



**Planificación turística I:
Formulación**
Reflexiones desde el oeste argentino

Diego Navarro-Drazich



UNIVERSIDAD DEL
ACONCAGUA

Planificación turística I: Formulación
Reflexiones desde el oeste argentino

Diego Navarro-Drazich

***Planificación turística I:
Formulación***

Reflexiones desde el oeste argentino



**UNIVERSIDAD DEL
ACONCAGUA**

Navarro-Drazich, Diego

Planificación turística I: Formulación. Reflexiones desde el oeste argentino / Diego

Navarro-Drazich. - 1ª ed. - Mendoza : Universidad del Aconcagua, 2020.

197 p. ; 21 x 16 cm.

ISBN 978-987-4971-15-9

1. Turismo. 2. Planificación Estratégica. I. Título.

CDD 918.2

Diagramación y diseño de tapa: Arq. Gustavo Cadile.

La imagen que ilustra la portada pertenece a Prettysleepy1 y ha sido descargada de Pixabay.

Copyright by Editorial de la Universidad del Aconcagua.

Catamarca 147(M5500CKC) Mendoza.

Teléfono (0261) 5201681.

e-mail: editorial@uda.edu.ar.

Queda hecho el depósito que marca la ley 11723.

Impreso en Mendoza – Argentina.

Primera edición: octubre de 2020.

I.S.B.N.: 978-987-4971-15-9.

Miembro de



Reservados todos los derechos. No está permitido reproducir, almacenar en sistemas de recuperación de la información ni transmitir ninguna parte de esta publicación, cualquiera sea el medio empleado –electrónico, mecánico, fotocopia, grabación, etc.–, sin el permiso previo de los titulares de los derechos de propiedad intelectual.

A mis sobrinos Julieta, Darko y Paloma

Índice

Prólogo.....	11
PARTE I: Reflexiones.....	13
Capítulo I: El diagnóstico de los destinos turísticos.....	15
Capítulo II: Los planes provinciales de turismo de Mendoza (2000-2024).....	31
Capítulo III: La competitividad como valor social. La gestión pública de turismo en la Argentina del siglo XXI.....	57
PARTE II: Formulaciones	75
Capítulo IV: Plan de turismo de Iglesia, San Juan.....	83
Capítulo V: Plan de turismo de Dina Huapi, Río Negro.....	123
Capítulo VI: Plan de turismo de General Alvear, Mendoza	151

Capítulo V: Plan de turismo de Dina Huapi, Río Negro³⁵

Melisa Hansen y Diego Navarro-Drazich

1. Introducción

Dina Huapi es un municipio de 1.216 ha ubicado al noroeste de la Provincia de Río Negro, al pie de la montaña, a 15 km de Bariloche y en el límite con la Provincia de Neuquén. Presenta un clima árido y frío, y relieve llano. Su sistema hidrológico incluye los ríos Limay y Ñirihuau y el renombrado lago Nahuel Huapi. El municipio fue formalmente fundado en 2013, está a 770 m.s.n.m. y cuenta con 4.700 habitantes. Desde el punto de vista del espacio turístico, tiene funciones de centro de escala y de centro de excursión.

2. Diagnóstico del destino turístico

La versión original del diagnóstico de Dina Huapi presenta un extenso desarrollo en el que se destacan varios estudios de campo realizados a los efectos de este plan, entre ellos:

35 Este capítulo tiene base en la tesis de grado de la Lic. Melisa Hansen denominada “Planificación turística sostenible de Dina Huapi” (123 páginas), dirigida por el Dr. Diego Navarro, aprobada en 2017 en el marco de la Licenciatura en Turismo de la Universidad del Aconcagua y galardonada con la distinción “Tesina destacada” por la Facultad de Ciencias Sociales y Administrativas de esa universidad en 2018.

- Estudio de opiniones sobre turismo en el municipio a partir de encuestas online a residentes
- Relevamiento de instalaciones turísticas y de elementos del espacio urbano
- Descripción de prestadores de servicios turísticos
- Estudio de informes de gestión para conocer la gestión turística municipal.
- Análisis de la imagen turística y del contenido promocional e informativo mediante el estudio de instrumentos oficiales: folleto, sitio web y cuenta de Facebook.

Diagnóstico del Destino Turístico	
Prioridad	Fortalezas
Alta	<ul style="list-style-type: none"> • Alto valor paisajístico. • Reserva de Vida Silvestre Laguna Los Juncos y variedad de aves. • Cerros aptos para excursiones. • Presencia de ciervos y truchas. • Localidad enmarcada por el PN Nahuel Huapi. • Existencia de importantes recursos hídricos. • Ubicación estratégica de la localidad, sobre la RN 40. • Proximidad a aeropuerto internacional de Bariloche y terminal de ómnibus. • Suficiente oferta hotelera. • Tranquilidad y seguridad caracterizan a la localidad. • Crecimiento de las fuentes de empleo locales. • Buena comunicación entre vecinos y comunicación fluida con el municipio. • Colectividad danesa activa con espacio propio (Club Danés). • Elaboración de artesanías con productos locales. • Tradiciones gauchas vigentes. • Cultivos en invernaderos, producción orgánica. • Dos chacras producen hortalizas en la localidad; una de ellas pertenece a la familia de uno de los fundadores de Dina Huapi. • Sede de eventos de gran convocatoria: La Rural y Fiesta de las Colectividades Europeo-Argentinas.

Prioridad	Oportunidades
Alta	<ul style="list-style-type: none"> • Proximidad al Paso Cardenal Samoré (Chile) • Pavimentación en curso de la RP 23 que comienza en Dina Huapi y conecta la Cordillera de los Andes con la costa Atlántica • Acceso al Corredor de Los Lagos y región Patagonia • Vuelos directos desde Brasil al aeropuerto de Bariloche
Media	<ul style="list-style-type: none"> • Importante desarrollo turístico generado por el Resort Amerian Villa Huapi-Dina Huapi en construcción
Prioridad	Debilidades
Alta	<ul style="list-style-type: none"> • Insuficiente oferta gastronómica. • Ausencia de terminal de ómnibus propia. • Escasos servicios de transporte interno. • Pocos circuitos turísticos disponibles para turista independiente o paquetes. • Escasa oferta de esparcimiento. • Ausencia de cloacas y consecuente contaminación de recursos hídricos. • Escasa señalización turística y vial. • Falta de normativa que proteja el patrimonio natural. • Ineficiente promoción y posicionamiento del destino. • Insuficiente gestión del área municipal de Turismo. • No existe información acerca de la demanda turística de la localidad. • Falta de estaciones de servicio.
Media	<ul style="list-style-type: none"> • Insuficientes servicios para el automotor. • Escaso control de la pesca y caza furtiva. • No existen establecimientos productivos adaptados al turismo.
Prioridad	Amenazas
Alta	<ul style="list-style-type: none"> • Posibilidad de erupción de volcanes (ej.: Cordon Caulle-Puyehue). • Proximidad a Bariloche y consecuente inseguridad.
Media	<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de hanta virus en épocas de floración de la caña colihue. • Caza y pesca furtiva.

De un lado, las fortalezas de Dina Huapi radican en sus recursos turísticos (naturales y culturales, aprovechados y potenciales), en su tranquilidad y seguridad, y en su ubicación estratégica. De otro lado, las debilidades del destino coinciden con falencias del Estado: escasez o inexistencia de elementos materiales (infraestructura, equipamiento, instalaciones) e insuficiente gestión pública (normativa, promoción, investigación). Una situación intermedia presentan los servicios turísticos: algunos con oferta suficiente y otros en desventaja.

3. Diagnóstico de componentes atractivos del destino turístico

Diferentes ejercicios intelectuales se realizaron a fin de analizar la materia prima del destino.

Valoración de recursos turísticos	
Valor alto	
<ul style="list-style-type: none"> • Parque Nacional Nahuel Huapi. • Lago Nahuel Huapi. • Río Limay. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cerro Leones. • Pesca. • Tren patagónico.
Valor medio	
<ul style="list-style-type: none"> • Paisaje de Estepa. • Paisaje de montaña y lagos. • Ruta Nacional N° 40. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ruta Nacional N°23. • Bicisendas.
Valor bajo	
<ul style="list-style-type: none"> • Trucha arco iris y trucha marrón. • Variedad de aves. • Río Ñirihuau. • Cerro Carmen de Villegas. • Paisaje de cortinas de álamos. • Reserva Natural Laguna Los Juncos. • Tambo Viejo. • Réplica Modesta Victoria. • Costanera Dina Huapi. • Estación de tren Ñirihuau. • Chacras Hansen. • Club Danés. • Mercado de la Estepa. • Fiesta Provincial de la Estepa y el Sol. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estancia La Esperanza. • Chocolatería Amancay. • Tradiciones gauchas. • Feria “La Rural”. • Permacultura. • Colectividad danesa. • Comunidad mapuche. • Circuito de la Estepa. • Stand up paddle. • Kitesurf- windsurf. • Cabalgatas. • Kristian Hansen. • Jens Brendstrup. • Fiesta de las colectividades europeo-argentinas.

Se observa que el 15% de los recursos alcanzaron una valoración alta y más del 10% obtuvieron valoración media. La mayoría de los recursos turísticos de Dina Huapi (más del 70%) poseen una relevancia baja.

Valoración de atractivos turísticos	
Desarrollados	
<ul style="list-style-type: none"> • Trucha arco iris y trucha marrón. • Cerro Leones. • Costanera Dina Huapi. • Estancia La Esperanza. • Fiesta de las Colectividades Europeo-Argentinas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bicisendas. • AlmaZen. • Feria “La Rural”. • Circuito de la Estepa. • Cabalgata.
Semi / Subdesarrollados: requieren instalaciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Paisaje de montaña y lagos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Paisaje de cortinas de álamos.
Semi / Subdesarrollados: requieren relatos	
<ul style="list-style-type: none"> • Kristian Hansen. • Jens Brendstrup. 	<ul style="list-style-type: none"> • Réplica Modesta Victoria.
Semi / Subdesarrollados: requieren actividades	
<ul style="list-style-type: none"> • Stand Up Paddle 	<ul style="list-style-type: none"> • Kite- Windsurf
Semi / Subdesarrollados: requieren instalaciones y relato	
<ul style="list-style-type: none"> • Tren patagónico. • Estación de tren Ñirihuau. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mercado de la Estepa.
Semi / Subdesarrollados: requieren actividades y relato	
<ul style="list-style-type: none"> • Club danés. • Chocolatería Amancay. • Fiesta Provincial de la Estepa y el Sol. 	<ul style="list-style-type: none"> • Permacultura. • Colectividad danesa. • Comunidad mapuche.
Semi / Subdesarrollados: requieren instalaciones, relatos y actividades	
<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de aves. • Lago Nahuel Huapi. • Río Limay. • Río Ñirihuau. • Cerro Carmen de Villegas. • Paisaje de Estepa. • Parque Nacional Nahuel Huapi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reserva Vida Silvestre Laguna Los Juncos • Tambo Viejo. • Chacras Hansen. • Ruta Nacional Nº 40. • Ruta Provincial Nº 23. • Tradiciones gauchas. • Pesca.

Una decena de recursos turísticos han sido convertidos en atractivos turísticos; es decir que han obtenido el status de *desarrollados*. La mayoría de los recursos turísticos de Dina Huapi (tres cuartos) reclama la incorporación de instalaciones y/o relatos y/o actividades para su pleno desarrollo.

Recursos turísticos agregados	
Cultura	
<ul style="list-style-type: none"> • Tren Patagónico. • Tambo Viejo. • Réplica Modesta Victoria. • Estación de tren Ñirihuau. • Chacra Hansen. • Chocolatería Amancay. • Estancia La Esperanza. • Club Danés. • Mercado de la Estepa. • Circuito de la Estepa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tradiciones gauchas. • Feria “La Rural”. • Permacultura. • Colectividad danesa. • Comunidad mapuche. • Kristian Hansen. • Jens Brendstrup. • Fiesta Provincial de la Estepa y el Sol. • Fiesta de las Colectividades europeo-argentinas.
Rural	
<ul style="list-style-type: none"> • Paisaje de cortinas de álamos. • Tambo Viejo. • Estación de tren Ñirihuau. • Chacra Hansen. • Club Danés. • Ruta Nacional N°40. • Ruta Nacional N°23. • Mercado de la Estepa. • Circuito de la Estepa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estancia La Esperanza. • Tradiciones gauchas. • Feria “La Rural”. • Permacultura. • Comunidad mapuche. • Kristian Hansen. • Jens Brendstrup. • Cabalgatas.
Activo (Naturaleza-Aventura)	
<ul style="list-style-type: none"> • Pesca - Trucha arco iris y trucha marrón. • Variedad de aves (86 especies). • Lago Nahuel Huapi. • Río Limay. • Río Ñirihuau. • Cerro Carmen de Villegas. • Cerro Leones. • Reserva Vida Silvestre Laguna Los Juncos • Bicisendas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Paisaje de montaña y lagos. • Paisaje de cortinas de álamos. • Paisaje de Estepa. • Parque Nacional Nahuel Huapi. • Costanera Dina Huapi. • Ruta Nacional N°40. • Ruta Nacional N°23. • Actividades: kitesurf, windsurf, kayak, stand up paddle, rafting y cabalgatas.

Con cantidades similares, tres productos reúnen a gran parte de los recursos turísticos del destino: Cultural, Rural y Activo. Es decir que no hay gran diversidad de productos, pero los identificados cuentan con una oferta consistente en cantidad.

En suma, los componentes atractivos del destino turístico Dina Huapi se resume en los siguientes:

- Macroproductos turísticos: Cultural, Rural y Activo;
- Atractivos turísticos destacados: Parque Nacional Nahuel Huapi, Lago Nahuel Huapi, Tren Patagónico, Pesca en el Río Limay y Cerro Leones;
- Calendario turístico: 2 celebraciones;
- Corredores turísticos: bicisendas, RN 40 y RN 23;
- Paisajes turísticos: paisaje de estepa, paisaje de montañas y lagos.

4. Demanda turística

Por una parte, la Secretaría de Turismo y Cultura de Dina Huapi solo registra el número de turistas atendidos semanalmente durante enero y febrero de 2016, y su procedencia. Estos datos fueron publicados en el perfil de Facebook de ese organismo y constituyen una carencia que precisa ser resuelta. Por otra parte, se aprovechan los datos de estudios específicos de demanda realizados por el entonces Ministerio de Turismo de la Nación para Áreas Protegidas Nacionales; en este caso, para el Parque Nacional (PN) Nahuel Huapi (Mintur, 2014a y 2014b). Este informe relevó los municipios de Villa La Angostura, Villa Traful, San Carlos de Bariloche y Dina Huapi (considerando a los últimos dos como una única unidad). Si bien la tipología del centro turístico Dina Huapi difiere ampliamente de la de Bariloche, ambas localidades se encuentran en similar posición con relación al parque.

CANTIDADES. De un lado, el total de turistas que se acercaron a la oficina de informes de Dina Huapi (Secretaría de Turismo y Cultura) durante enero y

febrero de 2016 fue de 4.090 personas. De otro lado, las cifras del PN Nahuel Huapi indican que era el área protegida más turística del Corredor de los Lagos (conformado además por los PN Lanín, Los Alerces, Los Arrayanes y Lago Puelo) y la cuarta a nivel nacional; recibió 279.360 visitantes durante el 2013.

PROCEDENCIA. Los extranjeros que visitaron Dina Huapi provinieron de Alemania, Brasil, Canadá, Chile, España, Estados Unidos, Francia, Israel, Panamá, Paraguay, Perú, Suiza y Uruguay. Los datos del PN Nahuel Huapi señalan que recibieron más extranjeros que los demás parques del Corredor de los Lagos. Las principales provincias de procedencia del turismo doméstico fueron Buenos Aires, Neuquén, Río Negro, Córdoba, Mendoza y Santa Fe.

MEDIO DE TRANSPORTE. Por una parte, los visitantes de Dina Huapi señalaron que el auto particular fue el medio de transporte más utilizado, y en segundo término la bicicleta. Los buses de transporte de pasajeros no se detenían en la localidad, por lo que es un segmento que no figuraba en los registros municipales. Por otra parte, más de la mitad (50,8%) de los turistas del parque eligieron el avión.

COMPOSICIÓN DEL GRUPO. Los turistas del PN Nahuel Huapi viajaron en pareja o grupos de tres o cuatro integrantes, o bien eran familias con hijos.

EDAD. Los visitantes del PN Nahuel Huapi se concentraban en la franja de 26 a 40 años, aunque los jóvenes de hasta 25 años también fueron un segmento destacable.

NIVEL SOCIOECONÓMICO, EDUCATIVO Y EMPLEO. Los visitantes del PN Nahuel Huapi pertenecían al nivel socioeconómico medio (ingreso mensual entre \$11.000 y \$30.000 por familia). El nivel de estudios alcanzado por la mayoría fue terciario o universitario. Se destaca la visita de empleados, sean profesionales o técnicos.

DISTRIBUCIÓN TEMPORAL. Si bien la mayor concentración se dio en períodos vacacionales (julio, noviembre, diciembre, enero y febrero), el flujo de los demás meses hizo posible la desestacionalización durante todo el año. Además, se observó fuerte presencia de brasileños en invierno (20,6%), chi-

lenos en primavera (14,9%) e israelíes en verano, en su mayoría menores de 26 años (5,8%).

TIEMPO DE ESTADÍA. El promedio de estadía en el parque y sus alrededores fue de 5,67 días en invierno y de 8,22 días en verano. Más de un tercio de los visitantes (34%) se quedó más de una semana. Y una porción importante de los consultados (42,6%) afirmó que el viaje total duraba dos semanas o más.

FORMA DE VIAJE. La mayoría de los turistas (casi un 75%) visitaron el parque en forma independiente; estos turistas se concentraron en estaciones no invernales. Un cuarto de los visitantes contrató paquetes turísticos (generalmente con pasajes incluidos), mayoritariamente para la temporada invernal; estos turistas adquirieron sus paquetes fuera del país en su mayoría. Por el contrario, los paquetes estivales correspondieron extensivamente a turistas nacionales.

FUENTES DE INFORMACIÓN. La página web del parque, agencias de viajes y redes sociales fueron las principales fuentes consultadas en primavera y verano. En invierno, a las fuentes mencionadas se sumaron otras webs de turismo (no especificadas), boca a boca, oficinas de información turística, televisión, radio y revistas; la visita previa fue la fuente más referida.

MOTIVO DEL VIAJE. Recorrer el parque fue la principal motivación del viaje (38,7% de los turistas) en verano, pero fue una más de las razones del viaje durante las otras tres estaciones para la mitad de los turistas (50% en promedio). A la vez, la visita al parque respondió al deseo de disfrutar de la naturaleza o relajarse para un tercio de los turistas (31% en promedio). En verano, se impuso el deseo de conocer el parque y, en invierno, la práctica de deportes (18,8%)

ALOJAMIENTO. Un 43,9% prefirió alojarse en hoteles y un 20,8% en cabañas.

FECHAS. Gran parte de los encuestados (75%) decidió las fechas en virtud de sus recesos laborales. Solo un 7,6% prefirieron estaciones no estivales dada la menor cantidad de gente.

ACTIVIDADES. Las principales actividades que se realizan en el parque fuera del verano fueron: relajación (15%), goce de la naturaleza (12,5%), excursiones

siones (11,4%), gastronomía (10,2%) y trekking y caminatas (9,8%). En verano, el trekking y las cabalgatas se impusieron como principal actividad (15,6%). Se registró cierta demanda de actividades culturales, que involucraran a las comunidades locales y eventos.

REPITENCIA. La mayor parte de los turistas no había visitado el parque anteriormente. Los que sí lo habían hecho demoraron en promedio cinco años para regresar. La mayor reiteración de visitas en invierno y primavera corresponden a viajeros que esperaron menos de dos años. La mayoría de los turistas (75,7%) expresó deseos de volver al parque, incluso en otras épocas del año.

OPORTUNIDADES. El Ministerio de Turismo de la Nación consideró como principales emisores hacia las áreas protegidas del país, en tres niveles diferentes, a: Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) y Gran Buenos Aires (GBA), en el plano doméstico; a Brasil y Colombia, en la región; y a Estados Unido, España y aún China, en el mundo.

Cabe destacar que la pavimentación de la RN 23 completaría el Corredor Bioceánico que une Osorno, en Chile, con San Antonio Oeste vía Villa La Angostura y Dina Huapi a través de las RN 231 y 40 (Vialidad Rionegrina, 2014). Esto posicionará a Dina Huapi como portal de acceso a la Región de los Lagos, al PN Nahuel Huapi, a la provincia de Río Negro, a la Línea Sur y a la Meseta de Somuncurá.

5. Plan estratégico y operativo

OBJETIVO GENERAL: Orientar el desarrollo turístico sostenible de Dina Huapi.

OBJETIVOS PARTICULARES: Los siguientes objetivos originan estrategias específicas:

1. Desarrollar la oferta turística de Dina Huapi.

2. Posicionar a Dina Huapi en el mercado turístico nacional e internacional.
3. Fortalecer el sector turístico público y privado.

El plan de turismo observa los siguientes horizontes temporales:

- Corto plazo: 2 años
- Mediano plazo: 4 años

Estrategia	Programas	Subprogramas y acciones	Plazo
Desarrollo de la oferta turística	Recursos y atractivos turísticos	Diseño y construcción de instalaciones para recursos relevantes	Corto
		Promoción de actividades vacantes como oportunidades de negocio	Corto
		Investigación para construcción de relatos de recursos relevantes	Corto
		Proyecto “Red de bicisendas” de la localidad	Mediano
	Macro-productos turísticos	Subprograma de turismo cultural	Mediano
		Subprograma de turismo rural	
		Subprograma de turismo activo	
	Servicios turísticos	Registro y red de prestadores	Corto
Promoción de servicios vacantes como oportunidades de negocio			
Estudio de mercados y promoción	Estudio de demanda real y potencial	Observatorio de la demanda turística real	Corto
		Estudio de la demanda turística potencial	
	Promoción turística	Marca Dina Huapi	Corto
Fortalecimiento institucional y empresarial	Asistencia empresarial, capacitación y financiamiento	Subprograma de optimización de servicios turísticos privados	Corto
		Asesoramiento en diseño de productos turísticos	Corto
		Cronograma de capacitaciones	C y M
		Línea de créditos para prestadores locales	Mediano
	Producción normativa	Proyectos de ordenanzas sobre kitesurf y windsurf.	Corto
		Creación del Área Natural Protegida Ñirihuau	Corto
	Información y concientización turística	Campaña “Dina Huapi y el turismo”	Corto
		Sección de información turística en sitio web oficial	

1. Estrategia de desarrollo de la oferta turística

Instituciones participantes: Municipalidad de Dina Huapi. Secretaría de Turismo y Cultura de Dina Huapi. Asociación de Turismo de Dina Huapi. Dirección de Vialidad Nacional. Sector privado - Cámara de Comercio de Dina Huapi

1.1. Programa de recursos y atractivos turísticos

1.1.1. Diseño y construcción de instalaciones para recursos relevantes

- Paisaje de montañas y lagos: binoculares y señalización. Se instalarán dos binoculares junto a la biciesenda que bordea el lago Nahuel Huapi, uno a la altura de la calle Los Retamos (actual extremo sur de la biciesenda) y el otro a la altura de la calle Los Abedules. Junto a ellos se dispondrá la señalización que facilitará la identificación de los cerros circundantes y su altura. Allí podrá distinguirse también el link del sitio oficial de la Secretaría de Turismo y Cultura de Dina Huapi (STCDH).
- Pesca de trucha marrón: señalización. Se instalará señalización en ambas márgenes de la naciente del río Limay y sobre el lado norte del puente sobre la RN 40. Se detallará claramente la obligación de contar con permiso de pesca, el tipo de pesca permitido allí, la temporada de pesca, link del sitio oficial de la STCDH y del Reglamento de pesca regional.
- Lago Nahuel Huapi: rampa accesible y servicio de guardavidas. Se contará con servicio de guardavidas en el sector de playa habilitado y bollado para garantizar la seguridad de los visitantes. Se incorporará una bajada accesible a la costa del lago para garantizar la plena accesibilidad a la misma y se dispondrá de sillas anfibas para que las personas que lo necesiten puedan ingresar al agua. Se contará con personal que asista el acceso al agua, de forma segura y controlada.

- Cerro Villegas: senderos y señalización. Se delimitarán los senderos para realizar el ascenso y así favorecer la actividad de manera organizada y disminuir la erosión de los frágiles suelos de la estepa. Se incorporará señalización que indique elevación del cerro, requerimientos mínimos para el ascenso y recordatorios acerca del cuidado del entorno (regresar con la basura, precauciones para evitar incendios y no dañar especies de la fauna y la flora).

1.1.2. Promoción de actividades vacantes como oportunidades de negocio

- Salidas fotográficas: Aves-reserva Laguna Los Juncos. Se promoverá la formación y especialización de fotógrafos y ornitólogos locales para la realización y consolidación de salidas programadas de avistaje y fotografía de aves en la localidad y en la zona de la Reserva de vida silvestre Laguna Los Juncos.
- Cursos artesanías: Mercado de la Estepa. Se propondrá la realización de talleres de tejido, elaboración de mermeladas y conservas, artesanías en madera y en cuero.

1.1.3. Investigación para construcción de relatos de recursos relevantes

- Aves: se desarrollará contenido audiovisual que brindará información acerca de las aves de la zona. La misma podrá descargarse desde el sitio web de la STCDH. Asimismo, se desarrollará una guía en forma de folleto con imágenes e información simplificada de dichas aves. El mismo estará disponible en la oficina de la STCDH.
- Paisaje de montaña y lagos-paisaje de estepa: se desarrollará contenido audiovisual con información acerca de la flora y la fauna que puede observarse en la localidad. La información se encontrará en el sitio web oficial de la STCDH.

1.1.4. Proyecto “Red de bicisendas” de la localidad

Se trabajará en la diagramación de una red de bicisendas que conecte los dos tramos actuales con nuevas vías. Las mismas servirán de acceso al río Limay, al río Ñirihuau, al cerro Villegas y, en principio, al tramo de la RN 23 hacia el cerro Leones. Se considerará la opción a largo plazo de hacer de la localidad una ciudad de bicicletas, en la que todos los puntos sean accesibles a través de bicisendas.

1.2. Programa de macroprodutos turísticos

En el corto plazo, durante el proceso de conversión de recursos turísticos en atractivos y de optimización de los atractivos turísticos existentes, los mismos serán agrupados de la forma representada en el cuadro de “Recursos turísticos agregados”. Se dará así origen a los macroprodutos identificados anteriormente.

A estas tres modalidades se incorporará también la insignia de la Marca Patagonia que, si bien es una representación vinculada al patrimonio natural y cultural de la localidad, no se encuentra incorporado en la identidad turística de este destino.

En el mediano plazo, se generarán acciones de promoción para los macroprodutos que posean al menos un 75% de sus atractivos desarrollados. Este desarrollo tendrá como base el programa “Asistencia empresarial, capacitación y financiamiento”. Las acciones iniciales propuestas son:

1.2.1. Turismo Cultural

Se desarrollará un circuito histórico de la localidad. Los sitios que formen parte de él serán referenciados en un mapa de Dina Huapi junto a una breve reseña que explique su vínculo con la historia local. Este mapa estará disponible como folleto y en el sitio web de la STCDH, la información será ampliada en este último y a través de señalización in situ.

1.2.2. Turismo Rural

A las fiestas ya consolidadas, se sumarán encuentros en los que se podrá participar en actividades de permacultura y cosecha en las chacras.

1.2.3. Turismo Activo

Se diagramará una guía de senderos de la localidad que incorporará las zonas que permiten y soportan el tránsito a pie del río Ñirihuau, río Limay, cerro Leones, cerro Villegas y costa del Nahuel Huapi. Además, se organizará un encuentro anual, en temporada de verano, en el que residentes y visitantes podrán disfrutar de las actividades de Turismo Activo que se llevan a cabo en la localidad.

1.3. Programa de servicios turísticos

1.3.1. Registro y red de prestadores

Se formulará una ordenanza que regule y exija la creación de un registro único de prestadores turísticos. Se regularizará la situación de aquellos que no tengan las habilitaciones pertinentes. Se generará una red de prestadores, para poder homogeneizar el servicio mínimo y garantizar la calidad de las prestaciones. Asimismo, se fomentará la comunicación, colaboración y asociativismo entre los emprendedores locales. La calidad y cantidad de los servicios brindados será desarrollada a través del programa “Asistencia empresarial, capacitación y financiamiento”.

1.3.2. Promoción de servicios vacantes como oportunidades de negocio

Se evaluará el inventario de servicios existentes, luego de evaluar los servicios faltantes o deficientes y se promoverá el desarrollo de los mismos. Un ejemplo de servicio vacante, y con alto potencial de desarrollo para el perfil de la localidad, es el de alquiler de bicicletas.

2. Estrategia de estudio de mercados y promoción turística

Instituciones participantes: Secretaría de Turismo y Cultura de Dina Huapi. Asociación de Turismo de Dina Huapi. Ministerio de Turismo de la Nación. Ministerio de Turismo de Río Negro. Sector privado - Cámara de Comercio de Dina Huapi

2.1. Programa de estudio de demanda real y potencial

2.1.1. Observatorio de la demanda turística real

Entre el sector público y privado se llevará un registro de los turistas que arriban y pernoctan en la localidad. A través de encuestas se buscará conocer el perfil socioeconómico del turista, sus hábitos de consumo y el nivel de satisfacción global en el destino. Para motivar la participación se entregarán birromes o bolsas para residuos/compras con el logo de la localidad. Se creará una base de datos cuya información será utilizada para direccionar el desarrollo de productos, la imagen de la localidad y para orientar las acciones de comercialización y promoción turística. Las encuestas deberán incluir mínimamente los siguientes apartados:

- Preguntas filtro
- Acceso al destino
- Transporte utilizado para acceder al destino

- Instalaciones, equipamiento e infraestructura: Calificar señalización para llegar al destino, calidad de los caminos y rutas, calidad del equipamiento (terminales, aeropuerto).
- Decisión del viaje: Fuente más consultada antes de viajar al destino.
- Motivación del viaje: Indicar también si el hecho de estar junto a un Parque Nacional influyó en la elección del destino.
- Atractivos: Calificar los recursos y atractivos turístico que ofrece el destino, el estado de conservación y la calidad.
- Servicios: Tipo de establecimiento en el que se alojó, calificar su estadía, la limpieza del lugar, la atención y la facilidad para encontrar el servicio que buscaba. Tipo de establecimiento en el que adquirió alimentos y bebidas, calificación de los productos adquiridos, limpieza del establecimiento y atención recibida. Disponibilidad de opciones de transporte para llegar al destino, atención del personal vinculado al transporte.
- Contratación de servicios turísticos/excursiones/actividades: Indicar el tipo de servicio y calificar el mismo según la satisfacción obtenida.
- Costo: Calificar la relación costo-calidad del destino, del alojamiento, de alimentos y bebidas, del transporte para acceder al destino y de los servicios turísticos contratados.
- Experiencia de viaje: Calificar la experiencia, la hospitalidad de los residentes, la visita a sitios naturales y culturales, la variedad de actividades recreativas y la emoción por visitar el destino.
- Imagen del destino: Calificar la percepción de seguridad y de tranquilidad, calificar su grado de satisfacción con el viaje, indicar qué tan dispuesto a volver está y si recomendaría el destino.
- Visita: Duración de su estadía, cuántas veces visitó Dina Huapi, cuándo fue la última vez, comparar con la última visita e indicar si la ve mejor, igual o peor. Indicar con quién viaja.
- Perfil: Indicar género, fecha de nacimiento, ocupación, cantidad de viajes de placer por año, lugar de residencia, máximo nivel edu-

cativo alcanzado, nivel de ingreso económico familiar y lugar de residencia.

2.1.2. Estudio de la demanda turística potencial

A partir del análisis de los estudios de mercados regionales y nacionales, se identificarán los mercados potenciales o desatendidos. El informe detallará los medios para acceder a la demanda potencial de acuerdo con los diferentes perfiles abarcados por la misma. Los informes serán difundidos entre los actores que participan activamente en la red de turismo municipal; se estudiarán los aspectos de la demanda en las capacitaciones acerca de calidad de servicio y satisfacción del cliente.

2.2. Programa de promoción turística

2.2.1. Marca Dina Huapi

Se desarrollará la marca local, mediante la cual se destacarán los elementos que hacen de Dina Huapi un lugar único e ideal para el turismo. Entre los aspectos a incluir estarán: la seguridad y tranquilidad que todos destacan y valoran de la localidad, su riqueza natural, la sostenibilidad de su desarrollo, su origen y la calidez de sus habitantes. También su ubicación estratégica entre las RN 23 y 40, y el Corredor bioceánico.

Se buscará la integración con la marca país, la marca Patagonia, la RN 40 y el Corredor de los Lagos. También se procurará potenciar la Línea Sur, la RN 23 y los macroproductos identificados.

Se trabajará en el logo y el slogan de la localidad, realizando concursos para que los interesados presenten sus propuestas, reuniendo los elementos anteriores y los que puedan surgir de las primeras asambleas abiertas entre los actores involucrados.

2.2.2. Inclusión en políticas turísticas provincial y nacional

Se realizarán las gestiones necesarias a nivel provincial, regional y nacional para que Dina Huapi sea incluida en los mapas y programas turísticos que se desarrollen en dichos niveles administrativos, así como también en las políticas turísticas futuras. Se realizarán campañas de promoción turística en países limítrofes, comenzando en la Región de los Lagos, Chile, dada su proximidad al destino.

2.2.3. Desarrollo de contenido para redes sociales

Tras la creación de la marca local, la misma será divulgada a través de medios de comunicación y redes sociales (Instagram, Facebook y Twitter, en principio). Allí se compartirá contenido audiovisual desarrollado por residentes y prestadores locales. Se hará hincapié en el desarrollo sostenible y el consumo local para poder llegar al segmento de mercado que viaja buscando compartir estos valores. El contenido estará disponible en inglés, portugués y español.

2.2.4. Confección de merchandising

En primera instancia se confeccionarán elementos de merchandising, tales como biromes y calcomanías. Estos elementos serán entregados en la STCDH y durante ferias y congresos de turismo en los que participe el municipio o alguno de sus prestadores turísticos en representación del ese organismo.

2.2.5. Desarrollo de sitio web

Se desarrollará un sitio web oficial moderno e interactivo que será actualizado, al menos, dos veces por semana. En él se compartirán los contenidos de las redes sociales, establecimientos hoteleros y gastronómicos habilitados, las acciones de concientización y fomento de la actividad turística y los diferentes prestadores locales.

2.2.6. Actualización de mapa

En el mapa se incluirá la ubicación y datos de contacto de los servicios de alojamiento, gastronomía y prestadores, también los horarios de acceso y ubicación de los puntos de interés de la localidad.

2.2.7. Desarrollo de folletos innovadores

Mediante concurso se desarrollará un folleto atractivo, que se adapte a las modalidades actuales de promoción gráfica, haciendo énfasis en la marca local. Se brindarán los links del perfil de Dina Huapi en las redes sociales y la dirección del sitio web oficial. Los folletos serán impresos en idioma español, inglés y portugués.

2.2.8. Participación en ferias y congresos de turismo nacionales e internacionales

Se participará de ferias y congresos turísticos que resulten estratégicos para el posicionamiento del destino a nivel nacional e internacional.

2.2.9. Posicionamiento de la Fiesta de la Estepa y el Sol

El objetivo será ubicar la fiesta en el calendario de los eventos más importantes de la región. La misma tendrá lugar durante el verano, lo que facilitará y promoverá la afluencia de turistas y visitantes. No se celebrará en forma conjunta con el aniversario de la localidad, como ha sucedido en las últimas ediciones, ya que el fin de esta fiesta es promover la localidad. Asimismo, a través de sponsors locales, regionales y presupuesto del sector público, se realizará un evento que contará con la presentación de grupos musicales reconocidos, gastronomía local, artesanías, presentaciones de danza y artes plásticas. Habrá precios promocionales en alojamiento durante el fin de semana en el que se desarrolle la fiesta.

3. Estrategia de fortalecimiento institucional y empresarial

Instituciones participantes: Municipio de Dina Huapi. Secretaría de Turismo y Cultura de Dina Huapi. Asociación de Turismo de Dina Huapi. AAETAV (Asociación Argentina de Ecoturismo y Turismo Aventura). Ministerio de Turismo de la Nación. Sector privado – Cámara de Comercio de Dina Huapi. Instituciones educativas y culturales municipales

3.1. Programa de asistencia empresarial, capacitación y financiamiento

3.1.1. Subprograma de optimización de servicios turísticos privados

Se realizarán encuentros con los prestadores de servicios turísticos existentes, la Asociación de Turismo de Dina Huapi y la Cámara de Comercio de la localidad. Junto con asesores de la AAETAV y el Ministerio de Turismo de la Nación, se trabajará en la mejora de los servicios turísticos ofrecidos por parte del sector privado a través de las siguientes acciones:

- Relevamientos de los servicios ofrecidos: se evaluará el cumplimiento de las normativas vigentes vinculadas a la actividad.
- Desarrollo y optimización de los servicios a través de su orientación y asociación a la identidad local y a los macroproductos identificados.

3.1.2. Asesoramiento en diseño de productos turísticos

Se trabajará en proyectos de nuevos productos turísticos y en el desarrollo de los existentes. Los mismos serán evaluados posteriormente para la obtención de créditos por parte del Estado

3.1.3. Cronograma de capacitaciones

Se sensibilizará a los prestadores acerca de las competencias necesarias para lograr el desarrollo sostenible de la localidad, brindar un servicio de calidad y la importancia de la fidelización de clientes. Además, en conjunto con los cursos que brinda la AAETAV, se dictarán capacitaciones de inglés, portugués, informática, administración, calidad, desarrollo sostenible y conservación. El enfoque de las mismas estará en la mejora y el desarrollo de la actividad turística local.

3.1.4. Línea de créditos para prestadores locales

Se evaluarán las necesidades de créditos para fomentar el desarrollo de los productos turísticos proyectados durante las capacitaciones, como así también los necesarios para la optimización de los servicios turísticos existentes.

3.2. Programa de producción normativa

3.2.1. Proyectos de ordenanza sobre kitesurf y windsurf

Será prioridad generar un marco legal para las actividades de kitesurf y windsurf.

3.2.2. Creación del Área Natural Protegida Municipal Ñirihuau

Se trabajará en la formulación y sanción de una ordenanza que declare como Área Natural Protegida Municipal al río Ñirihuau; en principio, sólo al área comprendida dentro del ejido municipal de Dina Huapi. Se delimitarán los senderos para realizar recorridos y para la práctica de senderismo de manera organizada, segura y sustentable. También se instalarán carteles que indiquen la prohibición de encender fuego y de acampar. Asimismo, se dispondrá de un sector especial habilitado para el acampe (con fogones y cestos de basura) y

se reglamentará la fiscalización de la zona. Se buscará de esta forma disminuir los daños al ecosistema.

3.3. Programa de información y concientización turística

3.3.1. Campaña “Dina Huapi y el Turismo”

Se realizarán campañas audiovisuales de concientización y sensibilización acerca del cuidado de los recursos naturales, desarrollo sustentable, el uso racional de recursos no renovables y el índice de riesgo de incendios forestales. Se divulgarán los niveles de capacidad de carga de cada sitio y la importancia de que los usuarios y visitantes regresen con su basura.

- Talleres: Se llevarán a cabo talleres para niños y adolescentes para generar conciencia ambiental, incentivar al compromiso por el cuidado de nuestro patrimonio cultural y natural y la responsabilidad ciudadana. Los temas a desarrollar serán: importancia del agua y del medio ambiente y necesidad de conservación; uso de energías renovables y desarrollo sustentable; gestión ambiental y residuos sólidos (tipos de residuos y su tratamiento, reciclaje, reutilización, compost).
- Voluntariados: se convocará a todos los interesados en el cuidado del entorno natural de la localidad para que en temporada alta (especialmente verano) realicen recorridos recolectando basura por los sectores más vulnerables: río Ñirihuau, río Limay, cerro Villegas, cerro Tortuga. Utilizarán vestimenta que los identifique como voluntarios.

3.3.2. Sección de información turística en sitio web oficial

Los contenidos audiovisuales utilizados para permitir la identificación de los recursos naturales de la localidad serán divididos en secciones (Aves, Montañas y Estepa) y será posible descargarlos para su utilización offline. También se brindará información actualizada de horarios de atención y links a páginas oficiales de los prestadores locales. Asimismo, se promoverán cursos y capacitaciones ofrecidos a emprendedores y prestadores turísticos, así como también las actividades turísticas que surjan de las capacitaciones y proyectos del programa “Asistencia empresarial, capacitación y financiamiento”.

Referencias bibliográficas

- Enseñar la Patagonia (2012). Ediciones Pido la palabra. Disponible en <http://xn--ensearlapatagonia-ixb.com.ar>, consultado el 17 de julio de 2016.
- Ministerio de Educación de la Nación (s/f). *Mapoteca*. Disponible en www.mapoteca.educ.ar, consultado el 28 de julio de 2016.
- Mintur (2014a). Ministerio de Turismo de la Nación, Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales. *Informe Final Conclusiones y recomendaciones. Estudio de la Oferta y la Demanda Turísticas de las Áreas Protegidas Nacionales*.
- Mintur (2014b). Ministerio de Turismo de la Nación, Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales. *Informe Final Parque Nacional Nahuel Huapi. Estudio de la Oferta y la Demanda Turísticas de las Áreas Protegidas Nacionales..*
- Vialidad Rionegrina (2014). *Rutas en Río Negro*. Disponible en http://www.vialidad.rionegro.gov.ar/?page_id=169, consultado el 7 de abril de 2016.

Otra fuentes en la versión original del plan

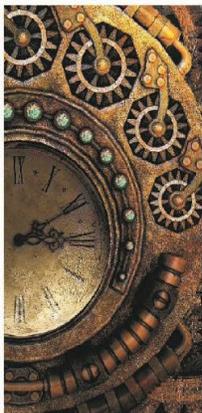
- Acerenza, M. (2006). *Política turística y planificación del turismo*. México: Trillas.
- Aguas patagónicas (s/f). *Río Ñirihuau*. Disponible en <http://ultimohatch.blogspot.com.ar/2013/11/por-que-el-limay-superior-es-un-rio.html>, consultado el 13 de agosto de 2016.

- Aguilar, A. y Gobbi, M. (2012). Ñirihuau: sus recursos naturales y su gente. Neuquén: EDUCO, Universidad Nacional del Comahue.
- APN (s/f). Administración de Parques Nacionales. Áreas protegidas. Disponible en <http://www.parquesnacionales.gov.ar/areas-protegidas/region-patagonia/pn-nahuel-huapi/>, consultado el 3 de octubre de 2016.
- Arroyo, D. (2003). *Los ejes centrales del Desarrollo Local en Argentina*.
- Artaraz, M. (2002). *Teoría de las tres dimensiones de desarrollo sostenible. Ecosistemas 2002*. Disponible en www.aect.org/ecosistemas/022/informe1.htm, consultado el 10 de febrero de 2016.
- Bañón, R. y Carrillo, E. (1997). *La nueva Administración Pública*. Madrid: Alianza Universidad.
- Bertoncello, R. (comp.) (2008). *Turismo y geografía: Lugares y patrimonio natural-cultural de la Argentina*. Buenos Aires: Ciccus.
- Bosquet, D. (2005). *Patrimonio cultural intangible*, en: Ruiz, María Cristina (comp.). *Patrimonio Cultural*. Mendoza: Ediciones Culturales de Mendoza, Subsecretaría de Cultura, Gobierno de Mendoza.
- Boullón, R. (1990). *Planificación del espacio turístico*. México: Trillas.
- Boullón, R. (1997). *Los municipios turísticos*. México: Trillas.
- Bustelo, M. (2015). *Planificación turística del departamento de Iglesia, San Juan* (Tesis). Mendoza: Universidad del Aconcagua.
- Cerro Leones (s/f). *Cerro Leones*. Disponible en <http://www.cerroleones.com.ar/cerroleones.html>, consultado el 17 de abril de 2016.
- Diario El Cordillerano (2016). *Intendencia dinahuapense obtuvo el financiamiento para realizar cloacas*. Disponible en <http://www.elcordillerano.com.ar/index.php/actualidad/item/41438-intendencia-dinahuapense-obtuvo-financiamiento-para-realizar-cloacas>, consultado el 20 de agosto de 2016.
- Diario Río Negro (2014). *De Bariloche*. Disponible en http://www.rionegro.com.ar/bariloche/la-estepa-y-el-sol-tienen-su-fiesta-en-dina-h-DDRN_4979685, consultado el 28 de septiembre de 2016.
- Diez Santo, D. (2011). *La planificación estratégica en espacios turísticos de interior: Claves para el diseño y formulación de estrategias competitivas*. Alicante: Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas Universidad de Alicante.
- Dina Huapi Turismo (s/f). *Home*. Disponible en <http://dinahuapiturismo.blogspot.com.ar/>, consultado el 15 de octubre de 2016.
- Eco Registros (s/f). *Registros Recientes*. Registros Ecológicos de la Comunidad. Disponible en <http://www.ecoregistros.org/site/registrosrecientes.php?idlugar=216>, consultado el

2 de octubre de 2016.

- Gallopín, G. (2003). *Sostenibilidad y desarrollo sostenible: un enfoque sistémico*. Serie Medio Ambiente y Desarrollo (64). Santiago de Chile: CEPAL.
- TURPLAN II 2007- 2011 (2007). *Plan de Desarrollo Turístico de la Provincia de Mendoza*, Gobierno de Mendoza.
- HCD (s/f). Honorable Concejo Deliberante de Dina Huapi. *Inicio*. Disponible en <http://concejodinahuapi.com/>, consultado el 15 de enero de 2016.
- Horizonte Ferroviario (2014). *Estación Nirihuau* (F.C.S.). Disponible en <http://horizonteferroviario.blogspot.com.ar/2014/10/estacion-nirihuau-fcs.html>, consultado el 2 de octubre de 2016.
- Lane, B. (Agosto 2005). *Sustainable Rural Tourism Strategies: A Tool for Development and Conservation*. Revista Interamericana de Ambiente y Turismo, 1 (1).
- López Palomeque, F. (2007). *Planificación territorial del turismo y sostenibilidad: fundamentos, realidades y retos*. Turismo y Sociedad, 8.
- Maida, Horacio (2013). Último Hatch: ¿Por qué el Limay superior es un río extraordinario? Disponible en <http://ultimohatch.blogspot.com.ar/2013/11/por-que-el-limay-superior-es-un-rio.html>, consultado el 13 de agosto de 2016.
- Matos-Wasem, R. (2004). *Can "Slow Tourism" Bring New Life to Alpine Regions*, en: Weiermair, K. y Mathies, Ch. (eds.), *The Tourism and Leisure Industry: Shaping the Future*, The Haworth Hospitality Press.
- Matteucci, S. (2012). *Ecorregión Estepa Patagónica*, en: Morello, J; Matteucci, S. D; Rodríguez, A. y Silva, M. (eds.), *Ecorregiones y Complejos Ecosistémicos Argentinos*. Buenos Aires: Orientación Gráfica Editora S.R.L.
- Mercado de la Estepa (s/f). ¿Qué es el Mercado de la Estepa? Disponible en <http://www.mercadodelaestepa.com.ar/>, consultado el 28 de septiembre de 2016.
- Ministerio de Educación y Derechos Humanos del Gobierno de Río Negro. (s/f). *Mapa escuelas*. Disponible en <https://educacion.rionegro.gov.ar/>, consultado el 15 de marzo de 2016.
- Ministerio de Turismo de Río Negro (2015). *Turismo*. Disponible en <http://www.rionegrotur.gov.ar/?contID=23174>, consultado el 26 de marzo de 2016.
- Molina, S. y Rodríguez, S. (1991). *Planificación integral del turismo, un enfoque para Latinoamérica*, México: Trillas.
- Navarro, D. (2012). *Instalaciones turísticas en la historia del turismo argentino*. X Jornadas del CIUDA. Mendoza: Universidad del Aconcagua.
- Navarro, D. (2015). *Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración*, Cuadernos de Turismo, 35.

- OMT (2012). *Global Report on City Tourism- Cities 2012 Project AM Report*, 6. Madrid: UNWTO.
- Patagonia (2015). *San Carlos de Bariloche*. Disponible en http://www.patagonia.com.ar/San+Carlos+de+Bariloche/732_Fiesta+de+las+Colectividades+Europeo-Argentinas.html, consultado el 28 de septiembre de 2016.
- Quiroz, R.; Delfino, R.; Cuch, S. y Merello, R.I. (1983). *Diccionario Geográfico de ambientes acuáticos continentales de la República Argentina. Parte I. Ambientes lénticos*. Instituto Nacional de Investigación y Desarrollo Pesquero, Departamento Aguas Continentales.
- RATURC. (s/f). Red Argentina de Turismo Rural Comunitario. Disponible en <http://raturc.desarrolloturistico.gov.ar/>, consultado el 12 de enero de 2016.
- Sancho, A. (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid: OMT.
- Schlüter, R.G. (1992). *Impacto ambiental y socioeconómico del ecoturismo. El Caso San Carlos de Bariloche Argentina*. Turismo en Análisis, 3 (1).
- Secretaría de Turismo y Cultura de Dina Huapi (s/f). Disponible en <https://www.facebook.com/DinaHuapiTurismo>, consultado el 15 de febrero de 2016.
- SIB. (s/f). Sistema de Información de Biodiversidad. Área Río Negro. Disponible en http://www.sib.gov.ar/area/RIO%20NEGRO*LJ*Laguna%20Los%20Juncos, consultado el 2 de octubre de 2016.
- Sociedad Rural Bariloche (2017). *Expo 2017*. Disponible en http://ruralbariloche.com.ar/expo_2017.php, consultado el 5 de mayo de 2017.
- Tren Patagónico (s/f). *Inicio*. Disponible en http://www.trenpatagonico-sa.com.ar/esp/index_2.html, consultado el 2 de octubre de 2016.
- Vera Rebollo, J. (1992). *La dimensión ambiental de la Planificación Turística: Una nueva cultura para el consumo turístico*, Papeles de Geografía, 18.



Planificación turística I: Formulación

Reflexiones desde el oeste argentino



Dos décadas de reflexiones alrededor del tema de la Planificación Turística dan origen a esa publicación. El libro se nutre de la experiencia de participar y/o dirigir formulaciones, evaluaciones e implementaciones de planes, así como de la elaboración de artículos científicos, informes técnicos, ponencias en reuniones científicas y ejercicios de cátedra.

Se trata de productos intelectuales sobre el fenómeno de la Planificación Turística que abordan diferentes planos del Estado (nacional, provincial y municipal), en distintos formatos: ensayo, informe técnico, escrito teórico y planes.

Acaso el valor principal de esta obra radique en dejar registro de reflexiones y acciones que con mayor o menor trascendencia han configurado los conocimientos y las prácticas sobre la concepción y la gestión del turismo en nuestros días y en nuestra geografía: una serie de fotografías sobre razonamientos y decisiones que con el tiempo ayudarán a comprendernos.



UNIVERSIDAD DEL
ACONCAGUA

ISBN 978-987-4971-15-9

