

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>

REALIDAD, ENIGMAS Y SOLUCIONES EN TURISMO

CONSEJO DE DECANOS Y DIRECTORES DE UNIDADES ACADÉMICAS
RELACIONADAS CON LA ENSEÑANZA DEL TURISMO

Neuquén – Agosto de 2005

Universidad Nacional del Comahue

Rectora

Dra. Ana PECHEN de D'ANGELO
Universidad Nacional del Comahue
Buenos Aires 1400 - (8300) Neuquén
Tel: (0299) 4490363 / Fax: (0299) 4490351
sprector@uncoma.edu.ar

Secretaría de Extensión Universitaria

Lic. Marcelo LOAIZA
Tel: (0299) 4490328
secunc@uncoma.edu.ar

Editorial de la Universidad Nacional del Comahue

Editor responsable: Luis Alberto NARBONA
Tel: (0299) 4490300 - Int. 617
educ@uncoma.edu.ar

Edición de texto y diagramación: Secretaría de Investigación - Facultad de Turismo - U.N.C.
Ilustración y diseño de tapa: Julio Bariani - Diseñador en Comunicación Visual
Impreso en Argentina - Printed in Argentina
Queda hecho el depósito que marca la ley 11.723
ISSN:

educ 2005

Editorial de la Universidad Nacional del Comahue

Prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio, sin el permiso expreso de *educ*



REALIDAD, ENIGMAS Y SOLUCIONES EN TURISMO

CONSEJO

Presidente: Lic. María del Carmen Vaquero – Directora Decana del Departamento de Geografía y Turismo de la Universidad Nacional del Sur

Integrantes:

C.P. Daniel Pérez – Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata

Ma. Javier Gortari – Decano Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Misiones.

Prof. Norma Isabel Fuentes – Decana de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco.

Dr. Adriana María Otero - Decana de la Facultad de Turismo de la Universidad Nacional del Comahue

Prof. Zulma Lucía Corzo - Decana de la Facultad de Filosofía, Humanidades y Artes de la Universidad Nacional de San Juan

Coordinación Académica: Lic. Alicia Lonac MSc., Facultad de Turismo – UNC.

Coordinación Técnica: Lic. Cecilia Gómez de Santarelli, Facultad de Turismo – UNC.

Corrección de textos: Lic. Pablo Bestard y Lic. Cecilia Gómez de Santarelli, Facultad de Turismo, UNC.

Impresión y Edición:

**PUESTA EN VALOR TURÍSTICO - RECREACIONAL A NIVEL LOCAL:
OLAVARRÍA**

Autor:
Juan Carlos Mantero
Centro de Investigaciones Turísticas
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Universidad Nacional de Mar del Plata
Email: jmantero@mdp.edu.ar

(*) Profesor Titular Regular de la Universidad Nacional de Mar del Plata y de la Universidad Nacional del Nordeste. Director del Instituto de Investigaciones Turísticas de la Universidad Nacional de Mar del Plata. Miembro del Colegio de Asesores y Jurados del Colegio de Arquitectos de la Provincia de Buenos Aires.

RESUMEN

El estudio, cuya síntesis se presenta a consideración, destinado a plantear la puesta en valor y en desarrollo turístico recreacional de Olavarría, es producto de un convenio realizado con la Municipalidad, y se inscribe en las premisas y criterios adoptados en el proyecto de investigación respecto de Centros Urbanos Bonaerenses.

El propósito explícito de evaluar la factibilidad turística y recreativa de Olavarría se inscribe en la finalidad implícita de convocar personas y negocios que con su presencia puedan agregar valor y sumar energías a las disponibles en el lugar.

El estudio se propuso dar satisfacción a objetivos de identificación y evaluación de un posible producto global Olavarría y de productos diferenciados, alternativos y viables susceptibles de promoción, proponiendo estrategias y acciones de puesta en valor y en desarrollo turístico y recreacional del Partido.

La paradójica singularidad del tema planteado radica en la proposición de un tránsito *de la cultura del trabajo propio a la cultura del ocio ajeno* como premisa implícita de una puesta en valor turístico - recreacional.

PALABRAS CLAVE: Desarrollo turístico - Puesta en valor - Olavarría - Provincia de Buenos Aires

El Estudio de Puesta en Valor y en Desarrollo Turístico Recreacional de Olavarría, fue realizado a través del equipo del Centro de Investigaciones Turísticas, conducido por el Arq. Juan Carlos Mantero (tema: prospección y proposición) e integrado por el Arq. Ricardo Dosso (tema: recursos), la Lic. Bernarda Barbini (tema: condiciones e instituciones) y la Lic. Marcela Bertoni (tema: servicios y demandas)

PRESENTACIÓN

Olavarría identifica localidad y municipio de la provincia de Buenos Aires ubicada en el centro del territorio bonaerense, espacio signado por la presencia de llanura y sierra, generada a partir de un fortín de la línea de frontera del proceso de *conquista del desierto* que en el siglo XIX ocupa e integra las pampas al territorio nacional. Los atributos naturales del territorio ocupado signan la puesta en producción ganadera, agrícola y minera y la localización y la disposición de los asentamientos humanos. El paisaje natural de la pampa y de las sierras del Tandil definen el escenario del desarrollo de los asentamientos y de las actividades e integrados al paisaje cultural generado definen paisaje y escenario de actual y potencial turístico y permiten identificar los recursos susceptibles de puesta en valor. Del paisaje natural se singularizan la pampa y las sierras, los arroyos Tapalqué y Nieves y las lagunas Blanca Chica y Blanca Grande, del paisaje cultural las áreas y unidades productivas agrícolas y mineras y los asentamientos humanos, relacionados a la centralidad, la producción y la colonización, que comprenden Olavarría, centro urbano relevante y sede municipal, Sierra Chica, Sierras Bayas y Villa Alfredo Fortabat, localidades de la cuenca minera e Hinojo, Colonia Hinojo, Colonia San Miguel y Colonia Nieves, localidades de la planicie productiva. La centralidad territorial y los recursos culturales, sustentados en un escenario natural y productivo diferente al dominante bonaerense, son aquellos que le confieren singularidad y potencial al territorio municipal. La localidad de Olavarría, al censo del 2001, alcanza a 83.472 habitantes, posicionándole en un rango-tamaño destacado en el interior bonaerense y la superficie del Partido de Olavarría alcanza a 7715 kms² cuya ubicación coincide con el centro geográfico de la Provincia y le integra a la región productiva y la región turística del Centro.

INTRODUCCIÓN

Los lugares son algo más que su situación económica producto de crisis en su inserción en el contexto de la producción aún cuando incida y de modo relevante en su situación social.

Los lugares o las localidades son personas, culturas y patrimonios, son paisajes, significados y ambientes, y en función de tales constituyen oportunidades para el desarrollo de múltiples dimensiones que sustentables en la condición de lugar habitable, en la calidad de vida posible.

Aún en situaciones de crisis intensa, el lugar apropiado y la comunidad localizada disponen de recursos para su recuperación, para emprender la gradual superación de sus problemas, cuando la primordial actividad productiva sustentante es objeto de transformaciones producto del impacto de la competitividad que le excluye del mercado o que le incluye a partir de innovaciones tecnológicas.

Olavarría, en tanto territorio, es objeto de transformaciones producto del impacto de las innovaciones tecnológicas en las actividades de extracción y de producción de cemento generadas para afrontar el desafío de la competitividad del sector, en un contexto socioeconómico complejo que trasciende la localidad y afecta al país. Así, como el Partido de Olavarría se ha transformado en su actividad productiva, la ciudad de Olavarría se transforma en su rol de intercambio, proveedor de productos y prestador de servicios, al influjo de las tendencias que hoy caracterizan el devenir de nuestro país.

El impacto social de la concurrencia de la situación económica nacional en las diferentes actividades y de la puesta en competitividad de la actividad extractiva y productiva de Olavarría han implicado una significativa movilidad y reducción del empleo, síntoma perceptible del cambio, y una no menos significativa exigencia de afrontar el cambio y procurar resolver los problemas planteados.

POTENCIALIDAD DE LA NODALIDAD TURÍSTICO - RECREACIONAL

El estudio de las condiciones y atributos de Olavarría y de los recursos naturales, culturales y urbanos susceptibles de afectación turística, objeto de la primer fase del estudio, permite apreciar la potencialidad turístico - recreacional.

Los atributos que le confieren a Olavarría la condición de potencial nodo turístico recreacional en el territorio de la Provincia, a escala de las opciones del interior provincial, radica en:

- a la ubicación en el centro geográfico del territorio provincial, a pocos kms. del cruce de las dos rutas vertebrales de la Provincia (ruta 3 y ruta 226),
- a la magnitud poblacional, la entidad urbana, la conformación social y el nivel y la calidad de vida de Olavarría,
- a la disposición de su entorno en la interfase de las sierras y la llanura, la singularidad productiva del entorno, no obstante el obvio perjuicio ambiental del área extractiva,
- a la presencia paisajística, recreativa y significativa del arroyo Tapalqué en el territorio y el espacio urbano de Olavarría,
la expresión espacial y social de la cultura productiva que se advierte en la localidad de Sierras Bayas y área adyacente,
- a el testimonio cultural de la colonización de alemanes del Volga en localidades entorno a Olavarría (colonias Hinojo, Nievas y San Miguel),
- a la actualidad de convocatoria en golf en club urbano, en pesca deportiva en laguna, en automovilismo competitivo de turismo de carretera en autódromo,
- a la potencialidad de una diversidad de aconteceres y de acontecimientos programados en el espacio comunal (ferias y fiestas),
- a la potencialidad de una pluralidad de prácticas y actividades recreativas y deportivas realizables en ámbitos apropiados (naturales y urbanos),
- a el umbral de servicios de alojamiento y de restauración susceptibles de ocupación turística en el lapso ocioso del fin de semana y feriados,
- a la disponibilidad de espacios adecuados para la realización de eventos y congresos a un viable nivel de convocatoria (de acuerdo al relevamiento),
- a la centralidad de alcance regional que le confieren los establecimientos educacionales, los servicios de salud y las actividades comerciales, y
- a la potencialidad de una eventual acción regional de promoción turística y de unidad en la diversidad, en particular la interacción de Olavarría y Azul.

Al identificar los atributos advertidos y ponderados en Olavarría, localidad y partido, a escala del interior de la Provincia, corresponde señalar que en el número de los atributos identificados radica su potencia y su carencia, en la medida de que resulta difícil concebir un único producto singular en aptitud de convocar turismo por sí, con prescindencia de otros, o de constituirse en ámbito excluyente de negocio turístico de Olavarría, más allá de ciertas convocatorias trascendentes pero circunstanciales.

Sin embargo, los atributos planteados permiten prospectar la identificación de productos susceptibles de integración, en función de la alternancia en carácter nuclear y motriz de aquel producto que resulte más atrayente y convocante, en relación al usuario esperado, a cuya proposición se integran los restantes productos afines y dispares necesarios al desarrollo de una promoción persuasiva que genere la afluencia deseable.

La paradoja radica en que la potencialidad de recursos, servicios e infraestructuras para el desarrollo de la actividad turística requiere, además de su actualidad en productos turísticos integrables, de sustento en disposi-

ción receptiva y conciencia turística de su comunidad, conformada en la cultura de la producción y de la industria, cuyo desarrollo le singularizó, diferenció y, en cierto modo, atenuó su sentido de acogida, interacción e intercambio cuanto de su pertenencia regional.

La demanda turística potencial, aquella susceptible de convocar y afluir en períodos breves, básicamente de fin de semana, se localiza primordialmente en el área metropolitana, con segmentos de mercado de dimensión relevante ávidos de oportunidades recreativas de distensión y de opciones específicas accesibles, en tanto la demanda recreacional, no subestimable, de convocatoria continua y de probable presencia recurrente, se localiza en las localidades ubicadas en un radio de 150 kms.

Resulta obvio consignar que la concepción de un nodo turístico recreacional, y su inclusión en una eventual red regional, es apenas la apertura a una serie de acciones promocionales que requiere una gradación adecuada en relación a la capacidad de sustento de actividades, actualmente disponible, y al gradual incremento de oportunidades recreativas y de opciones en los servicios turísticos y recreacionales.

PROSPECCIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

La formulación de un plan de puesta en valor turístico de Olavarría apropiado implica la identificación de

- a itinerarios de accesibilidad y conectividad para los visitantes y/o turistas;
- a espacios de localización y centralidad para los visitantes y/o turistas;
- a espacios de disposición y vías de articulación de áreas de interés turístico;
- a áreas de interés turístico en función de la disposición de paisajes, lugares y actividades;
- a circuitos que en función de itinerarios alternativos entre lugares en función de paisajes

Tales requisitos se alcanzan mediante la identificación y formulación de productos turísticos viables a partir del reconocimiento de recursos atractivos (naturales, culturales y vivenciales), de la presencia de servicios apropiados, necesarios y suficientes (traslado, alojamiento, restauración y recreación), en condiciones de prestación adecuadas (calidad, precio, calidad - precio), en un contexto de hospitalidad y amenidad satisfactorio.

Olavarría como *destino turístico* supone obrar a partir de la conjunción de productos identificados que implica apelar a la conformación de un producto global integrado y de la consideración de un mercado diversificado en relación al producto específico que adquiera función convocante primordial.

1. plataforma de despegue

Resulta casi obvio consignar que Olavarría está en condiciones de acceder al primer umbral en el proceso de devenir destino recreacional y turístico, en función de los recursos y servicios existentes y de actividades susceptibles de realizar a partir de su existencia y potencialidad, definiendo la opción de apertura a la actividad, sin perjuicio de identificar fases de un proceso gradual de desarrollo turístico a través del tiempo.

La condición de *actualidad* del producto lo confiere la atraktividad y la accesibilidad del recurso *paisaje/actividad*, la disponibilidad y calidad del servicio (alojarse/restaurarse), la conectividad y la compatibilidad recurso / servicio (conexión/articulación), la singularidad y la diversidad de la experiencia recreativa (imagen/vivencia).

La condición de *potencialidad* del producto radica en reconocer la atraktividad del recurso que, no obstante disponer de cierta y/o relativa accesibilidad, carece del resto de las condiciones requeridas para acreditar actualidad, por tanto requerir de acciones y/o inversiones no inmediatamente viables y/o factibles.

Las posibilidades de Olavarría de devenir destino mini turístico y recreacional, a escala de sus aptitudes

actuales y potenciales, está condicionada a la persuasión de los segmentos que hoy están en disposición de hacer turismo y, primordialmente, al devenir de las posibilidades de acceder al turismo de sectores actualmente en expectativa y/o en repliegue por la situación socio-económica que afecta a la Argentina, en particular a los sectores medios de la sociedad.

2. primer umbral: el escenario de lo posible

El escenario de lo posible resulta de la puesta en desarrollo de lo existente en función de las condiciones de atractividad, accesibilidad y capacidad del sostén actual y la puesta en valor de lo potencial viable en lo inmediato.

del miniturismo:

A propósito de la actualidad turística y la potencialidad viable en lo inmediato, la capacidad de carga limitante radica primordialmente en la disponibilidad de alojamiento apropiado, en relación a los productos turísticos convocantes, susceptibles de promoción, por cuanto la rotación admisible en servicios de restauración permite absorber una afluencia creciente.

de la recreación:

A propósito de la actualidad recreacional y la potencialidad viable en lo inmediato, la capacidad de carga limitante radica primordialmente en la disponibilidad de espacios y servicios de recreación apropiados para integrar las opciones recreativas atrayentes susceptibles de promoción, considerando las múltiples opciones de restauración espontánea que se suman a los servicios.

en síntesis

a la primer fase puede sustentarse en la puesta en accesibilidad de los atractivos actuales, la puesta en calificación de acontecimientos convocantes y la puesta en programación de actividades recreativas autónomas y asistidas.

a la accesibilidad tiene múltiples connotaciones: condicionar actividades, itinerarios y lugares, realizar difusión y dar información pertinente, convenir asociatividad entre responsables de servicios, *centrar en Olavarría accesible* el fin de semana de la demanda potencial identificada.

a enfatizar la sinergia convocante de integrar el producto turístico básico y los restantes productos turísticos de *Olavarría una y diversa* en relación a demandas genéricas y específicas que acrediten la simultánea satisfacción de aspiraciones diferentes.

a los productos identificados que alternan su condición de producto básico y complementario, en función de demandas específicas, resultan ser:

el turismo urbano y cultural

el turismo natural y rural

el turismo industrial y artesanal

el turismo de acontecimientos

el turismo de actividades

3. segundo umbral: el escenario de lo probable

El escenario de lo probable resulta de la previsible expansión del desarrollo turístico, en un contexto propicio, a partir de superar el umbral de partida en función del incremento de las condiciones de atractividad, accesibilidad y capacidad de sostén actual y de las innovaciones compatibles con la valorización de las potencialidades mediatas, aquellas que suponen inversiones productoras de beneficios tangibles.

Alcanzar el límite de lo posible, instancia necesaria al escenario planteado, permite generar disposición de inversión turística destinada a la diversificación y calificación de opciones, resultado del incremento en número y exigencia del turista, que asociado al probable incremento de la población en condiciones de hacer turismo, capitalice en la consideración del destino Olavarría el impacto previsible de la puesta en actividad productiva del establecimiento L'Amali, inversión reciente en innovación tecnológica, de la empresa Loma Negra S. A., líder en la producción de cemento en América del Sur.

El desarrollo recreacional de las condiciones y aptitudes, confirmadas en el escenario posible y la apertura a la potencialidad viable, y la capacidad de carga inducida por resultados alcanzados se expresará en la amplitud y densidad de las actividades programadas, generadas por espacios acondicionados y servicios prestados, y de las actividades espontáneas, sensibles y adecuables a los cambios que se producen en las necesidades y aspiraciones de la gente.

4. tercer umbral: el escenario de lo deseable

El escenario de lo deseable resulta de la expansión del desarrollo a partir de superar el umbral de lo probable, a partir de la consolidación del umbral de atractividad, accesibilidad y capacidad de sostén, que reivindicque a Olavarría entre los destinos apetecibles de miniturismo e induzca acciones e inversiones relevantes en el sector privado.

A propósito del desarrollo turístico de las condiciones y atributos consolidados en el escenario probable y de la potencialidad viable en lo mediano, la capacidad de carga inducida por resultados alcanzados se traduce en diversidad y calidad del alojamiento esperado, en función de los productos turísticos consolidados y de los productos generados en el transcurso de la fase superada, sin perjuicio de la necesaria diversificación de servicios de restauración y de opciones de recreación.

La ubicación de Olavarría entre los destinos apetecibles de miniturismo y entre las sedes alternativas de reuniones a escala permitirá una consolidación perdurable de la actividad turística y recreacional en aptitud comparativa por distancia accesible y en aptitud competitiva por la disposición social y empresarial respecto de la afluencia turística.

DEL DESARROLLO DEL ESTUDIO Y DE LA PROPOSICIÓN

El estudio, sustentado en la consideración de los recursos naturales y rurales, culturales y urbanos, y de las actividades compatibles y de los servicios de hostelería y restauración, susceptibles de afectación turística y recreacional, implicó la consideración de la demanda actual en condiciones semejantes y potencial de Olavarría y las características sociales e institucionales por relación a la actitud y aptitud receptiva y asociativa para afrontar la actividad turística.

La prospección de la actividad turística planteada se sustenta así en la identificación de productos turísticos

específicos referidos a las temáticas consideradas.

Del turismo urbano y cultural resultan las opciones de lo urbano (*la nodalidad del centro*), lo cultural (*una cultura de confluencia*), la migración y la colonia (*la perdurable cultura originaria*); del turismo productivo resultan las opciones respecto de industria (*la producción deliberada, colectiva y centrada*), innovación tecnológica (*el establecimiento L' Amal*) y artesanía (*la producción espontánea, individual y dispersa*); del turismo de acontecimientos (*la centralidad convocante*) resultan fiestas y ferias (*la hospitalidad y la amenidad*), reuniones y congresos (*la oportunidad y el lugar apropiados*), competencias y espectáculos (*la cultura y el deporte*), del turismo de actividades recreativas resultan pesca, aventura y acampada en espacio natural.

Cada una de las opciones es objeto de estudio, referenciación y ponderación, sin excluir las necesarias apreciaciones respecto de las condiciones necesarias a su puesta en valor y de los requisitos de su gradual puesta en desarrollo.

El estudio plantea las premisas de la acción turística a partir de la consideración de la situación actual, planteando las condiciones de puesta en mercado a través de la actividad de emprendedores, operadores y empresarios asociados en función de productos integrables, mediante una estrategia gradual de realización de alcances sucesivos y crecientes de lo recreacional a lo turístico, de lo inmediato a lo mediato.

El planteo respecto de la necesaria gestión turística municipal parte del reconocimiento de la unidad de gestión, para plantear las áreas de gestión comprometidas en relación a los productos concebidos y a las funciones y actividades en cada una de las fases de su devenir: despegue (información, facilitación, promoción, estímulo a la inversión, articulación e integración) y desarrollo (control de servicios, capacitación, asistencia técnica, planificación e investigación, administración de servicios, recreación).

SÍNTESIS Y APERTURAS

El propósito explícito de evaluar la factibilidad turística y recreativa de Olavarría se inscribe en la finalidad implícita de agregar valor y potenciar energías tendientes al desarrollo integral, en función de la convocatoria del producto global Olavarría y de productos alternos e incluyentes, requiere de opciones estratégicas.

Las opciones estratégicas de puesta en valor y en desarrollo turístico y recreacional para Olavarría que subyacen a las proposiciones realizadas remiten a las condiciones de atracción, de producción, de gestión, de imagen, de nodalidad y de hospitalidad, su sintética formulación concluye el presente Estudio y abre una instancia de consideración de las proposiciones realizadas.

1. de atracción

La estrategia de atracción se nutre de la existencia y trascendencia de atributos vigentes y atrayentes. Tal como resulta del estudio realizado, Olavarría dispone de atractivos diversos que en sí poseen atributos relativos de atraktividad, respecto de aquella que pudiere caracterizar otras áreas de la región. Sin embargo, en el interior de la Provincia son limitadas las áreas que tienen el atributo de su conjunción, el potencial de la diversidad en torno a un centro urbano de las calidades sociales y urbanas de Olavarría.

2. de producción

La estrategia de producción se sustenta en la concepción y desarrollo de productos turísticos que integran

recursos y servicios en condiciones apropiadas en función de mercados persuadibles, garantizando accesibilidad y competencia, a propósito de ámbitos de negocio turístico tales como el turismo urbano y cultural, natural y rural, productivo e industrial, de acontecimientos y de actividades recreativas.

3. de gestión

La estrategia de gestión se concibe a partir del consenso de los sectores público, privado y tercer sector respecto de la necesidad, oportunidad y modalidad de la puesta en valor y en desarrollo concebidas y adoptables, susceptibles de plantear en fases de un proceso gradual que permita involucrar tanto a los operadores turísticos en su aptitud servicial cuanto a la comunidad residente en su disposición receptiva.

4. de comunicación

La estrategia de comunicación implica una tarea de información y persuasión a partir de la identidad convocante expresada en la imagen de marca Olavarría y mediatizada a través de los diferentes medios y canales, a propósito de las diferentes actividades de difusión y promoción del producto turístico global y de los productos turísticos alternos en condiciones de realización actual y potencial.

5. de nodalidad regional

La estrategia de nodalidad regional resulta de los atributos territoriales y locacionales de Olavarría en la Provincia de Buenos Aires, a partir de la centralidad mediterránea de su ubicación, de la fluida accesibilidad de sus conexiones viales, de la urbanidad de su conformación social, además de la apreciable funcionalidad urbana y disponibilidad de servicios turísticos.

6. de mercado

La estrategia de mercado supone la simultánea canalización de la convocatoria que le confiere su condición subutilizada de centro de escala, que le confieren los flujos que atraviesan la provincia, su condición de centro de recreación, que le confieren las gentes localizadas en su área de influencia, su condición de centro de mini-turismo que pueden conferirle segmentos convocables del área metropolitana y del centro urbano de Mar del Plata, además de nichos de turistas especializados en recursos específicos de Olavarría.

7. de hospitalidad

La estrategia de hospitalidad necesaria para el desarrollo de la actividad turística se sustenta en el nivel socio-cultural de su gente, la calidad de vida perceptible en el escenario urbano, la modernidad de sus prácticas urbanas, la actitud y la aptitud receptivas en relación a la afluencia actual y en la disposición que permita recibir la afluencia convocable y receptible y en la apertura que permita afrontar los cambios que impone en la realidad el transcurso del tiempo.

en síntesis

La disposición socio-cultural de la comunidad de Olavarría, signada por la impronta emprendedora de la

actividad industrial, a diferencia de la disposición perfilada por la impronta expectante de la actividad agropecuaria del resto de las comunidades localizadas en el interior bonaerense, permite acreditar atributos y valores necesarios e inferir actitudes y aptitudes apropiadas para afrontar el desafío de interacción y proyección que implica la actividad turística.

El desarrollo de las estrategias que se plantean supone la gradual puesta en condiciones de los diferentes requisitos que resultan del estado actual de atracción, producción, gestión, comunicación, nodalidad, mercado y hospitalidad, contemplan programas que estructuran las acciones en relación a cada uno de los temas planteados.

La concepción de dichos programas respecto de ciertos temas requiere necesariamente de contribuciones específicas, tales como la ordenación territorial y urbana de Olavarría en función turístico - recreacional, la identificación y persuasión de segmentos determinados del mercado turístico y recreativo actual y potencial, la definición y difusión de la imagen y *marca país* de Olavarría, a través de canales de comunicación apropiados, a fin de instalar a Olavarría entre las opciones de afluencia de personas y empresas que exceden la aspiración de desarrollo de la actividad turística.

Se considera que el documento, producto del estudio y la proposición realizados, ha de constituirse en referencia necesaria y oportuna para emprender el proceso de convocatoria a los diferentes actores sociales de Olavarría y, en particular, a los operadores turísticos y recreativos, en función de la adopción de criterios y acciones estratégicas asumidas consensualmente por la comunidad, conducidas y gestionadas por el Municipio.

BIBLIOGRAFÍA

- Altes Machin, Carmen: «Marketing y turismo». Editorial Síntesis S.A. Madrid, 1995.
- Boullón, Roberto: «Los municipios turísticos». Ed Trillas. México, 1990.
- Gómez Orea, Domingo: «Ordenación del Territorio, Una aproximación desde el medio físico». Ed Agrícola Española. Madrid, 1994
- Guitelman, Jorge: «Turismo. Hospitalidad y encuentro con el otro». CIC. Ministerio de la Producción de Buenos Aires. La Plata, 1994.
- Hernandez, Ruby: «Un modelo de desarrollo regional». Grupo Banco de la Provincia de Buenos Aires. 1997.
- Kotler, Philip y otros: «Mercadotecnia de localidades». Editorial Diana S. A. México, 1994.
- Leno Cerro, Francisco: «Técnicas de evaluación del potencial turístico». MICYT. Madrid, 1993.
- Mantero, Juan Carlos y otros: «Recursos turísticos regionales». En APORTES y transferencias año 2 vol 1. Mar del Plata, 1998.
- Mantero, Juan Carlos: «Actividad turística y desarrollo local». En Política Turística Argentina. Edit. Ladevi. Buenos Aires, 1999
- Mantero, Juan Carlos: «Producto global y productos alternos: una estrategia de desarrollo turístico». Documento de cátedra. Inédito. 2001.
- OMT: «Agenda para Planificadores Locales. Turismo Sostenible y Gestión Local». OMT Madrid, España, 1999.
- OMT: «Guía para Administradores Locales. Desarrollo Turístico Sostenible». OMT Madrid, España, 1999.
- Robirosa, Mario: «Organización y gestión comunitarias». CIAM FAUD Mar del Plata, 1996.
- Semino, Isabel y otros: «Modernización y Reforma del Estado». Provincia de Buenos Aires. Universidad Nacional de La Plata. La Plata, 1999.
- Subsecretaría de Turismo, Provincia De Buenos Aires: «Bases para la planificación estratégica del turismo». 2000
- Tauber, Fernando: «Municipios varios de Provincia de Buenos Aires. Reflexiones para una estrategia de desarrollo». Universidad Nacional de La Plata. La Plata.
- Valls, Josep Frances: «Las claves del mercado turístico». Editorial Deusto. Bilbao, 1996.
- Valls, Josep Frances: «La imagen de marca de los países». Mc Graw Hill. ESADE. Barcelona, 1992.
- Vega, Manuel: «Diagnóstico Ambiental de la Provincia de Buenos Aires». Buenos Aires, 1997.
- Vera R., Fernando (compilador): «Análisis territorial del turismo». Editorial Ariel S.A. Barcelona, 1997.