



Observatorio de Políticas Públicas



Coordinación General del Cuerpo de
ADMINISTRADORES GUBERNAMENTALES
JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS

EL TURISMO COMO POLITICA DE ESTADO EN LA REPUBLICA ARGENTINA

CAT. OPP/CAG/2005-22

EL SENTIDO Y EL INTERÉS DEL OBSERVATORIO
EL TURISMO EN LA ACTUALIDAD
EL TURISMO, EL ORDENAMIENTO JURÍDICO Y EL TERRITORIO
EL TURISMO COMO ACTIVIDAD ECONÓMICA
LAS MODALIDADES DE DESARROLLO DEL TURISMO EN
LA REPÚBLICA ARGENTINA
EL TURISMO EN LAS ÁREAS PROTEGIDAS POTENCIADOR
DEL DESARROLLO TERRITORIAL
LAS POSIBILIDADES DE DETECTAR PROBLEMAS Y OPORTUNIDADES
PARA UNA AGENDA PÚBLICA DEL TURISMO

DICIEMBRE DE 2005

EL TURISMO COMO POLITICA DE
ESTADO EN LA REPUBLICA ARGENTINA
CAT. OPP/CAG/2005-22

Autores:

AG Graciela Lemoine

AG Claudia Gonzalez Segarra

AG Diana Bello

AG Leticia Sarabia

AG María D. March

Este documento fue producido por los responsables del Area Temática “El Turismo como Política de Estado en la república Argentina” del Observatorio de Políticas Públicas del Cuerpo de Administradores Gubernamentales de la Jefatura de Gabinete de Ministros en el mes de diciembre del año 2005.

El Observatorio de Políticas Públicas del Cuerpo de Administradores Gubernamentales inició sus actividades en el año 2002 en jurisdicción de la Coordinación General del C.A.G., sus documentos son publicados en el sitio oficial de la Jefatura de Gabinete de Ministros.

Sitio Oficial: www.cag.jgm.gov.ar

*AG V. Daniel Piemonte
Coordinador General
Cuerpo de Administradores Gubernamentales*

*AG Guillermo J. Alabés
Coordinador Ejecutivo
Observatorio de Políticas Públicas*

El turismo como política de Estado en la República Argentina

Cuadro de situación

1. El sentido y el interés del observatorio

La expansión del turismo es una oportunidad para ordenar, valorizar y regular procesos territoriales. Frente a la oportunidad se observan problemas de índole estructural y cursos de acción inducidos por el escenario de la actividad en expansión. Ambos son incluidos en el cuadro de situación, porque la tarea del observatorio –entre otras- se orienta a descubrir y formular problemas y potencialidades para introducirlos en las agendas de políticas públicas.

2. El turismo en la actualidad

La actividad turística evidencia un crecimiento sostenido tanto a nivel nacional como internacional. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el número de turistas internacionales a nivel mundial alcanzó la cifra de 691 millones de personas, que gastaron más de 514 mil millones de dólares, convirtiéndose en una de las actividades económicas que mayores ingresos genera a escala internacional. La demanda turística a nivel global a superado fenómenos adversos tales como catástrofes naturales, sanitarias y bélicas, estimándose 1600 millones de turistas para el año 2020. A nivel nacional se registraron 1,7 millones de arribos internacionales en el año 1991, representando un ingreso de 1241 millones de \$; en 1998 estas cifras llegaron a 3 millones de arribos internacionales y u\$s 2936 millones. (INDEC)

En el mercado turístico mundial cobra una importancia creciente la diferenciación de los productos, frente al criterio de estandarización precedente. Los elementos distintivos locales constituyen un componente fundamental y los criterios intrínsecos al turismo cultural se han extendido al turismo en general. A ello se suma la generalización del concepto de desarrollo sustentable como estándar deseable para todos los tipos de

turismo¹. Si, el territorio ha constituido un elemento fundamental para la actividad turística, la situación presente le confiere un protagonismo clave; dado que el turismo cultural y el desarrollo sustentable se orientan a la gestión integral de los recursos, de tal forma que los objetivos económicos se conjuguen con el respeto a las identidades culturales, los sistemas ecológicos y la diversidad biológica.

3. El turismo, el ordenamiento jurídico y el territorio

El turismo necesita espacios bien ordenados, abiertos, con tratamientos paisajísticos; cuestiones todas que reclaman regulaciones del uso público de los espacios para favorecer equilibrios dinámicos- y en consecuencia- sustentables. La ordenación del territorio en general y con respecto al turismo en particular presenta un problema estructural ante el cual el concepto de región introducido en la Reforma de la Constitución de 1994 puede representar una vía de solución. El problema al que nos referimos es que las veintitrés provincias argentinas tienen criterios diferentes para crear, alterar o suprimir áreas con *autoridades específicas* (jurisdicción sobre cierto trozo de superficie y ese sólo trozo); como así también los criterios para delimitar oficialmente los territorios provinciales en porciones de muchos otros tipos.² El concepto de región de jerarquía constitucional aparece como una vía interesante, porque si bien se pueden crear regiones, estas no pueden elegir a sus propias autoridades, por lo tanto las regionalizaciones posibles, para ser viables demandarán construcciones de consensos y articulaciones institucionales novedosas y consistentes. Todo lo cual redundará en la posibilidad de mayor protagonismo del territorio y en tal sentido el desarrollo de capacidades y competencias.

A la heterogeneidad de *autoridades específicas* como una cuestión propia de la Argentina se agregan complejidades de índole jurídica y económica propias del Turismo.

¹ La Cumbre de la Tierra celebrada en Rio de Janeiro (Brasil) en 1992 y el Consejo de la Tierra han producido el reporte “Agenda 21 para la Industria de Viajes y Turismo: hacia un desarrollo sustentable ambientalmente”.

² **VAPÑARSKY**, César A. CUANDO EL CAOS CARACTERIZA LA DIVISIÓN OFICIAL DEL TERRITORIO DEL ESTADO. A PROPÓSITO DE LOS MUNICIPIOS ARGENTINOS. *Scripta Nova*

Desde el punto de vista jurídico, la actividad turística puede analizarse como un entramado de normas, autoridades y competencias de distinto nivel que interactúan entre sí.

La estructura federal del país presupone distintos niveles de autoridades (nacionales, provinciales y municipales) y de competencias (materiales y territoriales) que se interrelacionan.

Respecto de las normas, la materia turismo no está mencionada explícitamente en la Constitución, por lo que el análisis de competencias para su promoción, regulación y control deberá realizarse sobre aquellas materias que tienen relación con el turismo y demás actividades relacionadas (cláusula comercial, fomento socioeconómico, medio ambiente y desarrollo sustentable, política exterior, política impositiva)

A nivel nacional está vigente la ley de turismo N° 25.997, de reciente sanción (diciembre de 2004), a la que se agrega la normativa de diversas actividades que directa o indirectamente se relacionan con la actividad (transporte en sus diversas modalidades, servicios de alojamiento, agencias de viaje, personal relacionado con la actividad turística, régimen de inversiones, gastronomía, etc.)

A nivel provincial, muchas jurisdicciones han legislado acerca del tema con distinto nivel de abordaje: planes estratégicos, leyes específicas, acuerdos regionales, reglamentos para el funcionamiento de hoteles, etc.

4. El turismo como actividad económica

Desde el punto de vista económico, el turismo es una actividad que integra la producción, distribución y consumo de bienes y servicios para satisfacer las necesidades y deseos de los turistas.

El turismo no es un sector económico claramente diferenciado, puesto que los bienes y servicios vendidos tanto a los visitantes como a los turistas nacionales se originan en varias ramas de la producción y porque en muchos casos sólo una parte se vende al turista y el resto se destina a otras formas de demanda final o usos intermedios.

Existe una convención internacional acerca de que actividades económicas se encuentran relacionadas con la prestación de servicios turísticos. Pueden considerarse como pertenecientes al “sector turístico” en diversos grados: alojamientos, agencias de viajes y empresas organizadoras de circuitos turísticos, restaurantes, cafés y otros establecimientos que expenden comidas y bebidas, empresas de transportes de pasajeros, empresas industriales o artesanales de artículos destinados principalmente a los visitantes, entre otras.³

Mensurar el impacto del turismo en la economía ha dado lugar a que las organizaciones internacionales⁴ y sus países miembros tras deliberaciones y debates, hayan coincidido en la necesidad de lograr una homogenización en la medición de productos y resultados de la actividad turística a fin de permitir la validación de los datos que se manejan y facilitar de esta manera una comparación razonable. La expresión mas acabada se encuentra en la propuesta de construir una cuenta satélite de turismo que permita medir el impacto de la actividad en las cuentas nacionales. Hacia fines del 2003 la Secretaría de Turismo y el INDEC firmaron un convenio para la elaboración de la Cuenta Satélite Turismo.

Dado que la actividad turística se encuentra en una fase de crecimiento, tanto extranjeros como argentinos están eligiendo opciones para invertir dentro de la Argentina. El marco jurídico para dicha actividad esta dado por el Régimen Nacional de Inversiones Extranjeras Ley 21382/93 y su Dec. Reglamentario N° 1853/93 además de Regímenes Provinciales. Por otra parte la Secretaria de Turismo de la Nación ha propuesto el Plan de Promoción de Inversiones en Turismo con el objetivo de facilitar la implementación de proyectos que generen fuentes de trabajo y ayuden al crecimiento

³ (UNCTAD - Conferencia de la Naciones Unidas sobre comercio y desarrollo)

⁴ Organización Mundial del Turismo. Naciones Unidas.

del país. La propuesta pretende formar un Banco de Proyectos de Inversión a fin de promover el interés de potenciales inversores.

Finalmente cabe agregar que se contempla la posibilidad de otorgamiento de beneficios fiscales como incentivo a la actividad turística, entre ellos el reintegro del IVA a las compras de los turistas extranjeros y otras franquicias a operadores del sector.

5. Las modalidades de desarrollo del turismo en la República Argentina

Las modalidades del desarrollo del turismo en la República Argentina constituyen otro elemento fundamental respecto de las cuestiones a observar. Nos interesa señalar en nuestro país dos puntos de inflexión respecto a los cambios ocurridos en el sector turismo, como producto de la evolución de los contextos nacional e internacional; nos estamos refiriendo a la generación del turismo interno a partir de los años 40 y a la etapa actual con la novedad de la expansión del turismo internacional. Las características de ambas reclaman un Estado activo, pero con modalidades de intervención diferentes conforme a la naturaleza de cada etapa.

Durante los años 40, la concepción del turismo como derecho laboral y social, las políticas de tiempo libre y el “turismo sindical” orientado específicamente a los trabajadores, produjeron una ampliación masiva de la actividad por las características de factor de integración social. En el período anterior, la expansión de la práctica turística estaba restringida a los sectores de población de ingresos medios altos y altos. En ese sentido, la Ley Nacional de Vialidad, en 1932, que posibilitó el desarrollo de la red caminera en nuestro país, si bien vinculada a las necesidades que imponía la producción agropecuaria, permitió posicionar al turismo como una actividad económica que incidió en la configuración de la red vial, apoyado por la iniciativa privada, cuyo interés estaba focalizado en unir la capital con la Ciudad de Mar del Plata y los nuevos balnearios de la Costa Bonaerense.

A partir de mediados de los años 40 es posible identificar un conjunto de medidas que incentivaron y le dieron ciertas especificidades a las prácticas turísticas en este período, fundamentalmente apoyadas en los siguientes pilares: la legislación laboral, la expansión de las comunicaciones y el transporte y el desarrollo de la capacidad hotelera.

En primer lugar la política laboral, que a partir de una serie de medidas, como el aumento de los salarios, la generalización del descanso semanal, de los días feriados obligatorios y pagos, el sueldo anual complementario y el derecho a vacaciones anuales pagas, favoreció las condiciones para el acceso al turismo de sectores más amplios de la población, fundamentalmente los asalariados urbanos.

El turismo transformado en derecho para un sector cada vez más creciente de la población, pasó a ser considerado no como un lujo sino como una necesidad. Al mismo tiempo, el turismo funcionó como una actividad económica dinámica. Las características de lo que se dio en llamar turismo masivo, se componían por la oferta y el consumo masificado de paquetes turísticos estandarizados que combinaban fundamentalmente los servicios de viaje y alojamiento.⁵

Otro de los aspectos centrales para el desarrollo y expansión del turismo llevado adelante durante el gobierno peronista fue la ampliación y la mejora de la infraestructura de transporte y comunicaciones. La inauguración del aeropuerto Internacional de Ezeiza, la consolidación de la red caminera que abarcara todo el país, el tendido ferroviario, que por esos años alcanza su máxima extensión, y la rápida difusión del automóvil fueron puntos claves en el desarrollo de la actividad turística, porque mejoró el acceso de los turistas a los distintos destinos.

El incremento de la capacidad hotelera fue otro pilar de la promoción del turismo, a través de la construcción directa por parte del Estado como del estímulo al sector sindical y privado mediante un sistema de créditos, denominado Préstamo Nacional Hotelero, otorgado por el Banco Hipotecario Nacional.

Como corolario de la importancia que adquiere el turismo, sobre todo en materia de promoción del turismo interno es que en 1949 se organiza el Tercer Congreso Interamericano de Turismo en San Carlos de Bariloche.

⁵ **TRONCOSO**, Claudia; **LOIS** Carla. Políticas turísticas y peronismo. Los atractivos turísticos promocionados en *Visión de Argentina* (1950)

Actualmente nos encontramos en una etapa, iniciada hace algunos años, de integración al mercado turístico internacional como característica más novedosa. Asimismo la Secretaría de Turismo de la Nación y muchos órganos provinciales responsables de la actividad turística y cuestiones asociadas están dando muestras del interés y compromiso para instalar el turismo como una política de Estado.

Durante la década del 90 el crecimiento del sector estuvo favorecido por la mejora en el posicionamiento internacional de los destinos. Sin embargo, a partir de 1998 esta dinámica disminuyó su impulso inicial debido a la pérdida de competitividad. El aumento del tipo de cambio real en el 2002, tuvo consecuencias favorables. Los 3,3 millones de turistas que se registraron en el 2004, evidenciaron un incremento en el gasto promedio diario y en la estadía media, representando u\$s 1942 y 2491 en los años 2003 y 2004 respectivamente.

La dinámica de la demanda turística de visitantes extranjeros, con predominio de origen en países limítrofes, sumado a la potenciación del turismo interno, que por la misma política cambiaria dejó de concurrir a los destinos internacionales, genera más divisas que la exportación de carnes y una cantidad similar a la exportación de petróleo.

La coyuntura nacional es favorable a un incremento sostenido del número de turistas, si se mantienen las condiciones del tipo de cambio, poniendo en valor el capital turístico nacional.

Sin embargo pareciera existir una tendencia a la concentración de la actividad en aquellos destinos considerados competitivos a nivel internacional, donde predominan inversiones transnacionales y/o asociadas a grandes capitales locales, que tienden a construir enclaves no siempre compatibles con un desarrollo sistémico de la actividad que transforme al sector en motor del desarrollo territorial. Este balance será una de las tareas del observatorio.

6. El Turismo en las Áreas Protegidas potenciador del desarrollo territorial

El turismo puede aportar beneficios considerables a las áreas protegidas ⁶ y a las comunidades locales asociadas tanto aquellas asentadas en ellas como en su entorno, bajo la jurisdicción de provincias y municipios. (zona de amortiguación y/o influencia) Para ello es necesario avanzar en la concreción de un modelo de desarrollo sustentable, que haga compatible el desarrollo económico con la conservación de los recursos naturales y el incremento de la equidad y de la justicia social.

En este sentido, la sustentabilidad no es una posible opción a la actividad turística en las áreas protegidas, sino que es la única vía que puede permitir el desarrollo de la actividad permitiendo que los actuales y futuros turistas disfruten de los atractivos naturales y culturales; para ello es fundamental la incorporación de la gestión ambiental en los destinos turísticos y en los elementos del sistema. ⁷

El turismo en las áreas protegidas y sus alrededores debe concebirse como instrumento para la conservación: creando más apoyo, aumentando la sensibilización con respecto a muchos valores importantes de las áreas protegidas, incluidos los valores ecológicos, culturales, espirituales, estéticos, recreativos y económicos, y generando ingresos necesarios para financiar actividades de conservación encaminadas a la protección de la biodiversidad, de la integridad de los ecosistemas y del patrimonio cultural.

Las actividades ecoturísticas han aumentado rápidamente estos dos últimos decenios en todo el mundo. Se espera que este crecimiento se prolongue en el futuro.

Reconociendo su importancia a escala planetaria, las Naciones Unidas designaron el año 2002 como Año Internacional del Ecoturismo, en tanto que su Comisión sobre el Desarrollo Sostenible ha pedido a los organismos internacionales, a los gobiernos y al sector privado que emprendan actividades de apoyo.

⁶ RECOMENDACIÓN DEL CMP 5.12 – APROBADA - Recomendación 12 Ciclo: Promoción de un apoyo más amplio en favor de las áreas protegidas Coordinación del ciclo: Jeff McNeely

⁷ **VI Jornadas Nacionales de Investigación – Acción en Turismo.** La investigación en turismo: el desafío del nuevo milenio. FHCS. UNPSJB. Ushuaia. Argentina. 21 al 24 de abril de 2004.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) tomaron la iniciativa en la preparación y coordinación de las actividades que se desarrollaron a nivel internacional en el Año del Ecoturismo.⁸

Asimismo, el rol de las visitas y el turismo en los Parques Nacionales recibió un tratamiento importante en el Congreso Mundial de Parques.

Esta es una importante área que continuará ganando prominencia en planificación y manejo.

El turismo en las áreas protegidas puede brindar nuevas oportunidades, una mayor valoración del patrimonio natural y cultural, a partir del reconocimiento de la interacción entre los seres humanos y su medio ambiente, y del creciente interés y compromiso en la conservación de los valores naturales y culturales.

Asimismo esta actividad contribuye a mejorar la calidad de vida de las comunidades locales creando incentivos para mantener sus costumbres y sus valores, proteger y respetar los sitios sagrados y apreciar los conocimientos tradicionales.

Sin embargo, los costos ecológicos, sociales y culturales del turismo pueden ser considerables. Incluso los impactos limitados pueden tener consecuencias importantes para la conservación.

Es fundamental asegurar una aplicación cuidadosa y estratégica de las políticas junto con una gestión dinámica y efectiva de la actividad. Sin una planificación, un desarrollo y una gestión pertinente, el turismo puede contribuir al deterioro de los paisajes culturales, la contaminación y degradación de los ecosistemas, el desplazamiento de tierras agrícolas y de espacios abiertos, la disminución de los recursos hídricos y energéticos, la perturbación de los sistemas sociales y el incremento de la pobreza.

En el período 1990 – 2005 la visitación en los Parques Nacionales que se encuentran en jurisdicción nacional, en el ámbito de la Administración de Parques Nacionales de la

⁸ Acontecimiento principal del Año Mundial del Ecoturismo: Cumbre Mundial del Ecoturismo

Secretaría de Turismo de la Presidencia de la Nación, presenta un crecimiento exponencial, producto del creciente interés en sus atractivos naturales y culturales, y del tipo de cambio favorable al turismo receptivo de origen internacional.

Los problemas que debe enfrentar este Organismo son los inherentes a la organización de la actividad, para evitar que la visitación supere la “capacidad de carga” de cada uno de los sitios, así como la adecuación de la infraestructura y servicios para una mayor satisfacción de los usuarios. Esto se realiza a través de planes de uso público, específicos para cada una de las 34 áreas protegidas, con la participación de los técnicos y de representantes de las comunidades locales.

7. Las posibilidades de detectar problemas y oportunidades para una agenda pública del turismo como política de Estado.

La etapa actual por la impronta del turismo internacional y por la ampliación del turismo interno nos introduce en cuestiones específicamente vinculadas a las políticas públicas, por la responsabilidad de naturaleza integral que les corresponde. Al observatorio le interesa detectar todas las posibilidades de desarrollo equilibrado, sistémico y sustentable. Básicamente que el turismo opere como un catalizador de un proceso de valorización multidimensional y no como enclave. Para ello es fundamental el rol del territorio expresado en la capacidad de sus habitantes, la idoneidad de sus instituciones, las articulaciones público privadas, la performance tecnológica, el enriquecimiento de la cultura, la preservación del patrimonio.

Las expectativas de mayor protagonismo del territorio están avaladas por varios rumbos de acción. En primer lugar la Secretaría de Turismo de la Nación ha encarado un Plan Federal de Turismo, cuyo diseño se ha producido a través de talleres regionales con participación de múltiples actores públicos y privados interesados en el sector. En segundo lugar, los expertos y estudiosos del *desarrollo local* convergen en sus estudios en la valoración de las capacidades locales, entre ellas las institucionales. Asimismo, resulta sorprendente y auspiciosa la emergencia de un nuevo paradigma que atribuye al conocimiento y al territorio capacidad para la generación de ventajas competitivas dinámicas y con especial énfasis señala que “el territorio tiene un rol mucho más significativo que el de simple generación de externalidades [...] En el marco de los

procesos de globalización, el territorio cumple la función clave [...] la producción de conocimiento.”⁹

El caso particular de la Argentina, la tendencia a las actividades intensivas en recursos naturales y con escaso peso de conocimientos generados localmente que ha ido adquiriendo la estructura económica, se contraponen con la importancia creciente de la economía del conocimiento y de la complejidad de las actividades y regiones que están liderando el proceso de cambio tecnológico¹⁰. Ante la tendencia resulta sumamente significativo y ponderable el esfuerzo de la Secretaría de Turismo de formular un Plan Federal de Turismo. En este sentido la *inevitable territorialidad del turismo* convierte al sector en un posible inductor de un modelo de desarrollo acorde a las potencialidades de la performance tecnológica de la época, a ello se agregan dos aspectos favorables: el primero derivado de la fuerte impronta del turismo cultural¹¹ en mercado turístico mundial y en segundo lugar la detección de múltiples actores en el territorio nacional – entre ellos muchos estudiosos- orientados a involucrar sus estudios, capacidades y competencias al desarrollo del turismo. Nuevamente se puede atribuir a la actividad turística la potencialidad de sintonizar con la emergencia de nuevos factores competitivos como la capacidad de pensar, articular y generar conocimientos, que están superando claramente las ventajas fundadas en recursos naturales y mano de obra barata.

La sintonía con el *complejo telemático* cuya expansión es indudable también evidencia potencialidades: el sector de vertiginoso crecimiento desde el año 2002 fue el de los cibercafés. Estos locales se alimentan de un público que no posee PC, módem o conexión o de usuarios que requieren mayor velocidad y/o capacidad de equipo, como el caso de los juegos on line. Turistas y público en general convierten a estos locales en oficinas al paso, son clientes habituales en los microcentros de la mayoría de las ciudades. El aumento de público se debe a que cada vez es mayor el número de

⁹YOGUEL, Gabriel En: BOSCHERINI, Fabio y POMA, Lucio (compiladores). Territorio, conocimiento y competitividad de las empresas. El rol de las instituciones en el espacio global. Miño y Dávila editores. Madrid. Buenos Aires. Septiembre de 2002. Página 11.

¹⁰ *Ibidem*. Página 12.

¹¹ En la República Argentina “el tango” constituye un importante atractivo turístico.

personas que toma conciencia de las bondades que brinda Internet y porque la crisis ha alejado la posibilidad de adquirir un equipo y/o de pagar un abono.¹²

La modalidad de expansión de Internet –sin caer en un optimismo ingenuo ni desconocer diferencias en el territorio- permite presuponer un horizonte de probable accesibilidad a la tecnología para la generación de dispositivos logísticos de desarrollo de las capacidades de formación de recursos humanos. Paralelamente la existencia del citado dispositivo aparece especialmente valorada por los turistas.¹³

Para estudiar el entramado del sistema turístico y sus condiciones para generar un proceso de crecimiento endógeno es necesario analizar el desarrollo del sistema local, es decir medir el grado de interconexión existente en el sistema y de este con el entorno tal que permita identificar condiciones positivas para la ocurrencia de efectos sinérgicos y potenciales de desarrollo de la red. Partimos de la hipótesis de que si existe una red que vincula a los agentes que intervienen en el negocio del turismo, ella podría ser alentadora de procesos de desarrollo local a condición de que alguno de sus nodos estuviese establecido en el territorio.¹⁴ Parafraseando a Manuel Castells, en el nuevo escenario de la sociedad de la información, las ciudades y regiones deben encontrar su papel y en ello juegan un rol fundamental las instituciones locales, organizando el control social de los lugares por encima de la lógica funcional del espacio de los flujos.¹⁵

Finalmente es importante destacar la expansión de actividades de formación y capacitación a través de diversas modalidades. En primer lugar aparece una amplia oferta como respuesta a la exigencia de mayor profesionalismo, aspecto fundamental para responder al aumento en la exigencia del público hacia una mayor calidad y

¹² GIORIA, Blanca María Isabel. Universidad Autónoma de Entre Ríos, Departamento Geografía, Facultad de Humanidades, Artes y Ciencias Sociales. Universidad Católica de Santa Fe, Facultad de Ciencias Económicas. EN **Scripta Nova. REVISTA ELECTRÓNICA DE GEOGRAFÍA Y CIENCIAS SOCIALES**. Universidad de Barcelona. Núm. 170 (20), 1 de agosto de 2004

¹³ En el día del Turista se hicieron reportajes en varios puntos de acceso. Es interesante destacar los dichos: querían bailar tango, comer un bife de chorizo y concurrir a un locutorio para conectarse a Internet.

¹⁴ ARTESI, Liliana. Redes, turismo y sistemas locales.

¹⁵ CASTELLS, Manuel. (1996), La era de la información. Vol.1, Alianza Editorial. Barcelona. 2da. Edición en cast. 1998.

diversidad en su consumo turístico¹⁶. En las universidades del país, la mayoría de las carreras relacionadas al turismo, aparecen aproximadamente en la década del 90, como parte de la nueva oferta educativa. A la formación de grado se agrega un nutrido plan de actividades curriculares y extracurriculares, que permiten la inserción del alumno en el ámbito laboral del sector como protagonista activo de su propia formación. Asimismo se han incorporado competencias nuevas y complementarias, así como los sistemas de pasantías que contribuyen a la inserción en el mercado laboral.

Una segunda línea de actividades están relacionadas con el desarrollo de programas de entrenamiento, capacitación y servicios para la fuerza laboral del sector a través de la celebración de convenios de colaboración con instituciones nacionales e internacionales especializadas en la materia, así como la organización de jornadas y eventos que reúnen especialistas de distintas disciplinas tradicionales en el sector como nuevas problemáticas.

Por último, este cuadro de situación no puede dejar de mencionar como un hecho auspicioso por las sinergias esperables a los diferentes proyectos emergentes asociados al marketing de ciudades y regiones. Se observan muchas iniciativas en diferentes ámbitos turísticos y como problemática urbana en general. Los procesos de esta naturaleza resultan interesantes por la motivación ciudadana que generan.

El marketing estratégico y las marcas territoriales se presentan como poderosos activos de la gestión contemporánea en el camino al desarrollo de una imagen pública, interna y externa, de aceptación en referencia a la ciudad o la región, y como el instrumento privilegiado para la búsqueda de competitividad para aquellos que la utilizan exitosamente. De ahí la importancia de prestar atención a la creciente demanda de respuestas respecto a su construcción y gestión con la presentación del enfoque de la administración estratégica de la marca territorial.¹⁷

¹⁶Primer Encuentro de la Red Unesco/Unitwin Cultura, turismo, desarrollo, “Desarrollo Sostenible y valorización de la diversidad cultural: ¿Cómo se adapta la enseñanza del turismo a estos nuevos retos?” . París, Unesco, 18 de marzo de 2005.

¹⁷KOSACOFF, Bernardo En: FERNÁNDEZ, Gabriel. LEVA, Germán (compiladores. Lecturas de economía , gestión y Ciudad. Universidad Nacional de Quilmas. Página 9