

Este documento ha sido descargado de:  
This document was downloaded from:



**Portal *de* Promoción y Difusión  
Pública *del* Conocimiento  
Académico y Científico**

**<http://nulan.mdp.edu.ar>**

# CONTRIBUCION PARA LA DEFINICION DEL PRODUCTO DE TURISMO ECOLOGICO EN FUNCION DEL INTERIOR DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES

# Marcela Bertoni

## 1. Introducción

El presente trabajo es parte integrante del proyecto de investigación **Centros Urbanos de Buenos Aires: Puesta en valor y desarrollo de red turístico recreacional**, del Centro de Investigaciones Turísticas de la Universidad Nacional de Mar del Plata.

Las diferentes regiones ambientales que singularizan el territorio de la Provincia, permiten inferir el potencial de la diversidad de recursos para la puesta en valor de recursos en función de la actividad turística recreativa.

La puesta en valor de los *recursos naturales*, tales como ríos, arroyos, lagos y lagunas, humedales, médanos, lomadas y cordones serranos, y las actividades recreativas a las que le dan sustento, implica la integración en alternativas de productos de *turismo ecológico*, como una de las modalidades del turismo alternativo.

El planteo de la actividad turístico recreativa es desde la perspectiva del modelo de *turismo alternativo*. Este se caracteriza por una oferta con un patrón de distribución espacial disperso y de baja densidad, y emprendimientos turísticos de pequeña escala de propiedad local y familiar. Asimismo, por una demanda de bajo volumen, segmentada y/o especializada, que realiza actividades vinculadas a la naturaleza y la cultura, a lo largo de todo el año.

El turismo ecológico incluye actividades basadas en la naturaleza y pone énfasis en la sustentabilidad y contenido interpretativo de las prácticas. Por lo tanto, esta conformado por una gran variedad de productos turísticos, servicios y experiencias recreativas.

El presente trabajo se propone como objetivo, valorar la actualidad y la potencialidad del turismo ecológico en el interior de la Provincia de Buenos Aires, identificando actores y roles y productos principales.

A los efectos de atender a este objetivo primero se caracteriza las restricciones y potencialidades de la promoción o desarrollo del turismo ecológico. En primer lugar, en función de las variaciones en calidad y disponibilidad de recursos naturales, y en segundo, de la experiencia o vocación de actores sociales vinculados al sector de la prestación de la actividad, de la gestión pública del turismo, y de la comunidad residente en general.

Por otra parte, se analizan también las alternativas potenciales y reales de turismo ecológico, que puedan ponerse en valor y desarrollarse como productos auténticos.

## **2. El turismo ecológico como una modalidad del turismo alternativo**

El *turismo alternativo* se constituye en una modalidad del turismo que surge a raíz de las nuevas demandas turístico recreativas de los individuos. Su diferencia con las prácticas tradicionales es, fundamentalmente, la integración de la actividad con el paradigma de desarrollo sostenible, a través de conservación de los recursos naturales, la revalorización del patrimonio cultural y la mejora en la calidad de los servicios.

Por lo tanto, este modelo, surge en contraposición al modelo de turismo masivo a partir de la opción de productos turísticos no tradicionales. Donde se rescata el ambiente natural y cultural como elemento principal de la vivencia de ocio. Lo que implica, por un lado, compatibilizar la conservación de los recursos turísticos existentes con el desarrollo turístico. Por el otro, procurar la calidad de la experiencia recreativa a través de una integración con la comunidad residente del destino turístico.

En definitiva, cabe señalar que la diferencia central de esta actividad no está en la modalidad de viaje, sino en la calidad de la experiencia recreativa y la satisfacción de las expectativas y motivaciones de los participantes de las distintas modalidades que adopta esta práctica.

Este nuevo modelo adopta distintos nombres según el enfoque del destino la práctica o la filosofía. En particular, su desarrollo en el medio natural, tiene que ver con razones específicas (Vera et al.) a saber:

- *La aparición del turismo alternativo, que incluye al turismo rural y de espacios naturales se ha visto favorecida por cuestiones de carácter material y cultural, que explican el desarrollo y fuerte crecimiento del fenómeno turístico en general.*

Las tendencias de la nueva demanda de espacios naturales y culturales son la búsqueda de oferta originales e innovadoras y la no reiteración de sus viajes. En este sentido cabe consignar que la calidad es una exigencia para la localidad, debido a que la decisión se vincula a la calidad del producto turístico gran autenticidad y calidad y a la creciente e intensa competencia

- *El agotamiento del turismo convencional debido a la saturación y deterioro de los destinos turísticos tradicionales.*

Estas condiciones de deterioro son notorias y están preocupando paulatinamente a todos los actores sociales. Por ello, la demanda turística busca ofertas con mejores calidades ambientales, más novedosas, más atractivas y satisfactorias.

El término calidad ambiental no se relaciona sólo con la calidad del paisaje sino que engloba, además, conceptos como la calidad ambientales sensorial total en relación al consumo de recursos naturales.

- *El desarrollo del ecologismo como paradigma proyectable sobre todos los ámbitos de la vida y la consolidación de la cultura ambiental.*

El movimiento ambiental es una respuesta social a una crisis de la civilización que cuestiona los aparatos del estado, las practicas productivas ,y los patrones sociales de consumo. Es la expresión de un proceso ideológico más que político que presenta demandas y se inscribe en perspectivas de cambio globales complejos y con reivindicaciones específicas de la relación sociedad naturaleza. Donde se ponen de manifiesto aspectos objetivos y subjetivos de la calidad de vida.

- *La mercantilización de lo eco y de la naturaleza que adquiere valor como bien consumo.*

De hecho existe una progresiva sensibilización de la opinión publica sobre la problemática ambiental. Actualmente esta conciencia de los problemas ecológicos implica una mayor valorización de los recursos naturales y una tendencia al consumo de espacios naturales no deteriorados. Desde el sector empresarial se ha propiciado en la comercialización de productos ecológicos o verdes, a los fines de responder a las necesidades de la demanda

En síntesis se puede definir al turismo ecológico como *viaje medio ambientalmente responsable y visitas a áreas naturales relativamente poco intervenidas, a los efectos de disfrutar y apreciar la naturaleza y cualquier expresión cultural (pasadas o presentes) que promueva la conservación, tenga bajo impacto del visitante, y promueva activación socio económica cuyos beneficios involucren a la población local.* (Ceballos – Lascurian, 1996)

Esta definición enfatiza principalmente tres aspectos:

En primer lugar se destaca el recurso natural como referente principal de las practicas turístico recreativas destacando su carácter singular y distintivo y servicios de ocio que reporta en consideración de su calidad ambiental que satisfacen las necesidades de los usuarios.

Otra cuestión es que las practicas deben ser bajo o nulo impacto ambiental. Por lo tanto, requiere de una adecuada organización y diseño de las alternativas de oferta para evitar grandes grupos de visitantes con el objetivo de preservar el recurso y satisfacer ecoturistas que aspiran a disfrutar de una alta exclusividad y privacidad.

Y por último, importa que los beneficios del turismo queden para la población local. Esto implica que se propicie una gestión participativa del turismo donde la conservación del recurso, tanto desde la gestión como la acción comunitaria deben abarcar una pluralidad de necesidades. Esta orientación de las

necesidades en el plano personal deben responder a vocaciones y motivaciones que dentro de su diversidad, convergen a una sola meta lograr una mejor calidad de vida para todos.

### 3. El turismo ecológico en la región

El interior de la provincia de Buenos Aires tiene potencialidad para el desarrollo del turismo ecológico dadas sus condiciones ambientales, pero de hecho la actividad turística recreativa que existe es acotada e incipiente. Aunque, a partir de entrevistas realizadas a informantes claves se observa vocación de distintos actores sociales (público y privado), para la actividad turística como una alternativa diversificadora de las economías locales.

#### 3.1. Calidad y disponibilidad de los recursos

El *recurso natural*, es entendido como la unidad natural valorable actual o potencial, susceptible de constituirse en oportunidad, escenario y paisaje de la actividad turística y recreativa. (Mantero et al., 1997). Los factores que confieren al recurso la condición de actualidad y/o potencialidad turística son de dos tipos:

- Unos *internos*, que hacen referencia a las cualidades y valores específicos del recurso analizan las variables atractividad vinculadas principalmente a condiciones de calidad ambiental y aptitud expresada en términos de tipos y niveles de prestación de servicios.
- Otros *externos*, que son aquellos que se pueden ejercer una influencia en el flujo turístico con destino al recurso y se pueden relacionar las condiciones de accesibilidad física, económica y de derecho de propiedad.

La calidad y disponibilidad recursos naturales en el área objeto de estudio es variable, pero a partir de la evaluación y valoración efectuada de los recursos se determina como las zonas más aptas para la promoción y desarrollo del turismo ecológico aquellas con biodiversidad sobresaliente.

El *valor de biodiversidad* de la provincia de Buenos Aires, en términos generales, es medio. Pero se destacan regiones con valores de biodiversidad sobresaliente: *las Encadenadas de oeste, Lagunas encadenadas de Chascomús, Bahía de San Borombón, Zona de Derrame Sistema Tandilía, Sierra de la Ventana*. (Bertonatti et al., 2000).

Esta condición de biodiversidad sobresaliente implica la consideración tres aspectos importantes: la singularidad, la diversidad paisajística y las condiciones biológicas que se vinculan principalmente con la variable de atractividad.

El valor de singularidad establecido para la región es medio alto, ya que las características físicas de esta región se dan únicamente en el Uruguay. (Bertonatti et al., 2000). Esta condición implica que hay un paisaje único: *la pampa* en el país que resulta ser una característica distintiva.

Estas regiones representan, también, los tipos de recursos naturales dominantes: *lagunas* en las zonas de las encadenadas del oeste y las Encadenadas de Chascomús, *sierras* en los Sistemas de Tandilia Y Ventania, *reservas* en el área de la Bahía de Samborombón, por lo tanto, se presenta una alta diversidad de paisajística. Así mismo, la localización de estas zonas tiene una dispersión importante en el territorio.

El último aspecto a tener en cuenta es de índole biológica, la mayor diversidad remite al concepto de resiliencia (Holling, 1973) que se refiere a la capacidad de los sistemas ecológicos de absorber perturbaciones sin sufrir transformaciones cualitativas. Es decir que estas zonas tienen mayor una capacidad de adaptación al cambios que pueda producir la actividad turístico recreativa

Los grados de acondicionamiento que presentan estas zonas presentan diferencias tanto al comparar las zonas entre sí, como al analizarlas al interior de cada partido. Los niveles de aptitud turística varían según ciertas condiciones relativas a la proximidad de urbanizaciones, la tradición turística del destino y la disponibilidad de campings.

En términos generales, se puede asumir que la proximidad de centros urbanos implica un mayor grado de acondicionamiento y cierto umbral de servicios. Cabe aclarar que esta situación esta condiciona a que las distancias centro/recurso preferentemente no sean mayores a 50 km y a que la cantidad de población de la localidad alcance un número de al menos 10.000 hab.

Sin duda, las localidades con cierta tradición turística cuentan con más equipamiento turístico tales como los casos de Chascomús, Tandil, Caruhe y Sierra de la Ventana. En el resto varían en función de lo descripto precedentemente.

Otra cuestión importante es la existencia de campings, ya que ésta es una de las modalidades de alojamiento más requeridas para aquellos que quieren estar en contacto con la naturaleza. En las zonas mencionadas esta alternativa esta bastante difundida, existiendo campings de características y calidades diversas en todas las áreas en cuestión excepto en las reservas de Smborombón .

Respecto de la accesibilidad hay varios aspectos a tener en cuenta por un lado la proximidad con centros emisores, las condiciones de acceso desde los posibles centros receptores y el dominio.

Por la proximidad de centros emisores están en mejor posición aquellas que se encuentran próximas a Buenos Aires y Gran Buenos Aires, tal el caso de las encadenadas de Chascomús. También Tandil cuenta con ventaja porque esta próxima a Mar del Plata.

La accesibilidad desde los centros receptores en el caso de las lagunas y sierras están aquellas próxima a la zona urbana que tienen mejor acceso las restantes en su mayoría el acceso esta limitado a caminos vecinales intransitables cuando llueve. En el caso de las reservas de Bahía de San Borombón son inaccesibles

por tierra, sólo puede accederse por la ría de Gral. Lavalle. Aunque, podemos decir que la evaluación de esta condición es variable, en el sentido, de que para algunas alternativas de turismo ecológico las condiciones de accesibilidad son necesarias en otras las condiciones regulares o malas son deseables.

La mayoría de la oferta de recursos naturales de uso recreativo actual existente es de dominio público o privado en manos de entidades intermedias y particulares. En caso del espacio público este se concesiona y en el privado se realizan comodatos, por lo tanto en este sentido el acceso a los recursos ofertados estaría casi garantizado. Pero limitado en los espacios privados con potencialidad turística.

Entonces, a modo de síntesis, respecto de las condiciones de calidad y disponibilidad de sus recursos de las áreas mencionadas se pueden establecer que:

- De las zonas mencionadas la mayor calidad (atractividad) puede asignársela a las reservas de la Bahía de Samborombón ( Reserva Integral Bahía de Samborombón, Ricón Ajó y Monumento Venado de las pampas de FVSA) ya que, esta zona presenta escasos grados de intervención humana cuenta con un hábitat único Los Cangrejales y con una especie autóctona endémica el venado de las Pampas. Pero en relación a la disponibilidad, tiene nulo acondicionamiento turístico y el acceso es casi restringido.
- Las zonas de lagunas tienen actividad turística recreativa que difiere en desarrollo, presentando un mayor uso turístico recreativo el grupo de las Encadenadas de Chascomús, con la ventaja de estar próximas al principal centro emisor de la provincia. También al interior de las regiones, la actividad turística es diferencial, en el caso de las Lagunas de Chascomús y Caruhe la fluencia de recreacionistas es importante y no así, en las restantes lagunas, cuyos grados y tipos de utilización son diferentes.

En ambos casos, tanto del NE como del SO, es muy significativa la actualidad y la potencialidad turística, teniendo en cuenta que las lagunas tienen diversidad paisajística, cuentan con un umbral de prestación de servicios adecuado y su acceso desde los centros emisores está en condiciones buenas y regulares. Aunque, la limitación para la puesta en valor es que la mayoría son de dominio privado con lo cual el acceso está restringido a la cesión del espacio por parte de los dueños de los campos.

- En los sistemas serranos el mayor desarrollo de la actividad se da en el Sistema de Tandilia, principalmente asociado a la localidad serrana de Tandil, donde las prácticas turísticas recreativas están más generalizadas. En el caso de Ventania es más puntualizado en las Villas Sierra de la Ventana, que es que tiene más difusión, y Villa Arcadia que es menos utilizado. Las condiciones del paisaje implican que tienen una alta atractividad, además cuentan con las prestaciones de servicios necesarias y su acceso no presenta dificultades en las zonas urbanizadas.

- Las actividades deportivas en espacio natural de momento tales como la caza y la pesca son productos consolidados en la Provincia. En primer caso es más puntal y menos difundida, dado que, generalmente, se da en cotos particulares. En cambio, la pesca es absolutamente generalizada tiene una muy alta promoción y su espacio es casi la totalidad de las lagunas de la Provincia. Otras practicas deportivas tales como el trekking, el avistaje de aves, rappel, etc. tienen un nivel de promoción de la prestación menos significativa, esta en mano de aficionados y tiene una alta potencialidad para captar segmentos de usuarios específicos.

### **3.2. Los actores sociales**

La promoción del turismo ecológico plantea un problema ético en la definición de productos auténticos tanto para quienes lo comercializan como para los que lo planifican; ya que, el término crea expectativas de ciertos estándares de calidad y cuidado del recurso, que se da a través de practicas ecoturísticas sustentables.

Por lo tanto, se deben establecer las competencias de los actores involucrados, a los fines de crear una estrategia para el desarrollo del turismo que revitalice los recursos naturales, el diseño de una oferta no concentrada y de pequeña escala y de la gestión local del producto a obtener.

En consecuencia, el Municipio tiene el rol principalmente de promotor y regulador de la actividad, fomentando el asociativismo entre sectores y servicios. Mientras que, el sector privado tiene la necesidad de diseñar productos y servicios turísticos, diferenciados y congruentes con la realidad natural con la cual operan, buscando nichos concretos en los que poder posicionarse de manera competitiva.

Respecto de la promoción y desarrollo del turismo en el interior de la provincia de Buenos Aires aparecen ciertas condiciones restrictivas y favorables para el fomento de la actividad, tanto en el sector público como en el privado y en la comunidad en general.

En el ámbito de la *gestión pública* entre las restricciones principales deben considerarse, la ausencia de conocimiento claro y preciso de las posibilidades reales de la región y a la falta una valoración completa de lugares y servicios.

Aunque la provincia en los dos últimos años ha desarrollado el Plan Estratégico de Turismo y ha definido regiones y consorcios turísticos, a nivel municipal en localidades sin tradición turística alguna, existe una falta de experiencia y conocimiento del tema que se refleja en la ausencia de definición de políticas turístico recreativas claras. De hecho donde se han adoptado medidas en este sentido éstas son escasas, puntuales y sesgadas.

A esto se le suma además la escasa disponibilidad de recursos humanos y económicos, para el desarrollo del turismo. En muchos casos la dependencia funcional del turismo esta vinculada y subordinada a otro área (deporte, cultura,



medioambiente, etc.), la cantidad de personal promedio dedicados al área es dos con capacitación técnica en la materia relativa o escasa.

Excepto en las localidades con cierta experiencia en turismo y con productos turísticos consolidados, en el resto de las localidades la cuestión del turismo aparece a raíz de política de promoción de la Subsecretaría de Turismo de la provincia. Con lo cual, a nivel local, el desarrollo de turismo responde, en algunos casos, solo a la necesidad de encontrar a alguna alternativa económica para mitigar la situación crítica que atraviesan las localidades y, en otros, realmente hay convicción y vocación para la actividad turístico recreativa. En consecuencia, los grados de consenso social para la promoción de la actividad difieren en los distintos municipios.

Entre las condiciones favorables cabe mencionar que los municipios que han optado por la gestión turística se están haciendo esfuerzos para la promoción de la actividad turística. Pero en algunos partidos se está propiciando, también la concientización y valoración del patrimonio natural y cultural de la localidad por parte de la comunidad.

Además existe una política importante de parte de algunos municipios de propiciar micro emprendimientos recreativos, artesanales, de servicios, con este propósito de atender al turismo.

Por último, en muchos casos la falta de tradición turística es favorable para la construcción de una imagen de la localidad teniendo en cuenta singularidades y atributos más salientes.

En cuanto *al sector privado*, el mismo carece de información suficiente para determinar el riesgo empresarial a ser soportado y de las posibilidades de rentabilidad a medio y largo plazo. En la mayoría de los casos, donde existen algunas iniciativas, el ámbito de actuación de estas empresas en raras ocasiones traspasa los límites regionales y están circunscriptas a un mercado puntual, con demandas mínimamente consolidadas, que coincide con los fines de semana.

Sin embargo, se observan algunas condiciones propicias, tales como la disposición de servicios turísticos básicos (alojamiento y gastronomía principalmente) que garantizan un umbral mínimo de prestación en esta etapa de despegue de la actividad turística.

Las empresas de servicios turísticos básicos en su mayoría son locales con lo cual, los beneficios generados por esta actividad permanecen en la localidad. La actividad turística se caracteriza por empresas de pequeño y mediano tamaño, cuya localización está determinada por la existencia de particularidades ambientales de los recursos naturales. Donde, las instalaciones y las prestaciones están vinculadas a las familias residentes del lugar, favoreciendo de este modo la permanencia de la población en zonas rurales.

En particular, respecto de algunas practicas deportivas al aire libre, una singularidad es que estas practicas en su mayoría surgen por iniciativa de los jóvenes aficionados, que en función de la demanda, pueden crear un negocio.

Respecto de la *relación entre el sector publico y privado* presenta como una vulnerabilidad la falta de asociativismo entre los sectores que a la hora de competir con productos similares esta desintegración dificulta las estrategias de promoción. De todos modos, se registran en casos puntuales e incipientes de trabajos conjuntos a los cuales aún no se les puede asignar el carácter integral que debiera tener la actividad turística recreativa.

Por otra parte, ambos sectores otorgan, a la actividad turística importancia, principalmente, desde una perspectiva económica. Es decir, el turismo es considerado como un generador de rentas en el lugar de destino, que favorece la creación de empleo, el aumento de los ingresos públicos y el fomento de la actividad empresarial. Teniendo en cuenta, además, que todos estos aspectos, repercuten positivamente, no sólo en los sectores de directa vinculación con la actividad, sino también en el resto de los sectores de la economía a través del efecto multiplicador.

Sin embargo, la situación actual de la actividad, condiciona el grado de impactos socioeconómicos esperados. De hecho los ingresos por la actividad existente son exiguos y el empleo que se genera no es significativo.

A modo de **síntesis**, de la situación del turismo ecológico en la provincia de Buenos Aires, en función de la definición de turismo ecológico presentada, se puede concluir que:

Si la mayor valoración de los recursos naturales se da cuando los niveles de intervención humana sobre los recursos es menor, la condición de atractividad es la determinante para el desarrollo del producto ecoturístico; ya que, las condiciones de aptitud y accesibilidad se relativizan o potencian en virtud de la autenticidad del recurso y los grados de especialización de la demanda.

Con relación, al segundo aspecto de la definición, debe tenerse en cuenta el nulo o bajo impacto de la practicas. En este sentido, se debe plantear la siguiente distinción en al menos dos tipos extremos: las practicas de turismo ecológico en sentido estricto, que son pocas, dispersas, especializadas y con una muy alta potencialidad; y las practicas recreativas en espacios naturales generalizadas, concentradas y consolidadas. Estas últimas, si bien por definición no son practicas ecoturísticas, no son subestimables tanto para el ordenamiento de la actividad turística y la preservación y mejoramiento del recurso base como considerando el hecho de que representan una demanda importante de recreacionistas.

Por último, la intervención del empresariado local en sector de servicios asegura la relativa disponibilidad de prestaciones de la actividad e implican los beneficios que reporta el turismo, que si bien no son significativos, éstos se distribuyen a nivel local mejorando las economías regionales.

#### 4. Consideraciones para la definición del producto turismo ecológico

Un producto no es solo un bien o servicio reservado a una función dada, sino que también es un objetivo inserto en el marco y los hábitos de vida de los individuos. Este objetivo tiene múltiples asociaciones simbólicas, diferentes según el contexto socio cultural. En cuanto a su estructura el producto turístico recreativo, esta compuesto por: el producto principal, los productos periféricos y los productos complementarios. (Valls, 2000).

El *producto principal* es algo determinado y responde a la motivación básica del consumidor, por la cual decide desarrollar unas determinadas actividades turísticas recreativas. Esta motivación puede ser de diversa índole la naturaleza, la cultura, un acontecimiento programado, una practica deportiva, etc.

- Los *productos periféricos* son aquellos que acompañan estrechamente al producto principal y sin los cuales es imposible que se produzca una experiencia recreativa satisfactoria de uso, relacionada con la motivación principal del consumidor. Son productos periféricos el alojamiento, la gastronomía, la facilidad de acceso, en función de la señalización, las infraestructuras y los medios de transporte, y el sistema de información turística.
- Los *productos complementarios* son aquellos que complementan al producto principal y a los periféricos dándole valor y atractivo, de modo tal que se pueda personalizar e identificar un producto final.
- El *producto final* tiene una estructura totalmente consolidada e integrada entre el principal, lo periféricos y los complementarios como para ofrecer la satisfacción que busca el consumidor. En este sentido, esta concepción del producto final requiere de la aplicación de criterios de integración de los distintos productos para que los usuarios los perciban como una unidad con capacidad de atracción.

En la modalidad de turismo ecológico están incluidos una gran variedad de productos turísticos, servicios y experiencias, que van desde actividades recreativas basadas en la naturaleza en general, hasta aquellas que ponen énfasis en la sustentabilidad y de un gran contenido interpretativo.

Los diferentes productos deben ser diseñados con un criterio de integridad para que sea una unidad capaz de atraer. El diseño esta relacionado con el desarrollo de productos auténticos y de calidad y una efectiva comercialización y promoción de esos productos entre los potenciales usuarios.

Otro aspecto importante, es la sostenibilidad en el turismo ecológico, los recursos naturales dado que son la materia prima puesta a disposición de la satisfacción los consumidores que reclaman calidad medio ambiental para el desarrollo de actividades de ocio.

En el área objeto de estudio, la promoción o desarrollo de ecoturismo tiene diversos problemas debidos a variaciones en calidad y disponibilidad del sector de prestación de la actividad. Donde esta presente un rango mínimo de productos con ausencia de uniformidad o acuerdos respecto de estándares y definición del producto ecoturístico.

Respecto de la demanda en se puede decir que en general los son atraídos por el medio ambiente natural. En este sentido se distinguen al menos dos grupos algunos que buscan una experiencia de inmersión total y otros que desean estar en un centro urbano realizar vistas a la naturaleza de poca duración.

La ventaja del segundo tipo de experiencias es que un relativo mayor numero de personas puede disfrutar del contacto con la naturaleza y se puede realizar un eficiente y sustentable uso del medio natural. A veces con un menor impacto, respecto de los que están totalmente inmersos en la naturaleza.

El tamaño exacto y la naturaleza de la demanda de turismo ecológico es incierto. Sin embargo las tendencias claras son que el interés por el medio ambiente natural es creciente y esta dado en el rol primario de la naturaleza atrayendo turistas hacia destinos específicos.

En la Argentina el turismo ecológico es una actividad económica que ha demostrado un crecimiento sostenido. La cantidad de visitas a áreas protegidas ha aumentado en los última década, así como también la cantidad de observadores de aves. El numero de turistas que vistan reservas y parques es de 1500000, de los cuales algo de 600.000 se dirigen a reservas de jurisdicción provincial. (Bukart et al., 1997 en Bertonatti et al. 2000).

En la provincia de Buenos Aires no hay estudios concretos sobre el perfil de la demanda de turismo ecológico. Con lo cual, a los fines de caracterizar los productos del territorio se analizan los cuatro perfiles psicográficos definidos por Plog:

- *Alocéntrico*. Tiene variedad de intereses. A la hora de escoger un destino, busca cultura y entornos muy distintos a los suyos. Una región ideal debe proporcionarle estímulos mentales y físicos intensos. Los requisitos de lugar en cuanto a equipamiento y servicios son mínimos.
- *Semialocéntrico*. Este es un segmento de mercado susceptible de ser atraído por una promoción turística organizada. Posee muchas características del alocéntrico pero busca una experiencia dentro de un ambiente de confort y seguridad.
- *Psicocéntrico*. Prefiere un entorno familiar cotidiano y actividades más pasivas. Le da importancia a los servicios turísticos. Prefiere las estadías cortas.
- *Mediocéntrico*. Tiene necesidad de seguridad no visita lugares nuevos prefiere los productos estandarizados. Le interesan los ambientes algo diferentes de su entorno habitual.

En definitiva, la calidad y disponibilidad de recursos, los intereses, experiencia y vocaciones de los actores sociales directamente vinculados a la actividad y la promoción y desarrollo del producto turístico, son los factores determinantes de la conformación de productos de turismo ecológico en la provincia de Buenos Aires.

Esos productos turísticos pueden clasificarse según el grado de actualidad en productos *potenciales, reales y consolidados* en función de su operatoria en productos *organizados y no organizados*. En el primer grupo, a su vez se distinguen dos subgrupos productos *diferenciados y estandarizados*. Del mismo modo, en el segundo, se presentan los subgrupos *especializados en turismo ecológico y generalistas en áreas naturales*.

**En síntesis** de los productos de turismo ecológico en la región se presenta el siguiente cuadro:

<b>Recurso / Actividades</b>	<b>Producto</b>		<b>Equipamiento</b>	<b>Perfil de demanda</b>
Reservas	Potencial Actual	No Organizado Especialista	Nulo Nulo	Alocéntrico
Lagunas	Potencial		Nulo	
	Real	No Organizado Especialista / Generalista	Escaso/Suficiente	Alocéntrico / Semialocéntrico
	Consolidado	Organizado / No Organizado Estandarizado / Generalista	Excesivo	Psicocéntrico / Mediocéntrico
Sierras	Potencial		Nulo	
	Real	No Organizado Especialista / Generalista	Escaso/Suficiente	Alocéntrico / Semialocéntrico
	Consolidado	Organizado / No Organizado Estandarizado / Generalista	Excesivo	Psicocéntrico / Mediocéntrico
Pesca	Real	No Organizado Especialista / Generalista	Escaso/Suficiente	Alocéntrico / Semialocéntrico
	Consolidado	Organizado / No Organizado Estandarizado / Generalista	Excesivo	Psicocéntrico / Mediocéntrico
Caza	Real	No Organizado Especialista /	Escaso/Suficiente	Alocéntrico / Semialocéntrico
Observación de aves	Potencial Real	No Organizado Especialista /	Nulo Suficiente	Alocéntrico / Semialocéntrico
Otras actividades	Potencial Real	No Organizado Especialista /	Nulo Suficiente	Alocéntrico / Semialocéntrico

## 5. Conclusiones

La gestión local del turismo ecológico tiene carácter inter y multidisciplinario en todas las etapas de desarrollo, tanto en el aspecto técnico como en el operacional. Se entiende que el turismo ecológico no tiene un fin en sí mismo, ni es un procedimiento aislado, sino tiene una interdependencia permanente con el proceso de desarrollo socioeconómico de la comunidad local. Es decir, que es necesaria la integración entre el medio natural, la actividad turística y el residente.

Por lo tanto, para el diseño del producto ecoturístico, debe ser un requisito prioritario la conservación de las áreas naturales y el beneficio directo a la población local. Pero los intereses contradictorios de los diferentes sectores hacen difícil la promoción de un producto sustentable y las buenas intenciones no son suficientes. Por lo que, se pone de manifiesto la importancia del soporte de una estructura política para una gestión de turismo sustentable. Así como, la adecuación del sistema socioeconómico en la aplicación práctica de los principios de la sustentabilidad.

En definitiva, el producto de turismo ecológico puede ser una contribución a la diversificación de la economía local, que en muchos casos poco se aleja de la economía tradicional vinculada al sector agrario, provocando un desarrollo endógeno, sostenido y equilibrado. Esto puede ir aparejado además, en el área que se desarrolla la mejora en distribución de ingresos para la población, fomentando su arraigo, el equilibrio regional y un flujo de relaciones entre las áreas rurales y urbanas.

## 6. Bibliografía

- AZQUETA OYARZUN, D. PEREZ y PEREZ L. *Gestión de Espacios Naturales*. Compilación. Mc Graw Hill. Madrid, 1996.
- BENAYAS DEL ALAMO, Javier. *Paisaje y Educación Ambiental*. MOPT Madrid, 1992.
- BERTONATTI C. Y CORCUERA, J. "*Situación Ambiental Argentina 2000*", Fundación Vida Silvestre Argentina. Buenos Aires, 2000.
- BUCHINGER, María. *Turismo, recreación y medio ambiente*. Ed. Universo Buenos Aires. 1996.
- BOTE, Venancio. *Turismo en espacio rural. Rehabilitación del patrimonio sociocultural y de la economía local*. de Popular. Madrid. 1993.
- BOULLÓN, ROBERTO. "*Ecoturismo. Sistemas naturales y urbanos*". Publicación Temas de Turismo, Librerías Turísticas, 1993.
- CASILLAS BUENO, J.C., MORENO MENÉNDEZ, A., OVIEDO GARCÍA, M., "*El turismo alternativo como un sistema integrado: consideraciones sobre el caso andaluz*". Estudio Turísticos, Nro. 125, pp.53-75, 1995.
- DEL REGUERO OXINALDE, MIGUEL, "*ECOTURISMO. Nuevas formas de turismo en el espacio rural*". Ed. Bosch, Barcelona, 1994.
- GARCÍA CUESTA, JOSÉ LUIS, "*El turismo rural como factor diversificador de rentas en la tradicional economía agraria*", Estudios Turísticos, Nro. 132, pp. 47-61, 1996.

- GIL, FERNANDO, “Nuevas formas de turismo en los espacios rurales españoles”. Estudios Turísticos, Nro. 122, pp.15-39, 1994.
- GODFREY, KERRY, “ Attitudes towards ‘sustainable tourism’ in the U. K.: a view from local government”. Tourism Management, Vol. 19, Nro. 3, pp. 213-224. 1998).
- HIGGINS, BRYAN “ The global Structure of the Nature Tourism Industry: Ecotourist, Tour Operators and Local Businesses”. Journal of Travel Research. Vol. XXXV, Nro. 2, Fall 1996.
- LENO CERRO, Francisco. *Técnicas de evaluación del potencial turístico*. MICYT. Madrid. 1993.
- MURNER, G. Y ZIMMERLI, R.” *Emprendimientos de Turismo Alternativo en la Provincia de Misiones*”. Fundación Placido Nosiglia, Ed. Imagen, 2000.
- NIDING, M., RIVERO, A. Y ZAMUDIO, A. “Tendencias mundiales del mercado turístico. Turismo alternativo en Misiones: Perfil de la Demanda” Potencial, Estudios Regionales, UNAM, Año 9, Número 18, pp. 7 - 16, Noviembre 2000.
- NIDING, MARINA. “Turismo, municipio, comunidad local y desarrollo”. Estudios Regionales, UNAM, Año 9, Número 18, pp. 45 - 55, Noviembre 2000.
- PLOG, STANLEY, *Developing and Using Psychographics in Tourism Research*, Part Four Some Disciplinary Perspectives, pp. 209 – 218.
- ROSS, S. WALL, G.“ *Ecotourism: Towards congruence between theory and practice*”. Tourism Management, Vol. 20, Nro. 1 pp. 123-132, 1999.
- TISDELL, CLEM “ *Ecotourism, Economics and the Environment Observations from China*”. Tourism of Travel Research Vol. XXXIV, Nro.4, Spring 1996.
- VALLS,JOSEP, “ Gestión de empresas de Turismo y Ocio. Ed. Gestión, 2000.
- WIGHT, PAMELA “ *North American Ecotourist: Market Profile and Trip Characteristics*”. Journal of Travel Research, Vol. XXXIV, Nro. 4, Spring 1996.

---

# Datos Autor:

Licenciada en Turismo  
 Centro de Investigaciones Turísticas  
 Facultad de Ciencias Económicas y Sociales  
 Universidad Nacional de Mar del Plata  
 Funes 3250 7600 Mar del Plata  
 e- mail: [marber@mdp.edu.ar](mailto:marber@mdp.edu.ar)