
APORTES y Transferencias



Año 7

Volumen 1

2003

Mar del Plata

Centro de Investigaciones Turísticas
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Universidad Nacional de Mar del Plata

Centro de Documentación

Instituto de Investigaciones
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Universidad Nacional de Mar del Plata
cendocu@mdp.edu.ar
<http://eco.mdp.edu.ar/cendocu/>

DESARROLLO DE DESTINOS TURISTICO-RECREATIVOS. OBERA Y AREA DE INFLUENCIA

Emilce B. Cammarata Arrieta, Rocío I. Esquivel, Daniela Krieger.
Universidad Nacional de Misiones
emilce@invs.unam.edu.ar / cammae@arnet.com.ar

Resumen

La gestión de destinos turístico – recreativos parte del análisis del uso del suelo en los problemas de desarrollo. La perspectiva de ordenamiento territorial en Oberá (Misiones, Argentina) y área de influencia, apunta a reconocer el modelo conceptual que apoya los aspectos normativos, funcionales y ambientales del espacio en el diseño de los destinos, además de incorporar estrategias con orientación hacia el mercado y el posicionamiento competitivo, las gestiones de comercialización, entre otros aspectos.

Se propone detectar situaciones problemáticas para el desarrollo turístico-recreativo de Oberá y su área de influencia, generando propuestas estratégicas y líneas de acción participativas tendientes a la dinamización socioeconómica, cultural y política sustentable de los municipios del área. Ante la complejidad del turismo se favorece el desarrollo integral local y respuestas multi e interdisciplinarias. Asimismo, interesa poner de relieve los desafíos en el desarrollo de los Municipios en el plano político-institucional, su dinámica de funcionamiento y la relación con la sociedad local.

La tarea de identificación de necesidades y demandas se realiza en el segundo semestre de 2001, con talleres de reflexión grupal con diversos agentes de Oberá. En las reuniones se incluyen para el debate, los resultados de inventarios de oferta, evaluaciones y estudios de demanda realizados.

Actualmente, la indagación de las necesidades de los agentes locales que presentan diversas iniciativas privadas y/o “emprendimientos” requiere de la profundización del análisis de problemas en las competencias de los sectores público y privado.

Palabras clave: desarrollo - destinos turísticos recreativos - Oberá

DEVELOPMENT OF TOURISTIC-RECREATIONAL DESTINATIONS: OBERA AND NEIGHBOURING AREA

Emilce B. Cammarata Arrieta, Rocio Esquivel, Ariel A. Kremar

Abstract

The management of touristic-recreational destinations arises from the analysis of the use of soil in dealing with development. The perspective of territorial organization in Oberá (Misiones) and its neighbouring area points at the recognition of the conceptual model that backs up normative, functional and environmental aspects of space in the design of these destinations. It also incorporates market-oriented strategies, competitive position and commercialization management, among other aspects.

The purpose of this work is to detect problem areas pertaining to the recreational-touristic development of Oberá and its neighbouring area by generating strategic proposals and courses of action tending to a sustainable socioeconomic, cultural and political dynamics of the area's town halls. In the light of the complexity of tourism we advocate complete local development and multi-disciplined answers. It is also important to highlight the challenges in the development of the above mentioned town halls in their political-institutional aspect, their working dynamics and their relationship within the local community.

The task of identification of demands and needs was carried out in the second term of the year 2001, by means of group reflection workshops with several agents in Oberá. These meetings consisted of debates of the results of available offers, evaluation and demand studies already carried out.

At present, the questions connected with the needs of the local agents who present personal projects require a deep analysis of the problems dealing with the competencies of the public and private sectors.

Key words: *development – recreational-touristic destinations - Oberá*

DESARROLLO DE DESTINOS TURISTICO-RECREATIVOS. OBERA Y AREA DE INFLUENCIA¹

Dra. Emilce B. Cammarata Arrieta, Lic. Rocío I. Esquivel, Lic. Daniela Krieger.

El presente trabajo se desprende del proyecto de investigación en curso “Planificación de destinos turístico-recreativos. Oberá y su área de influencia” (2002-2004), plantea problemas que forman parte de la secuencia de investigaciones llevadas a cabo en proyectos anteriores, desde 1998, con especial referencia del Informe Final: “Construcción y Desarrollo de Productos Turísticos en Misiones. Oberá en el proceso de turistificación” (2000-2002). La dimensión local-municipal presenta atractivos y recursos naturales y socioculturales que orientan y diseñan formas o modalidades Turístico Recreativas -TR- como productos que podrían impulsar el desarrollo local a través del turismo como alternativa de diversificación. Se realizaron trabajos de campo para conocer algunos de los problemas locales pero al mismo tiempo, se detectaron necesidades de los agentes con distintas iniciativas privadas y/o emprendimientos y se organizaron talleres de reflexión grupal; a su vez, se aportan lineamientos para la organización de algunos sectores y se aplicaron métodos y técnicas de inventario y evaluación de los sitios TR. Sin embargo, el actual contexto socioeconómico implica identificar las formas en la que opera económicamente el sector turístico – recreativo en relación con sector público municipal - capacidad de las empresas o iniciativas privadas, la formación de recursos humanos en ese tejido interdependiente de personas ligadas entre si, en varios niveles y de varias maneras, y la estrategia de participación – acción en relación con el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de Misiones. El desarrollo del informe en primer lugar, describe algunos de los rasgos principales del producto turístico y su relación con la oferta y demanda TR, base conceptual que en parte apoya el análisis y la evaluación de las formas del acontecer TR en Oberá. En segundo lugar se realiza la síntesis evaluativa del los sitios TR de Oberá localizados en el Nodo y Área de influencia, el proceso de formación y cambios que inciden en la trayectoria de los recursos analizados, problemas que en principio, conforman parte de la investigación actual, cuyo objetivo general apunta a la detección de situaciones problemáticas en el desarrollo TR de Oberá su área de influencia, generar propuestas estratégicas y líneas de acción participativas tendientes a la dinamización socioeconómica, cultural y política de los municipios del área de influencia.

¹ Proyecto de Investigación: Dir. Dra. Emilce B. Cammarata (UNaM), Co-Dir. Msc. Lucía Tamagni (UNCOma) Equipo: Msc. Eduardo Poggi, Lic. Liliana Dieckow, Lic. Ariel Kremer, Lic Néstor Álvarez et al.

De la Construcción y Desarrollo de Productos Turísticos en Oberá.

Al examinar las variables que intervienen en la combinación de factores para la producción del sistema TR, en principio, existen dos conceptos: oferta y demanda. La oferta se concibe como el conjunto de recursos naturales y culturales, materia prima de la actividad turística; pero a ese conjunto se le agregan los servicios producidos para otorgar mayor consistencia a su consumo o demanda. Precisamente, en marketing turístico se entiende por oferta “al conjunto de servicios que se pueden comprar a un precio determinado para el disfrute de un lugar y tiempos determinados” (Kotler, 1992:12). En este sentido, el turismo utiliza bienes y servicios de otros sectores de la economía para ofrecer ese “producto final”. Mario C. Beni (1997:154) señala que para caracterizar mejor los conceptos la “expresión producto turístico total, en el sentido macroeconómico, constituye un conjunto de subproductos tales como transporte, hotelería, restaurantes, filmes, libros, diversiones, seguro y en el sentido microeconómico cada uno de ellos puede recibir la denominación “producto turístico”. En el sistema turístico los factores de producción son combinados, resultan en una unidad de producto turístico que se expresa en el mercado como bienes y servicios y se venden a través de la demanda diversificada.

En la dinámica del proceso de organización el recurso que se torna producto turístico es motivo de una serie de discusiones, dado que al segundo término se le asignan numerosas interpretaciones, algunas son parcialmente antagónicas entre sí. En consecuencia, al interpretarse “producto turístico” de manera errónea se producen debates entre los distintos especialistas y en medios científicos, y principalmente incide en el contenido y alcance explicativo desde diversas disciplinas, entre ellas la economía y parten de modelos explicativos diferentes entre los bienes y servicios que conforman las unidades productivas TR. A continuación se destacan algunos de los criterios que explican el producto turístico en relación con la oferta y demanda, base conceptual que apoya, el análisis y evaluación de las formas del acontecer turístico recreativo en Oberá y área de influencia.

-Elies Furió-Blasco (2001) reflexiona sobre problemas de conceptualización en la investigación turística, dado que existe un amplio y distinto campo de origen disciplinar: por un lado, se trabaja con simples definiciones de producto turístico, por el otro, se realizan inferencias de modelos explicativos en el sistema turístico. Señala que el concepto de producto turístico requiere de la reflexión y comprensión del concepto “bien” y que el producto pertenece a una sociedad industrial avanzada. Interesa la exploración del comportamiento del consumidor moderno respecto a cierto tipo de bienes y reflexiona, que en lugar de hablar de la industria turística, conviene considerar a la producción turística como un continuum de bienes y servicios, un conjunto de activida-

des económicas no homologables entre sí, no obstante, muy interdependientes. Retoma los aportes conceptuales de Carl Menger (1871) sobre la naturaleza de los bienes de primer, segundo y tercer orden que denomina de utilidades o cosas útiles que tienen la virtud de poder entrar en relación causal con la satisfacción de las necesidades humanas de ocio y recreación: recursos, desplazamiento, alojamiento, alimentación o restauración, las aplica al turismo, su producción y su producto. Por ejemplo, los bienes de segundo orden son aquellos que la literatura especializada denomina atractivos turísticos (bienes naturales, culturales, de ocio y bienes relacionados). Desde esta perspectiva, la amplitud de bienes se determina por el grado de participación del propio turista: ...”la gama de prestaciones que ofrece un producto turístico está definida por el propio consumidor, por el nivel de conocimiento y aprendizaje en el manejo del producto. Aunque cambia, a nivel temporo espacial es posible que el componente esencial del producto turístico sean los atractivos naturales, pero con el paso del tiempo, estos pierdan importancia relativa a favor de diversas actividades de ocio” (2001:244). Al considerar los establecimientos TR como iniciativas privadas y públicas en Oberá y área de influencia se analizan los componentes del atractivo, recursos, producto acorde con el contenido material del producto turístico; se analiza con cierto grado de restricción la satisfacción de las necesidades debido a la muestra de tipo exploratoria de encuestas de tipo auto administradas en cada uno de los sitios.

-Beni (1997:153) al caracterizar el subsistema de la oferta aplica la noción de “oferta básica” como conjunto de equipamientos, bienes y servicios de alojamiento, alimentación, recreación y ocio, artístico, cultural, social, o de otros tipos, capaz de atraer y asentar en un determinado lugar y durante un período determinado de tiempo a un público visitante. La oferta a su vez, se compone de elementos tangibles e intangibles y no de un solo producto determinado. Entonces al existir una interdependencia real en la prestación de servicios (transporte, alojamiento, restauración, etc.) que se complementan con las materias primas, en conjunto se tornan en objetos TR. De modo que los recursos materia prima se designan oferta original (primaria) sin el cual no habría proceso productivo, y al conjunto de prestaciones de servicios se designa oferta turística derivada (secundaria).

-Levitt (1996:196) define producto total como una combinación de elementos tangibles e intangibles y distingue entre el producto genérico (beneficio básico), el producto esperado (expectativas mínimas del cliente), el producto aumentado (lo que supera las expectativas del cliente) y el producto potencial (lo que podría llegarse a hacer); lo cual indica que el producto presenta un conjunto de características físicas, de servicios, simbólicas que se diseñan para producir la satisfacción al consumidor. Desde esta perspectiva, las empresas de bienes o servicios pueden definir su oferta en términos de beneficio ofrecido y deseos del consumidor y el producto como un genera-

dor de satisfacciones o utilidades. El concepto de producto turístico parte de la definición que la ciencia económica otorga al producto genérico pero adquiere una serie de matices propios en la satisfacción de las necesidades que el turista busca fuera del lugar de residencia. De modo que el producto turístico se presenta como un conglomerado de elementos tangibles (recursos, infraestructuras, equipamientos) e intangibles (servicios, gestión, imagen de marca y precio). En este sentido, en el desarrollo de las actividades turístico recreativas, las unidades productivas de bienes y servicios se deben combinar adecuadamente para venderse a través de la demanda diversificada. A partir de este concepto, dado que junto a los negocios propios intervienen recursos naturales, socioculturales, infraestructuras y equipamientos, se implica a todo el entorno social para que el producto turístico sea competitivo, o sea, que además del beneficio económico comporta un beneficio social como la creación de riqueza, equilibrio territorial, mantenimiento de la propia identidad y un beneficio ambiental con la preservación del patrimonio turístico organizado y preservado, promover la participación de la población organizada en forma activa y continua.

-Mironenko (1984:224) define a los recursos turísticos como complejos naturales, históricos culturales y sus elementos contribuyen con el restablecimiento y desarrollo de las fuerzas físicas y espirituales del hombre, capacidad de trabajo y salud en la estructura actual y perspectiva de las necesidades turístico recreativas. En la economía recreativa los recursos turísticos son objeto de trabajo y los servicios, el producto del proceso laboral. Por otra parte, como el valor del consumo es la materia de la naturaleza u otros objetos adaptados a las necesidades humanas por medio de transformaciones, la peculiaridad específica de la economía turística consiste en que el proceso de producción y consumo de los servicios coincide con el tiempo. No obstante, lo determinante en la transformación de las condiciones naturales en recursos turísticos reside en los gastos del trabajo social que se destinan a su estudio para ponerlos en valor y calidad hasta un determinado grado de tecnologización con posibilidades directa de su explotación, tal es el objeto de creación de los servicios TR.

-El Manual del Planificador de Turismo Rural (1992) define cinco componentes desde el punto de vista del cliente potencial: Recursos turísticos del destino, Servicios y equipamiento, Accesibilidad, Imagen, Precio de venta. A su vez, la estructura del producto turístico específico conforma tres niveles: Núcleo del producto, Producto tangible y Valor añadido. Desde el punto de vista del turista el producto es una experiencia que ofrece un conjunto de Utilidades funcionales, Simbólicas y Vivenciales.

Las unidades productivas en Oberá destacan a distintos establecimientos privados y públicos, iniciativas que apuntan al desarrollo socioeconómico y cultural, a su vez, interdependientes o relacionales, tal como señala Guell (1984) “en el conjunto de

bienes de segundo orden que forman el producto turístico recreativo existe una combinación de bienes privados y públicos, con fuertes interdependencias y complementariedades entre los bienes que la conforman.” Dado que los bienes públicos locales así como los efectos externos (mercado) adquieren significación a partir de la localización de los bienes privados turístico recreativos, se colige que la naturaleza TR de los bienes que forman el producto se pueden subdividir en a) capacidad de actuación o incidencia y b) elementos sobre los cuales el hombre no tiene capacidad para crearlos.

-La reflexión sobre las formas institucionales concretas de interacción e intercambio (Einsenstadt, 1975) aporta datos que se definen como resultado de las relaciones entre personas situadas en diferentes posiciones estructurales, y entre las presiones de las fuerzas organizacionales y ambientales que inciden sobre dichas actividades. Por ello, interesa analizar a) entre quiénes se realiza ese intercambio para alcanzar variadas metas, b) los productos intercambiados y los c) mecanismos y condiciones de intercambio (de los recursos).

Síntesis evaluativa de los sitios Turístico Recreativos de Oberá y Área de influencia.

A fin de poder identificar las formas en las que se construyen los productos, se realizaron las tareas de inventario y evaluación de los establecimientos que realizan actividades TR en Oberá y área de influencia, y encuestas auto administradas para detectar los sitios TR. Al mismo tiempo, se continuaron las actividades relacionadas con la Federación de Colectividades, las Casas de las Colectividades que conforman la Fiesta Nacional del Inmigrante y el cambio en el eje de estudio hacia el Parque de las Naciones, aspecto que se trata en otro informe de investigación sobre la dinámica de la Fiesta Nacional del Inmigrante.

La oferta TR comprende el Municipio de Oberá, Nodo que concentra una serie de atractivos, facilidades y servicios, posee una amplia red de circulación y constituye una encrucijada de caminos. A los municipios con recursos TR que integran el departamento de Oberá se los denomina Área de influencia desde el punto de vista de la distancia espacial, espacio donde se realizan viajes de corta duración de ida y vuelta, de intercambio social, de producción, económica, cultural y recreacional. En los sitios naturales se destacan aspectos comunes: el camping y balneario como modalidades predominantes; utilización del recurso agua; atención personalizada; oferta de actividades deportivas y recreativas.

Síntesis de la Trayectoria de los sitios de recreación del Nodo

Establecimiento	Año de formación	Procesos de cambio
Complejo Municipal Salto Berrondo	1984 ®	<p>Inicio del proyecto y ejecución del mismo. El mismo año se crea dentro de la Municipalidad la Dirección de Deportes y Turismo.</p> <p>Deviene en recurso turístico recreativo en un momento en que el municipio no posee sitios destinados al turismo, el Camping Santa Rita se hallaba en etapa de formación y los campings más próximos (-Balneario San Martín, El Chapá-), constituían la oferta disponible.</p>
Camping Santa Rita	entre 1983 y 1984	<p>El predio destinado al camping formaba parte de una chacra familiar, sus propietarios la han trabajado para convertirla en camping, comienza a funcionar en 1984.</p>
	1999®	<p>Inician junto a otros establecimientos un grupo denominado “Asociativismo de campings privados”.</p>
	1998®	<p>Integran el grupo “Los Inmigrantes” formado con objeto de desarrollar establecimientos para agroturismo. Ambos no prosperaron.</p>
	2001®	<p>Actualmente se halla en ejecución una cabaña, y se desarrolla el dictado de la carrera de horticultura</p>
Jardín de los Pájaros	1994®	<p>Surge de una iniciativa privada dedicada al cuidado de las aves.</p>
	1998	<p>Se realiza un proyecto municipal para trasladar las aves a un predio natural, que sería el actual paseo. Mediante un convenio entre la Municipalidad y propietaria se ejecuta la obra.</p>
	1998®	<p>Se inaugura oficialmente y su administración queda a cargo de la municipalidad.</p>

Monte Aventura	1996®	Se inicia con el nombre Mundo de la Selva, era parte de una chacra no explotada. Se otorga en comodato el terreno para llevar a cabo un proyecto particular.
	1997®	Cambia de administradores y de nombre, influenciado también por la moda del turismo “sustainable”.
	1999®	Nuevamente cambia de propietarios a causa de dificultades para la manutención del establecimiento, en esta oportunidad se vende la propiedad.
Oberá Park	1997	Se adquiere el terreno para desarrollar el parque, el objetivo era otorgar al obereño una alternativa distinta a lo que había.
	1999	Se inaugura y permanece abierto durante las temporadas estivales.

Trayectoria de los recursos del Área de Influencia

Establecimiento	Año de formación	Procesos de cambio
Camping Maksy's	1996®	Surge de la Iniciativa privada, adquieren 6 has. de monte para realizar el camping. Comienzan a trabajar el terreno.
	1997®	Se pone en funcionamiento. Integran el grupo Asociativismo de campings a partir del mismo año.
	1998®	Participan en el grupo de agroturismo denominado “Los Inmigrantes”, formado a partir del III Foro de turismo, tiempo después se alejan de este.
Camping Municipal Paraje de los Indios	1988®	El municipio invierte en obras de infraestructura para mejorar el balneario natural, ya que la comunidad lo usaba espontáneamente.
	1997®	Finaliza la construcción de sanitarios, pasarelas, puente, y mirador en la zona correspondiente a los saltos (a 5 km. del camping). También se construye una pileta olímpica que finaliza en 1998.

Centro Recreativo
Municipal
El Chapá

entre

1987 y 1988®

Se realizan obras de infraestructura y comienza a utilizarse como camping, surge como una alternativa de recreación para la comunidad, ya que también se utilizaba como balneario espontáneamente varios años antes.

Camping Puerto Sánchez

1994®

El sitio donde se emplaza pertenecía aproximadamente desde 1969 a los actuales propietarios.

Deciden destinar las 5 has. a un camping. La pretensión de unir el paisaje costero con la cultura de la zona los lleva a desarrollar el “museo a cielo abierto”.

1997®

Formaron parte de la Cámara de turismo y el Asociativismo de Campings. Actualmente están participando de ninguna de estas agrupaciones.

Salto Krysiuk

1992/93®

El camping se emplaza en una chacra perteneciente a la familia desde 1927 aproximadamente.

1997®

Emprenden la tarea de acondicionar el sitio cercano al salto para convertirlo en lugar apto para acampar y abrirlo a la visita de turistas.

2000®

Forman parte de la Cámara de Turismo aproximadamente desde sus comienzos.

Integraron el grupo Asociativismo de campings.

Actualmente se trata de reflotar un viejo galpón construido en 1930 y transformarlo en cómodas habitaciones, para ofertar turismo rural.

Salto Sak

1998®

El camping se emplaza en parte de una chacra perteneciente a la familia, resuelven acondicionarla con algunas facilidades para ofrecerla al que desee ver el salto o acampar.

Se realizaron trámites para conseguir algún tipo de financiamiento, pero no hubieron resultados.

Pileta Zokalki

1998® La pileta se encuentra dentro de una chacra familiar, en ella realizan una pileta para uso particular que posteriormente es visitada por varias personas, lo que les lleva a incorporar mejoras en las instalaciones y abrirlo al uso de la comunidad.

El sueño de Claudio

1999® Este sitio fue adquirido especialmente para concretar el proyecto de un camping, es de iniciativa privada.

Se ha acondicionado con un mínimo de infraestructura para la recreación local.

Camping

La Cascada

1996® Es una iniciativa privada, este recurso se halla dentro de una chacra familiar.

Sus comienzos están influenciados por la búsqueda de alternativas que solucionarán la situación decadente de los productos de la chacra. Además el hecho de que Campo Ramón haya sido declarado municipio ecológico generaba grandes expectativas respecto al desarrollo del turismo.

Balneario Municipal

El Bonito

sin datos Su desarrollo está vinculado a la declaración de Campo Ramón como Municipio Ecológico y la organización del Festival de la Ecología en el sitio. Es una chacra dedicada a la forestación y cría de ganado, posee varios saltos, lo que lleva al propietario a querer aprovechar su potencialidad y desarrollar algunas instalaciones para hacer un camping.

Circuito

Brisas del Salto

1982® Se inician los trabajos para acondicionar la propiedad.

1997® Integra el grupo Asociativismo de campings privados y permanece en contacto con la Cámara de Turismo.

2000® Tramita un crédito del CFI, que es aprobado.

Balneario

El Pibe

1997®

Surge de una iniciativa privada, es un predio aledaño al A° Mártires y se pretende explotar como balneario y camping con actividad en temporada estival.

Balneario Municipal

San Martín

sin datos

Pertenece al Municipio San Martín, es uno de los sitios de mayor antigüedad visitado de manera espontánea por los lugareños.

Consideraciones acerca de la trayectoria de los sitios

De los sitios de gestión privada

En la etapa de inicio de camping y sitios de recreación se aprecia una diferenciación entre aquellos individuos que adquieren una propiedad motivados por la moda del turismo que se vislumbra como una alternativa de negocio, como una importante fuente de ingresos y por otro lado, aquellos que abren el espacio de la chacra con nuevas funciones enmarcadas en el uso del tiempo libre y/o recreación; éstas también en búsqueda de alternativas económicas que permitieran paliar la crisis del sector agrario.

De los sitios de gestión pública

De los nueve municipios que componen el Departamento Oberá, seis poseen al menos un sitio de recreación emplazado en áreas con relictos de naturaleza prístina. De acuerdo a las entrevistas y observaciones estos sitios devienen en recursos recreativos a partir del uso e interés espontáneo que le otorga la comunidad. Se utiliza el sitio como espacio para el disfrute del tiempo libre aún sin acondicionamiento de infraestructura y equipamiento, algunos se consolidan a partir de acciones con gestores del ámbito público que consideran el lugar como una oportunidad recreativa para su comunidad y visitantes. Se destaca nuevamente la modalidad de camping y balneario, dado que todos se emplazan aledaños a un arroyo o río.

A modo de conclusión y síntesis prospectiva

La oferta recreacional de Oberá y Área de Influencia destaca la importancia de los recursos de naturaleza con predominancia de relictos de selva y vegetación secun-

daría o en parte talada, el agua de arroyos y saltos o represada en diversas formas de piletas naturales o construidas, aspecto decisivo en el desarrollo de las actividades recreativo - turísticas que se proponen en los sitios tanto públicos como privados. Las nuevas modalidades de uso de estos recursos y función recreativa le brindan a la comunidad y visitantes de las proximidades la posibilidad de participar en diversas actividades recreativas y lúdico deportivas.

La creciente apreciación de los recursos naturales en el uso recreativo del tiempo de ocio al par del interés por la protección ambiental incide en el surgimiento de las oferta recreativa en sitios naturales entre los que se diferencian tres situaciones a saber:

- . Acondicionamiento de espacios naturales espontáneamente utilizados en función recreacional.
- . Adquisición de un espacio natural para uso TR como oportunidad de negocio.
- . Apertura de espacios rurales con relictos de naturaleza prístina para uso TR como oportunidad paliativa de la crisis agraria.

El carácter exploratorio de la presente investigación posibilita una aproximación a la realidad empírica y permite establecer algunas conclusiones que destacan características del mercado recreacional de Oberá y Área de Influencia.

La valorización de los recursos naturales en el contexto de la oferta recreativa está condicionada por la atractividad que suscitan las facilidades que proporcionan y actividades a realizar. Uno de los factores condicionantes de mayor incidencia es la accesibilidad, determinada por las falencias que se evidencian en cuanto a señalización, tipo de caminos y mantenimiento de estos, la distancia a centros urbanos y a caminos asfaltados. En general los recursos localizados en el Nodo poseen mejores condiciones de accesibilidad que le favorecen.

Caracteriza a la actividad recreativa, su demanda cuasi estacional; a pesar de que la mayor parte de los establecimientos permanecen abiertos durante todo el año, la concentración de visitantes se produce en temporada estival, puesto que la mayoría de los sitios proporcionan ofertas que se basan en recursos con agua, donde prevalecen saltos, arroyos o ríos, acompañados por relictos de monte nativo o vegetación implantada. La mayoría de los sitios presentan aspectos naturales interesantes que le confieren singularidad al lugar y en general se aprecia el cuidado en relación al aspecto y preservación.

Los visitantes de estos sitios valoran aspectos relacionados a las condiciones naturales que le proporcionan experiencias placenteras y a la vez permiten liberarse de

las tensiones cotidianas; las motivaciones de los visitantes encuestados pondera la apreciación de la naturaleza y la compañía de amigos y familiares.

Respecto al origen de los visitantes se destaca la afluencia recreacional, procedente de Oberá y de la provincia en general, asume importancia la difusión boca-oído, puesto que se ubica en primer lugar entre los medios de información.

El tiempo de permanencia de los visitantes en el sitio oscila entre unas horas y un día, la mayoría concurre a los lugares en automóvil propio y generalmente lo hace en compañía de familiares.

Se percibe en el área de estudio la carencia de productos; si bien existen ofertas que se construyen a partir de numerosos recursos con servicios y equipamiento destinados a la práctica de actividades recreativas, no constituyen una oferta integrada, es decir que se comercializan individualmente, sin conseguir el desarrollo del sector. La mayoría de los recursos son de carácter complementario, sin capacidad para atraer corrientes recreacionales y turísticas por sí solo, por ello se recomienda encarar acciones integradas entre distintos agentes del sector que se agrupan actualmente en entidades intermedias y del sector público.

Bibliografía consultada:

- Ashworth, G. J. y Goodall, B. (1987) *Marketing in the Tourism Industry*, Londres: Routledge.
- Balastreri Rodrigues, A. (1.997) *Turismo e espaço*, Sao Paulo:Hucitec
- Blanco Herranz, F. J. (1.999) *Nuevas respuestas legislativas para la planificación territorial del turismo en España*, Madrid: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.
- Bramwell, Bill – Sharman, Angelo (1.999). “Colaboración en el diseño de políticas turísticas locales”. *Annals of Tourism Research*. Vol.1, N° 1.
- Cammarata, E. B. ea (1.999) *La Planificación como forma de ordenamiento territorial de los recursos turístico-recreativos en la provincia de Misiones. Situación actual, zonificación funcional y proceso de desarrollo en paisajes diferenciados*. Secretaría de Investigación y Post grado, UNaM, Posadas, Misiones.
- Crosby, A. (1997) *Diseño de Productos Turísticos Rurales*. Seminario Agroturismo y Turismo rural: Univ. Austral de Chile/Sernatur, Chile.
- Dumazedier, J. (1972) *Vers une civilization du loisir*. París: le Seuil.
- Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales (1.975) : dir. Sills, D. Vol 6 Madrid: Aguilar.
- Furio - Blasco, E. (2.001) *Análisis Económico y Turismo*, en *Estudios y perspectivas en Turismo*, vol. 10, Buenos Aires.
- Guell, C. J. (1.984) *Turismo y territorio*, Universidad de Alicante, España.
- Knafou, R. (1.996) *Turismo e Território*, por uma abordagem científica do turis-

mo. Sao Paulo: Hucitec.

· Levitt, T. (1.980) Marketing succes through differentiation of anything, Harvard Business Review, vol. 58 N° 1; en Valls, J. F. 1996:196.

· Menger, C. (1.871) Principios de economía política. Ed. Orbis, Barcelona.

· Mironenko, N. S.- Tverdojlevob, I. (1.984) Geografía recreativa pág. 224, Moscú.

· Niding, M. es (1.999). Productos Turísticos Rurales Integrados (PTRI). Facultad Hs. y Ciencias Sociales. UNaM. Posadas.

· Ryan, C. (1.991) Recreational Tourism. A Social Science Perspective. Londres: Routledge.

· Santos, M. (1.996) A Natureza do Espaço, técnica e tempo, razao e emoção. Sao Paulo: Hucitec.

· Spotts, D. M. (1.997) Regional Analysis of Tourism Resources for Marketing Purposes. Journal of Travel research, vol. 35 N° 3 Winter. Univ. Boulder Colorado: Travel and Tourism Research Association.