 con motivo de la Exposición de Londres, se decide crear el Crystal Palace (Foto 1), siendo el primer gran edificio de estructura metálica (García García y Rivas Badillo, 2007).

Foto N° 1: Crystal Palace en la Gran Exposición Universal, Londres 1851



Fuente: Página oficial Crystal Palace Museum

Más allá de eso, la idea de conservar la herencia del pasado es relativamente moderna. No es hasta bien avanzado el siglo XX, al calor de las crisis económicas-industriales y del creciente turismo cultural (Pardo Abad, 2004), cuando aparece una concepción amplia de patrimonio, como el legado de la experiencia y del esfuerzo de una comunidad. Se toma conciencia de su valor como herencia de una sociedad y de su carácter inseparable de la misma y de su territorio. Aparecen nuevas instituciones, instrumentos y conceptos, como los paisajes culturales, aquellas transformaciones del paisaje natural en cultural debido a la acción del ser humano, con valores estéticos y culturales (Sabaté Bel, 2010).

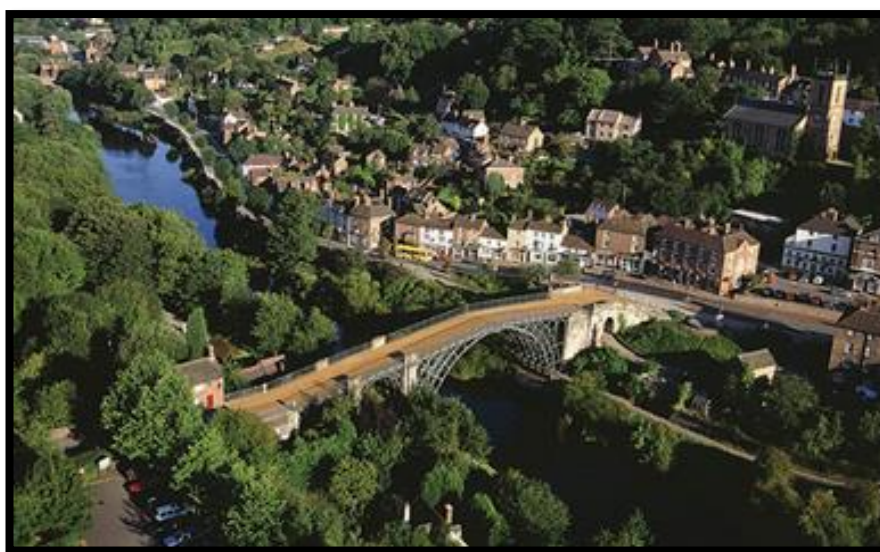
El patrimonio industrial, en su doble vertiente técnica y arquitectónica, se acepta como un elemento importante del patrimonio cultural al que se le reconoce un valor material y social, no siempre exento de cierto interés artístico, cuya conservación,

protección y estudio se hacen imprescindibles para la comprensión de la sociedad industrial contemporánea (Benito del Pozo, 1997).

6.1.1. Iniciativas de recuperación de viejos establecimientos industriales

La iniciativa de recuperación de patrimonio industrial con mayor reconocimiento a nivel internacional es el Ironbridge Gorge Museum, emplazado en el valle del río Severn, región que se convirtió en principal centro productor de hierro de Gran Bretaña. Y es allí donde en 1968, se crea la Fundación del Museo del Valle de Ironbridge, que sería el encargado de llevar adelante un proyecto de difusión cultural de gran envergadura: restaurar el viejo puente de hierro de fines del siglo XVIII, The Iron Bridge (Foto 2), nombrado en 1986 como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, proponiéndose la recuperación del patrimonio del valle, preservando el emplazamiento y las técnicas de producción. Además, se restauraron dos caserones de la familia Darby, el horno donde Abraham Darby utilizó por primera vez, en 1709, cok para fundir el hierro, y varias viviendas obreras (Ibáñez y Zabala, 2003). La recuperación patrimonial del área, llevó a que el Ironbridge Gorge Museum, parque-museo al aire libre, hoy en día, reciba más de 300.000 visitantes al año y genere ingresos de aproximadamente 50 millones dólares (Benito del Pozo, 1997).

Foto N° 2: La ciudad de Shropshire y el puente de hierro



Fuente: página oficial del Ironbridge Museum.

Su ejemplo dio pie a un sinnúmero de restauraciones en todo el continente europeo, debido a la crisis que tuvo lugar durante los años 70 del siglo pasado, que llevó a que muchas empresas que habían nacido durante la Revolución Industrial, como las grandes fábricas textiles o de acero y carbón, cerraran sus puertas, que llevaron al inicio de un proceso de reutilización con fines culturales y turísticos. Tal es el caso de las minas de sal de Wieliczka en Polonia, declaradas Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1978, que debido a su proximidad a Cracovia, desde comienzos del XIX, recibe visitas turísticas. En la actualidad, y según datos aportados por el Grupo de Investigación de la Universidad de Huelva (2008), atrae a unos 800.000 visitantes por año, que realizan un recorrido de 3,5 kilómetros con muestras de estatuas, cámaras y capillas esculpidas por los mineros en la sal, además de un lago subterráneo y de las exposiciones que ilustran su historia.

Desde entonces han sido inscritos en la lista de Patrimonios de la UNESCO un gran número de sitios industriales, situados, en su mayoría, en los principales países europeos, y donde se puede destacar a Alemania. En su caso particular, cuenta con 24 sitios que componen la Ruta Europea del Patrimonio Industrial (ERIH), una red de referencia en el continente que une los sitios considerados clave en el desarrollo de la actividad industrial en Europa (Pardo Abad, 2011).

El desarrollo industrial de Alemania, ha descansado en dos sectores tradicionales de la actividad económica, la minería y la transformación del hierro. Por esta razón, desde mediados de los 80, ha promovido la conservación de hornos altos, herencia industrial del siglo XX: tras el cierre en 1986, de la planta siderúrgica de Völklingen se han conservado todos los elementos del sistema productivo -6 hornos altos, 10 estufas, el sistema de transporte para la carga de los hornos, la planta de purificación y tratamiento de gas, depósitos de carbón, 4 baterías de cok, etc-. Por su indiscutible valor histórico, esta antigua fábrica de hierro de la época de auge de la industria siderúrgica y metalúrgica, entre los siglos XIX y XX, fue declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1994. Hoy en día, dentro de la misma se puede recorrer su Parque-Museo, además de disfrutar de numerosos eventos culturales. Desde su apertura al público en 2000, la han visitado más de 2,5 millones de personas, lo que la convierte en el centro cultural más visitado de la región de Sarre-Lorena-Luxemburgo (Gallego Valiña, 2011)

El aporte más importante de Francia a la corta historia de la recuperación del Patrimonio Industrial, ha sido la de los ecomuseos. El más conocido es el de Le Creusot (Foto 3), emplazado en una vieja región metalúrgica y minera de la Borgoña. Una mina

de carbón a cielo abierto, viviendas obreras, la casa del canal, el museo de fósiles, la escuela, que acoge el Museo del Hombre y de la Industria y que en el siglo XVIII alojó los hornos, talleres, oficinas y las viviendas de administradores y obreros de una de las cristalerías más importantes de Francia, integran su programa museístico (Benito del Pozo, 1997). “El ecomuseo debe constituirlo una zona geográfica entera que sea por sí misma un documento importante sobre el período industrial, y en su seno, un museo del hombre y de la industria” (Santacreu, citado en Benito del Pozo, 1998).

Foto N° 3: Comunidad de *Le Creusot-Montceau-les-Mines*



Fuente: Página oficial L'Écomusée de la Communauté le Creusot Montceau

En España hay notables ejemplos de museos localizados en áreas de crisis industrial cuya puesta en marcha obedece tanto al afán de conservar como de dinamizar las economías locales respectivas. Destacan el Museo de la Técnica del País Vasco; los museos asturianos del ferrocarril y de la minería; y el Museo de la Ciencia y de la Técnica de Tarrasa, que se encuentra en Cataluña, a 25 km. de Barcelona, en la que fue una fábrica textil de estilo modernista, construida entre los años 1907 y 1909 (Benito del Pozo, 1997).

El Museo de la Ciencia y de la Técnica, es museo nacional, extendido por todo el país, con una estructura descentralizada que permite la vinculación de 16 sucursales especializadas, que han generado la recuperación de al menos de 24 monumentos de Patrimonio Industrial, que dispone de una oferta turística que supera los 10 itinerarios

culturales combinados, que afectan directamente a más de 100 municipios, excluidas las cuatro capitales (Ibáñez y Zabala, 2003).

Cuadro N° 2: Algunas cifras de turismo industrial de tipo patrimonial en Europa

Centro Patrimonial	Localidad/región	País	N° de visitas/año
Parque Minero	Riotinto	España	80.000
Molino Papelero	Capellades	España	31.000
Museo Minero	Cercs	España	29.000
Museu de la Ciència i Tècnica	Tarrasa	España	90.000
Halle Tony Garnier	Lyon	Francia	500.000
Centro Minero	Lewarde	Francia	250.000
Parque Minero San Silvestro	Campiglia	Italia	30.000
Mina de Sal	Wieliczka	Polonia	800.000
Ironbridge	Telford	Reino Unido	300.000
New Lanark	Lanark	Reino Unido	400.000
Ecomuseo de Bergslagen	Bergslagen	Suecia	450.000

Fuente: Paisajes industriales e industrias para el turismo: simbolismo patrimonial y alcance territorial (Pardo Abad, 2011)

Pardo Abad (2010) considera al patrimonio industrial como un importante recurso de base territorial y a esta modalidad de turismo como una actividad capaz de regenerar áreas degradadas, con posibilidades de incrementar así los beneficios económicos, que genera un esfuerzo colectivo en las comunidades locales y de esta manera se mantiene viva la memoria de su pasado productivo, técnico y social.

El análisis de este tipo de turismo ha tomado como principal referencia la recuperación de las arquitecturas, entendidas como contenedores de nuevas funciones con las que escenificar la continuidad entre tradición e innovación (Sobrino Simal, 1998), y a la vuelta de una especie de romanticismo aventurero, propio del siglo XIX, en el afán de descubrir rasgos de los vestigios industriales (Pardo Abad, 2011).

6.1.2. Las diferentes maneras de presentar el arte del Turismo Industrial

La creación de museos de patrimonio industrial se constituye una iniciativa destinada a recordar el fin del modelo clásico de industrialización. Los países occidentales más

avanzados comenzaron, a partir de la década de 1960, una progresiva transformación económica, técnica y tecnológica, generando una nueva etapa de la Revolución Industrial (Casanelles Rahola, 1998). El cambio tecnológico implementado dejó anticuados los procesos productivos y como consecuencia se manifestó una aguda desindustrialización que hizo reflexionar sobre la forma de afrontar la nueva situación social, económica y urbanística, lo que llevo al surgimiento de proyectos a favor de la reutilización de las construcciones industriales y su herencia material. Dicha reivindicación aspiraba a cumplir con dos objetivos esenciales: dotar de nuevos usos a los grandes espacios industriales abandonados, y posibilitar la incorporación de la población al contenido identitario y cultural (Pardo Abad, 1998).

Casanelles Rahola (1998) afirma que el Patrimonio Industrial está formado por bienes estrechamente relacionados con la producción, testimonio de una era pasada que poseen un valor humano universal (TICCIH, 2003), y, como valor añadido, fueron protagonistas de una gran revolución social y económica que cambio la sociedad hasta desembocar en la sociedad postindustrial actual.

Aún así, el reconocimiento del patrimonio industrial presenta varias dificultades, como recurso turístico y cultural, y se debe al hecho de que los nuevos museos no se ubican en ,edificaciones monumentales, ni contienen piezas artísticas de gran valor, y además de no aportan el valor de una gran antigüedad. A la inversa que el patrimonio artístico, no tiene demasiados elementos singulares (Casanelles Rahola, 1998).

Según este autor, la musealización ha sido y es la manera más extendida de conservar y usar un patrimonio de valor importante. Los bienes industriales son comunes, y han sido utilizados por los grupos sociales menos dominantes, los obreros, que, sin embargo, ha despertando interés en su reutilización con fines turísticos.

Los museos industriales engloban diferentes categorías, dentro del amplio campo de la denominada cultura material, lo que crea una gran diferencia con respecto al turismo industrial activo en la forma exponer sus realidades (Álvarez Areces, 1999; Pardo Abad, 2010; Pardo Abad, 2011):

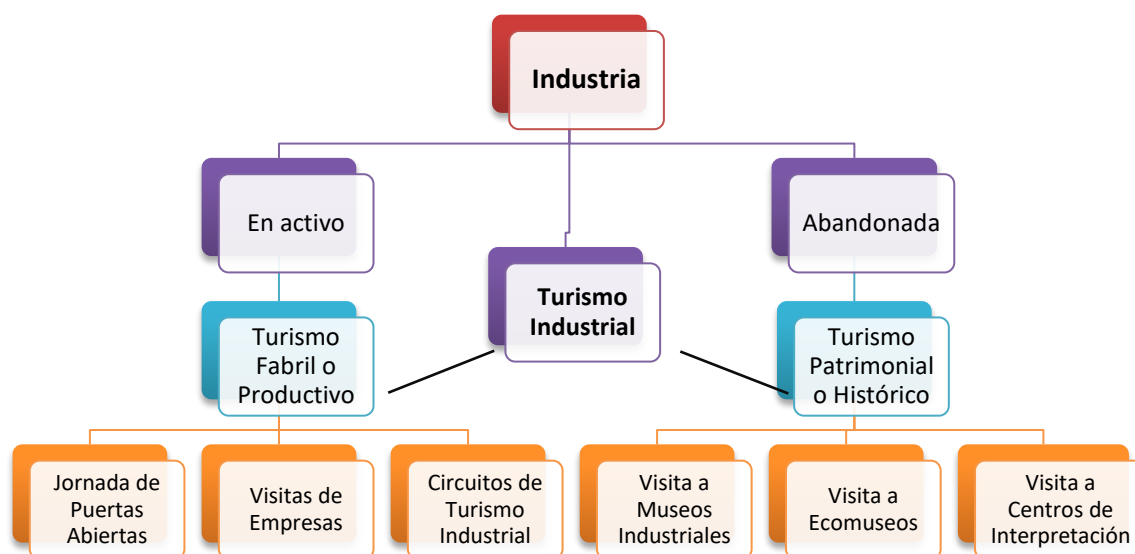
Como se expuso con anterioridad, el *Turismo Industrial de tipo fabril o productivo*, consiste en la visita a las industrias en activo, donde se muestran las instalaciones de la empresa y la fabricación de un determinado producto, con especial interés en los aspectos técnicos y las maquinarias en uso:

Jornadas de puertas abiertas: constituyen una estrategia promocional de la empresa que permite al público la toma de contacto con su actividad para captar clientes potenciales y mostrarse más transparente. Los visitantes conocen a los trabajadores y directivos y aprenden los aspectos más interesantes de la producción.

Visitas de empresa: estas visitas no se alejan de la idea de las jornadas de puertas abiertas. El éxito más importante lo obtienen las empresas de elaboración de productos agroalimentarios. Empresas de procedimientos técnicos complejos se benefician de la reputación que favorece las visitas, como las centrales hidroeléctricas, las industrias de montaje de automóviles o aviones, etc.

Circuitos de turismo industrial: son promovidos por organismos locales como instrumento de desarrollo económico. Mezclan las visitas a lugares modernos con otros tradicionales, lo que permite obtener una idea de la trayectoria industrial de la zona.

Cuadro N° 3: Tipos y formas de Turismo Industrial



Fuente: Paisajes industriales e industrias para el turismo: simbolismo patrimonial y alcance territorial (Pardo Abad, 2011)

Por otro lado, en el *turismo industrial de tipo patrimonial o histórico*, donde las visitas se centran en fábricas abandonadas con reutilización museística, el interés es cultural centrado en piezas conservadas, como máquinas de vapor, hornos, chimeneas, etc., y la estética de la arquitectura industrial reutilizada:

Museos industriales: buscan una aproximación al pasado técnico, productivo, arquitectónico, material y laboral de la sociedad, además ayudan a identificar y aplicar estrategias que llevaron a la desindustrialización, a través de testimonios materiales.

Ecomuseo o Museos de territorio: se trata de la musealización de un elevado número de instalaciones industriales en una misma región, permitiendo la comprensión del impacto industrial, y la interpretación de elementos de carácter patrimonial relacionados. Estos museos, por su extensión obligan a establecer rutas organizadas de visita.

Centros de interpretación: su objetivo es explicar el funcionamiento de las viejas fábricas reviviendo su pasado productivo. Las demostraciones son muy didácticas y suelen contar con materiales publicados en forma de libros, cuadernos de actividades y videos que completan las explicaciones de los paneles explicativos y del personal encargado.

Otras formas de musealización la conforman los Centros Culturales, los Museos Temáticos y los Museos de Sitio:

Centros culturales: exponen colecciones de carácter permanente o temporal, de tipo artístico o de otro tipo, en edificios industriales recuperados. Son museos con mayor afluencia turística. Las recuperaciones y adaptaciones arquitectónicas son muy interesantes y aparecen firmadas por equipos especializados a nivel internacional.

Museos temáticos: explican la lógica de una determinada producción, o un aspecto concreto de la industrialización de un lugar. Ocupan construcciones antiguas de alto valor patrimonial que, por su interés, han sido musealizadas. El contenido centra ampliamente el interés explicativo y el conocimiento específico de una determinada producción confiere un alto valor didáctico.

Museos de Sitio: es una manera de mostrar la “vida cotidiana de la gente corriente en diferentes ambientes” para que las generaciones actuales revivan, activamente, aquellas actividades que desarrollaban sus antecesores (De la Nuez Socorro, 1998). Un ejemplo de vida industrial de un pueblo escocés, New Lanark (foto 2), donde se fundó una hilandería perteneciente al siglo XVIII. Su atractivo nació con un experimento social del dueño de la hilandería, el cual mejoró la forma de vida de sus trabajadores, no permitiendo que menores de 10 años trabajaran, proporcionándoles vivienda digna, creando bibliotecas, salas de lectura, etc. Esta ciudad conserva su particular carácter hasta 1968, fecha en que se cierra la hilandería.

Foto N° 4: Vistas de la ciudad de New Lanark



Fuente: Página oficial de la ciudad-museo de New Lanark

Después de 1974, cuando se reconstruye todo el conjunto, se crea como ciudad museo donde se puede visitar, además de las viviendas restauradas tales como fueron habitadas por los trabajadores, salas de exposición, oficina postal, tienda, cafetería y un pequeño museo donde se recrea la vida de una niña y su familia. Su particularidad hizo que la UNESCO decidiera nombrarlo Patrimonio de la Humanidad en 2001, recibiendo 400.000 visitas anuales (Pardo Abad, 2010).

¿Qué tienen en común éstas y tantas otras intervenciones? Que sitúan el paisaje como eje central de proyectos y planes. Paisaje en su más amplio sentido, natural y cultural; paisaje no como resultado acabado de una cultura, sino como realidad evolutiva; paisaje y territorio no como mero soporte, sino como factor básico de cualquier transformación (Sabaté Bel, 2010).

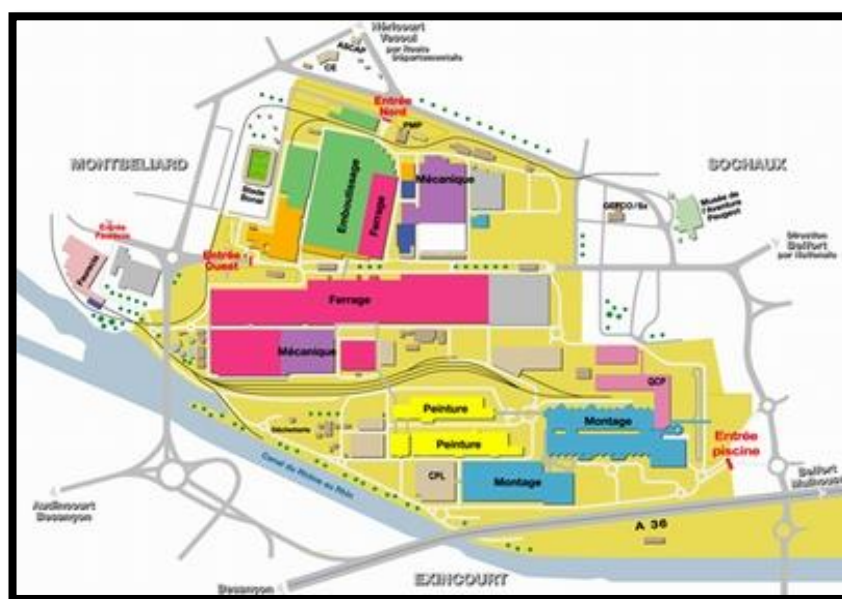
6.2.TECNOTURISMO: nuevo concepto para el viaje

El gran paso hacia el desarrollo del turismo industrial se dio varias décadas atrás, en Francia a fines de los años 40, cuando muchas de las empresas decidieron abrir sus puertas al público con el fin de mostrar su lado más moderno. Entre sus máximos exponentes, se destacan la planta de PSA Peugeot Citroën en Sochaux (Foto 5) y Mulhouse, que atrae cada año a más de 70.000 visitantes, a sus centros de producción de automóviles, fábrica

de motores y fundiciones, y la cervecería Kronenbourg en Estrasburgo, siendo de las primeras en exhibir sus instalaciones (Universidad de Huelva, 2008).

Sin ir más lejos, los amantes de la cerveza encuentran su santuario en la fábrica Guinness Storehouse de Dublín. Se trata de una atracción irlandesa que más turistas atrae cada año, gracias a que pueden disfrutar de las explicaciones de un cervecero virtual que muestra los secretos de la fabricación, probar las distintas Guinness y adentrarse en la historia de las campañas publicitarias de la marca (Tecnoturismo, 2010).

Foto N° 5: Centro de producción y Museo de la Aventura de PSA Peugeot Citroën



Fuente: Página oficial PSA Peugeot Citroën en Sochaux

El símbolo del *lifestyle* norteamericano y del producto más ampliamente distribuido en el mundo, vendido en 232 países, Coca Cola, abrió sus puertas en 1990 su Museo Coca-Cola en Atlanta, Georgia, reinventado hace siete años con el Mundo Coca-Cola. Sobre una superficie de 4.000 m² (Tecnoturismo, 2010), el visitante puede disfrutar de la degustación de gaseosas, además de recorrer una de las líneas embotelladoras y conocer su historia en el cine 4D. Más de 3.000 personas lo visitan cada día.

Por el movimiento que genera en los principales países europeos, y según Makua Biurrun (2006), junto lo que se ha dado a denominar como turismo industrial, se merece un capítulo aparte el turismo industrial productivo, aquel que incluye visitas a empresas

en funcionamiento de los distintos sectores, ya sea el primario, secundario o terciario, siendo una modalidad a la que también se la conoce como Turismo Tecnológico o Tecnoturismo.

Su desarrollo se ha visto favorecido por las transformaciones ocurridas dentro del turismo, tanto en la modificación del perfil del turista, por efectos del incremento de los niveles culturales, educativos y las mejores condiciones de vida; como así también por los cambios en las formas de concebir el tiempo libre, de revalorizar otros lugares, menos masificados y especiales, del agotamiento de destinos y productos tradicionales, etc. (Fernández y Guzmán Ramos, 2004). Lo que ha significado que en la competencia para atraer este nuevo tipo de turismo alternativo se diseñen propuestas nuevas e imaginativas, en sitios no tradicionales y con valor cultural singular.

De esta manera, el turismo se puede convertir en el motor de desarrollo (Martínez Casal, 2011), debiendo adecuarse las instalaciones activas, tanto desde el punto de vista ingenieril como urbanístico, con una nueva funcionalidad didáctica y cultural. Desde un punto de vista económico, la puesta en valor además de generar empleos directos e indirectos, mantiene una dinámica productiva que permite el mantenimiento edilicio de las plantas. Además, fortalece la imagen de la empresa mantener entre sus objetivos el ofrecerse como un espacio de desarrollo cultural y educativo, dirigido sobre todo a los niveles primarios y secundarios, despertando el interés de los jóvenes por las múltiples facetas de la ciencia, la tecnología y los procesos de cambio.

Aunque para muchos se trate más como una estrategia de marketing, no sería equivocado englobar al tecnoturismo dentro de la categoría cultural, teniendo en cuenta que la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2005), en su informe *City Tourism & Culture: The European Experience*, afirma que “el turismo cultural es el que se interesa también por el estilo de vida y las actividades innovadores” del devenir diario de la sociedad. A su vez, Cuenca, Aguilar y Ortega (2010), pertenecientes al Instituto de Ocio de Deusto, se encargan de definir al Turismo Tecnológico como un conjunto de programas dirigido a profesionales con contenidos relacionados con su trabajo, o temáticas con un alto grado de profesionalización, que están orientadas tanto a los expertos en la materia como a aquellas personas con deseos de aprender de ellas. A su definición incorporan conceptos innovadores como ‘Tecnovisitante’ o ‘Tecnoturista’, para hacer referencia a las personas que visitan las industrias.

Esta concepción, basada en la didáctica, está estrechamente ligada a la actividad de turismo que actualmente se desarrolla con gran fuerza su aspecto cultural. En la actualidad, el turismo es una actividad popular que ya no solo ejerce una elite, sino que lo hace una gran parte de la población muy predispuesta a visitar lugares en los que se explican formas de vida y de trabajo. Para ellos, el arte ya no es el principal valor turístico cultural, a excepción de los grandes monumentos y museos, y están más inclinadas a visitar lugares fáciles de comprender y más cercanos a su problemática personal (Casanelles Rahola, 1998).

Lo que lo hace posible, como sostiene el geógrafo español Horacio Capel (1996), es que *"...desde mediados de los años '80 las grandes instalaciones industriales y los establecimientos científicos se convierten en objeto de atención y visita..."* Actualmente, las motivaciones de estos turistas, además de las tradicionales que no han desaparecido, responden a cuestiones relacionadas con el conocimiento, la identidad y la diversión. Son turistas activos que demandan actividades y experiencias en los destinos, que les permitan estar en mayor contacto con la población y el espacio local (Fernández y Guzmán Ramos, 2004)

6.2.1. Normativas internacionales de Turismo Industrial

En el Plan Nacional de Patrimonio Industrial (España, 2011) se hace mención a la existencia de diversos instrumentos normativos relativos a intervenciones en el Patrimonio Cultural, de los cuales se pueden destacar la Carta Internacional para la Conservación y Restauración de Monumentos y Sitios (ICOMOS, Venecia, 1964); el Convenio Europeo para la Protección del Patrimonio Arqueológico (Consejo de Europa, Londres, 1969), resultado de la evolución de las políticas urbanísticas de los países europeos; Principios para la creación de archivos documentales de Monumentos, Conjuntos Arquitectónicos y Sitios Históricos y Artísticos (ICOMOS, Sofía, 1996); entre otros.

Con respecto al Patrimonio Industrial, la UNESCO reconoce que los sitios industriales constituyen un importante hito en la historia de la humanidad, que marcan el doble poder del género humano de crear y destruir, de progreso y retroceso. Añade que el patrimonio incluye no sólo molinos y fábricas, sino también logros sociales y técnicos producidos por las nuevas tecnologías, como canales, ferrocarriles, puentes y otras formas de transporte. Reconoce todo tipo de sitios industriales, pero no establece límites

cronológicos. Así han sido incluidos en la lista de Patrimonio Mundial algunas construcciones de ingeniería romana o explotaciones medievales (Plan Nacional, 2011).

Por otro lado, el Consejo de Europa, consciente de los cambios operados como consecuencia de los avances tecnológicos, centra su actividad en un marco teórico, a través de la elaboración de normas, recomendaciones y metodologías de trabajo, encaminados a la identificación, protección, conservación y difusión del Patrimonio.

El patrimonio industrial, aunque implícitamente está incluido en Convenciones y Recomendaciones de carácter general, está recogido de forma explícita en dos documentos del Consejo de Europa (Plan Nacional, 2011):

Recomendación nº R (87) 24: sobre las ciudades industriales europeas se encuadra en una línea de trabajo sobre políticas urbanas, y pone de manifiesto la necesidad de revitalizar las antiguas ciudades industriales, que desempeñaron un papel importante en el crecimiento económico de Europa;

Recomendación nº R (90) 20: relativa a la protección y conservación del patrimonio técnico, industrial y de obras de arte en Europa, pone de manifiesto la especificidad del patrimonio industrial y nace con el propósito de establecer los medios para su protección y conservación.

Sin embargo, la Carta de Nizhny Tagil para el Patrimonio Industrial, firmada en Moscú en julio de 2003, es el documento más completo y específico sobre la protección del patrimonio industrial, elaborado por el Comité Internacional para la Conservación del Patrimonio Industrial (TICCIH).

En el preámbulo se enmarca el patrimonio industrial en el contexto de la Revolución Industrial, a finales del siglo XVIII, en un momento en que se producen profundas transformaciones técnicas, sociales y económicas, y reconoce que todos los testimonios derivados de este proceso tienen un valor universal y deben ser estudiados y conservados (Carta Nizhny Tagil, 2003; Plan Nacional, 2011).

La Carta aborda el patrimonio industrial desde una concepción que va más allá de lo monumental y de los elementos físicos, ya que tiene en cuenta tanto los testimonios inmateriales como los aspectos sociales y naturales. Contempla, de esta manera, los valores constitutivos y los medios necesarios para su identificación, estudio, conservación y correcto tratamiento. Cronológicamente reconoce que la etapa más interesante comienza con los inicios de la Revolución Industrial, a mediados del siglo XVIII, y la

prolonga hasta nuestros días. Además, incluye todas las actividades artesanales precedentes, caracterizadas como preindustriales y proto-industriales (Carta Nizhny Tagil, 2003).

Por otro lado, es necesario destacar que España es uno de los países que hace mayor hincapié en la conservación de su Patrimonio Industrial, y queda demostrado en la implementación de leyes que contribuyen a su logro. Por nombrar a algunas de ellas, siendo la más completa con este respecto, la Ley Asturiana 1/2001, afirma de manera expresa que Asturias tiene una historia industrial y se ofrece la máxima protección para los bienes de patrimonio industrial. Allí se incluyen inmuebles construidos antes de 1800 y también se hace referencia a elementos concretos, como puentes y obras de infraestructura, molinos e ingenios hidráulicos tradicionales anteriores a 1950. Su régimen de protección constituyó una mejora respecto a la Ley Estatal de 1985 (Alonso, 2001).

En relación al Tecnoturismo y su desarrollo, España creó la norma UNE, una norma que busca cubrir un conjunto de objetivos turísticos. Bajo la nomenclatura UNE 302001:2012, la Asociación Española de Normalización y Certificación (2012) pretende, en primer lugar, ser un estímulo para fomentar la puesta en marcha de actividades de Turismo Industrial al ofrecer a las organizaciones una guía de actuación a considerar en un proyecto de esta naturaleza.

En segundo lugar y como la calidad se ha convertido en la clave del éxito de las organizaciones en el siglo XXI, intenta que las actividades de Turismo Industrial de industria viva se configuren como un potente elemento innovador y calidad, que, además de ofrecer al usuario una experimentación del saber hacer y los productos, pretende que la prestación de tales servicios se realice en un entorno seguro, preocupado por la accesibilidad y el respeto con el medio ambiente (AENOR, 2012).

Los ejemplos que facilitan la creación y puesta en marcha de un servicio de turismo industrial, lanzan cifras alentadoras relativas al número de visitantes (Ortiz de Zárate, 2012) necesarias para, que con ellas, se lleven adelante políticas y normas de ordenamiento y mejoramiento de los espacios que aseguren a los visitantes el disfrute de los mismos:

- Según The Scotch Whisky Association un total de 1,2 millones de turistas visitan cada año las 42 destilerías de Escocia.

- Cadbury World (foto 6) es la atracción más dulce de Birmingham y recibe cerca de 600.000 amantes del chocolate anualmente.

Foto N° 6: El mundo de Cadbury en Birmingham



Fuente: Página oficial de Cadbury World

- Según datos de ACEVIN (Asociación Española de Ciudades del Vino), en 2010 las dos Rutas del Vino más visitadas, Enoturisme Penedés (459.900 visitas) y la Ruta del Vino y el Brandy del Marco de Jerez (454.854 visitas), sumaron casi un millón de visitantes.

6.2.2. Refuncionalización de los espacios industriales

Los “espacios al margen” (Rob Shield, 1992), han sido durante gran parte del siglo XX lugares concebidos como entornos al margen de la vida social y personal, donde el trabajo es rutinario, despersonalizado, gris y monótono, en contraposición a los espacios de ocio. El proceso de desindustrialización de estos espacios ha creado una nueva identidad e imagen a las industrias, creando objetos turísticos que pueden ser consumidos como espacios de ocio y recreación.

La refuncionalización de los espacios industriales hace que los mismos sean desprovistos de su condición inicial de productividad y sean reconvertidos en ámbitos recreativos, que los dirige a una tendencia creciente de creación de espacios mixtos en los que la función productiva y la recreativa conviven de manera armónica. Como, por ejemplo, el proyecto vanguardista de Volkswagen Autostadt (La Ciudad del Automóvil), en Hannover, y su centro tecnológico dedicado exclusivamente al mundo del motor, que se encuentra a medio camino entre parque temático, espacio comercial y ámbito productivo (La Geografía, 2009).

De esta manera, el turismo irrumpe en los espacios productivos integrándolos dentro de la nueva oferta de nuevos productos de ocio. Usando esta estrategia, el turismo contemporáneo ilustra su capacidad de integrar los que eran espacios apartados de la lógica turística, como es en este caso los del área de la industria. Si el turismo nació como una alternativa a los espacios urbanos e industriales, ahora éstos entran a formar parte de la lógica turística postfordista (Turismo Industrial, 2008).

La transformación del perfil del turista, el incremento de los niveles culturales, educativos y las mejores condiciones de vida, han favorecido en gran medida los avances que se dieron en la actividad turística, lo que ha significado, que en la competencia para atraer esta nueva alternativa, se diseñen propuestas en sitios no tradicionales y con valor cultural (Martínez Casal, 2011).

Desde hace ya algunos años se analiza al turismo como una posibilidad de convertirse en un motor de desarrollo en diversas áreas económicas, en conjunto con las formas que se pueden adecuar esas instalaciones con una nueva funcionalidad didáctica y cultural en el marco de un proyecto turístico. En dicho marco, ha tenido un crecimiento muy importante en los países europeos, tal es el caso de España, particularmente en Barcelona, Cataluña, Toledo y el País Vasco, que pusieron en marcha diversos programas de Turismo Industrial, a través de sus Oficinas de Promoción Turística, para mostrar los procesos de fabricación de los productos más representativos (Universidad de Huelva, 2008).

A pesar de todo ello, su implementación presenta múltiples obstáculos. Para llevarlo a cabo se necesita, desde luego, la buena predisposición de las empresas y de las entidades municipales, que presenta, en la mayoría de los casos, situaciones conflictivas y puja de intereses que pueden hacer que la gestión fracase. Dietrich Soyez (citado en Capel, 1996) señala que las principales barreras que se presentan para llevarlo adelante son:

Cognitivas: a partir del pensamiento de que la industria no es considerado un bien cultural, tampoco presenta valores estéticos, no es interesante, y que las visitas a sus instalaciones no es elegante.

Económicas: presenta grandes dificultades para la reestructuración de los espacios, y es elevado el coste que se necesita para ello.

Legales o administrativos: no hay nada claro sobre las actuaciones que se tienen que llevar a cabo.

Físicas, relacionadas con la distancia de alguna de las instalaciones con respecto a las rutas turísticas tradicionales.

La manera de demostrar su valor radica en la importante potenciación económica que supone, para las empresas de industria viva, la posibilidad de divulgar sus prácticas de producción y la experimentación directa con sus productos y servicios, como una alternativa de desarrollo de las mismas. A raíz de esta situación, en el mundo de las empresas se están dando una serie de tendencias (Vargas Sánchez, 2008), entre las que se pueden destacar las siguientes:

- Las empresas se esfuerzan de manera deliberada en ser reconocidas como socialmente responsables, ser más transparentes y abrirse a la sociedad donde se encuentran insertas como una forma de cumplir con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).
- Por consiguiente, aceptan visitas a sus instalaciones, como acción de relaciones públicas, que llevan a la mejora de la reputación e imagen corporativa.
- En mucho de los casos, es una vía más para, además de dar a conocer su marca y productos, aumentar sus ventas.

Más allá del marketing que supone para muchas de las empresas convertirse en escaparates para los turistas, puede servir para revitalizar la economía de poblaciones que tienen la posibilidad de sacar un doble partido a sus industrias vivas o volver a la vida aquellas que se encuentran en desuso, y que también puede generar empleos directos e indirectos surgidos de esta práctica (Fernández y Guzmán Ramos, 2004).

Por esta misma razón, las cámaras de comercio y de industria de Francia, conscientes del potencial con que cuentan, trabajan con las oficinas de turismo para ofrecer semanas a puertas abiertas y así incitar a que más empresas se abran al público. Un claro ejemplo se presenta en la localidad de Angers, con el gran éxito que supone la Semana del Turismo

Industrial, desde el año 2000. Su elemento estrella, Made in Angers, reúne unas 100 empresas de todos los sectores, lo que hace que desde la Dirección de Turismo (2008) afirmen que “el público adora descubrir lo que normalmente está cerrado a su acceso”.

Foto N° 7: Poster promocional de Made in Angers, Francia



Fuente: Sitio oficial de Made in Angers

La realización de emprendimientos culturales de esta magnitud lleva a que el visitante se sensibilice con la diversidad y riqueza de la actividad industrial. En su deseo de cultura, aprenden sobre los distintos oficios, la tecnología empleada y la vida de la empresa (Bianchini, 2008).

6.3.La planificación de los destinos turísticos: La necesidad de planificar

El sector turístico, al igual que la economía mundial, está sujeto a constantes cambios. Estos cambios provienen tanto de la evolución de la propia actividad, como del entorno en la que se desarrolla.

Entre los cambios que afectan al sector turístico, la Organización Mundial del Turismo destaca al aumento de la competencia internacional, cada vez más amplia con la entrada de los países en vías de desarrollo que ven al sector turístico como una fuente de ingresos primordiales para sus economías; como así también, el avance de las tecnologías

que facilitan una mayor fluidez en las operaciones de información y reserva de los destinos.

Lo mencionado anteriormente destaca la necesidad de planificación, orientada a detectar cuáles son los problemas más importantes de la actividad con el fin de minimizarlos, como la ignorancia de los que se dispone en el destino, los cambios en el mercado o la falta de capacidad de los recursos humanos, y a su vez, permite conocer mejor los beneficios potenciales del turismo y así poder maximizarlos (Osorio García, 2006).

Entre las razones más importantes para llevar a cabo la planificación del destino, se puede destacar la necesidad de optimizar la rentabilidad de los recursos sin arriesgar su futuro, contribuir a la estrategia competitiva del destino, maximizar la satisfacción del turista, y ofrecer un esquema equitativo de costes y beneficios para los actores.

Además la planificación, en definitiva, puede proporcionar grandes beneficios al destino turístico (Aliu, 2011):

- Visión, dirección y compromiso.
- Perspectiva a largo plazo en la determinación de los impactos.
- Utilización de recursos para crear una industria basada en los servicios.
- Supervivencia del destino en un mercado competitivo.
- Ajuste adecuado a los cambios rápidos en la industria turística.
- Optimización de la rentabilidad de los recursos.
- Ofrecer un esquema equitativo de los costes-beneficios.
- Maximización de la satisfacción de los turistas.
- Desarrollo de población local.

La planificación, como instrumento central de desarrollo turístico, ha cambiado el enfoque a lo largo de los años. De una preocupación casi única por la planificación física de las atracciones y servicios turísticos y su promoción, se ha pasado progresivamente a adoptar un enfoque más amplio que incorpora consideraciones sobre las necesidades de las empresas, de los turistas y de la comunidad local.

6.3.1. Conceptualización de la planificación de espacios turísticos

Podemos concebir la planificación turística como un proceso racional y sistémico orientado a prever, organizar y utilizar los recursos escasos para lograr objetivos y metas en un tiempo y espacio predeterminados (Godfrey y Clarke citado en Osorio García, 2006). Para ello, es necesario tener en cuenta la evaluación y la previsión futura de la actividad, y, a su vez, establecer el modelo de desarrollo a largo plazo que los agentes involucrados en la actividad (sector privado y sector público) desean para el territorio, destacando (OMT, 1999):

- Factores de la oferta: atracciones y actividades, alojamiento, transporte, otros servicios y facilidades turísticas e infraestructuras.
- Factores de la demanda: mercados turísticos internacionales, mercados turísticos nacionales, uso de las atracciones y servicios turísticos.
- Elementos físicos, como los recursos naturales
- Elementos institucionales, como los fondos públicos destinados al sector.

Como sistema interrelacionado, es importante que la planificación intente integrar el desarrollo de todas las partes del sistema, tanto de oferta como de demanda, así como los factores físicos e institucionales. Como proceso, la planificación debería constar de una secuencia donde interactúen los propósitos políticos del gobernante, el análisis de los técnicos y los cambiantes parámetros de una realidad regional dinámica. Y como método, buscaría establecer una secuencia ordenada de actividades y procedimientos para asegurar la coherencia y consistencia interna del plan, así como la viabilidad de los objetivos y de las acciones a emprender.

Por otro lado, es necesario tener en cuenta los objetivos de la planificación planteados por la Organización Mundial del Turismo (1999), entre los cuales podemos mencionar los más importantes:

- Establecer los objetivos del desarrollo turístico, económicos, ambientales y sociales, y las políticas para alcanzarlos.
- Garantizar la conservación presente y futura de los recursos turísticos, destacando especialmente los recursos naturales que no son renovables.
- Integrar objetivos del turismo con otras políticas de desarrollo socioeconómico, y favorecer las relaciones del turismo con otros sectores de la economía.

- Coordinar los elementos que forman parte del sector turístico con la finalidad de alcanzar objetivos económicos y sociales más rentables.
- Optimizar los beneficios económicos, ambientales y sociales del turismo, favoreciendo una justa distribución social de los mismos.
- Favorecer la coordinación efectiva del sector público y del sector privado.
- Generar una evaluación continua de la gestión turística mediante la revisión de los planes de desarrollo turístico.

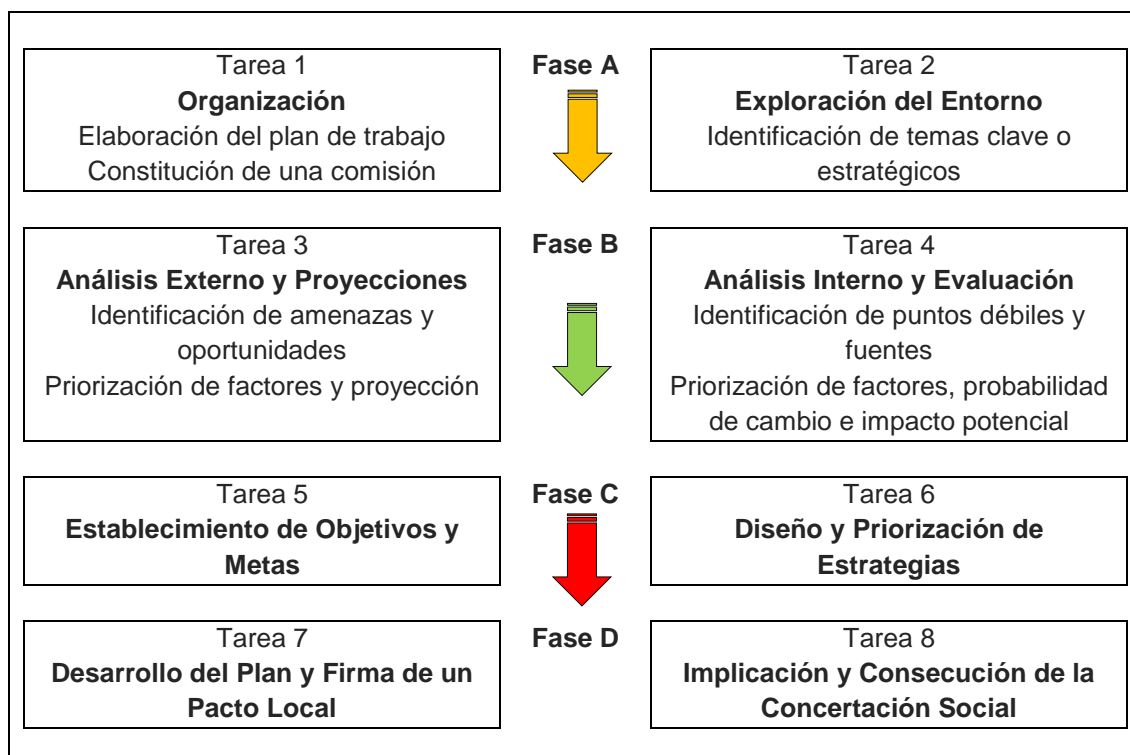
De hecho, existen ejemplos que integran la metodología de la planificación estratégica (búsqueda de la competitividad en un entorno cambiante, análisis del entorno competitivo, definición de la estrategia, prospectiva, participación de los agentes implicados; coordinación, planificación flexible, control de los resultados y evaluación, etc.) con los principios de la sostenibilidad (económicos, socioculturales, medioambientales).

6.3.2. Relación entre la política y la planificación aplicada al turismo

De acuerdo con diferentes autores, se pueden identificar tres enfoques con relación a la planificación turística y la política: estratégico, sistémico y sustentable, que pueden implementarse de manera individual o mixta entre los mismos.

El enfoque estratégico enfatiza la importancia del rol de los diversos sectores socioeconómicos que integran la planificación turística, acentuando la definición consciente que le da una comunidad a sus recursos turísticos y el accionar del Estado. Es un proceso de planeación participativo, que permite alcanzar una ejecución excelsa de los planes estratégicos mediante la optimización del involucramiento, compromiso y responsabilidad de actores involucrados (Advanced Human System, s.f.).

Cuadro N° 4: Modelo para la elaboración de un plan de turismo estratégico



Fuente: Agenda para planificadores locales: turismo sostenible y gestión municipal, OMT 1999

Dicho enfoque permite orientar las decisiones para lograr la meta propuesta, asignando los recursos y estableciendo las principales acciones para su logro (Castellano Castillo y Castellanos Machado, 2011) y requiere de la participación en el proceso de planeación estratégica de todos los niveles de todos los implicados en la planificación turística para responder a problemas específicos. Además, implica comprender en primer lugar el contexto en el que nos encontramos; en segundo lugar, saber a dónde queremos ir, tener visión de futuro; y en tercer lugar, definir cómo llegaremos a dónde queremos ir (Alfonso Terlizzi, 2014).

Por su parte, el enfoque sistémico consiste en ver el todo como un sistema, compuesto por un conjunto de partes interrelacionadas (oferta-demanda, operadores, intermediarios, destinos receptores, etc.). Considera al sistema como un todo indivisible y no simplemente como el resultado de la suma de las partes que lo originan. El mismo propone soluciones en las cuales se tienen que considerar diversos elementos y relaciones que conforman las partes intervinientes de todo sistema y el entorno del cual forma parte (Alfonso Terlizzi, 2014). Es decir, que es una forma de resolver problemas teniendo una amplia visión, un espectro total del asunto.

Por último, el enfoque sostenible busca desarrollar la capacidad de redescubrir el valor agregado de las actividades turísticas en un destino y así definir estrategias de innovación que incorporen los requisitos ambientales, socioculturales y políticos. Su visión va más allá del cumplimiento de las regulaciones ambientales, la implementación de conceptos de actividades más limpias o políticas de recursos humanos (Hernández, s.f.). Su objetivo es lograr un equilibrio entre las dimensiones social (mejor calidad de vida de los trabajadores y de la comunidad, protección de los derechos humanos), económica (equilibrio de la relación entre servicios, productos y capital, empleados, sector público, turistas, diversas organizaciones) y ambiental (gestión ambiental, reducción de desperdicios, manejo adecuado de desechos) para asegurar la continuidad de la actividad turística en el largo plazo (Ramírez Treviño y Sánchez Nuñez, s.f.).

La implementación de forma mixta de los enfoques, por las diferentes posiciones que toman, haría que la planificación turística de los destinos considere todos los aspectos que están estrechamente relacionados con dicha actividad, ya sean estos el cuidado del ambiente, la sociedad y la economía, la totalidad de los problemas a resolver y el rol que cumplen los diversos actores dentro de la toma de decisiones.

7. RELACION ALVEAR-INDUSTRIA

7.1. Inicios históricos de la localidad de Alvear

Para comprender el origen de Alvear, su dinamismo a lo largo del tiempo, y sus transformaciones hasta la actualidad, es necesario hacer referencia a la historia, aquella que surge en la llanura pampeana, y su evolución industrial en la actualidad.

Desde el punto de vista histórico, Alvear tiene su historia escrita, donde María Fernanda Teglia y Gisela Saraceni, en su libro *Alvear desde sus Orígenes, Más de 100 años de Historia* (2015), realizan una recopilación de testimonios personales aportados por los que fueron los primeros moradores.

De esta manera, Alvear aparece en los documentos en la segunda mitad del siglo XIX, como parte de lo que era la propiedad del Dr. Diego de Alvear, quien le da su nombre. Este importante terrateniente provenía de la ciudad de Buenos Aires, y había expandido sus propiedades hasta el sur de la provincia de Santa Fe, sobre la ribera del río Paraná, para la cría de ganado ovino. Sus bienes santafesinos estaban conformados por alrededor de unas trescientas mil hectáreas, de las cuales cinco mil hectáreas se encontraban cercanas a la ciudad de Rosario (Comuna de Alvear, 2015).

Foto N° 1: Dr. Diego Estanislao de Alvear Sáenz de la Quintanilla (1826-1887)



Fuente: Página Web de la Comuna de Alvear

Hasta 1887, cuando la residencia fue abandonada, tras la muerte de su propietario, fue escenario de múltiples acontecimientos de la historia nacional. Por allí pasaron importantes personalidades del país, entre ellos Marcelo Torcuato de Alvear y Julio Argentino Roca. Sus propiedades luego fueron divididas entre sus herederos, mucho de los cuales vendieron su parte en los años subsiguientes. Carmen Alvear de Christophersen recibió esta región en el reparto de los bienes en 1891 (Teglia y Saraceni, 2015).

En su propiedad se estableció una estación de ferrocarril, que pertenecía al Ferrocarril Buenos Aires-Rosario, que se puso al servicio público en febrero de 1886, y unía las estaciones de Villa Constitución, Arroyo Seco, Alvear y Rosario.

La existencia de este ferrocarril, permitió que a su alrededor comenzaran a instalarse habitantes, entre ellas la Familia Cabos, la Familia Vivas o la Familia Maliandi. Pero no fue hasta 1915 que se llevó a cabo la formación oficial del pueblo, cuando se aprobó el trazado de Alvear y la creación de la primera Comisión de Fomento en 1917.

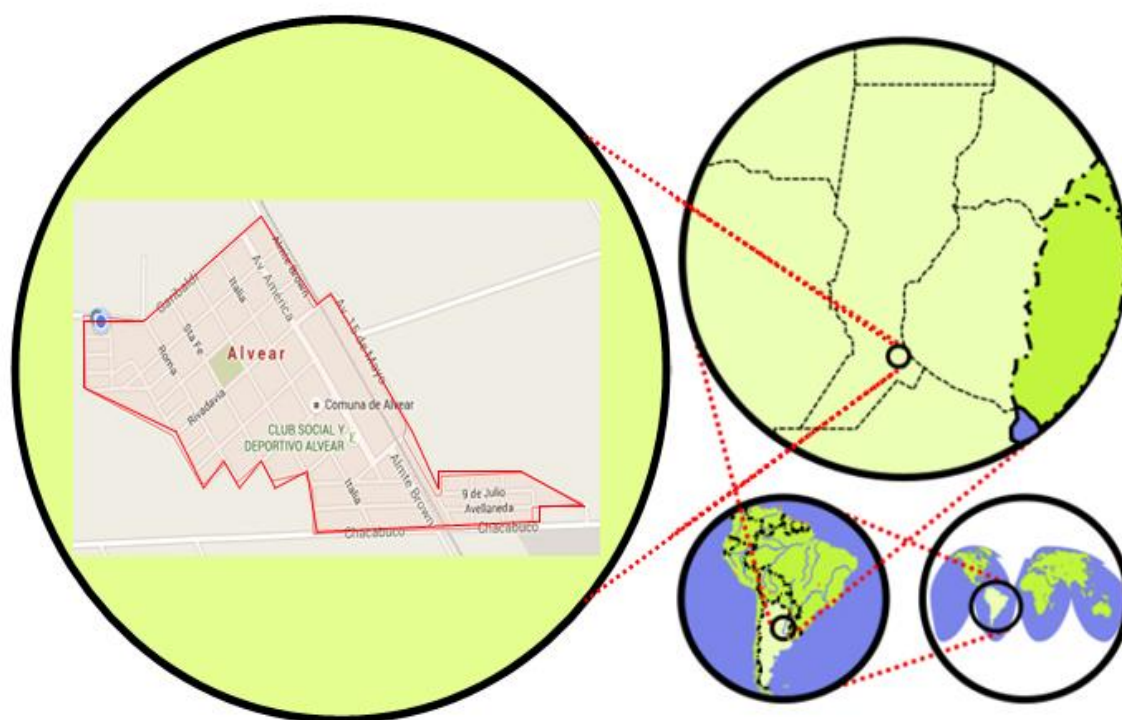
7.2. La actualidad alveareense

7.2.1. Ubicación geográfica de Alvear en el mundo

La localidad de Alvear se encuentra ubicada en el extremo sudeste de la Provincia de Santa Fe, Argentina, sobre la margen derecha del Río Paraná, a 300 kilómetros de la ciudad de Buenos Aires, capital de la República Argentina y a 150 kilómetros al sur de la capital provincial, la ciudad de Santa Fe.

Por su ubicación geográfica, es un centro estratégico para la conexión bioceánica para los países integrantes del Mercosur, constituyendo un punto neurálgico de comunicación entre los mismos, y siendo además un paso obligado de las rutas comerciales y centro de prestación de servicios para todo el comercio nacional e internacional. Esta condición con alto valor estratégico que posee, le permite pensar en un alto nivel de desarrollo económico a futuro, lo que probablemente repercutirá en el desarrollo de otros sectores, como lo son el turismo y demás rubros del sector de servicios. Por todo lo dicho se evidencia la competitividad de la localidad a nivel económico y por ende turístico que debe tenerse en cuenta para lograr un alto desarrollo de la misma.

Mapa N° 1: Ubicación y distribución de la localidad de Alvear



Fuente: Elaboración propia

Separada de la Ciudad de Rosario, por unos 14 km, la localidad de Alvear se encuentra a solo 20 minutos de la urbe con mayor importancia económica, política y social de la Provincia de Santa Fe. Su ubicación estratégica hace una rápida comunicación de Rosario con Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe, mediante diversos accesos directos terrestres, entre ellos la Autopista Rosario-Buenos Aires, Ruta Provincial N° 21 (antigua RN 9), Ruta A012, Ruta 18 y Ruta 16. Por vía ferroviaria, se accede por las líneas Nuevo Central Argentino (NCA), que provee transporte de granos con desvío a la terminal del Embarque Punta Alvear S.A., y Ferro Expreso Pampeano. Por esta razón, posee fácil y rápida accesibilidad para llegar al Puerto General Alvear y al Aeropuerto Internacional Rosario Islas Malvinas, como así también al Puente Rosario-Victoria, al centro comercial de la ciudad de Rosario o hacia otros centros urbanos (Alvear Departamento Rosario, 2015).

7.2.2. Distribución territorial de rutas, accesos y atractivos

Hoy en día, sobre una superficie de 5.800 hectáreas en el corazón de la Pampa Húmeda, está establecida una población de 4.600 habitantes, aproximadamente.

Dentro del mismo territorio, se pueden encontrar diversos organismos que potencian el área, como el Club de Planeadores Rosario, una institución civil fundada en 1919, ubicada en territorio de la Fuerza Aérea, entre la Ruta 21 y el Río Paraná (De Evita, 1988). Dicha institución ofrece la posibilidad de llevar a cabo la realización de vuelos de bautismo, vuelos fotográficos, como así también obtener títulos de piloto en la Escuela de Vuelo.

Por otro lado, la terminal de embarque Punta Alvear S.A., perteneciente a la jurisdicción del Puerto de Rosario, es una terminal de carga integrada por Productos Sudamericanos, Emiliana de Exportación y, que realizan un transporte multivariado a puertos de ultramar (Hinrichsen, 2012).

Mapa N° 2: Ubicación de Alvear dentro del departamento Rosario y rutas de acceso



Fuente: Elaboración propia

Más allá de esto, el gran motor de la zona lo constituye el Parque Industrial Alvear, General Motors y Cargill, junto con múltiples empresas de diversos segmentos, que hacen de Alvear un polo industrial de gran importancia para la región.

Entre los diversos rubros industriales de los que se puede hacer mención en Alvear, siguiendo el ejemplo de la segmentación presentada por Fernández y Guzmán Ramos (Patrimonio Industrial y Rutas Turísticas Culturales, 2004), podemos distinguir, en términos generales, los siguientes:

- Industria agroalimentaria (acopio de cereales, legumbres y oleaginosas, fábrica de aceites, harinas e insumos alimenticios (malta y maíces), tratamiento y gestión ambiental sustentable de residuo de origen vegetal).
- Industria de la construcción naval (astilleros)
- Industria automotriz, autopartes y accesorios (automóviles y camiones, carrocerías y accesorios, ejes y suspensiones)
- Industria de la construcción y derivados (hormigón, productos de impermeabilización).
- Industria metalúrgica y siderúrgica (fabricación de carrocerías, tornillos autoperforantes, fundición de aceros moldeados, fundición de metales ferrosos y no ferrosos, construcción y montaje de estructuras metálicas)
- Industria química (productos de limpieza, materias primas para la producción de caucho, plásticos o poliuretanos, destilado y anhidrado de alcoholes, pinturas, espumas de poliuretano, biocombustible).
- Otras industrias (textil, fabricación de remolques, producción porcina y láctea, fabricación de muebles, panificación, procesamiento de residuos industriales)

Dentro de los rubros, anteriormente expresados, Alvear se posiciona dentro de la mayoría de ellos, en mayor o menos medida. En la división se puede ver una mayor incidencia perteneciente a las industrias tanto metalúrgicas como siderúrgicas, pero las de mayor peso las constituyen las multinacionales Cargill (agroindustria) y General Motors (Automotriz)

7.3.La industria como pilar fundamental

La localidad se constituye como un polo industrial de gran importancia para explotar el potencial de su industria. Con su ubicación estratégica y acceso directo desde los

principales puntos económicos-industriales del país, como lo son Córdoba y Buenos Aires, posee una visión vanguardista y una multiplicidad de producciones que nuclean el plano metalmecánico, metalúrgico, portuario, químico, automotriz, agrario y hortícola, entre otras actividades de mayor y menor escala que integran el compendio de empresas dentro del distrito (Consolidar un modelo, 2015).

El Parque Industrial Alvear, el más trascendental del sur de la provincia, es una iniciativa del gobierno de la Provincia de Santa Fe, administrada por un Consorcio de Copropietarios, enclavado en una superficie total de 175 hectáreas. Se encuentra subdividido en 122 lotes, donde actualmente desarrollan sus actividades 79 empresas (Nosotros, s.f).

Enclavado estratégicamente a minutos del acceso principal a Alvear, este agente dinamizador de los sectores productivos, posee un sistema de fácil y rápida accesibilidad para llegar en minutos al puerto, aeropuerto, al puente Rosario-Victoria.

Su principal misión consiste en proveer la infraestructura necesaria para la promoción e instalación con los estándares internacionales de calidad, para el mejor desarrollo de las actividades respectivas.

Además, existen en la localidad dos parques industriales más, que consolidan a la comuna como un gran polo industrial. Con próxima inauguración, el Micro Parque Industrial es el primer parque industrial del país pensado para micro y pequeñas empresas. Se encuentra situado sobre el km 280,5 de la Ruta 9, a tan sólo 10 minutos del centro de Rosario (Micro Parque, s.f). Mientras que Avant Alvear, localizado sobre la Ruta A012 a metros con la intersección de la Ruta Provincial 18, dispone de 18 hectáreas de loteo industrial (El Parque, s.f).

Actualmente, Alvear cuenta con un total de 175 radicaciones industriales que comprende una superficie total cubierta de 500.000 m². Esto genera un flujo de ingresos y egresos diarios de 15.000 personas, que incluyen empleados, proveedores y clientes, a lo que hay que sumar 1.200 camiones que ingresan diariamente a la zona portuaria.

Foto N° 2: Planta General Motors en Alvear



Fuente: Diario El Litoral.Com

El gran movimiento económico lo genera la multinacional General Motors, encargada de la comercialización de la marca Chevrolet a través de una importante red de concesionarias que brinda servicios y repuestos en todo el país, en conjunto con la empresa del área agroindustrial, Cargill, una de las más grandes exportadoras de granos, aceites y subproductos, que despacha sus productos a lo largo de todo el planeta.

En cuanto a la Comuna de Alvear en conjunto con diversos organismos provinciales y regionales, para continuar con la política de mejora constante de la localidad, asentada en el lugar desde hace 100 años, convertida en un centro Industrial que aglomera gran cantidad de empresas dedicadas a la fabricación, venta para el mercado interno y exportación de productos, invierte en infraestructura para tal fin, como por ejemplo el ensanchamiento a 4 carriles de la Ruta 21 que facilita el ingreso y egreso de camiones y vehículos por ese corredor, entubamiento de agua y construcción de banquetas.

7.4. Planteamiento de la Marca Turística-Industrial Alvear

La implementación de la modalidad de Turismo Industrial se plantea como una forma de repensar a la localidad y el paisaje de Alvear como un territorio alejado del

pensamiento que diferencia el ocio de la actividad industrial, considerada como algo rutinario y sin un atractivo de ocio, integrándolos dentro de la identidad local. Pero ¿cómo saber si ese bien cultural, con potencial valor turístico, es capaz de dejar su marca en el territorio? Posiblemente uno de los mejores modos de lograrlo sea considerando sus aspectos ambientales, sociales y culturales (Rodríguez, 1998). De esta manera, al articular el accionar social con la industria viva se comienza a cargar de cierto significado al territorio, dotándolo de valor cultural (Navarro Bello, 2003; Rodríguez, 1998).

Para la creación de la Marca Turística-Industrial Alvear, se podría definir el diseño de rutas o circuitos industriales de elementos ligados en el territorio. Esto supone la implementación de recorridos a los complejos industriales, como inicio de una política de apertura de establecimientos industriales y de procesos, que antes eran cerrados e incomprensibles, a un público general (Fernández y Guzmán Ramos, 2004).

Mapa N° 3: Principales núcleos industriales



Fuente: Elaboración propia

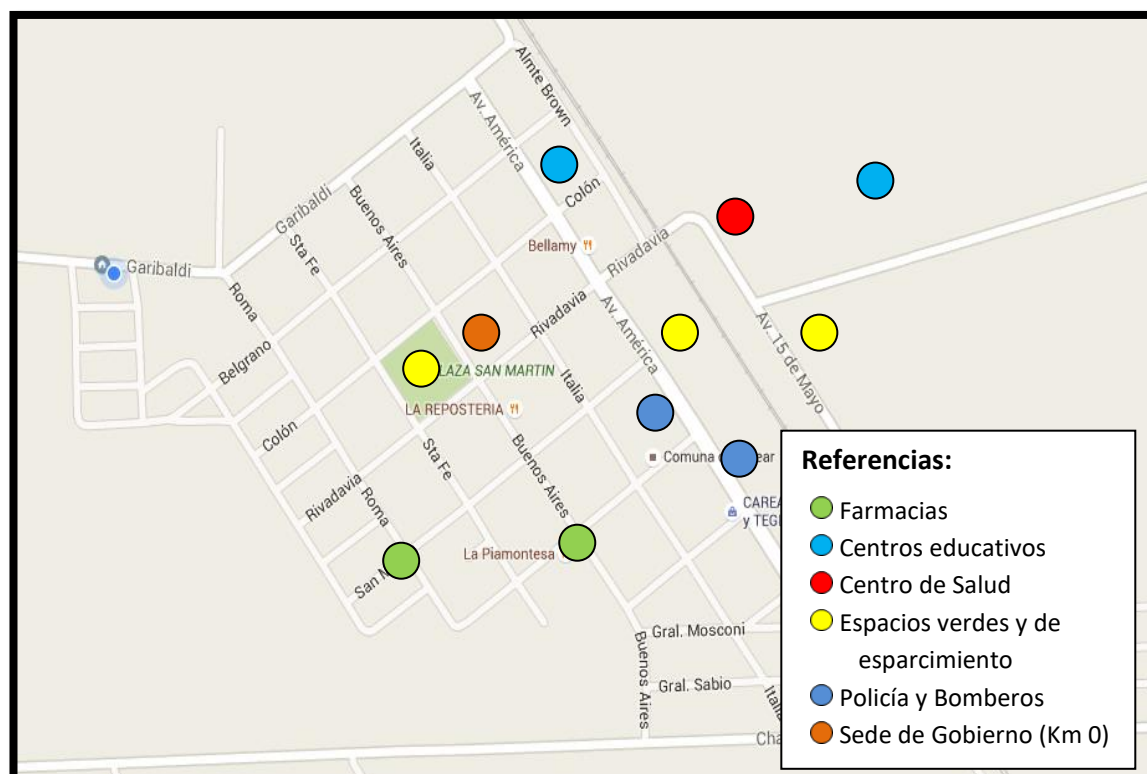
Tal intervención exige tanto de las acciones del sector público como de inversiones privadas (Pardo Abad, 2011), con el fin de establecer políticas claras y coherentes para garantizar el ejercicio de los derechos y facilitar, así, el acceso de todos a la cultura

(Harvey, 2008). Para impulsar dicha valorización industrial es necesaria una gestión dinámica, donde se asocien los distintos actores sociales, lo que generaría un escenario deseable y necesario en la diversificación de la economía local (Carnevale y Ciselli, 2013), en una fusión de intereses para la explotación turística (Cebrián, 2004).

El equipamiento que lo integraría serían las mismas industrias y todos los demás elementos que contribuyen al logro eficaz del proyecto: señalización, contenedores de basura, áreas de estacionamiento, oficinas de información y guías, acompañamiento de grupos, alquiler de bicicletas, áreas recreativas y servicios de hotelería adecuados (Benito del Pozo, 1997).

La proyección que se propone puede operarse sobre toda la ciudad, teniendo en cuenta las industrias implicadas en el recorrido al que llamaremos “La Ruta de las Industrias Alvearenses”, partiendo desde un km 0 simbólico que puede localizarse en la Sede de Gobierno de la Comuna de Alvear, extendiéndose por toda la localidad entre las diversas empresas radicadas.

Mapa N° 4: Distribución del equipamiento de apoyo y Km 0 de la Ruta Industrial



Fuente: Elaboración propia

Los establecimientos sobre los que se organiza esta idea, no posee en la actualidad la identificación adecuada, siendo necesario que los atractores turísticos sean proyectados e integrados a un plan estratégico. Para poder llevarlo a cabo hay que tener en cuenta que lo industrial se debe entender como un objeto amplio que abarca además de los inmuebles, las estructuras arquitectónicas y maquinarias de producción, las vías de transporte y comunicación, a través de las que llegan las materias primas y se comercializan los productos, los servicios públicos y los propios paisajes modificados por sus actividades (Ibañez y Zabala, 2003).

La puesta en marcha del proyecto y el diseño de la Ruta Industrial, el conjunto industrial y técnico presente en la localidad pasaría a constituir una oferta competitiva respecto de otras de carácter tradicional, o complementaria de la misma, generando así una contribución en el aumento de atractivos turísticos regionales (Fernández y Guzmán Ramos, 2004).

Este desafío debe superar no solo la visión indiferente de la comunidad respecto de la fábrica en su relación con el turismo, sino además la necesidad de apertura de la empresa hacia una actividad desconocida. Esto se suma a la escasa o nula tradición turística de la comuna, donde se encuentran las fábricas, y la incertidumbre sobre potenciales inversiones.

7.4.1. Algunos elementos para iniciar un modelo de Turismo Cultural

Si bien las industrias pueden desarrollarse dentro del turismo de manera aislada, con la segmentación presentada con anterioridad se puede pensar en una posibilidad de integración de las mismas en una ruta turística, que permitiría el aprovechamiento de los recursos. En este sentido, la localidad de Alvear presenta una ventaja muy clara, la de disponer de un gran número de industrias dentro de su territorio. Además, cabe destacar, que el uso turístico industrial a partir de la organización de rutas en la región, constituiría un mecanismo fundamental de desarrollo local, tanto a nivel urbano como rural (Fernández y Guzmán Ramos, 2004).

A raíz de lo expresado, Chan (citado por Fernández y Guzmán Ramos, 2004) define lo que es una ruta turística, como se constituye y quienes la conforman. La misma “se compone de un conjunto de locales, en este caso de establecimientos industriales o

construcciones relacionadas a la producción, organizada en forma de red dentro de una región determinada, debidamente señalizadas”.

A su vez, las rutas se organizan en torno a un tipo o segmento de actividad industrial que las caracterizan y le otorga su nombre (Chan, 1994), como así sucede en Mendoza y las provincias del norte de Argentina con las rutas del vino.

En definitiva, para el caso particular analizado, la ruta turística constituiría una forma de disfrute de forma organizada del proceso productivo industrial, orientada al disfrute de los visitantes, ya sean escolares, profesionales o turistas en general.

La organización de rutas turísticas a partir de las industrias en Alvear permitiría:

- Consolidar la cultura productiva de la región.
- Dinamizar la economía.
- Sensibilizar y concienciar sobre la importancia de la identidad industrial de la localidad.
- Dar a conocer condiciones de trabajo y procesos técnicos-productivos.
- Promover el desarrollo productivo local a partir de un Plan Estratégico para las industrias y su valoración turística.

Por otro lado, y como afirman Fernández y Guzmán Ramos (2004), es necesaria la construcción de un Centro de Interpretación, que sirva para concentrar parte de los servicios ofrecidos al turista, logrando, de esa manera, no generar una recarga en los sitios industriales, que pueden tener parte de su infraestructura poco apropiada para recibir personas ajenas a la actividad, y si bien esta debe adecuarse a la actividad turística, en ocasiones, una parte importante del establecimiento o sitio industrial queda fuera del alcance de los turistas.

En definitiva, la implementación de este tipo de programa de desarrollo permitiría conservar el presente industrial de la localidad de Alvear, al ser los establecimientos fabriles el escenario de formación de la identidad y cultura del trabajo industrial.

8. ABORDAJE METODOLÓGICO

8.1. Primeras consideraciones metodológicas

El siguiente apartado del trabajo de investigación está orientado a realizar un análisis de la oferta industrial que presenta Alvear a fin de conocer sus características y la importancia que reviste para la conformación de un sistema turístico.

Para la elaboración del mismo se utilizó tanto datos primarios como secundarios. Con respecto a los datos secundarios se investigó bibliografía referida a historia del Turismo Industrial, su relación con la identidad y la cultura en los países pioneros y su incidencia en cada región. Además, se recolectó datos históricos de la localidad de Alvear, de los aspectos que la potencian y las diversas industrias que se asientan en su territorio.

Luego, para la producción de datos primarios se utilizó información otorgada por la Comuna de Alvear y el Parque Industrial Alvear, como así también de las empresas que accedieron a brindar información, a través de entrevistas personales y recorrido por las instalaciones, sobre sus actividades. A partir de ello se realizó un relevamiento basado en los siguientes criterios: los rubros de las industrias, la ubicación, la fecha de apertura, los productos que comercializa, las visitas que reciben y las condiciones edilicias que presentan.

8.2. Análisis de gráficos obtenidos del relevamiento de datos

La metodología implementada en esta parte de la investigación se ha basado en el hecho de saber que Alvear presenta una superficie de 500.000 m², cubierta con 176 radicaciones industriales, de las cuales 87 de ellas se encuentran en pleno funcionamiento, tanto en el Parque Industrial Alvear, así como de las zonas circundantes.

A los diferentes rubros industriales se los categorizó según analogías establecidas en el informe, para simplificar la cantidad de denominaciones existentes. Luego se procedió a tabularlos y a la realización de los gráficos correspondientes para cada criterio seleccionado en dicho relevamiento. Para ello, se tomó la totalidad de establecimientos radicados en Alvear, exceptuando los que se encuentran en los nuevos parques industriales próximos a inaugurarse.

Cuadro N° 1: Empresas radicadas en Alvear segmentadas en rubros

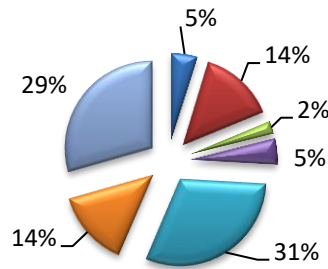
Agroindustria	Astilleros	Automotriz, Autopartes y Accesorios	Construcción	Metalúrgica y Siderúrgica	Productos Químicos y Caucho	Otros
Careaga y Tegliá	Ultrapetrol	General Motors	Hormigones Ricci	Remolques Pampa	Química Pulchrum	Expreso BH Transportadora
Cargill	Blotta Pablo	Sew Eurodrive Arg.	Tensar	Ing. Vergagni y Asoc.	Química del Caucho	Otaña Ana María
Inagro		ACM Argentina	Parex Klaukol	Randon Argentina	Arrowws Argentina	Suelos y Escorias
		Centro Ind. Decaroli	Excavaciones Sismo	Saldivia Buses	Intergas Argentina	Gregorio Broquetas
		Gec		Catalano	Plata & Luz	Interbus
		Boero		Semet	Norflex	IDM
		Piotto Hnos.		TEK Screw	Diferoil	DeLaval
		Cirubón		Casermeiro	Schneider	Pilar SACIFI
		Ferrari Modelos		Teodoro O. Ciampo	Tecnoboot Argentina	Big K Products
		Ballestas Americanas		Herracort	Moyano Plásticos	Bordón Tanques
		Banser		Power Chain	Causer	Andar
		Acrofren		San Diego	Carbosur	Cenere
				Sorrento	Dara	La Cumbre
				Faroni Hugo Alberto	Tazioli y Cia	Transporte Don Mario
				Tesum		Trefer
				Hermetal		Vandalia
				Crespo		Rosario Maquinarias
				Esme		Saks Ángel Adrián
				AGH		Silcar Logística
				HGR Roscal		DeLos – Vetas
				Metalúrgica AJ		Class Argentina
				Small Castings		Frigorífico Paladini
				Herracort		Gregorio Broquetas
				ASA		Roberto Nant
				Fundalve		Rimeco
				San Diego		
				H&H		
				Full Bus		

A continuación se procede al análisis de los gráficos realizados a partir del relevamiento de datos realizado.

Inicialmente lo que se realizó fue un análisis estadístico de los rubros industriales que existen en la localidad. A partir de ello se obtuvo el siguiente gráfico:

Gráfico 1: Porcentaje de Industrias por rubro en Alvear

- Agroindustria
- Automotriz, Autopartes y Acc
- Astilleros
- Construcción
- Metalúrgia y Siderúrgia
- Productos Químicos y Caucho
- Otros



Como se puede observar, de un total de establecimientos procesados, el rubro que corresponde a la categoría Metalúrgica y Siderúrgica, es la más representativa de la oferta industrial en Alvear, con un 31% del total. En orden descendente le siguen la categoría Otros, con un 29%, y, con un mismo porcentaje, los rubros Automotriz, Autopartes y Accesorios y Productos Químicos y Caucho, ambas con el 14%. Continúa la Agroindustria y Construcción (5%) y finalmente, con el 2% restante, Astilleros.

Mapa N° 1: Ubicación y distribución de industrias en la localidad de Alvear



Los mismos se encuentran en mayor número en el área que del Parque Industrial y sus alrededores, sobre la ruta provincial n° 21, y dentro del ejido de la comuna de Alvear, lo que facilitaría el traslado y consiguiente recorrido debido a su ubicación estratégica. Dentro de este sector se la puede incluir a la empresa Cargill, que si bien no se encuentra sobre la ruta, está próxima a la misma, ya que tiene su sede en el Puerto Punta Alvear.

Las demás industrias, si bien están establecidas dentro del territorio alvearense, se debe recorrer una cierta distancia entre una y la otra para poder visitarlas. Su mayoría se las puede ubicar sobre la Autopista N° 9, que conecta Rosario con Buenos Aires, y diferentes puntos intermedios.

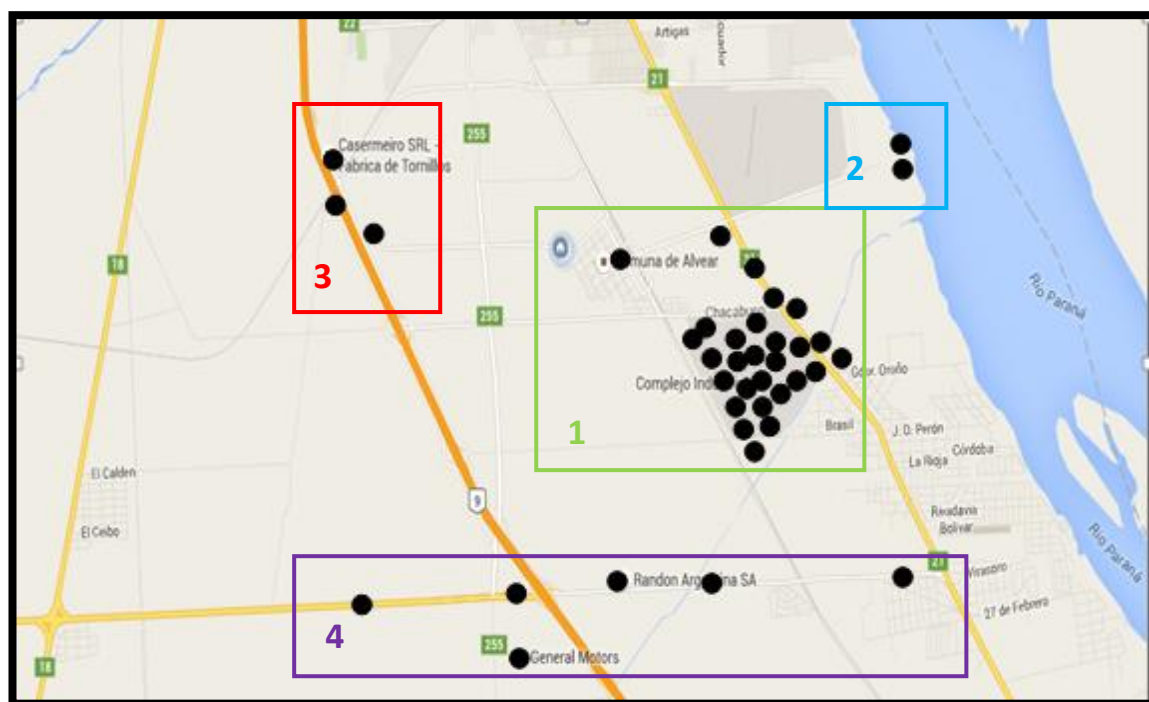
8.3. Análisis Geoespacial de la Oferta Industrial

El presente apartado tiene como objetivo realizar un análisis geoespacial de la distribución de las industrias en la localidad de Alvear, como potencial destino turístico, estableciendo las arterias principales de concentración.

En el mapa N° 2, se ubicaron los diversos establecimientos radicados en la localidad. Cada punto de color negro indicado en los diferentes mapas corresponde a un establecimiento industrial, de los que se puede concluir que la mayor parte de ellos se encuentran a poca distancia entre sí, en su mayoría en y alrededor del Parque Industrial.

Luego, se procedió a la división de la localidad en cuatro zonas, denominadas con números del 1 al 4, según la ubicación de las industrias

Mapa N° 2: Distribución de las industrias por zonas dentro de la localidad



Como puede observarse en el mapa, el área 1 representa el núcleo principal, que comprende al pueblo de Alvear y al Parque Industrial. Allí se puede observar que es el área con mayor concentración de radicaciones industriales, mientras que el área 2, establecida en el Puerto Punta Alvear, es la que dispone de menor cantidad de empresas. Con respecto al área 3, emplazada sobre la Ruta Nacional 9 camino a Rosario, es la que continúa en cantidad de industrias. Por último, el área 4 se caracteriza por poseer mayor distancia entre sus empresas y por estar a mayor distancia del centro neurálgico (área 1). Además, en ella podemos encontrar la planta de General Motors y de Randon Argentina.

8.4. Entrevistas a representantes de industrias

En el presente apartado, se procede a hacer un análisis de las entrevistas que fueron realizadas a tres empresas presentes en la localidad de Alvear.

Las entrevistas se han realizado a diferentes representantes de industrias, que se encuentran involucrados en el desarrollo socioeconómico de esta área geográfica con la finalidad de conocer cuál es la situación que presentan con respecto a la actividad turística en la zona y su potencialidad. Además, se tuvo en cuenta el estado de conservación de los

edificios donde se encuentran emplazados, y los procesos productivos que deben introducirse a cada visita para hacer más comprensible el entendimiento.

En las fichas se deja en claro la ubicación de cada lugar, su funcionalidad y su estado de conservación, además de las características de las visitas que allí se reciben y de ciertos aspectos que pueden hacer posible al turismo en cada empresa.

La primera entrevista fue realizada a uno de los dueños de la empresa privada Casermeiro S.R.L., Mariano Casermeiro, quién nos realizó un recorrido por sus instalaciones explicando las diferentes partes del proceso de producción.

Como se indica en la ficha, Casermeiro comenzó sus actividades en 1993 en la ciudad de Rosario, mediante la comercialización de todo tipo de herramientas. En el año 2015, la parte productiva de la empresa, se traslada a la localidad de Alvear, y cuenta en la actualidad con aproximadamente 30 empleados que fabrican tornillos (actividad principal) de diferentes medidas y funcionalidades. Sus productos llegan a mercados internacionales, entre los principales podemos encontrar a Brasil y Uruguay.

Con respecto a las visitas que reciben, sólo son de tipo profesional, es decir, de proveedores y clientes. Aproximadamente, llegan entre 12 y 18 al año, a los que se les proporciona cascos como medio de protección y un recorrido por las instalaciones de la empresa de entre 10 y 15 minutos, a cargo de Mariano Casermeiro, ya que no disponen de una guía que se encargue de dicha actividad. A los mismos, se les ofrece folletería de tipo comercial donde se indican las características de sus productos y cómo llegar al establecimiento. No hay horarios pactados para la realización de las visitas.

Por otro lado, las condiciones edilicias son las óptimas para poder llevar a cabo recorridos por la fábrica, pero posee una falta de adecuación de ciertos espacios para personas con discapacidades. Un punto importante, es la posibilidad de poder hacer un recorrido por toda la empresa, desde las instalaciones exclusivamente de depósito hasta el área de producción con todos sus procesos.

Para el itinerario, es necesario construir una guía con las explicaciones acerca de las actividades de la empresa, adaptándose a las diversas necesidades de los visitantes que allí reciban.

INVENTARIO DE PATRIMONIO CULTURAL- INDUSTRIAL

Bienes Inmuebles



Denominación del inmueble:			Casermeiro SRL. Fábrica de Tornillos				
TENENCIA		ÁREA	LOCALIZACIÓN				
Estatal		Construida	Provincia		Ciudad		
Municipal			Santa Fe		Alvear		
Militar		2450 m ²	Calle principal	N°	Intersección		
Religioso		De terreno	RN 9	-	Km 283,50		
Privado	✗		2500 m ²	Coordenadas geográficas UTM			
Otro		X		-33,048215	Y	-60,659724	
FOTO 1			FOTO 2				
							
ÉPOCA DE CONSTRUCCIÓN			CARACTERÍSTICAS				
Siglo		Fecha/Década		Casermeiro SRL comenzó sus actividades en 1993 en la ciudad de Rosario. Se encarga de la fabricación y comercialización de tornillos (actividad principal), y de otras herramientas en general. La parte productiva de la empresa, en 2015, se traslada a la localidad de Alvear, y cuenta en la actualidad con aproximadamente 30 empleados. Sus productos llegan a mercados internacionales, entre los principales podemos encontrar a Brasil y Uruguay.			
XX (1900)		2015					
XXI (2000 en adelante)							
ESTADO DE CONSERVACIÓN			<p style="text-align: center;">COMENTARIOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presenta las condiciones necesarias para realizar el recorrido por la fábrica. • Falta adecuación de espacios para personas con discapacidades. • Construir un recorrido con explicaciones necesarias. • Se puede hacer recorrido por toda la empresa, desde los depósitos hasta el área de producción • En caso de que se pusiera en marcha un Proyecto de Turismo Industrial en Alvear, formaría parte de la propuesta 				
Sólido						✗	
Deteriorado							
TURISMO							
Cantidad visitantes	12 a 18 al año						
Tipo	Escuelas						
	Universidades						
	Profesionales					✗	
	Público Gral						
Protección	Casco					✗	
	Guantes						
	Audífonos						
	Gafas						
Tiempo promedio	Entre 10 a 15 min						
Guía	No						
Horario	No fijado						
Folletería	Solo comercial						
Estacionamiento	Señalizado						
Complementos	Maquetas						
	Sala		✗				
	Videos						

La segunda entrevista se llevó a cabo con Marina Tort, encargada de planta de la empresa Establecimientos La Cumbre. Además, se llevó a cabo un recorrido por sus instalaciones con las respectivas explicaciones de las diferentes partes del proceso de elaboración de los productos de panificación.

La Cumbre, como indica la ficha, inaugura en el año 1982, con una trayectoria de 30 años en la Industria del Pan, su planta dedicada a la elaboración de galletitas y pan dulce. En 1991, inicia la exportación de sus productos a Rusia, Estados Unidos, Canadá y Brasil. Con un planeamiento estratégico de las exportaciones, logró abrir nuevos mercados, como Chile, Colombia, Paraguay, Uruguay y Angola. En Junio de 2015, comenzó a funcionar la planta de elaboración de budines en el Parque Industrial Alvear.

Con respecto a las visitas que reciben, sólo son de tipo profesional, es decir, de proveedores, auditores y clientes. Aproximadamente, llegan 20 al año, a los que se les proporciona cofias y guantes. En este establecimiento, es difícil recibir personas porque se deben cumplir con muchos requisitos de higiene y seguridad que impone bromatología. En lo que respecta a los clientes, se les hace un recorrido por las instalaciones de la empresa de entre 10 y 15 minutos, con una descripción enfocada y atendiendo a sus necesidades, a cargo de jefes o gerentes, ya que no disponen de una guía que se encargue de dicha actividad. En una sola ocasión, recibieron aun grupo reducido de alumnos de una escuela técnica, pero fue cuando aún no habían comenzado a operar. A los visitantes se les ofrece folletería de tipo comercial donde se indican las características de sus productos. Los horarios de visita son por la mañana.

Por otro lado, las condiciones edilicias son las óptimas para poder llevar a cabo recorridos por la fábrica, con amplios espacios para el desplazamiento de personas con discapacidades. Las visitas guiadas se llevan a cabo dependiendo del tipo de visita y nunca es cercano a la línea de producción.

**INVENTARIO DE PATRIMONIO CULTURAL-
INDUSTRIAL
Bienes Inmuebles**



Denominación del inmueble:			La Cumbre. Panificadora		
TENENCIA		ÁREA	LOCALIZACIÓN		
Estatal		Construida	Provincia		Ciudad
Municipal		4857 m ²	Santa Fe		Alvear
Militar			Calle principal	N°	Intersección
Religioso		De terreno	Ruta 21	-	Km 7
Privado	✗	5000 m ²	Coordenadas geográficas UTM		
Otro			X	-33,063795	Y
FOTO 1			FOTO 2		
ÉPOCA DE CONSTRUCCIÓN			CARACTERÍSTICAS		
Siglo		Fecha/Década	<p>En el año 1982, con una trayectoria de 30 años en la Industria del Pan, Establecimiento La Cumbre inaugura su planta dedicada a la elaboración de galletitas y pan dulce.</p> <p>En el año 1991, inicia a exportar sus productos a Rusia, EEUU, Canadá, y Brasil. Con un planeamiento estratégico de las exportaciones, logró abrir nuevos mercados, como Chile, Colombia, Paraguay, Uruguay y Angola.</p> <p>En Junio de 2015, comenzó a funcionar la planta de elaboración de budines en el Parque Industrial Alvear.</p>		
XX (1900)		2015			
XXI (2000 en adelante)					
ESTADO DE CONSERVACIÓN			<p align="center">COMENTARIOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presenta las condiciones necesarias para realizar el recorrido por la fábrica. • Visita guiada, dependiendo del tipo de visita es lo que se muestra. Nunca es cercano a la línea. • Les resulta difícil recibir personas en la planta porque se deben cumplir muchos requisitos de higiene y seguridad. • Amplio espacio para desplazamiento de personas con discapacidades 		
Sólido		✗			
Deteriorado					
TURISMO					
Cantidad visitantes	20 al año				
Tipo	Escuelas				
	Universidades				
	Profesionales	✗			
	Público Gral				
Protección	Cascos				
	Audífonos				
	Gafas				
	Guantes	✗			
	Cofias	✗			
Tiempo promedio	15 minutos				
Guía	Gerentes o jefes				
Horario	Por la mañana				
Folletería	Comercial o específica				
Estacionamiento	General				
Complementos	Maquetas				
	Sala	✗			
	Videos				

Por último, la tercera entrevista contó con el aporte de Néstor Menéndez, dueño de la empresa Sorrento. En la misma, realizamos un recorrido por las instalaciones de empresa a cargo de uno de los técnicos de planta y encargado de hacer las guías dentro del establecimiento.

Desde su fundación, en el año 1960, por José Menéndez, Sorrento se ha dedicado a la producción, armado y comercialización de productos afines a la industria de la construcción. Entre los mismos se pueden encontrar andamios, mezcladoras, cortadoras, como así también torres elevadoras, carretillas y máquinas para pisos. Sus diversos productos son comercializados a nivel nacional e internacional, y, además, se hacen importaciones de maquinarias del rubro desde China y Brasil.

Con respecto a las visitas que reciben, son de tipo profesional, es decir, de proveedores, y clientes. Aproximadamente, llegan entre 40 y 50 al año, a los que se les proporciona audífonos. En varias ocasiones recibieron estudiantes de escuelas técnicas y de institutos terciarios. En lo que respecta a los recorridos, se hace por las instalaciones de la empresa con un promedio de 1 hora, con una descripción enfocada y atendiendo a sus necesidades, a cargo del ingeniero de planta, ya que no disponen de una guía que se encargue de dicha actividad. Los horarios de visitas varían dependiendo del tipo de visitantes que se reciban.

La folletería que disponen es de tipo comercial. Allí se puede ver los diferentes productos que ofrece la empresa y también la manera de llegar al establecimiento y los datos de contacto.

Por otro lado, las condiciones edilicias son las óptimas para poder llevar a cabo recorridos por la fábrica, con amplios espacios para el desplazamiento de personas con discapacidades. Además, dispone de una amplia sala de reuniones donde se pueden proyectar videos. Las visitas guiadas se llevan a cabo dependiendo del tipo de visita, con la posibilidad de acercamiento a ciertas áreas de la producción para mejor explicación.

INVENTARIO DE PATRIMONIO CULTURAL- INDUSTRIAL

Bienes Inmuebles



Denominación del inmueble:				Sorrento. Máquinas y equipos para la construcción				
TENENCIA		ÁREA		LOCALIZACIÓN				
Estatal		Construida		Provincia		Ciudad		
Municipal		- m ²		Santa Fe		Alvear		
Militar				Calle principal		N°	Intersección	
Religioso		De terreno		Ruta 21		-	Km 7	
Privado		- m ²		Coordenadas geográficas UTM				
Otro				X	-33,063541		Y	-60,594312
FOTO 1				FOTO 2				
								
ÉPOCA DE CONSTRUCCIÓN				CARACTERÍSTICAS				
Siglo		Fecha/Década		Desde su fundación en 1960 por José G. Menéndez, Sorrento ha incorporado a través de los años personal con reconocida experiencia en la producción, armado y comercialización de productos afines a la industria de la construcción. Entre los que se pueden encontrar andamios, mezcladoras, cortadoras, como así también torres elevadoras, carretillas, y máquinas para pisos. Sus productos se comercializan a nivel nacional e internacional, y se importan maquinarias desde China y Brasil.				
XX (1900)		2015						
XXI (2000 en adelante)								
ESTADO DE CONSERVACIÓN				<p style="text-align: center;">COMENTARIOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presenta las condiciones necesarias para realizar el recorrido por la fábrica. • Falta adecuación de espacios para personas con discapacidades para llegar a planta alta • Se puede hacer recorrido por toda la empresa, desde los depósitos hasta el área de producción. Con paso seguro. • En caso de que se pusiera en marcha un Proyecto de Turismo Industrial en Alvear, formaría parte de la propuesta 				
Sólido		✘						
Deteriorado								
TURISMO								
Cantidad visitantes		Entre 40 y 50 al año						
Tipo		Escuelas						
		Universidades						✘
		Profesionales						✘
		Público Gral						
Protección		Cascos						
		Audífonos		✘				
		Guantes						
		Cofias						
Tiempo promedio		1 hora						
Guía		Ingeniero						
Horario		Depende de la visita						
Folletería		Comercial						
Estacionamiento		Especial para visitas						
Complementos		Maquetas		✘				
		Sala		✘				
		Videos		✘				

En resumen, se puede concluir que las industrias, a las que se les hizo las visitas, si bien había desconocimiento de la modalidad de Turismo Industrial, cuentan con las condiciones edilicias acordes para realizar los recorridos por sus instalaciones, como también con los medios de seguridad para proteger la integridad de los visitantes.

Las tres deben ejecutar ciertas mejoras con respecto a lo que es el servicio que se le debe brindar a un visitante turístico, como por ejemplo los horarios de atención, la información que se le va a ofrecer, junto con la folletería, y ciertos complementos como una sala especial para recibirlos, donde puedan explicar sus actividades mediante maquetas o videos que hagan a una mejor comprensión.

8.5. Análisis FODA

La realización del FODA se utilizó como una herramienta para conocer la situación real y actual en que se encuentra la localidad de Alvear, y analizar, a partir de los resultados obtenidos, el potencial de planificación y desarrollo del turismo industrial en la misma. De esta manera, se logró identificar los factores internos y externos que condicionan el éxito de la planificación y las estrategias a implementar para cumplir con los objetivos planteados.

8.5.1. Fortalezas

Entre las fortalezas se tuvieron en cuenta la oferta turística que ostenta Alvear con respecto a sus atractivos, y la buena percepción que puede crear el turismo industrial sobre los visitantes.

Entre las principales fortalezas podemos mencionar que la localidad cuenta con una variada oferta de atractivos, ya sea de carácter histórico, cultural, religioso, natural, industrial, entre otros, lo que permite la revalorización de la cultura y la sociedad local, logrando así la conservación de la identidad.

Entre algunos de los atractivos que potencian la zona podemos mencionar al Club de Planeadores Rosario, ubicada en territorio de la Fuerza Aérea, entre la Ruta 21 y el Río Paraná. Se puede realizar de vuelos de bautismo, vuelos fotográficos, también obtener títulos de piloto en la Escuela de Vuelo. Con respecto a los atractivos que pertenecen a la modalidad de turismo industrial se distinguen la Terminal de embarque Punta Alvear,

perteneciente al Puerto de Rosario, terminal de carga que realiza transporte multivariado a puertos de ultramar; el Parque Industrial Alvear, General Motors y Cargill, junto con múltiples empresas de diversos segmentos, que hacen de Alvear un polo industrial de gran importancia para la región.

Además, se debe tener en cuenta que Alvear se presenta como una alternativa turística no masificada y poco saturada, con posibilidad de acceso a diversos segmentos de mercado turístico (turismo de negocios, turismo educativo).

8.5.2. Oportunidades

Los factores que se tuvieron en cuenta para este apartado del análisis externo, es decir, del entorno en el que se encuentra inserta la localidad de Alvear, fueron la ubicación geográfica, la posición de la competencia y del consumo a nivel nacional de esta modalidad turística.

A tan solo 20 minutos de la Ciudad de Rosario, Alvear presenta como una de sus principales oportunidades su ubicación estratégica, de rápida comunicación entre Rosario con Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe, mediante diversos accesos directos terrestres: Autopista Rosario-Buenos Aires, Ruta Provincial N° 21, Ruta A012, Ruta 18 y Ruta 16.

Con respecto al turismo, se puede dar cuenta de que dispone de una gran posibilidad de competir en el turismo de calidad, no masivo; y poner en marcha nuevos productos, como una ruta por las diferentes industrias de la zona. A nivel nacional, existe una escasa concentración de competencia, debido al desconocimiento de la modalidad, lo que lo haría uno de los primeros lugares en explotarlo.

8.5.3. Debilidades

Con respecto a las debilidades, aquellas barreras para lograr la buena marcha de la actividad, se destaca la falta de experiencia en el sector y poca participación en el mercado turístico, la ausencia de factores que componen el sistema turístico, y aspectos relacionados con las industrias.

Con la realización del trabajo, se pudo dar cuenta de que la localidad de Alvear desconoce la modalidad de Turismo Industrial, su implicancia y la potencialidad de explotación de la misma dentro de su área de influencia. Este punto tiene como

consecuencia la imposibilidad de implementar y planificar de manera correcta la potencial actividad por parte del estado municipal, siendo el mismo encargado de planificar, difundir y poner en práctica el turismo, así como también, la formulación de políticas turísticas.

Por otro lado, se observa la ausencia de ofertas de los sectores gastronómicos y hoteleros, por lo que se debe tener en cuenta a la ciudad de Rosario para suplir esa falencia en ambos ejes del sistema turístico de Alvear.

Con respecto a las empresas, es posible encontrar cierta falta de cooperación por parte de gran parte de ellas para poder llevar a cabo el proyecto de manera óptima, debido a que temen que su producción y trabajo se pueda ver afectada por la presencia de personas extrañas al establecimiento.

8.5.4. Amenazas

Como amenazas se destaca al mismo potencial consumidor del turismo industrial, además de agregar la evolución de la crisis económica a nivel nacional, con su consecuente impacto sobre el consumo.

Como se mencionó con anterioridad, la mayor amenaza la constituyen los mismos turistas, debido a que es posible que al ser modalidad alejada de la idea tradicional de turismo, los mismos rechacen la idea de visitar empresas relacionadas con el trabajo y la rutina.

Este análisis sirve como puntapié inicial para saber con qué se cuenta en la localidad de Alvear, qué aspectos hay que mejorar, a qué es necesario prestar atención y cuáles son los problemas que comprometen la planificación y se deben resolver para un mejor desarrollo en la actividad turística en la región.

9. PROPUESTA

9.1.El proceso metodológico de la Planificación Turística

Para llevar adelante la implementación de la actividad turística industrial en la localidad de Alvear es necesario seguir una serie de pasos tendientes a la elaboración del un plan, que tenga por finalidad trazar el curso deseable del desarrollo turístico.

Las acciones que se deberán ejecutar, dentro de este proceso metodológico de planificación turística, son las siguientes:

1) Plan de tareas:

Constituye la primera etapa en el proceso de planificación turística. La finalidad de la misma debe ser la preparación cuidadosa y detallada del trabajo que va a realizarse. En esta primera fase se deben identificar los términos de referencia que van a regir el plan de desarrollo turístico, que deben ser:

- Fines que persigue la planificación (qué se quiere hacer y por qué): siendo en este caso particular, la inserción del turismo industrial dentro de la localidad de Alvear.
- Actividades que se desarrollarán en el proceso de planificación (cómo se va a hacer): cuáles van a ser las actividades específicas dentro del diagnóstico, el pronóstico, la implementación del plan y el análisis de resultados.
- Aportaciones que deben realizar los diferentes sectores implicados en el proceso planificador, ya sean el sector público como las empresas/industrias que van a formar parte del sistema turístico.
- Resultados previstos, una vez puesto en marcha el plan de desarrollo turístico industrial.
- Calendario para la realización y aprobación del plan.

Una vez que hemos determinado los términos de referencia, se selecciona al equipo encargado de realizar los estudios y redactar el plan, así como un consejo asesor.

2) Determinación de objetivos y las metas:

Los objetivos que se pretenden alcanzar con el desarrollo del turismo industrial deben ser establecidos en esta segunda etapa de la planificación. Esto implica, de alguna manera, explicitar los resultados deseados del proceso y explicar para qué se quiere llevar a cabo.

Estos objetivos se establecen de forma preliminar y, posteriormente, serán revisados o redefinidos, una vez se tengan los resultados de los estudios y análisis.

3) Diagnóstico:

En esta etapa se realizarán los estudios necesarios para el desarrollo del plan, desde los más básicos, como pueden ser los de naturaleza territorial, la cantidad y rubros de industrias en la localidad, es decir, el dónde se quiere implementar el turismo industrial, hasta los más específicos, como pueda ser la legislación vigente para actividades similares en la zona, en el país o a nivel internacional.

Todos estos estudios, como regla general, se realizan utilizando un análisis FODA, cuya finalidad es la sistematizar la gran cantidad de información necesaria para que el plan alcance los objetivos marcados. Para que dicho análisis sea completo, es necesario considerar algunos campos básicos para el análisis y diagnóstico en el plan:

a) Estudios de base: elaboración de estudios del medio físico-ecológico y la influencia que puede tener en la actividad turística industrial de Alvear; de la estructura económica de la localidad, indicadores de producción, empleo y el grado de diversificación económica; de la estructura demográfica, evolución y estructura de la población y los posibles cambios e impactos.

b) Inventariado, clasificación y jerarquización de la oferta turística industrial: estudio de los accesos a las diferentes industrias, la existencia de infraestructura y actividades de soporte, cantidad y calidad de los sitios a visitar, posibles temáticas, posibilidad de creación de circuitos, previsión de la evolución de la oferta.

c) Caracterización de la demanda actual y potencial: origen, motivación, grado de satisfacción, nivel de gasto, etc, lo que aportará indicadores de tendencias de consumo. La segmentación de la demanda según el tipo de empresa a visitar, las necesidades y requerimientos de gestión, y tendencias de cada rubro industrial.

d) Evaluación de políticas relacionadas con el turismo industrial europeo, legislación y organización de la actividad, participación del turismo en los presupuestos públicos.

e) Estudio del entorno turístico, ya sea de los factores económicos, sociales, culturales y políticos que van a incidir en la dinámica del área de estudio; evaluación de las variables básicas de la actividad turística en la zona de Rosario y alrededores; análisis de competidores potenciales.

4) Fase de análisis y síntesis (pronóstico):

Durante esta fase debe realizarse el análisis cuantitativo y cualitativo de la información que proporcionan los estudios e informes anteriormente descritos. En lo que respecta a la síntesis, ésta consiste en combinar e integrar todos los componentes del análisis con la finalidad de obtener una mejor comprensión de la situación.

Un resultado importante de la síntesis es la identificación de las principales oportunidades y problemas o restricciones para desarrollar la actividad turística. Esto permitirá la elaboración de recomendaciones adecuadas a la situación de la zona a tener en cuenta dentro del plan.

5) Fase de formulación de la política y el plan:

Tras la fase de investigación y análisis, fijaremos los objetivos de distinta naturaleza que persigue el plan y, posteriormente, se fijarán las estrategias y actuaciones encaminadas a alcanzar los objetivos marcados por el plan.

Las estrategias que se tomen en un plan de desarrollo turístico deben ser tanto genéricas (diferenciación, diversificación de los productos), como específicas (calidad de los distintos subsectores empresariales, formación de recursos humanos, sistema de información turística de apoyo).

Dentro de este mismo paso, se debe pensar que enfoque va a adoptar la planificación con respecto a la política. Ya sea, enfoque estratégico (importancia del rol de los diversos sectores socioeconómicos que integran la planificación), enfoque sistémico (oferta/demanda, operadores, intermediarios, entorno jurídico y económico, aspectos técnicos y psicosociales), enfoque sustentable (forma de gestión para satisfacer necesidades económicas, sociales, estéticas y culturales), o un mix que involucre a dos o tres de ellos.

6) Ejecución (plan de acción):

La fase de ejecución implica el desarrollo de las actuaciones que se han previsto en el plan, dentro de las cuales podemos distinguir las siguientes:

- Definición de los proyectos específicos de ejecución.
- Financiación de las actuaciones.
- Presupuesto definitivo de infraestructuras.
- Creación de los instrumentos adecuados de política turística.

7) Evaluación y control:

Una vez aplicado el plan, es necesario hacer un control de la ejecución de mismo para subsanar la existencia de posibles desviaciones que puedan afectar al cumplimiento de los objetivos establecidos.

Para ello, será necesaria la creación de un sistema de información turística que se encargue de evaluar el nivel de ejecución del plan y la evolución de la actividad turística. También se podrá utilizar un comité de dirección que es un órgano representativo compuesto por miembros del gobierno y del sector privado

Entre los indicadores de evaluación y control del plan, que se deben tener en cuenta, podemos destacar los siguientes:

- Grado de desarrollo de los programas de actuación derivado del plan.
- Nivel de ejecución presupuestaria según las previsiones establecidas.
- Medición del impacto de las actuaciones.
- Estado de ejecución de pos proyectos derivados del plan.
- Corrección de las disfunciones detectadas en el proceso de planificación.

9.2.Ejemplo de propuesta de planificación de circuitos

A lo largo de este trabajo se hace mención de las potencialidades turísticas culturales, industriales, naturales, históricas y educativas de Alvear, razón por la cual, se planteó la necesidad de la elaboración de un plan turístico en la localidad, con la posibilidad de crear circuitos turísticos dentro de la misma, para un mejor ordenamiento de la actividad.

A continuación, se desarrollarán conceptos y fundamentos acerca de lo que es un circuito turístico y las falencias existentes, para luego desarrollar dos propuestas a modo de ejemplo y explicar por qué se podría plantear estos tipos de recorrido por la localidad.

9.2.1. Circuitos industriales: un ejemplo de la planificación turística

Un circuito turístico industrial es una manera experimentar y transitar por algunos de los pasos del método científico de forma distendida, casi espontánea. El poder de asombro que produce el percibir ciertos aspectos de la vida cotidiana lleva a que las personas se formulen interrogantes que movilizan, de manera muy peculiar, a la investigación y conocimiento del entorno en el que se mueven en el devenir diario y la manera en la que el hombre va modificando la materia para satisfacer sus necesidades.

Se puede pensar que en la localidad de Alvear este tipo de circuito turísticos generaría un impacto positivo debido a que la gran mayoría de los atractivos culturales, industriales, naturales e históricos que posee constituirían un elemento potenciador de actividades turísticas y recreacionales existentes en la zona, como así también reflejan parte del patrimonio de una sociedad y su idiosincrasia en un momento dado. A su vez, esta modalidad turística, como actividad, contemplaría el fomento del conocimiento de la sociedad y el enriquecimiento de la identidad de sus ciudadanos.

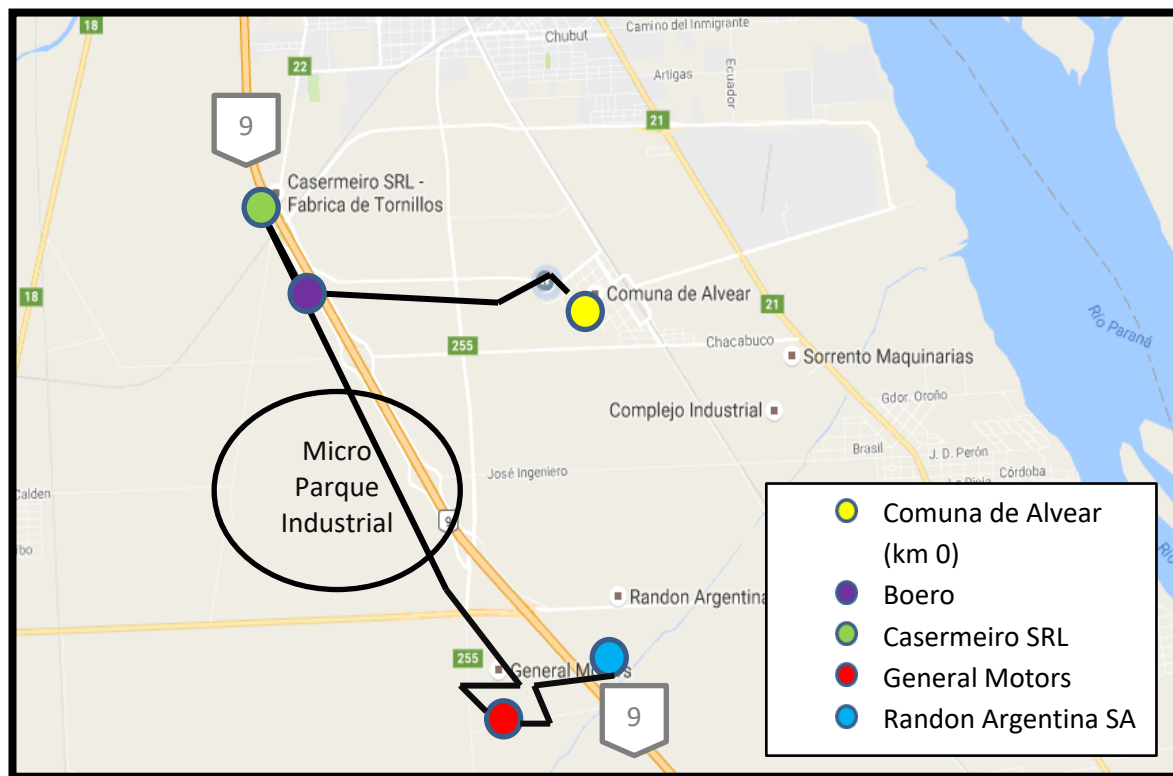
Actualmente, no existe ningún circuito en la ciudad ni organismo encargado de las actividades turísticas y culturales, lo que dificulta la generación de políticas turísticas y la implementación de la modalidad de turismo industrial.

9.2.2. Representación gráfica de los circuitos propuestos

Seguidamente, se presentan los circuitos propuestos, donde se muestran sus lugares de comienzo y finalización, los posibles atractivos que se visitarán con sus correspondientes referencias.

Los circuitos se caracterizarían por la amplia variedad de rubros industriales que se pueden distinguir en la zona, todas ellas de gran importancia, ya sea, dentro de la ciudad, a nivel nacional como internacional.

Circuito N°1: Recorrido por industrias de la Autopista Nacional N° 9



Fuente: Elaboración Propia

El circuito N° 1 comenzaría en la Sede de Gobierno, frente a la Plaza San Martín, lugar donde se hace una breve introducción de los lugares que se van a visitar durante el recorrido a cargo de la guía, los puntos a tener en cuenta con respecto a la seguridad en cada uno de los espacios y se entrega información en forma de folletos. Desde allí se procede al inicio del trayecto para dirigirnos hacia Boero, empresa consagrada a la elaboración de suspensiones neumáticas, ejes y repuestos para el transporte automotor de cargas. El siguiente destino es Casermeiro, industria dedicada a la fabricación de tornillos de todas las medidas y se comercializan diferentes herramientas. Luego se sigue con la visita en General Motors, multinacional encargada de diseñar y fabricar diversos modelos automotores, que se comercializan a nivel nacional e internacional. Más adelante, el recorrido finaliza en la visita a Randon Argentina, sociedad anónima donde se podrá ver el proceso de fabricación de acoplados, semirremolques, camiones forestales, retroexcavadoras, vagones ferroviarios, camiones mineros, vagones para cereales, vagones tanques, entre otros.

Circuito N°2: Recorrido por las industrias del Parque Industrial y Puerto Punta Alvear



Fuente: Elaboración propia

El circuito N° 2 comenzaría de la misma manera que el anterior, en la Sede de Gobierno de la Comuna de Alvear, pero en esta ocasión va a haber un recorrido dentro de lo que es la localidad, para llegar hasta las oficinas de la empresa Careaga y Teglia, reconocida por ser una empresa dedicada al acopio y acondicionamiento de cereales, legumbres y oleaginosas, como así también al fraccionado de legumbres con marca propia “La Abadía”. Dentro del Parque Industrial, el próximo destino es La Cumbre, panificadora, con gran historia en el mercado, encargada de la elaboración de galletitas y pan dulces de marcas reconocidas. En el recorrido por el predio, se llega hasta Causer, una importante empresa proveedora de materias primas en base a caucho, plásticos o poliuretanos para la fabricación y renovación de neumáticos, piezas para la industria automotriz, caños y tubos de goma, entre otros. En Sorrento, se procede a ver el proceso de producción y armado de productos afines a la industria de la construcción, entre los que se pueden encontrar andamios, mezcladoras, cortadoras, además de torres elevadoras, carretillas y maquinas para pisos. Se finalizaría el itinerario dentro del puerto Punta

Alvear, en la visita a las instalaciones de la cerealera Cargill, reconocida empresa exportadora agroindustrial consagrada a las actividades de acopio, procesamiento, comercialización y exportación de granos, aceites, harinas y malta.

9.3. Difundir para dar a conocer el Turismo Industrial

Al impulsar la difusión turística en la localidad, se agilizará la dinámica turística en la zona, contribuyendo al incremento de más puestos de trabajo, lo que generaría una mejora de la calidad de vida de los habitantes de la potencial región turística.

Una adecuada difusión turística evitara el desconocimiento de los atractivos turísticos industriales y, por ende, contribuirá a una mejor orientación del turista y se sentirá satisfecho al poder coordinar mejor su desplazamiento, así mismo sensibilizar a la sociedad para que pueda ayudar al turista adecuadamente y sobre todo mantenga en buen estado los diversos espacios.

El contar con una difusión turística se dará lugar a que se obtenga los siguientes beneficios:

- Desarrollo turístico que impulsará las actividades comerciales locales en beneficio de las poblaciones del lugar generando trabajo y mejorando la calidad de vida.
- Aumento del flujo de visitantes debido al destaque de los atractivos turísticos industriales.

El plan de comunicación, como herramienta de trabajo, se va utilizar para transmitir la existencia del turismo industrial, como así también los productos y servicios que ofrece. El mismo debe realizarse a corto o medio plazo (entre 6 meses y un año, dos años como mucho) para una mayor efectividad.

Los pasos a seguir para efectivizar el plan de comunicación son:

1. Determinar objetivos.
2. Decidir a quién vamos a dirigir nuestra comunicación.
3. Pensar cuál es la idea que queremos transmitir.
4. Fijar el presupuesto con el que contamos (cuánto).
5. Seleccionar los medios apropiados.
6. Ejecutar el plan de medios y medir su impacto.

Mientras que los medios de comunicación a utilizar son los siguientes:

- Desarrollo pagina web.
- Utilización de redes sociales.
- Organización y presencia en eventos y prensa.
- Desarrollo de folletería y charlas informativas para:
 - Dar a conocer el producto a las agencias receptoras.
 - Dar a conocer el producto a escuelas.
 - Dar a conocer el producto en universidades.

Asimismo, se puede crear de una página web que contenga un mapa con la ubicación de las industrias de la localidad, la posibilidad de hacer la reserva de la visita vía internet y diferentes centros que se pueden visitar. Para complementar la información disponible, se diseñaría una guía turística que recopile información sobre dichos atractivos de interés. La misma incluiría direcciones, hoteles, recomendaciones de restaurantes, etc.

10. CONCLUSIONES

Este trabajo planteó, en todo su desarrollo, la importancia que tuvo el pasado industrial en la historia mundial y lo relevante que es, a nivel económico y social, su funcionamiento dentro de la localidad de Alvear.

Dentro de su territorio, Alvear presenta como eje central un polo industrial con gran potencial para explotarse de manera turística como atractivos de tipo cultural. Sin embargo, las industrias, presentes en cada paso que dan los residentes o visitantes, no se encuentran revalorizadas a nivel turístico, a pesar de contar con los elementos característicos del mismo, y teniendo en cuenta las nuevas demandas de los visitantes que ya no solo se conforman con el típico sol y playa, la propuesta dejaría beneficios económicos, sociales y culturales.

Alvear ha crecido en distintos aspectos, tanto arquitectónico, como urbanístico y cultural. Además, se ha evidenciado un progreso importante en el desarrollo social, ya que actualmente, se pueden realizar diversas actividades deportivas, y recreativas, talleres y competencias, lo que genera una mayor afluencia de visitantes que desean conocer Alvear y lo que ofrece.

Para seguir en el camino del crecimiento, es muy importante que la oferta sea diversificada, brindando distintas oportunidades para diferentes públicos que así lo demandan. Quienes se encargan de la actividad turística deben ser conscientes de estos cambios motivacionales que se presentan en los turistas y para ello deben tener en cuenta que, en otros países del mundo, el Turismo Industrial está teniendo un desarrollo espectacular, y que Alvear cuenta con muchos de los elementos necesarios para impulsarlo de manera satisfactoria, pudiendo así sumarse a las demás ciudades que ofrecen ese tipo de turismo.

De este modo, surge la necesidad de integrar la actividad industrial al desarrollo turístico de la localidad, con el objetivo de promocionarlo como una oferta cultural no centrada en las artes, sino en la cultura tecnológica.

Pero es importante saber que a partir de los sitios investigados y estudiados, se sostiene que es un proyecto viable, que beneficiaría tanto al visitante como a los residentes de la ciudad, mostrándola desde un punto de vista diferente que hasta ahora nadie ha tenido en cuenta y brindando información histórica y cultural a los mismos. Además, se

reavivaría la memoria de los alvearenses contribuyendo a consolidar su identidad, su cultura, la idiosincrasia, pensando también en obtener un futuro mejor.

A través de la implementación de esta nueva modalidad turística, apuntada al impulso tanto de la localidad como del área donde se encuentran insertas las industrias, se le da la posibilidad de integrarse, a su vez, dentro de la región metropolitana sur de la ciudad de Rosario y de esta manera, lograr una complementación alternativa (industrial) con respecto a los atractivos de la misma.

Cabe recordar que el fin inmediato de este trabajo es identificar las potencialidades turísticas de la localidad de Alvear, su área de influencia e incentivar, de ese modo, el interés por la actividad turística industrial, y poder llevar a cabo la planificación turística que ayude a conseguir dicho objetivo.

Considerando los atractivos que posee y su variada cultura, se tratará de promocionar a la localidad como un posible destino turístico con potencial de ser explotado en pos de todos aquellos interesados en conocer las industrias, algunas de ellas de gran reconocimiento a nivel internacional y otras en pleno desarrollo.

11. ANEXO

11.1. Entrevistas

Empresa:

Entrevistado:

1. ¿En qué año comenzó sus actividades?
2. ¿Cuál/es es/son el/los producto/s que comercializa?
3. ¿Comercializa a nivel nacional e internacional?
4. ¿Qué superficie ocupa la organización (cubierta y de terreno)?
5. ¿Reciben visitantes/turistas? Si ese es el caso:
 - ¿Cuántos visitantes reciben al año aproximadamente?
 - ¿Pertencen a escuelas, universidades, son profesionales o del público en general?
 - ¿Poseen un área exclusiva de visita o se puede recorrer toda la empresa?
 - ¿Les proporcionan a los visitantes los medios de protección necesarios (casco, audífonos, gafas, etc)?
 - ¿Cuánto dura la visita promedio?
 - ¿Tienen alguna persona que se dedique en exclusiva a realizar la guía del recorrido?
 - ¿En qué horario se realizan las visitas?
 - ¿Cuentan con las condiciones edilicias para personas con discapacidades?
 - ¿Ofrecen algún tipo de folletería?
 - ¿Poseen un espacio de estacionamiento especial para las visitas?
 - ¿Dispone de maquetas, salas especiales, medios de comunicación visual, etc., que complementen la visita y que sirvan como medio para una mejor comprensión?
6. En caso de que se pusiera en marcha un Proyecto de Turismo Industrial o Tecnoturismo, ¿formaría parte del grupo de empresas interesadas?

11.1.1. Casermeiro. Fábrica de Tornillos

Mariano Casermeiro, Socio Gerente

1. ¿En qué año comenzó sus actividades?

Las actividades de la organización comenzaron en el año 1981. Y la planta de Alvear abrió sus puertas en el 2015.

2. ¿Cuál/es es/son el/los producto/s que comercializa?

La organización tiene dos divisiones: la de comercio y la de producción. En la de comercio (que se encuentra en San Luis 2912 - Rosario) se hace la venta por mayor y menor de herramientas, principalmente de tipo neumáticas y eléctricas, y de insumos, como tarugos, remaches, grapas, puntas e insertos.

La división de producción y depósito, instalada en Alvear, es la encargada de la fabricación de tornillos de todo tipo, y la posterior venta a los clientes.

3. ¿Comercializa a nivel nacional e internacional?

La comercialización es a nivel nacional. A nivel internacional se llevó a cabo solo tres veces al vecino país de Uruguay. Todo el tiempo se intenta abrir el mercado a través de publicidades en ferias, pero es difícil porque hay mucha competencia con Brasil.

4. ¿Qué superficie ocupa la organización (cubierta y de terreno)?

La superficie cubierta es de 2450 m², y de terreno es de aproximadamente 2500m².

5. ¿Reciben visitantes/turistas? Si ese es el caso:

12. ¿Pertencen a escuelas, universidades, son profesionales o del público en general?

Visitas se reciben, pero siempre son clientes y proveedores, a los que se les hace un recorrido de las instalaciones.

- ¿Cuántos visitantes reciben al año aproximadamente?

Varía entre 12 a 18 visitantes al año.

- ¿Poseen un área exclusiva de visita o se puede recorrer toda la empresa?

Tratamos de que sea un recorrido por toda la empresa, desde los depósitos pasando por cada área de producción.

- ¿Les proporcionan a los visitantes los medios de protección necesarios (cascos, audífonos, gafas, etc)?

Si, se les proporcionan audífonos principalmente.

- ¿Cuánto dura la visita promedio?

En promedio el recorrido dura de 10 a 15 minutos, y se puede extender si se hace alguna explicación especial.

- ¿Tienen alguna persona que se dedique en exclusiva a realizar la guía del recorrido?

No, no disponemos de nadie que se encargue de eso.

- ¿En qué horario se realizan las visitas?

Como no son visitas turísticas sino de clientes o proveedores no existe un horario sino que es de improviso y sin planear.

- ¿Cuentan con las condiciones edilicias para personas con discapacidades?

No, si bien la producción es en planta baja, hay espacios a los que no podrían acceder.

- ¿Ofrecen algún tipo de folletería?

Solo de tipo comercial

- ¿Poseen un espacio de estacionamiento especial para las visitas?

Si y está señalizado

- ¿Dispone de maquetas, salas especiales, medios de comunicación visual, etc., que complementen la visita y que sirvan como medio para una mejor comprensión?

No, pero disponemos de una sala de reuniones que se podría utilizar.

6. En caso de que se pusiera en marcha un Proyecto de Turismo Industrial o Tecnoturismo, ¿formaría parte del grupo de empresas interesadas?

La verdad es que es una propuesta muy interesante. Además de mostrar la fábrica, creo que puede servir para que la gente de la zona sepa y reconozca la importancia que suponen las empresas para el pueblo y la región, como así también de que los chicos tengan un incentivo para seguir estudiando y hacer alguna especialización. Con respecto a nosotros, solo tendríamos que hablar con el técnico para ver cómo organizar el recorrido y qué información les puede parecer interesante a los visitantes.

11.1.2. La Cumbre. Panificación: galletitas, bizcochitos, pan dulce, budines.

Marina Tort. Encargada de planta

1. ¿En qué año comenzó sus actividades?

La planta de Alvear empezó a funcionar en Junio de 2015, pero la firma tiene una trayectoria de 25 años.

2. ¿Cuál/es es/son el/los producto/s que comercializa?

Son productos de panificación, como galletitas (snaks), budines de tipo europeo e inglés, pan dulces y la nueva línea de magdalenas.

3. ¿Comercializa a nivel nacional e internacional?

Se comercializa mayoritariamente a nivel nacional, debido a que se tiene relaciones con varias multinacionales. Pero también exporta a diversos países: Angola es el principal cliente del rubro de las galletitas. Y hace poco se abrieron nuevos mercados sudamericanos, como Perú, Chile y Uruguay.

4. ¿Qué superficie ocupa la organización (cubierta y de terreno)?

La fábrica de Alvear tiene una superficie cubierta de 4857 m² y, aproximadamente, unos 5000 m² de terreno.

5. ¿Reciben visitantes/turistas?

- ¿Pertenece a escuelas, universidades, son profesionales o del público en general?

Se reciben muchos proveedores, auditores y clientes. Es difícil recibir personas en la planta porque se deben cumplir con muchos requisitos de higiene y seguridad (bromatología). En lo que respecta a los clientes, se les hace un recorrido por las instalaciones con una descripción enfocada y atendiendo a sus necesidades.

Una sola vez recibimos a una escuela técnica, que era un grupo muy reducido de alumnos, pero era cuando aún no habíamos comenzado a operar.

- ¿Cuántos visitantes reciben al año aproximadamente?

Ronda en los 20 visitantes, aproximadamente.

- ¿Poseen un área exclusiva de visita o se puede recorrer toda la empresa?

La visita es guiada y depende del tipo de visita los sectores que se muestran. Nunca es cercano a la línea, excepto que sean técnicos de equipos.

- ¿Les proporcionan a los visitantes los medios de protección necesarios (cascos, audífonos, gafas, etc)?

Si, cofias, barbijos, guantes cuando corresponda y es necesario que se firme una Declaración Jurada de ingreso.

- ¿Cuánto dura la visita promedio?

En planta son 15 minutos, aproximadamente.

- ¿Tienen alguna persona que se dedique en exclusiva a realizar la guía del recorrido?

Gerentes o jefes son los que se encargan de las visitas.

- ¿En qué horario se realizan las visitas?

Productivos, generalmente por la mañana.

- ¿Cuentan con las condiciones edilicias para personas con discapacidades?

Si, se posee además de un espacio amplio de movilidad.

- ¿Ofrecen algún tipo de folletería?

Depende del tipo de visita, puede ser simplemente de tipo comercial o con alguna explicación específica para el tipo de visita.

- ¿Poseen un espacio de estacionamiento especial para las visitas?

Hay un único estacionamiento, tanto para empleados como para visitantes.

- ¿Dispone de maquetas, salas especiales, medios de comunicación visual, etc., que complementen la visita y que sirvan como medio para una mejor comprensión?

No, solo poseemos una pequeña sala de reuniones.

6. En caso de que se pusiera en marcha un Proyecto de Turismo Industrial o Tecnoturismo, ¿formaría parte del grupo de empresas interesadas?

11.1.3. Sorrento: Máquinas y equipos para la construcción.

Néstor Menéndez. Dueño

1. ¿En qué año comenzó sus actividades?

La empresa comenzó sus actividades en 1960 en la ciudad de Rosario, y en marzo de 2015 se trasladó a la localidad de Alvear.

2. ¿Cuál/es es/son el/los producto/s que comercializa?

Se comercializa máquinas y equipos para la construcción como andamios, mezcladoras, cortadoras, como así también torres elevadoras, carretillas, y maquinas para pisos (rodillo compactador, moldes para hormigón y cordón, allanadoras, trituradoras de escombros, etc.)

3. ¿Comercializa a nivel nacional e internacional?

Se comercializa a nivel nacional e internacional. Además, también se importan maquinarias desde China y Brasil.

4. ¿Qué superficie ocupa la organización (cubierta y de terreno)?

5. ¿Reciben visitantes/turistas?

- ¿Pertencen a escuelas, universidades, son profesionales o del público en general?

Son de distintos sectores, recibimos a proveedores y clientes, pero también han venido alumnos de escuelas e institutos técnicos.

- ¿Cuántos visitantes reciben al año aproximadamente?

Varía mucho, porque, como te dije, son de distintos sectores, pero aproximadamente son entre 40 y 50.

- ¿Poseen un área exclusiva de visita o se puede recorrer toda la empresa?

Se puede recorrer toda la empresa porque diseñada para el paso seguro tanto de los trabajadores como de los visitantes.

- ¿Les proporcionan a los visitantes los medios de protección necesarios (cascos, audífonos, gafas, etc)?

Se proporciona audífonos, porque el ruido puede ser bastante fuerte por momentos.

- ¿Cuánto dura la visita promedio?

La visita promedio puede durar una hora aproximadamente, con una explicación detallada de las actividades de cada sector.

- ¿Tienen alguna persona que se dedique en exclusiva a realizar la guía del recorrido?

Si, el que se encarga de hacer el recorrido de la empresa es el Ingeniero Mariano.

- ¿En qué horario se realizan las visitas?

Eso se coordina con cada visita que desea hacer el recorrido.

- ¿Cuentan con las condiciones edilicias para personas con discapacidades?

En la planta baja, donde se encuentran todas las actividades de fabricación, se presentan las condiciones, y para la planta alta, de oficinas y espacio técnico, estamos en proceso de instalación de un ascensor.

- ¿Ofrecen algún tipo de folletería?

La folletería es de tipo comercial, con los tipos de maquinarias que ofrecemos, cómo llegar a la planta (mapa) e forma de contacto.

- ¿Poseen un espacio de estacionamiento especial para las visitas?

Si, disponemos de estacionamiento especial que se encuentra al costado de la planta.

- ¿Dispone de maquetas, salas especiales, medios de comunicación visual, etc., que complementen la visita y que sirvan como medio para una mejor comprensión?

Si se dispone de una sala de reuniones donde se pueden hacer proyecciones de videos y además de la sala de exposición de las máquinas y equipos que comercializamos.

6. En caso de que se pusiera en marcha un Proyecto de Turismo Industrial o Tecnoturismo, ¿formaría parte del grupo de empresas interesadas?

Si, estaría interesado, es una buena forma de se conozca qué es lo que hacemos y además la gente se interese más por las actividades que se realizan dentro del Parque Industrial y que desconocen hasta el momento.

12. BIBLIOGRAFÍA

- ADVANCED HUMAN SYSTEM, (s.f.). *Enfoque estratégico. Alineando personas, cultura y estrategia*. Montevideo, Uruguay. Disponible en: <http://www.ahs.com.uy/SF.pdf>
- ALFONSO TERLIZZI, M. (2014, 2 diciembre). *Qué aporta el Enfoque Sistémico y Estratégico a las organizaciones*. Revista MBA & Educación Ejecutiva. Disponible en: <http://www.eumed.net/ce/2011a/cccm.htm> [consultado 14 de noviembre de 2016]
- ÁLVAREZ ARECES, M. A. (1999). *Asturias: patrimonio industrial y turismo cultural. Nuevos recursos para viejas estructuras*. Asturias, España: Ábaco, n° 19, pp. 81-90. Disponible en: <http://incuna.es/asturias-patrimonio-industrial-y-turismo-cultural-nuevos-recursos-para-viejas-estructuras/>
- Alvear departamento Rosario provincia de Santa Fe*, (2015, 27 de septiembre). Rosario, Argentina: La Capital, pp. 5 (sección especial en conmemoración de los 100 años de la comuna).
- ALIU, A. (2011). *Proyección y planificación estratégica en la industria turística: Enfoque comparativo y Modelo Híbrido*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Estudios y perspectivas en turismo, vol. 20 (n° 6). Disponible en: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322011000600006&lng=es&tlng=es
- BENITO DEL POZO, P. (1997). *Dinamización del territorio y patrimonio industrial*. Polígonos, Revista de Geografía, n°7, pp. 123-131. Disponible en: <http://revpubli.unileon.es/ojs/index.php/poligonos/article/view/1061/886>
- BENITO DEL POZO, P., (1998). *Patrimonio Industrial y estrategias de desarrollo*. Revista del Instituto Universitario de Urbanística de la Universidad de Valladolid, N° 4, pp. 171-178. Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2241147>
- BIANCHINI, A., (2008). *El Turismo Industrial, en boga*. Actualité en France, No 33. Disponible en: www.ambafrance-es.org/El-turismo-industrial-en-boga
- CAPEL, H., (1996). *El Turismo Industrial y el Patrimonio Histórico de la Electricidad*. Publicación del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico. Sevilla, España. Disponible en: <http://www.ub.edu/geocrit/sv-14.htm>
- CARNEVALE, L. Y CISELLI, G. (2013). *El patrimonio industrial como recurso cultural y turístico: el caso de las rutas de los campamentos petroleros en Comodoro Rivadavia*. Chubut, Argentina: Textos y Contextos desde el Sur, n° 1, pp. 69-88. Disponible en: <http://www.revistas.unp.edu.ar/index.php/textosycontextos/article/view/12>
- CASANELLES RAHOLA, E., (1998). *Recuperación y uso del patrimonio industrial*. Ábaco, Revista de Ciencias Sociales, 19, p. 11-18. Disponible en: <http://publicaciones.claeh.edu.uy/index.php/cclaeh/article/view/139/139>
- CASTELLANO CASTILLO, J.R. Y CASTELLANOS MACHADO, C. A., (2011). *El enfoque estratégico. Bases conceptuales*. Villa Clara, Cuba: Contribuciones a la Economía. Disponible en: <http://www.eumed.net/ce/2011a/cccm.htm>

- CEBRIÁN, A. (2004). *Políticas institucionales y turismo cultural: el ejemplo de la Comunidad de Murcia*. Murcia, España: Cuadernos de Turismo, n° 13, pp. 7-25. Disponible en: <http://revistas.um.es/turismo/article/view/18911>
- CHAVES PALACIOS, J., (2004). *Desarrollo tecnológico en la primera Revolución Industrial*. Extremadura, España: NORBA, revista de historia, 17, p. 93-109. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1158936>
- Consolidar un modelo de gestión*, (2015, 27 de septiembre). Rosario, Argentina: La Capital, pp. 6-7 (sección especial en conmemoración de los 100 años de la comuna).
- CUENCA, M., AGUILAR, E., y ORTEGA, C. (2010). *Ocio para innovar*. Documentos de Estudio de Ocio, No 42. Disponible en: <http://www.deusto-publicaciones.es/deusto/pdfs/ocio/ocio42.pdf>
- DE EVITA, N. E. (1988). *Acercamiento a la historia del Aero Club Rosario*. Rosario, Argentina, Impresiones Módulo. Disponible en: <http://www.aeroclubrosario.com/historia/>
- DE LA NUEZ SOCORRO, M.V., (1998). *Museos de sitio como exponente del patrimonio cultural y atractivo turístico*. La Habana, Cuba: IV Congreso Internacional de Rehabilitación del Patrimonio Arquitectónico y Edificación, págs. 299-300.
- El Parque*, (s.f). Alvear, Argentina: Avant Alvear, Parque Industrial. Disponible en: <http://avantalvear.com.ar/parque.html>
- Empresas que integran el Parque Industrial*, (2014) Parque Industrial Alvear. Alvear, Argentina: PIA. Disponible en: www.pialvear.com.ar/integrantes.php
- FERNÁNDEZ, G. y GUZMÁN RAMOS, A., (2003) *Rehabilitación y reutilización del patrimonio industrial del pueblo-fábrica Barker-Villa Cacique para el turismo cultural*. II Congreso Virtual de Turismo 2003. Buenos Aires, Argentina: Equipo NAYA. Disponible en: http://www.equiponaya.com.ar/turismo/congreso2003/ponencias/Aldo_Ramos.htm
- FERNÁNDEZ, G. y GUZMÁN RAMOS, A., (2004). *El Patrimonio Industrial como recurso para crear rutas turísticas: algunas propuestas en Argentina*. Universidade Federal do Río de Janeiro, Brasil: Caderno Virtual de Turismo, vol. 4 (núm. 4), págs. 57-68. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=115417710006>
- FERNÁNDEZ, G. Y GUZMÁN RAMOS, A. (2004). *El Patrimonio Industrial-Minero como recurso Turístico Cultural: el caso de un pueblo-fábrica en Argentina*. Buenos Aires, Argentina: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural PASOS, vol. 2 (n°1), pp. 101-109. Disponible en: <http://www.pasosonline.org/articulos/137-el-patrimonio-industrial-minero-como-recurso-turistico-cultural-el-caso-de-un-pueblo-fabrica-en-argentina>
- GALLEGO VALIÑA, M.A., (2011). *Turismo industrial, el caso alemán*. ROTUR/Revista de Ocio y Turismo, No 4. Disponible en: <http://ruc.udc.es/bitstream/2183/10494/1/ROTUR%204%202011%20art%205.pdf>
- GARCÍA GARCÍA, D.A. y RIVAS BADILLO, N-H., (2007). *Industrias culturales y patrimonio industrial: Hacia un eje cantábrico en los itinerarios industriales europeos*. Tesis de Turismo en Negocios y Economía Universidad de las Américas de Puebla, Puebla, México. Disponible en: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/garcia_g_da/portada.html

- Grupo de investigación Universidad de Huelva, (2008). *Turismo Industrial, el viaje de la curiosidad*. Huelva, España: Universidad de Huelva. Disponible en: http://www.uhu.es/GEIDETUR/archivos/48_savia59_industrial.pdf
- HERNÁNDEZ, B. (s.f.). *Estrategia empresarial para el desarrollo sostenible*. San José, Costa Rica: Universidad para la Cooperación Internacional. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos80/estrategia-empresarial-desarrollo-sostenible/estrategia-empresarial-desarrollo-sostenible.shtml>
- IBAÑEZ, M. y ZABALA, M., (2003). *El patrimonio industrial vasco*. País Vasco, España: Consejo Vasco de Cultura. Disponible en: https://www.euskadi.eus/r46-5773/es/contenidos/informacion/pv_patr_industrial/es_6600/adjuntos/patrimonio_industrial_c.pdf
- International Committee for the Conservation of the Industrial Heritage (TICCIH), (2003, Julio) *Carta de Nizhny Tagil sobre el Patrimonio Industrial*. Moscú, Rusia: ICOMOS. Disponible en: <http://www.icomos.org/18thapril/2006/nizhny-tagil-charter-sp.pdf>
- La geografía del turismo industrial*, (2009). Clan-Destinos. Disponible en: www.klandestinos.wordpress.com/category/turismo-industrial/
- Ley 3/2013, de 18 de junio, de Patrimonio Histórico de la Comunidad de Madrid*, (2013, 18 de junio). España: Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid. Disponible en: <http://www.senado.es/brsweb/CALEX/textos/madrid/44/2013/03.pdf>
- Ley del Principado de Asturias 1/2001, de 6 de marzo, de Patrimonio Cultural*, (2001, 6 de marzo). http://noticias.juridicas.com/base_datos/CCAA/as-11-2001.html
- MAKUA BIURRUN, A., (2006). *Tecnoturismo en Araba, Bizkaia y Gipuzkoa*. Bilbao, España: Universidad de Deusto.
- MARTÍNEZ CASAL, A. D., (2011). *Nuevas iniciativas de valorización turística del Patrimonio Industrial en la Cataluña interior*. Barcelona, España: Universidad de Barcelona. Departamento de Geografía Física y Análisis Geográfico Regional. Disponible en: http://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/16479/nuevas_martinez_TERAP_2011.pdf?sequence=1
- Micro parque industrial*, (s.f). Alvear, Argentina: MICRO Parque Industrial. Disponible en: <http://www.microparqueindustrial.com/>
- NAVARRO BELLO, G. (2003). *Una aproximación al paisaje como patrimonio cultural, identidad y constructo mental de una sociedad. Apuntes para la búsqueda de invariantes que determinen la patrimonialidad de un paisaje*. Santiago, Chile: Revista DU&P de Diseño Urbano y Paisaje, n° 1. Disponible en: <http://www.ucentral.cl/du&p/pdf/n1pdf/6.pdf>
- Norma Española UNE 302001 Turismo Industrial*, (2012, Mayo) España: Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR). Disponible en: <http://www.aenor.com/aenor/actualidad/actualidad/noticias.asp?campo=4&codigo=22854&tipon=2#.Vjc-kPkvfDc>
- Nosotros*, (s.f). Parque Industrial Alvear. Alvear, Argentina: PIA. Disponible en: <http://www.pialvear.com.ar/nosotros.php>

- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT, 1999). *Desarrollo turístico sostenible: guía para administraciones locales*. Madrid, España. Disponible en: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284403073>
- ORTIZ DE ZÁRATE, N. (2012). *El ocio de la producción*. AENOR, N° 273, págs. 8-13. Disponible en: <http://www.aenor.com/aenor/actualidad/actualidad/noticias.asp?campo=4&codigo=22854&tipon=2#.Vjc-kPkvfDc>
- RAMÍREZ TREVIÑO, A. Y SÁNCHEZ NÚÑEZ, A.R. (s.f). *Enfoque de desarrollo sostenible y urbanismo*. Andalucía, España: Organización de los Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Disponible en: <http://www.oei.es/historico/divulgacioncientifica/reportajes010.htm>
- OSORIO GARCÍA, M. (2006). *La planificación turística. Enfoques y modelos*. Toluca, México: Quivera, vol. 8 (n° 1), pp. 291-314. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=40180113>
- SHIELDS, R., (1992). *Espacios al margen: alternativas geográficas de la modernidad*. Nueva York, Estados Unidos: Routledge. Disponible en: <http://fields.eca.ac.uk/disruptivetechologies/wp-content/uploads/2011/10/Shields-Rob-Alternative-geographies-of-Modernity.pdf>
- Tecnoturismo: un nuevo concepto para el viaje futuro*, (2010, abril). Savia, págs. 15 – 18. Disponible en: <http://www.revistasavia.com/2005-2011/2010/pdf/SAV0077016018.indd.pdf>
- Turismo de la Provincia de Sevilla (PRODETUR), RODRÍGUEZ BERMUDEZ, R. y RODRÍGUEZ VILLALOBOS, F., (2013, Diciembre). *Turismo Industrial por la provincia de Sevilla*. Sevilla, España: Conserjería de Turismo y Comercio. Disponible en: <http://www.juntadeandalucia.es/turismoycomercio/publicaciones/143452936.pdf>
- Turismo Industrial*, (2008). Clan-Destinos. Disponible en: www.klandestinos.wordpress.com/category/turismo-industrial/
- PARDO ABAD, C.J., (2002). *Rutas y lugares de patrimonio industrial en Europa: consideraciones sobre su aprovechamiento turístico*. Espacio, tiempo y forma, No 15. Disponible en: <http://e-spacio.uned.es/fez/eserv.php?pid=bibliuned:ETFSerie6-0FA2D01A-B99F-3F76-BF3F-BE2A11983B83&dsID=Documento.pdf>
- PARDO ABAD, C.J., (2004). *La reutilización del patrimonio industrial como recurso turístico. Aproximación geográfica al turismo industrial*. Treballs de la Societat Catalana de Geografia, No 57, 7-32. Disponible en: http://81.47.175.201/PE_Sta_Perpetua/attachments/article/76/Emscher2.pdf
- PARDO ABAD, C.J., (2010). *El Patrimonio Industrial en España: análisis turístico y significado territorial de algunos proyectos de recuperación*. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, No 53, 239-264. Disponible en: <http://boletin.age-geografia.es/articulos/53/11-Pardo%20239-266.pdf>
- PIZANO MALLARINO, O., (2006). *Patrimonio Cultural y Turismo*. Seminario Iberoamericano de Turismo, Cultura y Desarrollo. Cartagena de Indias, Colombia: Organización de Estados Iberoamericanos. Disponible en: <http://www.oei.es/cultura/patrimoniopizano.htm>

SABATÉ BEL, J., (2010). *De la preservación del patrimonio a la ordenación del paisaje: intervenciones en paisajes culturales (Europa – Latinoamérica)*. Revista Labor & Engenho, Campinas [Brasil], v.4 (nº1), pp. 10-25. Disponible en: <http://www.conpadre.org/>

SOBRINO SIMAL, J., (1998). *La arquitectura industrial: de sala de máquinas a caja de sorpresas*. Ábaco, 19, pp. 19-28. Disponible en: http://www.jstor.org/stable/20796399?seq=1#page_scan_tab_contents

VARGAS SÁNCHEZ, A., (2008, Diciembre). *El turismo de visita de empresas, otra posibilidad a explorar*. Huelva, España: El Mundo. Disponible en: <http://www.uhu.es/GEIDETUR/archivos/VisitaEmpresasElMundo091208.pdf>

Visita por fábricas y talleres industriales, (2010). Clan-Destinos. Disponible en: www.klandestinos.wordpress.com/category/turismo-industrial/