

# Análisis socioeconómico de Monte Hermoso mediante SIG

## *Un destino turístico costero del sureste argentino*

### A Socioeconomic Analysis of Monte Hermoso by GIS: *A Coastal Tourist Destination in Southeast Argentina*

#### RESUMEN

El área de estudio comprende la localidad de Monte Hermoso, la cual forma parte del corredor turístico de la Costa Bonaerense. El objetivo del trabajo es analizar las condiciones que presenta la localidad para desarrollar y explotar eficientemente la actividad turística, con el objetivo de que la misma se transforme en un medio para mejorar los ingresos de las personas de bajos recursos que viven allí. Utilizando datos extraídos de encuestas realizadas en el área, programas estadísticos, sistemas de información geográfica (SIG) y cartografía tradicional, se obtuvieron resultados favorables para el desarrollo de la actividad turística como herramienta de crecimiento económico sustentable. No se encontró una clara correlación entre los ingresos y el grado de educación. Existen personas con menor nivel educativo que perciben lo mismo o más que aquellas que han terminado un nivel terciario/universitario. En su mayoría todas presentan mínimamente el nivel secundario completo. Otro resultado atípico fue que el sexo que predominara en los trabajadores fuera el masculino, cuando el sector turístico es considerado como aquel donde predominan las mujeres y/o jefas de hogar.

*Palabras clave:* desarrollo sustentable, actividad turística, pobreza, Sistemas de Información Geográfica

#### ABSTRACT

The area of study comprises the town of Monte Hermoso, part of the tourist corridor on the southeast coast of the province of Buenos Aires. The study aims to analyze the conditions existing in the town to develop and operate touristic activity efficiently, so that they become a means to help improve the earnings of the lower-income segments living there. Using data culled from surveys in the area, statistical programs, geographic information systems (GIS) and traditional cartography, favorable results support developing tourism as a tool for sustainable economic growth. We found no clear correlation between income and educational level. In general, lower educational segments indicated higher or similar income levels as those for community-college/university segments. Such is the case of those who have only finished secondary school. Another atypical result was that male workers were the predominant sex, despite expecting females to dominate tourism activities.

*Key words:* sustainable development, touristic activity, poverty, geographic information systems.

\* Departamento de Economía, Universidad Nacional del Sur, Argentina, corbellavirginia@hotmail.com

## INTRODUCCIÓN

Existe consenso en la literatura respecto al hecho de considerar al turismo como una vía de aumento del potencial económico de los países. La industria del turismo se ha vuelto en los últimos tiempos una de las más importantes fuentes generadoras de divisas, incluso ha llegado a producir ingresos de tal magnitud que la han colocado en un lugar después del petróleo. Es también una de las principales exportaciones de los países en desarrollo que ha demostrado un rápido crecimiento en los últimos años.<sup>1</sup>

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2003) afirma que es posible aprovechar mejor el potencial del turismo para lograr responder más directamente a los problemas de la pobreza y alcanzar así un crecimiento económico sustentable a largo plazo en el país o zona turística.

En aquellos países ricos en recursos naturales y diversos paisajes en su territorio, la industria turística se ha considerado, con frecuencia, esencial para el desarrollo económico como alternativa a los sectores primarios y secundarios tradicionales (Chon, 1999).

No obstante, el éxito de los beneficios que produce la actividad turística depende del valor del mercado y la calidad de los productos desarrollados, así como también de que se establezca una verdadera cooperación entre las comunidades, el sector público y el sector privado. Para la participación de los pobres en el turismo y en los beneficios que de él se derivan, es fundamental el tipo de turismo que se realiza, las normas de planificación, el acceso al capital y la capacitación.

En este contexto, se plantea el objetivo de analizar las condiciones socioeconómicas que presenta la zona de Monte Hermoso para desarrollar y explotar eficientemente la actividad turística, con el fin de que la misma se transforme en un medio para ayudar a los habitantes del lugar, a mejorar sus ingresos en el largo plazo.

La metodología del trabajo se basa en utilizar los datos obtenidos de las encuestas realizadas en la localidad de Monte Hermoso y en procesarlos mediante programas estadísticos, Sistemas de Información Geográfica (SIG) y

<sup>1</sup> Esto se ve reflejado en las estadísticas publicadas por la Organización Mundial del Turismo. Anualmente publica un barómetro turístico que refleja los movimientos de los turistas por medio de estadísticas permitiendo registrar las variaciones de los flujos turísticos y los ingresos generados (OMT, 2010).

cartografía tradicional para extraer conclusiones y tratar de verificar la hipótesis planteada. Los SIG son modelos capaces de integrar, almacenar, editar, analizar, compartir y mostrar la información geográficamente referenciada. Estos sistemas son una herramienta que permite crear consultas interactivas, editar datos, mapas y presentar los resultados de todas estas operaciones en distintas capas, las cuales a su vez pueden ser superpuestas para realizar análisis multicriterio complejos.

El trabajo se estructura de la siguiente manera: en la sección segunda se hace una breve descripción de la importancia del turismo como actividad productiva y los impactos que tiene para la economía del área en cuestión. Luego, se describen los datos y el sistema utilizado en el procesamiento. La georreferenciación de la información permite extraer conclusiones combinando los datos según diferentes especificaciones. En la cuarta sección se analizan los resultados de la aplicación y de las distintas relaciones establecidas entre las capas temáticas generadas por el SIG. Por último se exponen las conclusiones del trabajo y se proponen lineamientos de políticas públicas.

## **EL TURISMO COMO ACTIVIDAD ECONÓMICA Y SUS EFECTOS EN LA ECONOMÍA**

150

El turismo está adquiriendo un rol cada vez más importante en la economía mundial y, según su particularidad, en la economía de cada país o región. Para las economías desarrolladas uno de los principales atractivos radica en su gran potencial de innovación, mientras que para los países en desarrollo se la considera como una solución rápida a una situación de atraso y/o estancamiento económico. Esto se debe a que la producción turística posee un efecto multiplicador de crecimiento que genera recursos no sólo para quienes la desarrollan, sino también para todos los habitantes de la comunidad.

Según el informe elaborado por los responsables del área temática “El turismo como Política de Estado en la República Argentina” del Observatorio de Políticas Públicas del Cuerpo de Administradores Gubernamentales de la Jefatura de Gabinete de Ministros, los efectos del turismo sobre la economía se manifiestan de tres formas diferentes. La primera de ellas, y más fácil de identificar a primera vista, es su contribución a la generación de ingresos. La segunda es su rol como instrumento de redistribución del ingreso entre la población y a lo largo del ámbito espacial. Y, por último, el turismo produce un impacto directo sobre la economía a través de los efectos multi-

plicadores resultantes del gasto de los visitantes (Argentina. Observatorio de Políticas Públicas, 2006).

Los gastos realizados por los turistas producen efectos directos e indirectos. Los efectos directos surgen como consecuencia de las erogaciones realizadas en el consumo de bienes y servicios turísticos que se transforman en la retribución a los factores de producción y en los ingresos de los sectores intervinientes en la generación de bienes y servicios destinados al consumo de turistas. Los efectos indirectos surgen como consecuencia de que parte de ese ingreso se emplea en la compra de otros productos y servicios que no están exclusivamente destinados al turismo.

Es de este modo que el turismo produce otro efecto muy importante a destacar: genera empleo. De forma directa, cuando se considera al personal empleado en las ramas características del turismo, tales como en agencias de viajes, hoteles, restaurantes o servicios de transporte. Y de forma indirecta, como resultado del mayor nivel de consumo de los residentes debido a los ingresos procedentes del turismo.

Según la Cámara Argentina de Turismo (CAT) y el World Travel and Tourism Council (WTTC) que miden regularmente la Actividad Económica de Turismo y Viajes (AETV), uno de cada diez empleos en el mundo es generado por esta industria. “El resultado obtenido para 2008 es que la AETV ha generado 7.7% del empleo nacional total. En números absolutos ha generado 1 290 869 empleos. Aunque constituye sólo una coincidencia, no deja de ser interesante observar que la estimación obtenida es igual a la estimada por el WTTC para el empleo mundial” (CAT, 2009). Las estadísticas permiten conocer las características de la significativa creación de empleo por parte del turismo.

151

La prestación de servicios turísticos es una actividad de trabajo intensiva y es por ello que se observa un impacto de gran magnitud en la creación de empleo a nivel nacional. También ofrece más oportunidades de crear negocios de pequeña magnitud, pero de mucha más mano de obra que cualquier otro sector, salvo la agricultura y la construcción.

En Argentina el turismo se presenta como uno de los principales sectores creadores de divisas exhibiendo además un gran dinamismo. Esto genera que cuando se lleva a cabo el análisis, se encuentre un mayor dinamismo en la creación de empleo en las ramas características y un incremento de ocupados a lo largo del tiempo: en el período 2004 -2005 se incrementó 2.96 %, y en el período 2005-2006 5.32%. Finalmente, en 2008 el empleo turístico alcanzó

un total de 1 290 869 empleos frente a 956 546 empleados que existían en el sector en el año 2006: un crecimiento de 34% aproximadamente.<sup>2</sup>

A pesar de las dificultades metodológicas que existen para medir el empleo en la actividad turística, como por ejemplo la asignación de trabajo a las actividades económicas que atienden a turistas y no turistas, es posible analizar el empleo en las ramas características del turismo en base a recomendaciones internacionales de estadísticas en el sector realizadas por la OMT y la Organización Internacional del Trabajo (OIT). De esta forma se logra una uniformidad metodológica para poder llevar a cabo comparaciones internacionales de los datos obtenidos.

Para el 2008, el Informe Económico Anual sobre la Actividad de Viajes y Turismo presentado por la Cámara Argentina de Turismo afirma, "(...) en 2008 la contribución de la (AETV) al Producto Interno Bruto –a precios constantes– alcanzó 7.7%, observando un pequeño incremento en relación con los datos del año anterior, que se ubicaron en 7.6 %" (CAT, 2009: 12)."

El turismo receptivo representa, según datos de la Cámara Argentina de Turismo, 37.42% de las exportaciones de servicios, 6.46% de las exportaciones de bienes, 5.51% de las exportaciones totales y 1.6% del PBI. Estos números permiten afirmar que, además de ser el principal exportador de servicios, este sector tiene una influencia considerable sobre el PBI y, al ser una actividad transversal, sus ingresos se distribuyen hacia todos los sectores económicos, ya se trate de turismo receptivo o del interno.

**152** Poseer ese efecto multiplicador genera, a medida que se desarrolla la actividad turística, efectos positivos sobre otros sectores de la economía, directa e indirectamente. Entre estos efectos sobresale por un lado, el mayor nivel de educación o capacitación de la población derivada de las exigencias del sector y, por el otro, la realización de inversión necesaria en infraestructura y servicios prestados en las zonas turísticas para ofrecer un buen producto.

Estas cuestiones se vuelven relevantes si se quiere aprovechar al máximo y racionalmente los beneficios que se pueden obtener por medio de la explotación turística. En este sentido Leatherman y Marcouviller (1997) señalan que el turismo utilizado como estrategia para promover el crecimiento económico de los países es un fenómeno relativamente nuevo. "La generación de divisas y el crecimiento económico basado en 'nuevos sectores' –con la creación consecuente de nuevos puestos de trabajo– son dos de los potenciales

<sup>2</sup> CAT, 2009; Sectur, 2007.

efectos más importantes del desarrollo del sector turístico en una economía (Gibson, 1993; Morley, 1992; Brohman, 1996)”(Porto, 1999: 5).

El desarrollo de la actividad turística, al generar efectos de derrame o de goteo y beneficios que alcanzan a otros sectores de la economía, se presenta como una alternativa para diversificar la base económica de una región. Posee un importante potencial para incrementar los ingresos públicos, la creación de nuevos puestos de trabajo y el posible desarrollo de otras industrias, ya sea de productos que consumen los turistas o para suministro de las empresas que sirven a los turistas (Figuerola, 1985; Bull, 1994; Gibson, 1993; WTTC, 1995; Porto, 1999).

El turismo, al ser un sector que experimenta rápidos cambios y transformaciones y poseer la capacidad de adaptarse ágilmente a esos cambios, puede percibirse como una actividad generadora de crecimiento y desarrollo económico que direcciona a la economía hacia el logro de ese objetivo. Esto puede llevarse a cabo gracias a la gran interdependencia y externalidades que produce la actividad en los otros sectores.

La Declaración del Milenio de las Naciones Unidas señaló la reducción de la pobreza como uno de los objetivos más imperiosos que debería afrontar el mundo en el siglo XXI. La actividad turística es ya una de las principales fuentes de entrada de divisas y creación de empleo en muchos países pobres y en desarrollo (OMT, 2003).

La OMT afirma que, por ser el turismo una de las actividades económicas más dinámicas, es posible aprovechar mejor su potencial para tratar de solucionar los problemas de la pobreza más directamente (OMT, 2003). Es por este motivo que el organismo elabora el informe “Turismo y Atenuación de la Pobreza”, para intentar responder a la preocupación por lograr que sus beneficios tengan un alcance pleno en el seno de la sociedad, y que su desarrollo redunde en provecho de los pobres. Es fundamental para que esto ocurra que los gobiernos, las empresas privadas, los organismos de cooperación –ONG, Sociedades Civiles, etcétera– y la población local, asuman un rol participativo y cooperativo para el desarrollo sustentable de su economía local.

El concepto de turismo sustentable se refiere al desarrollo de la actividad al mismo tiempo que se busca preservar, desde un punto de vista ecológico, social y económico, el bienestar de las comunidades pobres y la conservación de su entorno (Argentina. Observatorio de Políticas Públicas, 2006).

La CAT coincide con el objetivo de la OMT de que el turismo, al ser una de las principales exportaciones y una de las fuentes más importantes de divisas

de los países en desarrollo y caracterizarse por un gran dinamismo en el último tiempo, puede ser considerado como una actividad estratégica para el desarrollo económico sustentable.

La Cámara considera importante estudiar esta actividad dentro de una perspectiva regional, para identificar acciones y políticas que pueden coordinarse entre distintos países o localidades para potenciar el turismo que recibe cada uno de ellos. El sector ofrece una importante cantidad de mercados y oportunidades para los empresarios locales de diversificar la economía local. De este modo, se logra colaborar entre todos para prestar un mejor servicio turístico y aprovechar al máximo los beneficios que ofrece como herramienta de crecimiento y desarrollo sustentable para la región o país en cuestión.

En los últimos años han surgido nuevas demandas turísticas como atracción a lugares remotos por los valores culturales, la riqueza de su flora, fauna y por sus paisajes. Los turistas buscan tener nuevas y diversas experiencias a las ya vividas, quieren relacionarse con la población local y la naturaleza y vivir su cultura. Esta situación crea nuevos mercados y oportunidades a los empresarios locales para utilizar al turismo como herramienta de desarrollo sustentable de la localidad.

No obstante, el éxito del turismo depende del valor del mercado y de la calidad de los productos desarrollados así como también de la infraestructura instalada. De igual modo contribuye al establecimiento de cooperación y conexiones entre las comunidades, el sector público y el sector privado. Es decir, que si se utilizan bienes y servicios locales se favorece la creación de empleo y de oportunidades para las empresas locales. Por lo tanto, la estrategia que convendría seguir debería promover las conexiones locales, demandando que una parte justa de las rentas se retenga e invierta en la economía local para fomentar, de este modo, el desarrollo integrado y sustentable.

154

La eficacia de las conexiones depende de la competitividad de los productos y servicios locales para abrirse camino en el mercado. La fiabilidad, calidad y flexibilidad son características fundamentales. Es preciso además que los empresarios locales sean innovadores y visionarios y que participen activamente promoviendo procesos basados en la colaboración y cooperación. A los miembros más pobres de la población local se les puede ofrecer ayuda para insertarse y acceder al mercado turístico y así aprovechar las oportunidades que ofrece, generando la posibilidad de revertir su situación económica.

Al momento de planificar y/o evaluar el desarrollo de la industria turística es indispensable analizar la disponibilidad de la infraestructura, la cual es al mismo tiempo efecto directo del mismo progreso de esta actividad. (Martin y

Rogers, 1995; Gibson, 1993). Cuanto más crezca el turismo en el área, mayores inversiones en la infraestructura del lugar.

La misma puede ser definida, en términos de Martin y Rogers (1995), como infraestructura pública, la cual incluye el transporte, las telecomunicaciones, leyes y normas y cualquier administración pública en general. Otra forma de clasificarla es según sea general o específica del sector, ejemplos de ello son, la infraestructura en hotelería, rutas, accesos a lugares turísticos, entre otros.

Estos servicios básicos son indispensables para facilitar la unión entre el consumo y la producción, propiciando de este modo mejores conexiones con la economía local. De esta forma se permite el acceso al mercado de nuevos productos y la posibilidad de ofrecer un mejor servicio a los turistas.

Las empresas privadas son muy importantes y pueden contribuir enormemente en el desarrollo de un turismo que se incline hacia los pobres. Una manera de colaborar que poseen es, por ejemplo, desarrollando rutas, puentes y caminos y compartiendo el acceso a los mismos con la población de más bajos ingresos.

#### *Turismo: educación y empleo*

Es fundamental para lograr un resultado efectivo adoptar una política con orientación hacia los pobres, fortalecer la relación que existe entre la formación de las personas y el empleo en el sector. Como ya se explicó, el turístico es un sector intensivo en mano de obra y, por lo tanto, tiene la particularidad de generar empleo directo en sus actividades y en aquellas empresas que lo abastecen o que producen bienes demandados por sus trabajadores. En Argentina, para el año 2007, la actividad turística y de viajes generó 7.2 % del empleo total en el país según la Cámara Argentina de Turismo. Y entre el periodo 2003-2007, creció cerca de 50 %, crecimiento algo mayor al del correspondiente a la economía en su conjunto (Sturzenegger y Porto, 2008).

El volumen de puestos de trabajos en turismo depende de la escala y forma de su desarrollo, y de los gastos por parte de los turistas en la economía local. Maximizar estas plazas de trabajo, tanto a nivel local como nacional, garantiza que las rentas se reviertan en la economía local y nacional, y reduce las fugas de los salarios enviados al exterior o gastados fuera de la economía del destino turístico. Sin embargo, el éxito de las empresas turísticas dependerá de que ofrezcan bienes y servicios adecuados y de calidad. Mantener una formación y capacitación de alto nivel es un factor importante para la viabilidad de los negocios en este sector. (Herrera y Liriano, 2006; Prado, 2001).

Otro beneficio que se obtiene de maximizar el empleo de la población en el turismo es contribuir a la reducción de la pobreza, al comprometerse las empresas a contratar más personal local y pobre. Según Gibson (1993), uno de los beneficios del turismo es la creación de empleo para aquellas personas con pocas habilidades o formación. “Sin embargo, los requerimientos de capacitación en cada una de las áreas del sector son cada vez mayores y la falta de capacitación de los recursos humanos es uno de los problemas a solucionar” (Porto, 1999: 60). Si se busca desarrollar la economía mediante el turismo, dicha situación debe ser corregida, no sólo para que los proyectos sean económicamente viables, sino también para que los desfavorecidos puedan aprovechar mejor los beneficios que pueden obtener del turismo. Se deben establecer políticas de planificación para su desarrollo con la educación como eje fundamental (Argentina. Observatorio de Políticas Públicas (2006).

A través de programas de formación y desarrollo profesional es posible cumplir con el objetivo de reducir la pobreza y, a la vez, generar un cierto nivel educativo de los recursos humanos para asegurar una de las condiciones necesarias para que los negocios sean viables económicamente.

Una manera de complementar esta política es haciendo un esfuerzo por formar y emplear a personas que viven en el lugar de destino, ya sea en hoteles o como guías locales, artistas, artesanos. Ellos están familiarizados con el paisaje y su cultura, y pueden interpretar y mantener cierto control sobre su patrimonio al mismo tiempo.

156 También pueden introducirse programas de promoción del espíritu empresarial para pymes del sector. Lo que se busca con ellos es tratar de mejorar la percepción de las oportunidades de negocios, y brindar facilidades, ya sean de tipo monetario o de análisis técnico de los proyectos.

Es importante el papel de la educación para insertarse en la actividad, aprovechar mejor los beneficios de ella y reducir la pobreza. El turismo sustentable puede ser un instrumento para eliminar la pobreza y simultáneamente preservar el patrimonio natural y cultural, y desarrollar la economía local (Argentina. Observatorio de Políticas Públicas (2006).

## **SISTEMAS DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA Y SU RELACIÓN CON EL TURISMO**

Los Sistemas de Información Geográfica (SIG) son modelos capaces de integrar, almacenar, modelizar, editar, analizar, compartir y mostrar la informa-

ción geográficamente referenciada. Los SIG son una herramienta que permite crear consultas interactivas, editar datos, mapas y presentar los resultados de todas estas operaciones en distintas capas, las cuales a su vez pueden ser superpuestas para realizar análisis multicriterio complejos. Es una integración organizada de hardware, software y datos que permite a los usuarios representar y gestionar grandes volúmenes de datos sobre ciertos aspectos del mundo real.

Lo que diferencia a los SIG de otros Sistemas de Información es el hecho de trabajar con información espacial. Los SIG se han vuelto hoy en día una herramienta habitual y son usados cada vez más por individuos y organizaciones. Algunas de las razones por lo que esto ocurre son: la gran disponibilidad de redes de conexión locales, la disminución en el precio del hardware y software de SIG, conciencia creciente de por qué los procesos de toma de decisiones tienen una dimensión espacial, mayor disponibilidad de datos digitales referenciados y experiencia acumulada de las aplicaciones que se han realizado en diversos campos de trabajo.

La tecnología de los SIG puede ser utilizada para investigaciones científicas, gestión de recursos, análisis de alternativas, evaluación del impacto ambiental, planificación urbana, sociología, la geografía histórica, marketing, por nombrar unos pocos. El uso en las diversas áreas es como herramienta de soporte en la toma de decisiones y planes de actuación frente a diversidad de situaciones.

Por ejemplo, un SIG podría permitir calcular fácilmente los tiempos de respuesta en caso de una catástrofe natural, o pueden ser utilizados por una empresa para definir dónde ubicar un nuevo negocio y aprovechar las ventajas de una zona de mercado con escasa competencia, o para clasificar, según el criterio asumido, el contenido de ciertas áreas.

Un ejemplo de esto último es el realizado por la Facultad de Ciencias Económicas, Facultad de Humanidades y la Asociación de la Producción, Industria y Comercio de Corrientes, donde georreferenciaron los niveles socioeconómicos de cada manzana catastral de la ciudad de Corrientes en base a datos del censo 2001, para disponer de información georreferenciada con el fin de ser utilizada en procesos decisorios de toda índole.<sup>3</sup>

Las tecnologías SIG trabajan con información digital, para la cual existen varios métodos utilizados para la creación de datos. El método más utilizado

<sup>3</sup>Odrizola *et al.*, 2008.

parte de un mapa impreso o con información tomada en campo que se transfiera a un medio digital por medio de un programa de Diseño Asistido por Ordenador (DAO o CAD) con capacidades de georreferenciación. Sin embargo, dada la amplia disponibilidad de imágenes tanto de satélite como aéreas. La digitalización por este método se está volviendo en la principal fuente de extracción de datos geográficos.

El SIG funciona como una base de datos computarizada que almacena dos tipos de información: cartográfica y alfanumérica. Con la primera es posible conocer la localización exacta de cada elemento en el espacio y con respecto a otros elementos. En cambio, la información alfanumérica permite saber datos sobre las características o atributos de cada elemento geográfico.

La razón fundamental para utilizar un SIG es la gestión de información espacial. Esta herramienta tecnológica descompone la realidad en diferentes temas o capas de la zona que se desea estudiar. “El analista puede trabajar sobre cualquiera de esas capas según las necesidades del momento. Pero la gran ventaja de los SIG es que pueden relacionar y combinar las distintas capas entre sí, para contestar a preguntas complejas o para obtener nueva información, lo que concede a estos sistemas una sorprendente capacidad de análisis” (Gutiérrez Puebla, 2000: 42).

158 “En la época actual, los Sistemas de Información Geográfica están siendo cada vez más utilizados como plataformas para el manejo de grandes volúmenes de información relacionados con la toma de decisiones en diferentes ramas” (Durán *et.al.*, 2000: 95). Estos autores, en particular, diseñaron un SIG como herramienta para manejar gran cantidad de datos para el estudio del turismo y su planificación en determinadas zonas de Cuba. Dada la gran variedad de atractivos con que cuenta Cuba, se han propuesto diferentes sistemas para el estudio y planificación del turismo en dicho país.

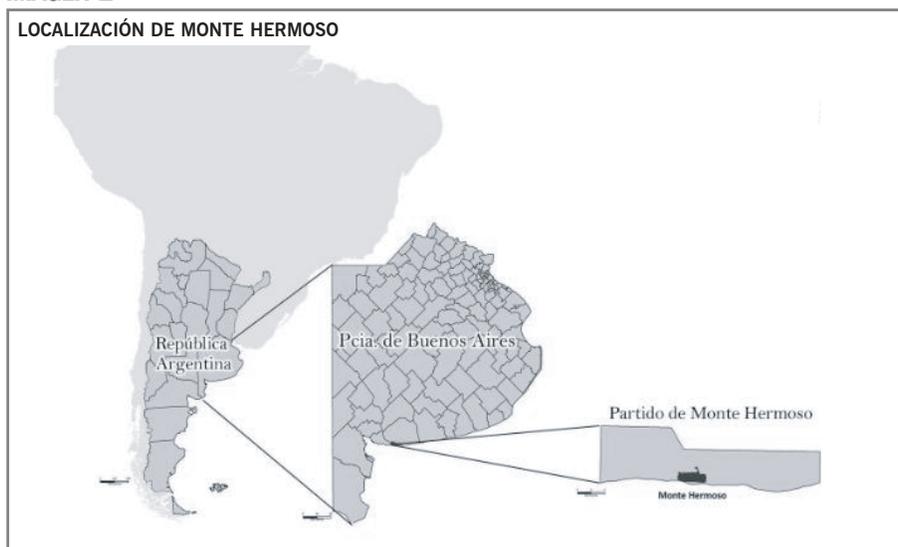
Dadas las características de los SIG que permiten hacer un análisis real e integrador de las variables incluidas y, a la vez, permiten trabajar individualmente sobre cada una, con el fin de potenciar el desarrollo sostenible del turismo y lograr el mantenimiento de los recursos para beneficiar a la localidad con de los efectos directos e indirectos, se propone la idea de aplicar este tipo de programa para evaluar si la actividad turística en la zona de Monte Hermoso ha favorecido a los más desprotegidos mediante la creación de empleo.

## UBICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DE LA ZONA DE ESTUDIO: MONTE HERMOSO

Monte Hermoso es la localidad cabecera del partido del mismo nombre, provincia de Buenos Aires y se ubica al sur de la misma. Posee 5 394 habitantes según el último censo (INDEC, 2001). Esta localidad es una de los principales centros turísticos de la región y forma parte del Corredor Turístico de la Costa Bonaerense. El mismo se extiende desde el Cabo San Antonio hasta la desembocadura del Río Negro, con más de 1 300 km de costa atlántica. Los turistas provienen mayoritariamente de Bahía Blanca y de zonas aledañas y de algunas ciudades del interior del país, tales como Córdoba y Santa Rosa (ver imagen 1).

En base a información censal Monte Hermoso se caracteriza por su marcado dinamismo poblacional (55.4% entre 1991-2001, y 16% entre 2001-2010), superando la variación registrada por la Provincia de Buenos Aires (9.8% entre 1991- 2001, y 13% entre 2001- 2010), principal área socioeconómica del país.

IMAGEN 1



Fuente: elaboración propia.

Desde el punto de vista productivo, la composición de su Producto Bruto Geográfico (PBG), en base al criterio de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (Argentina. Ministerio de Economía y Obras y Servicios Públicos, 1997), las mayores contribuciones dentro de su estructura productiva están asociadas a las ramas hoteles y restaurantes y servicios inmobiliarios, empresariales y de alquiler, con un 6.1% y 51.8% respectivamente. Asimismo, la importancia de la rama hoteles y restaurantes se acrecienta si evaluamos la participación de Monte Hermoso en el Total Provincial por Rama Productivas. En este caso, el mayor porcentaje, para el año 1993, se verifica en la rama Hoteles y Restaurantes, confirmando el desempeño de esta localidad como centro turístico a nivel regional. En términos dinámicos, Monte Hermoso registró una tasa de crecimiento positiva del PBG 1993-2003 de 12.17% (Argentina. Gobierno (2004).

El atractivo más importante de esta zona es su extensa playa de finas arenas que se prolonga a lo largo de 32 km. con un declive muy suave. Por su ubicación geográfica, de este a oeste, es la única en el país donde el sol nace y se pone sobre el mar, esta característica le permite al visitante permanecer durante más tiempo en la playa sin conos de sombra. La temperatura de sus aguas, superior en 5 grados a la de otras playas, también la diferencian con otros balnearios.

160 La ciudad cuenta con una infraestructura turística básica, pero completa, con gran variedad de lugares gastronómicos, de alojamiento y entretenimiento. Existen ofertas de paradores situados en la costa con actividades relajantes como el vóley y fútbol de playa, campeonatos de tejo, aeróbic o clases de salsa. También se pueden practicar en el agua deportes como esquí acuático, *windsurf*, vela o pesca recreativa o competitiva, según las preferencias.

En Monte Hermoso, los turistas pueden visitar el Museo de Ciencias Naturales, el Museo Naval, la laguna Sauce Grande, el Faro Recalada, el Sitio Arqueológico Monte Hermoso I –ex El Pisadero–, y el Paseo del Pinar que puede ser disfrutado a pie o en bicicleta. Por la noche, se ofrecen siempre espectáculos de gran calidad en restaurantes, bares y en el anfiteatro céntrico.

Por sus características, esta localidad tiende a atraer un turismo de tipo familiar –turismo residenciado– (Vaquero *et al.*, 2006), que se establece por largos periodos de tiempo estableciendo relaciones inmobiliarias y llegando incluso a fijar en Monte Hermoso su residencia habitual.

## ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO DE LAS ENCUESTAS

Para la presente investigación se utilizó el método de muestreo probabilístico;<sup>4</sup> para garantizar la ausencia de distorsión en la elección de la muestra, la encuesta se realizó cara a cara con personal idóneo para evitar que, por alguna razón, una parte de la población, sometida a observación, no esté incluida en el marco muestral y asegure la representatividad del universo poblacional. Se entrevistaron 300 hogares –dentro de cada hogar se entrevistó a todos los integrantes del mismo–, comprendiendo así una parte del universo de Monte Hermoso, pero no en su totalidad, circunscribiéndose a esa unidad muestral para recoger información respecto a las variables fundamentales –turismo, nivel de ingreso y pobreza–, entre otras. La encuesta como técnica de investigación social es de las más utilizadas en el ámbito del turismo porque permite obtener información tanto cuantitativa como cualitativa.

La estructura de la encuesta está conformada por bloques de preguntas, las cuales están codificadas mediante numeración continua para poder identificar cada pregunta con su respuesta. El primer bloque es introductorio, con preguntas generales de fácil respuesta para luego pasar de manera pautada a las más específicas referidas al objeto de la investigación, tales como nivel de ingreso, actividad en la que se desempeña y rama económica de la actividad. Se realizaron preguntas abiertas y preguntas cerradas dicotómicas, además preguntas cerradas categorizadas.

Una vez procesadas las encuestas y cargadas en una base de datos, se hicieron análisis estadísticos que permitieron llegar a los siguientes resultados:

- Del total de los encuestados 51.2% fueron masculinos y 48.8% femeninos, donde 77.4% se encuentra en la franja de lo que se considera población en edad económicamente activa; es decir, poseen entre 15 y 64 años. 22.6% tiene más de 64 años.
- Con respecto a su condición de actividad, únicamente 52.4% de la

<sup>4</sup> El muestreo probabilístico es un procedimiento mediante el cual se da a cada persona o elemento del universo una posibilidad de ser seleccionado, para ello se utilizaron tablas de azar con el fin de seleccionar las manzanas y luego los hogares a entrevistar. Existe un consenso en la literatura que para realizar análisis similares al presente, se trabaja con hogares para poder determinar aquella población considerada pobre, y luego determinar la cantidad de pobreza que existe en relación con ella. El presente trabajo se basa en la metodología empleada en Roslan *et al.* (2007).

muestra se encuentra ocupado, el resto es desocupado (2.4%) o económicamente no activo (45.2%).

- Del porcentaje de encuestados que se encuentra ocupado, 31.8% es empleado en el sector público y sólo 13.6% en el sector privado. El otro gran porcentaje, 36.4% trabaja por cuenta propia y el resto, 18.2%, son trabajadores familiares con y sin percepción de sueldo.
- Los ocupados presentan como rama de actividad principal los servicios comunales, sociales, y personal con 47.7%, seguida por el comercio, restaurantes y hoteles (20.5%) y la construcción (11.4%). El concepto *Rama de actividad económica* se refiere al sector de la economía dentro del cual la persona ejerce o ha ejercido la ocupación. Para la codificación de los datos se utilizó la última versión de la Clasificación Industrial Nacional Uniforme de todas las Actividades Económicas, utilizada en el Censo de 2000.
- Del total de la muestra 86.9% asistió a un establecimiento educativo y 13.1% restante asiste actualmente. Sólo 14.3% alcanzó como máximo un nivel educativo terciario/universitario completo. La mayoría, 36.9%, respondió haber finalizado de forma completa el primario, mientras que únicamente 21.4% terminó el secundario.

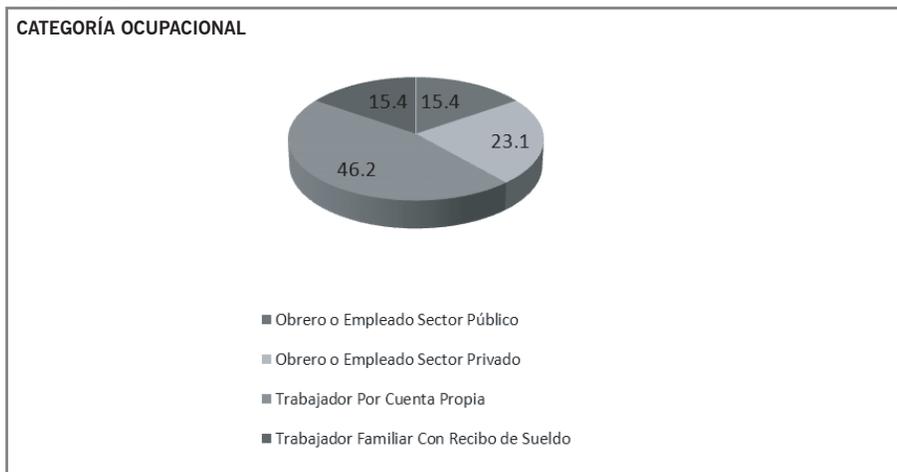
De lo anterior se perfila una localidad con población equilibrada con respecto a la proporción de los sexos, un gran porcentaje de la misma es económicamente activa y se encuentra ocupada en su mayoría en el sector público o por cuenta propia. La población presenta un nivel de educación máximo alcanzado medio-bajo. A pesar de estos datos, la población encuestada ha buscado capacitarse mediante talleres, cursos de informática e idiomas. Muy pocas personas han proseguido estudiando un posgrado. Es claro que acá se presenta una situación de tipo *trade off* entre la necesidad de trabajar y la decisión de seguir estudiando, dados los costos que esto implica y la necesidad de contar con ingresos suficientes para soportarlos y mantenerse.

Para enriquecer el análisis y dado que el objetivo del trabajo es conocer el aporte del turismo a la población de Monte Hermoso y detectar qué relación guarda con la educación que poseen, se filtró la base de datos original. Como filtro se utilizó la variable “Relación de la actividad principal desarrollada con el sector turístico”, estableciendo que de las personas encuestadas el programa mostrara aquellas que estuvieran ocupados y trabajaran en una actividad referida al turismo como actividad principal. Obtenida esta nueva informa-

ción se analizaron los niveles de educación, nivel de ingreso, rama de ocupación, entre otros, que arrojaron los siguientes resultados:

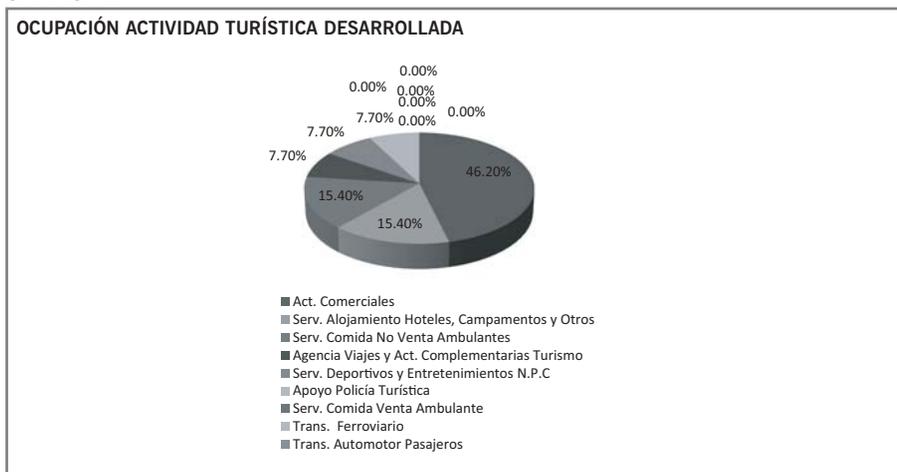
- De la muestra, 15.48% presenta las características buscadas mediante el filtro y está dividida según el sexo, en 69.2% hombres y 30.8% mujeres. Este resultado es opuesto al que se suele encontrar en trabajos de análisis similares del sector turístico. La mayoría de las veces lo que se encuentra es que este sector es marcadamente femenino y permite la inclusión de las mujeres al ámbito laboral.
- En la variable “máximo nivel educativo alcanzado” los resultados son similares a los encontrados en la base de datos original. Un gran porcentaje tiene primario completo, 30.8%, y el resto se distribuye entre secundario completo, incompleto y terciario/universitario completo, cada uno con 23.1% respectivamente. En total, 83.3% asistió a un establecimiento educativo y sólo 16.7% asiste actualmente. En su gran mayoría los encuestados se dedican únicamente a trabajar mientras que una pequeña parte trabajan y estudian sin jubilación ni pensión.
- Como capacitación extra, 54.5% de la muestra filtrada lo hizo en el campo de la informática, demostrando la necesidad de los tiempos actuales de prepararse en dicha área dada su gran utilidad y eficiencia para trabajar. Hoy en día es un requisito indispensable saber manejar esas herramientas en el sector servicios y turístico en particular.
- Las categorías ocupacionales con mayor relevancia, como se puede apreciar en la gráfica 1, son “obrero o empleado del sector privado” con 23.1% y “trabajador por cuenta propia” con 46.2%. Esto es importante tenerlo presente a la hora de elaborar las políticas necesarias para incentivar y desarrollar el sector turístico, y lograr mejores resultados.
- Dentro de la rama de ocupación como actividad turística desarrollada se observa un gran porcentaje en la rama “actividad comercial”, con 46.2%, seguido por “servicios de alojamiento, hoteles, campamentos y otros”, y “servicios de comida no venta ambulante” con 15.4% respectivamente. Con una muy pequeña participación se encuentran las actividades de la “agencia de viajes y actividades complementarias al turismo”, y “servicios deportivos y de entretenimientos N.P.C” con 7.7% cada uno (ver gráfica 2).

**GRÁFICA 1**



Fuente: elaboración propia.

**GRÁFICA 2**



Fuente: elaboración propia.

- Los ingresos mensuales percibidos de la actividad principal van desde los \$1 000 hasta los \$10 000 pesos, con un gran porcentaje –38.5%– que percibe cerca de los \$3 000. Y si se toma en cuenta el ingreso mensual total se encuentra que las cifras ahora van desde \$2 000 hasta

\$10 000. Este segundo ingreso se obtiene haciendo la suma del salario obtenido mediante la actividad principal relacionada con la actividad turística, más ingresos extra que puede obtener o no la persona en otra actividad complementaria, ya sea que esté relacionada o no con el turismo (ver gráfica 3 y 4).

Se observa en las gráficas que resumen la información obtenida que hay un gran porcentaje –15,4% y 38,5%– de personas que se abstuvieron de responder, situación que se da muy a menudo porque los encuestados prefieren mantener los montos de sus salarios en secreto; es decir, en forma privada.

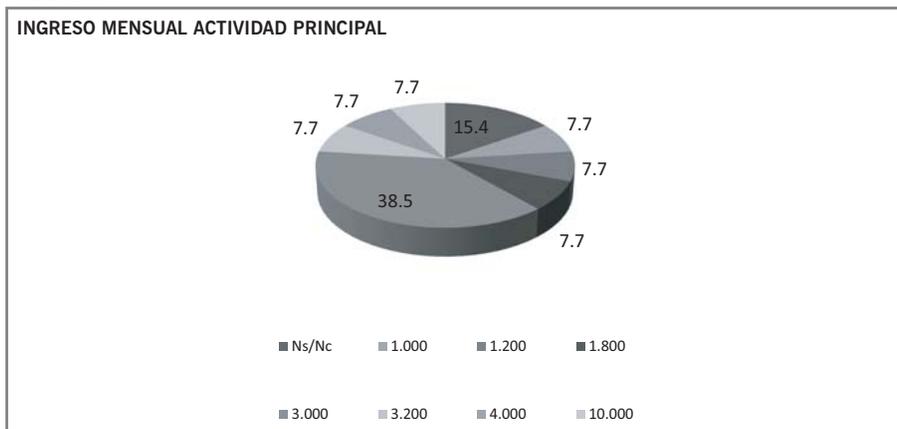
- Exceptuando un solo encuestado que obtiene \$10 000 de su actividad, el resto muestra una concentración, en ambos ingresos, de alrededor de los \$3 000. En comparación a los ingresos recibidos por el total de la muestra, este sector recibe ingresos más altos o muy similares al resto de los segmentos laborales, pero también trabaja más horas.
- El análisis sin filtro sobre la población arroja que la mayoría trabaja 48 horas, 20.5%, y ganan en promedio \$3.000, 18.2%, aunque el rango de variación de los ingresos es muy grande. Van desde los \$550 pesos hasta los \$10 000 pesos y la categoría ocupacional más importante es el sector público: 31.8% y cuentapropista 36.4%. En cambio, analizando la base filtrada, las categorías ocupacionales con mayor peso, como ya se dijo, son cuentapropista, 46.2%, y sector privado, 23.1%, y trabajan entre 48 horas, 23.1%, y 56 horas, 23.1%. El rango de ingresos tiene menor amplitud en comparación a la base completa (de \$550 a \$10 000 y luego de \$2 000 a \$10 000 respectivamente) pero el ingreso sigue siendo en promedio de \$3.000 pesos. Por lo tanto, podríamos inferir que los puestos de trabajo son mejores en el sector público y ganan en promedio lo mismo pero con igual o menor cantidad de horas de trabajo. Es relevante comentar que Monte Hermoso es un balneario con un sector público muy importante, lo que se corresponde con los resultados que hemos encontrado hasta ahora.

165

Es importante recordar que según el INDEC la canasta familiar para una familia tipo cuesta \$1.153,70;<sup>5</sup> es decir, que para superar el umbral de pobre-

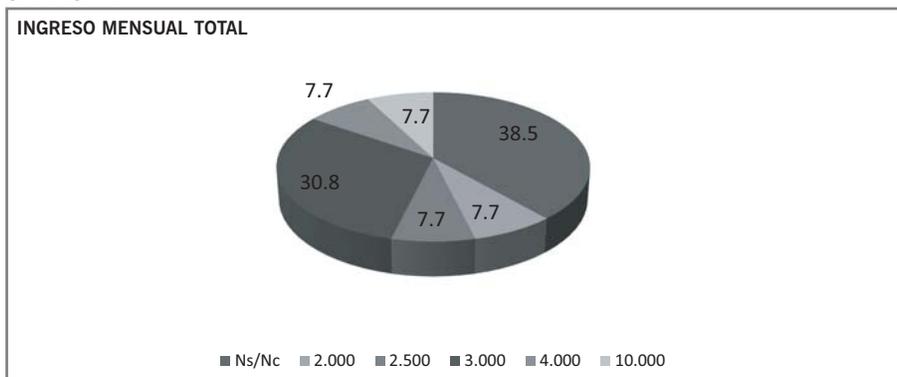
<sup>5</sup> INDEC, 2010.

**GRÁFICA 3**



Fuente: elaboración propia.

**GRÁFICA 4**



Fuente: elaboración propia.

za e indigencia cada hogar debe contar con ese monto. Dado el actual cuestionamiento de las mediciones que realiza dicho organismo muchos gremios han comenzado a realizar sus propias mediciones de la canasta encontrando otros valores. Según la CGT, para febrero media un valor mínimo de \$ 3.800,82 y para la CTA, en el mismo mes el valor era de \$4.696 mensuales para cubrir una canasta representativa del consumo medio de los años 90.<sup>6</sup>

<sup>6</sup> Ríos, 2010.

Claramente se observa entonces que en la muestra tenemos según las mediciones del INDEC, 61.5% de los hogares por encima de la línea de pobreza e indigencia, pero según las mediciones de la CGT y la CTA, sólo 14.14% y 7.7% de los hogares encuestados respectivamente.

Otra cuestión importante a remarcar es la cantidad de personas que tienen como ocupación complementaria una actividad relacionada con el turismo. Del total de la muestra 18.2% presenta esta característica, mientras que de los que se dedican en su actividad principal al sector turístico 15.4% lo complementa con otra actividad en el mismo sector.

Los hogares de la muestra se componen de dos a cuatro integrantes, en donde al menos uno trabaja en el rubro turismo. Es clara la influencia e importancia de este sector como fuente de trabajo para la población de Monte Hermoso.

En suma, respecto al segmento turístico, se evidencian las siguientes características relativas:

- Sexo: predominio masculino.
- Nivel de escolaridad: secundario completo e incompleto y terciario/universitario completo.
- Hay alta participación de jefes/as de hogar.
- Cantidad de integrantes por hogar: entre dos o cuatro personas.
- Sueldo promedio \$3 000.
- Categoría ocupacional: sector privado y cuenta propia.

167

Más allá de los datos cuantitativos presentados –algunos incluso pueden ser encontrados en los datos revelados por el censo–, las encuestas permiten rescatar información de tipo cualitativa para poder profundizar y completar el análisis objetivo del trabajo.

#### *Análisis socioeconómico de las encuestas mediante un Sistema de Información Geográfica*

Para ampliar el análisis socioeconómico realizado sobre el área de estudio, se creó una base de datos con la información recabada mediante las encuestas y se cargó al programa *ArcView*. Éste es un software dentro del campo de los Sistemas de Información Geográfica (SIG) que permite generar distintas capas con distintos atributos o características que deseamos visualizar en un mapa digital acerca de la problemática en cuestión. De este modo se logra

cruzar diversa información relevante para el análisis y al mismo tiempo visualizarlo en un plano del área de estudio. *ArcView* es un producto del Environmental Systems Research Institute (ESRI), los fabricantes de ARC/INFO, el más importante software de sistemas de información geográfica (SIG). Su apariencia se asemeja al entorno de Windows, se trabaja con ventanas y pestañas. Específicamente se cargaron las siguientes variables: *nombre y dirección* –para poder ubicar espacialmente los datos en el programa–, *nivel de educación máximo alcanzado*, *actividad principal con relación en turismo*, *categoría ocupacional*, *ingreso mensual por actividad principal* e *ingreso mensual total*.

La cartografía obtenida utilizando el SIG se presenta a continuación. En base al análisis realizado se pudo observar la ubicación de la gran mayoría de los atractivos turísticos que ofrece Monte Hermoso, tales como sus playas para bañarse y hacer todo tipo de actividad recreativa, pesca deportiva, el club de golf, paseo del pinar, gimnasio polideportivo, polideportivo municipal, los dos peatonales y varios sitios de interés cultural, entre otros.

Los atractivos presentan una alta concentración del lado derecho del plano, hacia la zona centro-este de la localidad, alrededor del acceso principal al balneario. Como es de esperar, la concentración coincide con la ubicación de las personas encuestadas que tienen su actividad principal en el sector turístico, lo cual es un resultado esperable dado que esa es el área donde deben tener su lugar de trabajo

168 En la imagen 2 se referencia mediante una gráfica circular la variable *ingreso mensual* por actividad principal en turismo y se complementa con el *nivel educativo* máximo alcanzado por cada encuestado. Si se mira el tamaño de los círculos, este indica que cuanto más grande es, más nivel de ingreso percibe ese individuo. Para verificar la existencia o no de esa relación directa positiva, se debería encontrar círculos grandes asociados a niveles de educación elevados. En este caso se observa que no existe una clara relación directa positiva entre el grado de educación y los ingresos percibidos. Existen personas con menor nivel educativo que perciben lo mismo o más que aquellas que han terminado un nivel terciario/universitario. Al hacer un análisis de correlación entre las dos variables se obtiene un coeficiente de correlación de 0.336. Este confirma que puede llegar a no existir una relación directa entre estas variables.

En cambio, sí se reafirma mediante el empleo del SIG la conclusión obtenida previamente sobre la concentración de los ingresos alrededor de los \$3000 y que la población ha alcanzado un nivel educativo medio-alto. En la imagen 3, el SIG pareciera sugerir una relación positiva entre el nivel educativo alcan-





zado y los ingresos mensuales totales que percibe esa persona. El coeficiente de correlación arroja en este caso un valor de 0.454. Sin embargo, hay que recordar que hay una gran cantidad de personas que no respondieron la pregunta acerca de sus ingresos mensuales por actividad principal y/o sus ingresos mensuales totales, lo cual puede llevar a que los valores de las correlaciones sean bajos, a no poder extraer conclusiones fehacientes o las que se hagan puedan ser erróneas.

## CONCLUSIÓN

A lo largo del trabajo se ha intentado caracterizar al sector turístico de Monte Hermoso y específicamente encontrar que la actividad turística al ser de mano de obra intensiva, emplea trabajadores del área de estudio ayudando a disminuir la pobreza local. Un factor que se considera relevante en la literatura es la existencia de una relación positiva entre la formación de capital humano para brindar un mejor producto y servicio turístico y los ingresos que se perciben por los mismos.

En la mayoría de los países en desarrollo lo que se encuentra es que la población tiene gran participación en el empleo turístico, pero estos en su mayoría son informales, de baja remuneración y calificación (Roslan *et. al.*, 2007). Sin embargo, en Argentina se observa un gran nivel de profesionalización, homogéneo entre las distintas regiones. Según datos de la Encuesta Permanente de Hogares (EPH), realizada por el INDEC, en los últimos años la cantidad de personas con estudios superiores y secundarios ha experimentado un incremento frente los niveles inferiores. Al alcanzar un mayor nivel educativo, la cantidad de personas por hogar se reduce y el empleo al que pueden acceder es más formal y con un nivel de ingreso mayor al que suele alcanzar una persona con menor nivel educativo.

Esto último podría ser una explicación al resultado obtenido del análisis de los ingresos percibidos por los encuestados y su nivel máximo de formación, dado que no se encontraron los resultados que generalmente se hallan en este tipo de trabajos descriptivos. No se encontró una alta correlación entre los ingresos y el grado de educación. Existen personas con menor nivel educativo que perciben lo mismo o más que aquellas que han terminado un nivel terciario/universitario. En su mayoría todas presentan mínimamente el nivel secundario completo. Otro resultado atípico fue que el sexo que predomina en los trabajadores es el masculino, cuando el sector turístico es consi-

derado como aquel donde predomina y se insertan las mujeres y/o jefas de hogar debido a que es un sector donde las familias de bajos recursos suelen ocuparse. El análisis realizado en este trabajo podría sugerir que la actividad turística emplea mano de obra de la localidad analizada. Sin embargo, para verificar que el empleo turístico ayuda a disminuir la pobreza estructural en la zona de estudio se debería continuar realizando encuestas a lo largo de cierto período para poder evaluar los resultados y analizar su evolución en el tiempo. Una manera de continuar y agregar más información detallada al análisis sería incorporando las actividades complementarias a la actividad principal que realizan los encuestados, y entrevistando también a empresarios locales para caracterizar la demanda.

En la actualidad el municipio de Monte Hermoso está ejecutando activamente políticas para mejorar su desempeño como centro turístico y los resultados obtenidos han sido favorables. Algunas de las medidas implementadas son: mejorar la señalización de los sitios turísticos y organizar eventos deportivos, culturales y recreativos en distintas fechas. El objetivo es “quebrar” el problema de la estacionalidad que sufre la localidad –gran cantidad de turismo durante el verano que luego baja abruptamente en el resto del año– y dar a conocer más su oferta turística para tener un flujo de turistas estable a lo largo del año. De esta forma se logra mayor actividad, creación de empleo y aumento de ingresos estables por un período mayor a los cuatro meses.

172 Es importante recordar que las políticas públicas tienen mejores resultados si son coordinadas entre los gobiernos locales, nacionales y las empresas del lugar. De esta forma, los esfuerzos coordinados hacia un mismo objetivo permiten un desarrollo sustentable de la localidad.

Un posible campo a tener en cuenta a la hora de ejecutar políticas públicas con el fin de favorecer el turismo y generar bienestar para la población, son las actividades y servicios donde los trabajadores se desempeñan como cuentapropistas y/o en el sector privado. Un ejemplo de política podría ser otorgar préstamos para proyectos privados y/o públicos turísticos rentables y que empleen mano de obra local. Esto ya ha sido aplicado en otros países con muy buenos resultados (OMT, 2003).

## REFERENCIAS

Argentina. Cámara Argentina de Turismo (CAT) (2009), *Informe económico anual sobre la actividad de viajes y turismo 2008, 6° informe*, documento preparado por A. Sturzenegger y N. Porto, Buenos Aires: Cámara Argentina de Turismo.

- Argentina. Gobierno (2004), *Serie producto bruto geográfico 1993- 2003*, Buenos Aires: Dirección Provincial de Estadística de la Provincia de Buenos Aires.
- Argentina. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) (2001), *Censo nacional de población, hogares y viviendas 2001 y 2010*, Buenos Aires: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
- Argentina. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) (2010), *Informe mensual de la valorización mensual de la canasta básica alimentaria y de la canasta básica total*, Buenos Aires: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
- Argentina. Ministerio de Economía y Obras y Servicios Públicos (1997), *Clasificación nacional de actividades económicas*, Buenos Aires: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
- Argentina. Observatorio de Políticas Públicas (2006), *El turismo como política de Estado en la República Argentina*, Buenos Aires: Jefatura de Gabinete de Ministros.
- Argentina. Secretaría de Turismo (Sectur) (2007), *El empleo en las ramas características del turismo en Argentina*, Buenos Aires: Secretaría de Turismo.
- Brohman, John (1996), "New directions in tourism for third world development", en *Annals of Tourism Research*, núm. 23, pp. 48-70, Palma de Mallorca: Universitat de les Illes Balears.
- Bull, Adrian (1994), *La economía del sector turístico*, Madrid: Alianza.
- Chon, Kaye S. (1999), "Special issue on tourism and quality-of-life-issues", en *Journal of Business Research*, vol. 44, núm. 3, pp. 135-136, Maryland Heights, MO: Elsevier.
- Durán Osorio, María Elena, Jorge Quintela Fernández y Ricardo Remond Noa (2000), *Diseño y puesta en funcionamiento de un SIG como herramienta para el estudio del turismo y su planificación en las regiones del Archipiélago de los Canarros y Cienfuegos-Trinidad-Topes de Collantes, Cuba*, en *Geographicalia*, núm. extra 1, Zaragoza, España: Universidad de Zaragoza. Consultado el 20 de septiembre de 2009, en: <http://www.unizar.es/geografia/geographicalia/remond.pdf>.
- Figuerola, Manuel (1985), *Teoría económica del turismo*, Madrid: Alianza.
- Gibson, Lay James (1993), "The potential for tourism development in nonmetropolitan areas", en David L. Barkley (Ed.), *Economic adaptation: alternatives for nonmetropolitan areas*, pp. 145-164, Boulder, CO: Westview.
- Gutiérrez Puebla, Javier (2000), "Geographical information systems: operations, uses and perspectives in South Mato Grosso State", en *Revista Internacional de Desenvolvimento Local*, vol. 1, núm. 1, pp. 41-48, Madrid: Universidad Complutense.
- Herrera Catalino, Alejandro y Alejandra Liriano (2006), "Necesidades de programas de capacitación a nivel superior para el desarrollo de la oferta turística complementaria de la RD", en *Ciencia y Sociedad*, enero-marzo, vol. XXXI, núm. 1, pp. 125-155, Santo Domingo, República Dominicana: Instituto Tecnológico de Santo Domingo.
- Leatherman, John C. y David W. Marcouiller (1997), "Estimating tourism's share of local income from secondary data sources", en *The Review of Regional Studies*, vol. 26, núm. 3, pp. 317-339, New Orleans, LA: Southern Regional Science Association.
- Martin, Philippe J. y Carol Ann Rogers (1995), "Industrial location and public infrastructure", en *Journal of International Economics*, núm 39, pp. 335-351, London: Elsevier.
- Morley, Clive L. (1992), "A microeconomic theory of international tourism demand", en *Annals of Tourism Research* 19, p. 250-267, Maryland Heights, MO: Elsevier.
- Odriozola, Jorge Guillermo et al. (2008), *Geo-referenciación de los niveles socioeconómicos de la ciudad de Corrientes*, proyecto de investigación PI 09/07, Corrientes, Argentina: Universidad Nacional del Nordeste - Asociación de la Producción, Industria y Comercio de Corrientes.
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2003), *Turismo y atenuación de la pobreza*, Madrid: OMT.
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2010), *Barómetro OMT del Turismo Mundial*, vol. 8, núm. 3, Madrid: OMT. Consultado el 20 de abril de 2010, en: [http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO\\_Barom10\\_3\\_sp.pdf](http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom10_3_sp.pdf).

- Porto Natalia (1999), *El turismo como alternativa de crecimiento*, documento de trabajo núm. 11, La Plata, Argentina: Universidad Nacional de La Plata.
- Prado, Verónica S. (2001), *Oportunidades de capacitación de recursos humanos en turismo*, Santiago: Servicio Nacional de Turismo.
- Ríos, Corina (2010), *En Argentina la canasta familiar no baja de \$3.800*, Buenos Aires. Consultado el 20 de abril de 2010, en: <http://corinariosargentina.blogspot.com/2010/03/en-argentina-la-canasta-familiar-no.html>
- Roslan, Abdul Hakim, Noor Mohd Saifoul Zamzuri y Mohammed Ahmad Edwin (2007). "The poverty impact of the tourism industry: a case study of Langkawi Island, Malaysia", en *Asean Journal of Hospitality and Tourism*, vol. 6, núm. 2, julio, Indonesia: Tourism Research and Development Centre Institut Teknologi Bandung.
- Sturzenegger, Adolfo y Natalia Porto (2008), *La importancia de la actividad económica de turismo y viaje en Argentina*, informe preparado para la Cámara Argentina de Turismo, Buenos Aires: CAT.
- Vaquero, María del Carmen *et al.* (2006), *El turismo residenciado en un destino turístico litoral del sudoeste de la provincia de Buenos Aires: el municipio de Monte Hermoso*, ponencia presentada en Turiciencia 2006, Primer Congreso de Ciencias Aplicadas al Turismo, 18-20 de septiembre, Buenos Aires: Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Consultado el 25 de septiembre de 2009, en: [http://www.buenosaires.gob.ar/areas/gestion\\_turismo/turiciencia.php](http://www.buenosaires.gob.ar/areas/gestion_turismo/turiciencia.php).
- World Travel and Tourism Council (1995), *Mercosur. Viajes y turismo*, London: WTTC.