



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR

TESIS DE DOCTORADO EN GEOGRAFÍA

Competitividad de Ushuaia, Puerto Deseado y Camarones como
ciudades-puerto de turismo de cruceros. Posibilidades para el
desarrollo territorial

Carolina Cohen

Directoras:

Dra. Graciela Benseny

Dra. Patricia Ercolani

BAHIA BLANCA

ARGENTINA

2020

A mis padres, Ana y Eric

A mis hermanas, Luciana, Stefania y Mariana

A mi compañero en esta vida y en todas, Javier

A mis sobrinos, Bianca y Valentino, cambiaron el sentido de mi vida



AGRADECIMIENTOS

Hoy entiendo a este recorrido como un buque que zarpa de un puerto para llegar a un destino diferente, envuelto de expectativas, de deseos y de nuevas vivencias. En este buque no estoy sola, estoy rodeada de personas que comparten junto a mí las ansias de arribar.

Quiero agradecer a mis directoras Graciela Benseny y Patricia Ercolani por acompañarme y guiarme en mi formación, por estar constantemente dispuestas a ayudarme y a despejar mis miedos y dudas. A Marisol Vereda, que fue y es mi mentora en el tema de turismo de cruceros, todo lo que hoy sé es en gran parte gracias a ella. A los jurados, Adriana Otero; Rodolfo Bertoncetto y Roberto Bustos Cara, por su lectura atenta y crítica que me permitió enriquecer esta investigación.

A la Universidad Nacional del Sur por formarme y permitirme realizar mi doctorado y a la Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur, por darme el espacio para desarrollar mi investigación y, especialmente, por apoyar la concreción de la misma.

A CONICET por respaldar la investigación a través de la Beca Interna Doctoral y a los proyectos de investigación PIDUNTDF 2016 y 2018 por financiar el trabajo de esta tesis.

A mis compañeras del grupo de investigación Turismo Antártico por su aliento y apoyo constante: Marie, J.; Mariana, M.; Silvina, C.; Marion, G. y Giselle, M y a María Laura, B. y Patricia, G. quienes se aventuraron a acompañarme en los viajes de relevamiento, siempre con optimismo y voluntad para ayudar en lo que sea necesario. A todas las personas que desinteresadamente participaron y colaboraron en la recolección de información, guías de turismo, entrevistados y cruceristas.

Al Instituto de Desarrollo Económico e Innovación (IDEI) de la UNTDF, a sus directivos, a la administración y a mis compañeros y colegas, quienes han soportado mis dudas y me han alentado a continuar adelante. Especialmente a Silvina R., que me acompañó y alentó a mantenerme firme en este camino y a Soledad S., que estuvo siempre dispuesta a darme una opinión crítica y constructiva.

A mis amigos, indescriptible la energía que la amistad transmite, cada uno de ellos sabe que significaron para mí un apoyo incondicional, principalmente a Mati, Noe, Nacho, Diame, Mica, Juan, Vero, los Chalde y los Bruno. A mi extensa familia, sin importar en dónde se encuentren siempre han estado presentes con su energía positiva. A Trixie y Zoe, soy afortunada por tenerlas en mi vida. A mi mamá, mi papá y mis

hermanas, mis pilares, mi sostén y mi cable a tierra. A mis cuñados. A mis sobrinos, porque en ellos encontré el amor más puro y sincero.

A Javier, porque tus locuras se fusionan con las mías haciendo la vida más divertida.

PREFACIO

Esta tesis es presentada como parte de los requisitos para optar al grado académico de Doctora en Geografía, de la Universidad Nacional del Sur. No ha sido presentada previamente para la obtención de otro título en esta Universidad u otra. La misma contiene los resultados alcanzados en investigaciones llevadas a cabo en el ámbito de los proyectos de investigación correspondientes al Grupo Turismo y Territorio Espacios Naturales y Culturales, de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata bajo la dirección de la Dra. Graciela Benseny, y de los proyectos de investigación PIDUNTDF A 2016 y 2018 correspondientes al Grupo Turismo Antártico de la Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur, dirigido por la Dra. Marisol Vereda.

La tesis se desarrolló durante el período comprendido entre 25/08/2015 y 02/03/2020, bajo la dirección de la Dra. en Geografía Graciela Benseny y la Dra. en Geografía Patricia Ercolani.

Lic. Prof. Carolina Cohen



Universidad Nacional del Sur
Secretaría de Posgrado y Educación Continua

La presente tesis ha sido aprobada el .../.../..., mereciendo la calificación de ... (.....)

RESUMEN

El turismo como práctica social, se emplaza en un espacio cargado de connotaciones sociales y culturales haciendo uso de un territorio construido socialmente. La práctica turística como creadora de imágenes y representaciones impregnan no sólo al mercado, sino también a la sociedad de acogida. En este sentido, el Turismo de Cruceros tiene una clara dimensión territorial, ya que la decisión de optar por este tipo de vacaciones es tomada teniendo en cuenta un conjunto de elementos que va más allá de las actividades y servicios que presta el buque. Se trata de una práctica que está fuertemente influenciada por demandas exógenas a la sociedad siendo necesario pensar de qué manera el mismo podría fortalecer y potenciar el desarrollo de las localidades que lo llevan adelante.

Las localidades Ushuaia (Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur); Puerto Deseado (Santa Cruz) y Camarones (Chubut) fueron los puertos considerados para la presente investigación, siendo el primero de ellos planteado como un espacio con trayectoria y actual desarrollo de la actividad, y Puerto Deseado y Camarones como puertos patagónicos con potencialidad para ser incorporados en los itinerarios de cruceros. En este marco, se proponen dos objetivos generales que guían la investigación los cuales se basan en analizar la competitividad de las ciudades puerto Ushuaia, Puerto Deseado y Camarones como destinos de cruceros y definir los factores ambientales, sociales y económicos con mayor capacidad de influencia en la competitividad y ulterior desarrollo territorial de las ciudades puerto Ushuaia, Puerto Deseado y Camarones como destinos de cruceros. Para su concreción se aplicó una metodología cuanti-cualitativa. El estudio fue realizado durante las temporadas de verano 2015/2016 a 2017/2018 y se trabajó con un total de 435 encuestas que fueron realizadas a los cruceristas que finalizaban su visita por la ciudad de Ushuaia. Sumado a ello, se realizaron 24 entrevistas semiestructuradas a los actores claves pertenecientes a las tres localidades en estudio, así como también el relevamiento *in situ* y el análisis de contenido de páginas oficiales y las principales empresas de turismo que participan en el desarrollo del Turismo de Cruceros.

Este trabajo responde a la investigación propuesta, en el marco de la tesis doctoral que se desarrolla en la Universidad Nacional de Sur, Departamento de Geografía y Turismo, para la obtención del título Doctora en Geografía. Brinda la oportunidad de examinar las diferentes dimensiones analizadas proponiendo a los espacios, objeto de estudio, desde la posibilidad de aprovechar sus capacidades territoriales.

ABSTRACT

Tourism, as a social practice, is located in a space full of social and cultural connotations and making use of a socially constructed territory. This practice as a creator of images and representations involve not only to the business, such as the welcoming society. Cruise Tourism has a real territorial dimension because the decision to choose this kind of vacation is made considering more than the facilities provided by de cruise. This practices hardly influenced by exogenous demands; for this reason, it is crucial to strengthen and develop the places where this activity takes place.

The cities of Ushuaia (Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur); Puerto Deseado (Santa Cruz) and Camarones (Chubut) were the harbors considerate to this thesis. Ushuaia was thought as a place with trajectory and currently development of this activity. Puerto Deseado and Camarones as Patagonian ports that could be incorporated in the cruise itinerary.

Two general objects are proposed based on analyzed the competitiveness between the city's ports Ushuaia, Puerto Deseado and Camarones as cruise destinations and define the environmental, social and economic factors with the capacity to influence the competitive and territorial development of these cities.

A quantitative and qualitative methodology was applicated. The study was made during the summer seasons between 2015/2016 to 2017/2018. Were collected 435 to the cruise passengers who finished their visit to the city of Ushuaia. In addition to this, 24 interviews were made in the three cities, and take information's in situ and analyze the content of governmental official pages and the central most crucial tourism agencies.

This study answers the research proposed by the PhD thesis which has been made in the Universidad Nacional del Sur, Departamento de Geografía y Turismo, to obtain a PhD degree in Geography. This research gives the opportunity to examine the different dimensions proposing to the places the chance to take the advantages of their territory abilities.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	1
ESTRUCTURA DEL CONTENIDO	5
CAPÍTULO 1: CUESTIONES METODOLÓGICAS	8
1. 1. DESCRIPCIÓN DEL CAPÍTULO.....	9
1. 2. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN.....	9
1. 3. PLANTEO DEL PROBLEMA	17
1. 4. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS.....	19
1. 5. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS.....	20
1. 6. ENCUADRE METODOLÓGICO.....	20
1. 7. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	23
1. 7. 1. Análisis de encuestas.....	23
1. 7. 2. Análisis de entrevistas.....	27
1. 7. 3. Reconocimiento de los puertos y sus áreas de influencia	29
1. 7. 4. Análisis textual de contenidos	32
1. 7. 5. Elaboración y definición de un sistema de indicadores	34
1. 8. FUENTES DE DATOS.....	35
CAPÍTULO 2. EL TURISMO DESDE LA MIRADA DE LA GEOGRAFÍA	37
2. 1. DESCRIPCIÓN DEL CAPÍTULO.....	38
2. 2. LA EVOLUCIÓN DEL PENSAMIENTO GEOGRÁFICO.....	38
2. 2. 1. El espacio geográfico como objeto de estudio.....	43
2. 2. 2. La apropiación del espacio.....	46
2. 3. EL LUGAR DEL TURISMO EN LA GEOGRAFÍA	48
2. 3. 1. El turismo una práctica social y espacial	56
2. 3. 2. La configuración del territorio con fines turísticos	59
CAPÍTULO 3. LA MOVILIDAD TURÍSTICA EN EL MAR. CRUCEROS, PUERTOS E HINTERLAND EN LA CONSTRUCCIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE LOS DESTINOS	62
3. 1. DESCRIPCIÓN DEL CAPÍTULO.....	63
3. 2. LA ORGANIZACIÓN DEL MERCADO DE CRUCEROS.....	63
3. 2. 1. Los circuitos de cruceros.....	66
3. 2. 1. 1. Los itinerarios en el Turismo de Cruceros	69
3. 2. 2. Características de los buques	70
3. 3. LOS CRUCERISTAS EN JUEGO	72
3. 3. 1. El perfil del crucerista	73
3. 3. 2. La experiencia de los visitantes de crucero	75
3. 3. 3. Desterritorialización versus Territorialización del Turismo de Cruceros	78
3. 4. RELACIÓN BUQUE DESTINO.....	80
3. 4. 1. El puerto como zona de operaciones.....	81
3. 4. 1. 1. La modalidad del puerto en el Turismo de Cruceros	82
3. 4. 2. El hinterland turístico	85

3. 4. 2. 1. El proceso de construcción de la atraktividad.....	87
3. 4. 2. 2. Los recursos territoriales y su transformación en atractivos turísticos	90
CAPÍTULO 4. LA CONSOLIDACIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS DESDE LA COMPETITIVIDAD Y EL DESARROLLO TERRITORIAL.....	92
4. 1. DESCRIPCIÓN DEL CAPÍTULO.....	93
4. 2. LA COMPETITIVIDAD EN EL DESARROLLO TERRITORIAL	93
4. 2. 1. Ventajas comparativas y competitivas	95
4. 2. 1. 1. Conocimiento, aprendizaje e innovación como fuentes de competitividad	98
4. 2. 2. El modelo del Diamante de la competitividad	100
4. 3. EL DESARROLLO Y LA ORGANIZACIÓN DEL ESPACIO.....	104
4. 3. 1. El Desarrollo un concepto integral con enfoque territorial	109
4. 3. 1. 1. Los factores de Desarrollo	111
4. 4. COMPETITIVIDAD, DESARROLLO Y TURISMO	115
4. 4. 1. El Desarrollo y la Competitividad territorial en los puertos de cruceros	117
CAPÍTULO 5. PATAGONIA EN LA REGIÓN DE CRUCEROS. USHUAIA, PUERTO DESEADO Y CAMARONES COMO ÁREAS DE ESTUDIO	122
5. 1. DESCRIPCIÓN DEL CAPÍTULO.....	123
5. 2. PATAGONIA ANDINA Y EXTRAANDINA EN EL TURISMO DE CRUCEROS .	123
5. 2. 1. Comportamiento del Turismo de Cruceros en la región	124
5. 3. LOS PUERTOS PATAGÓNICOS DEL LITORAL ATLÁNTICO Y MARGEN NORTE DEL CANAL BEAGLE	126
5. 3. 1. Ushuaia en el Circuito de Cruceros	128
5. 3. 2. Puerto Deseado y Camarones como potenciales destino de cruceros	133
CAPÍTULO 6. USHUAIA, PUERTO DESEADO Y CAMARONES EN EL TURISMO DE CRUCEROS. LA MIRADA DE LOS CRUCERISTAS	138
6. 1. DESCRIPCIÓN DEL CAPÍTULO.....	139
6. 2. PERFIL SOCIO-DEMOGRÁFICO DE LOS VISITANTES EN CRUCEROS	139
6. 3. LA EXPERIENCIA DE LOS VISITANTES DE CRUCEROS EN USHUAIA	142
6. 3. 1. Las motivaciones para tomar un crucero por la región.....	142
6. 3. 2. La percepción de Ushuaia como destino de cruceros	145
6. 3. 3. La satisfacción adquirida.....	149
6. 4. LA POTENCIALIDAD DE PUERTO DESEADO Y CAMARONES PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO DE CRUCEROS.....	157
6. 4. 1. Los atractivos de los puertos desde la mirada del crucerista	158
6. 4. 2. Las actividades valoradas por los cruceristas.....	164
6. 4. 3. La importancia de los servicios desde la opinión de los cruceristas.....	168
6. 5. APORTES DE ESTE CAPÍTULO A LA INVESTIGACIÓN	171
CAPÍTULO 7. LOS PUERTOS Y ÁREAS DE INFLUENCIA USHUAIA, PUERTO DESEADO Y CAMARONES PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO DE CRUCEROS	176
7. 1. DESCRIPCIÓN DEL CAPÍTULO.....	177

7. 2. LA POTENCIALIDAD DE LOS SITIOS DE VISITA PARA EL TURISMO DE CRUCEROS	177
7. 2. 1. Los sitios de visita y su atraktividad para insertarse en el Turismo de Cruceros .	180
7. 2. 2. La aptitud de los sitios de visita para el desarrollo del Turismo de Cruceros	190
7. 2. 3. La accesibilidad de los sitios de visita en el marco del Turismo de Cruceros	197
7. 3. LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS EN LOS PUERTOS PATAGÓNICOS	203
7. 4. APORTES DEL CAPÍTULO A LA INVESTIGACIÓN	211
CAPÍTULO 8. REPERCUSIONES TERRITORIALES DEL TURISMO DE CRUCEROS.....	217
8. 1. DESCRIPCIÓN DEL CAPÍTULO.....	218
8. 2. EL POSICIONAMIENTO DE LOS ACTORES LOCALES ANTE EL DESARROLLO DEL TURISMO DE CRUCEROS EN SUS LOCALIDADES.....	218
8. 2. 1. Ushuaia y el Turismo de Cruceros desde las representaciones sociales de sus actores locales.....	219
8. 2. 2. Las representaciones sociales de los actores locales sobre el Turismo de Cruceros en Puerto Deseado y Camarones	228
8. 3. INDICADORES PARA EL DESARROLLO DE LAS LOCALIDADES A PARTIR DEL TURISMO DE CRUCEROS	238
8. 3. 1. Los efectos del Turismo de Cruceros en la comunidad	239
8. 3. 2. La retribución económica del Turismo de Cruceros	243
8. 3. 3. Limitación del impacto ambiental del Turismo de Cruceros	245
8. 4. APORTES DEL CAPÍTULO A LA INVESTIGACIÓN	248
DISCUSIONES.....	252
CONCLUSIONES	259
BIBLIOGRAFÍA	269
ANEXOS	289
ANEXO 1 – MODELO DE ENCUESTA	290
ANEXO 2 – MODELO DE ENTREVISTAS.....	293
ANEXO 3 – CARACTERIZACIÓN DE LOS SITIOS DE VISITA.....	312

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1: Esquema del enfoque metodológico mixto.....</i>	21
<i>Figura 2: Las investigaciones en turismo según las corrientes geográficas dominantes</i>	56
<i>Figura 3: Grupo de Compañías Navieras.....</i>	65
<i>Figura 4: Cantidad de puertos de cruceros por continente.....</i>	67
<i>Figura 5: Representación de los cruceros según su tamaño y capacidad.....</i>	71
<i>Figura 6: Representación del hinterland turístico</i>	86
<i>Figura 7: Diamante de competitividad.....</i>	104

<i>Figura 8: Los factores de desarrollo para el turismo de cruceros y su relación con los determinantes de la competitividad.....</i>	121
<i>Figura 9: Comportamiento del Turismo de Cruceros en la región patagónica</i>	126
<i>Figura 10: Mapa Federal de oportunidades turísticas</i>	128
<i>Figura 11: Localización de Ushuaia. Tierra del Fuego, Antártida e islas del Atlántico Sur, Argentina.....</i>	129
<i>Figura 12: Localización de Puerto Deseado, Santa Cruz, y Camarones Chubut.....</i>	135
<i>Figura 13: Lugar de residencia de los cruceristas según país.....</i>	141
<i>Figura 14: Motivaciones para realizar el viaje en crucero.....</i>	144
<i>Figura 15: Opinión acerca de Ushuaia como destino de cruceros.....</i>	147
<i>Figura 16: Principales características de Ushuaia desde los cruceristas.....</i>	149
<i>Figura 17: Grado de satisfacción en la visita por Ushuaia.....</i>	151
<i>Figura 18: Interés por permanecer más tiempo en Ushuaia.....</i>	151
<i>Figura 19: Intención por volver a visitar el destino y satisfacción alcanzada</i>	153
<i>Figura 20: Recomendación del destino y grado de satisfacción de la visita</i>	154
<i>Figura 21: Satisfacción del gasto realizado.....</i>	156
<i>Figura 22: Gastos realizados durante la visita a Ushuaia.....</i>	157
<i>Figura 23: Motivación por conocer Sudamérica e interés por conocer otros puertos de la región.....</i>	160
<i>Figura 24: Motivación por conocer Patagonia e interés por conocer otros puertos de la región</i>	161
<i>Figura 25: Valoración de los atractivos presentes en la Patagonia</i>	163
<i>Figura 26: Comparación de los atractivos que revisten mayor y menor interés por ser visitados.....</i>	164
<i>Figura 27: Opinión de las actividades que le interesaría realizar en un destino de cruceros.....</i>	166
<i>Figura 28: Interés por realizar trekking y paseos en 4x4 según la edad.....</i>	167
<i>Figura 29: Interés por realizar kitesurf y surf según la edad.....</i>	168
<i>Figura 30: Opinión sobre la importancia de contar con servicios en un destino de cruceros.....</i>	171
<i>Figura 31: Distribución de los sitios de visita en cada localidad según secciones de referencia.....</i>	179
<i>Figura 32: Diversidad de los sitios de visita para cada puerto, según los atractivos que los integran.....</i>	186
<i>Figura 33: Grado de preservación de los sitios de visita según jurisdicción y localidad</i>	189

<i>Figura 34: Tipos de turismo que pueden desarrollarse en cada puerto según los sitios de visita</i>	192
<i>Figura 35: Tiempo promedio para recorrer los sitios de visita</i>	195
<i>Figura 36: Distancia estimada hacia los sitios de visita</i>	199
<i>Figura 37: Período del año en el cual los sitios de visita pueden ser frecuentados ...</i>	202
<i>Figura 38: Análisis de similitud de palabras de las entrevistas realizadas en Ushuaia</i>	220
<i>Figura 39: Clasificación jerárquica descendiente de palabras para Ushuaia como puerto de cruceros.....</i>	221
<i>Figura 40: Vinculación entre las clases que conforman las representaciones sociales del Turismo de Cruceros en Ushuaia.....</i>	227
<i>Figura 41: Análisis factorial de Co-ocurrencia de palabras</i>	228
<i>Figura 42: Análisis de similitud de palabras para la entrevistas de los puertos Puerto Deseado y Camarones</i>	230
<i>Figura 43: Clasificación jerárquica descendiente de palabras para Puerto Deseado y Camarones como puertos de cruceros</i>	231
<i>Figura 44: Vinculación entre las clases que conforman las representaciones sociales del Turismo de Cruceros en Puerto Deseado y Camarones</i>	237
<i>Figura 45: Análisis factorial de Co-ocurrencia de palabras para los puertos Puerto Deseado y Camarones</i>	238

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1: Características generales de la encuesta.....</i>	24
<i>Tabla 2: Operacionalización de variables.....</i>	26
<i>Tabla 3: Clasificación de actores claves</i>	28
<i>Tabla 4: Codificación de variables</i>	28
<i>Tabla 6: Fuentes para el relevamiento de las actividades que son posible desarrollar en las áreas de estudio.....</i>	32
<i>Tabla 5: Estructura del corpus</i>	34
<i>Tabla 7: Generación de Indicadores socio-económicos</i>	35
<i>Tabla 8: Perfil Socio-demográfico de los visitantes en cruceros.....</i>	140
<i>Tabla 9: Equipamiento que poseen los puertos para ofrecer Turismo de Cruceros ..</i>	204
<i>Tabla 10: Infraestructura e instalaciones portuarias de las localidades Ushuaia, Puerto Deseado y Camarones</i>	206
<i>Tabla 11: Opinión de los entrevistados sobre los servicios portuarios que cada localidad puede brindar.....</i>	208

SIGLAS UTILIZADAS

ALCESTE: Análisis Lexical de Co-ocurrencias en Enunciados Simples de un Texto

APN: Administración Parques Nacionales

CEPAL: Comisión Económica para América Latina y el Caribe

CICATUR/OEA: Centro Interamericano de Capacitación Turística de la Organización de Estados Americanos

CLIA: Cruise Lines International Association

ILPES: Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social

InFueTur: Instituto Fueguino de Turismo

OMT: Organización Mundial del Turismo

PBIP: Código Internacional para la Protección de los Buques y de las Instalaciones Portuarias

PEFTS: Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable

PIMC: Parque Interjurisdiccional Marino Costero

PNA: Prefectura Naval Argentina

RIMISP: Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural

RRHH: Recursos Humanos

SUEP: Sindicato Unido de Estiba de la Patagonia

UNESCO: Organización de la Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

ABREVIATURAS Y UNIDADES UTILIZADAS

°C: Temperatura en grados centígrados

hab.: Habitantes

hs.: Horas

km: Kilómetros

kN: Kilonewtons

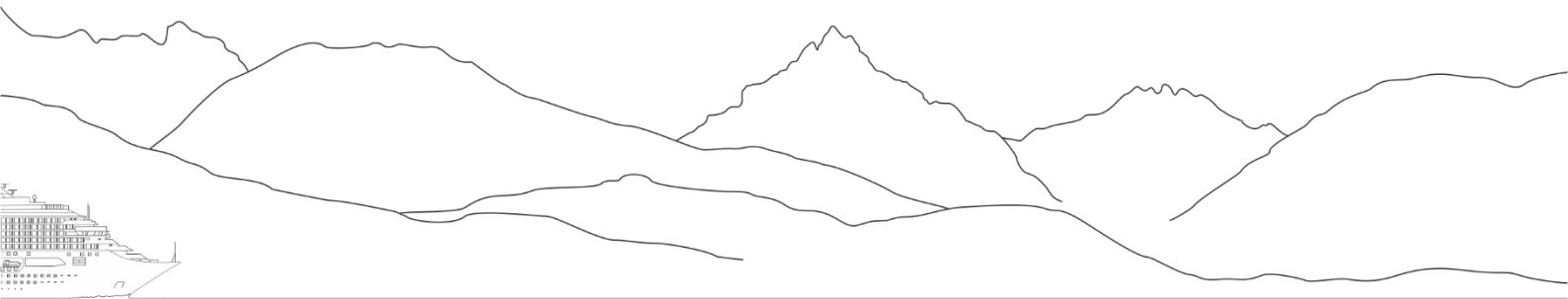
mm: Milímetros anuales

O: Oeste

S: Sur

Tn: Tonelaje

INTRODUCCIÓN



El territorio es entendido no solo como una porción de la superficie terrestre con límites políticos institucionales definidos sino, y fundamentalmente, es considerado resultado de una construcción social reflexiona Sosa Velásquez (2012). Como tal, la materialización se da como consecuencia de una constante y estrecha relación entre su característica de espacio físico, contenedor de las prácticas y actividades sociales, y su impronta simbólica, como contenido de los valores que la sociedad carga. Esta sinergia permite pensar al territorio desde su más compleja significación, a través del cual se plasman las relaciones y dinámicas que entre todos los componentes del espacio se generan (Santos, 1986).

Asociado al territorio, desde su significado de construcción social, se puede abordar el turismo. Cuando se piensa al mismo se lo considera desde el sentido más amplio de su expresión, no se trata de una actividad económica, sino más bien de un hecho cultural y social (Vera, López Palomenque, Marchena y Antón, 1997). Creador de imágenes y representaciones, impregna no solo a los prestadores, a la comunidad local y a los turistas sino, desde una perspectiva holística, al territorio.

Esta mirada permite conocer la especificidad de la dimensión espacial a través de la presencia y distribución de los focos emisores y receptores, pero también reconoce al mismo como algo más que el escenario de los procesos sociales. Plantea al turismo como una práctica espacial y social porque en su concreción actúan e interaccionan procesos de crecimiento y actores diversos que dan como resultado la generación de situaciones económicas diferentes. En este sentido, como precisa Almirón (2004), son los contextos sociales quienes definen sus especificidades. Su concreción conlleva entonces dos dimensiones, una espacial dada por la inclusión de una sociedad (área emisora) a un territorio, localizado en un espacio diferente (área receptora) y otra social, resultado de la articulación de estos espacios geográficos diferentes y con ello de las diferentes relaciones sociales que puedan generarse (Bertoncello, 2002).

Reconocer la dinámica que caracteriza a la práctica turística, permite pensarla y analizarla no solo desde su capacidad para lograr crecimiento y acumulación económica, sino también en función de las transformaciones y mejoras que pueden desprenderse en relación a los aspectos sociales, culturales y ambientales. Se plantea así, su vinculación con el territorio desde una perspectiva integral en donde un entramado de factores interviene en su concreción y de su actuación conjunta depende las posibilidades de desarrollo que la misma pueda generar. En otras palabras, para lograr que una actividad favorezca el desarrollo en una ciudad, se debe llevar adelante un proyecto en el que se aprovechen las capacidades territoriales (sociales, naturales, técnicas, económicas, institucionales, culturales, etc.) en pos de la sostenibilidad e inclusión, asegura Artesi (2003).

El Turismo de Cruceros desde la complejidad que lo caracteriza, puede ser analizado desde su clara dimensión territorial y como tal puede ser planteado como un generador de oportunidades para el desarrollo de un territorio. Caracterizado durante mucho tiempo como una práctica que se catalogó como excepcional (Estepa Montero, 2013), el mismo irá adquiriendo cada vez más importancia hasta consolidarse como un segmento específico de la práctica turística. En su evolución, avances tecnológicos, innovación en las comunicaciones y accesibilidad espacial jugaron un rol fundamental y en este marco, las ciudades puerta de entrada, los nodos, los espacios emisores y receptores de turistas, la distancia y la conectividad se posicionan como algunos de los elementos más importantes para que un territorio pueda incorporarse en este tipo de turismo (Higham y Kearsley, 1996 en: Vereda y Jensen, 2014a).

Este segmento de la práctica turística caracterizado por responder a un conjunto de factores exógenos al territorio requiere superar las limitaciones territoriales y maximizar las ventajas competitivas, para endogeneizar los efectos positivos que la práctica pueda generar. Esta mirada implica considerar la competitividad de los destinos turísticos desde la capacidad de generar valor agregado al territorio. Como expresan Ritchie y Crouch (2003 en: Domareski-Ruiz, dos Anjos y Gadotti dos Anjos, 2013) se propone pensar este concepto como un proceso de construcción y gestión de bienes, que permita la integración y relación de los actores que intervienen en el territorio en el marco de un modelo de desarrollo que tenga en consideración las características territoriales propias.

En este sentido, competitividad se aborda en estrecha relación con el desarrollo porque el proceso solo tendrá sentido si se da al interior de cada espacio y con la intención de aprovechar los recursos propios sin desconocer el sistema global que lo rodea. Se plantea al desarrollo como un sistema complejo compuesto por múltiples subsistemas (Boisier, 1997; Madoery, 2007; Alvarez Sousa, 2005; entre otros) que implica la consideración de valores sociales, ambientales, políticos y económicos. En el destino turístico todos estos valores pueden verse representados, pero es a partir de su articulación que podrán generarse ventajas competitivas, manifiesta Monfort Mir (1999) y a partir de allí fortalecerse territorialmente para generar desarrollo. De esta manera, proponer al Turismo de Cruceros como una actividad con capacidad de intervenir en el territorio, implica pensarlo como un proceso complejo pluridimensional que tiene como fin el mejoramiento de diversos aspectos ambientales, económicos y sociales.

A partir de esta mirada, se pone en análisis qué posibilidades tienen las ciudades puerto, Ushuaia, Puerto Deseado y Camarones para el desarrollo territorial, a través del Turismo de Cruceros, desde la optimización y generación de capacidades competitivas. Esto implica considerar a este segmento del turismo como un instrumento de diversificación productiva, de transformación y mejoramiento del territorio para que a

partir de ella se pueda contribuir a su desarrollo. Se plantean como cuestiones ejes del problema de investigación, dos grandes preguntas: ¿De qué manera la competitividad de los puertos de Ushuaia, Puerto Deseado y Camarones genera capacidades para contribuir con el desarrollo territorial de las comunidades receptoras? y ¿Qué factores influyen en la competitividad de estas ciudades puerto como destino de cruceros? sobre las cuales se postulan las siguientes hipótesis:

- Las ciudades puerto de Ushuaia, Puerto Deseado y Camarones disponen de recursos con alto valor ecológico y simbólico con capacidad de atracción para el segmento de Turismo de Cruceros.

- Las localidades presentan condiciones favorables, en tanto destinos especializados en este segmento de la demanda turística, dado por las ventajas comparativas vinculadas a su localización en la ruta de cruceros y por las ventajas competitivas que poseen.

- El Turismo de Cruceros contribuye significativamente con el desarrollo territorial de las áreas litorales consolidadas, como es el caso de Ushuaia y genera expectativas en los diferentes actores territoriales sobre los aportes de este segmento de la demanda en el crecimiento del destino turístico.

- La articulación de localidades del litoral atlántico patagónico y de la margen norte del Canal Beagle conforman una región de cruceros, complementándose a partir de su oferta turística, y generando una oportunidad para la competitividad regional.

Las mismas se ponen a prueba a través de la concreción de dos objetivos generales: Analizar la competitividad de las ciudades puerto Ushuaia, Puerto Deseado y Camarones como destinos de cruceros y, definir los factores ambientales, sociales y económicos con mayor capacidad de influencia en la competitividad y ulterior desarrollo territorial de las ciudades puerto Ushuaia, Puerto Deseado y Camarones como destinos de cruceros. Estos objetivos se desglosan en cuatro particulares: Indagar sobre la experiencia de los visitantes de cruceros a fin de evaluar los atractivos de la región para este segmento de turismo; analizar la atractividad de las áreas de influencia de los puertos Ushuaia, Puerto Deseado y Camarones; conocer el posicionamiento del sector público y privado en relación con el desarrollo del Turismo de Cruceros en las localidades puerto Ushuaia, Puerto Deseado y Camarones; y definir un sistema de indicadores ambientales, sociales y económicos que contribuya a generar conocimiento para evaluar las repercusiones del turismo de cruceros en las localidades puerto Ushuaia, Puerto Deseado y Camarones. Los objetivos propuestos fueron respaldados por el paradigma humanista, considerando que todo acto realizado posee una intencionalidad propia y como tal existen múltiples realidades que intervienen y construyen la problemática.

A partir de ello se llevó a cabo un análisis de los puertos desde tres perspectivas diferentes: La opinión de los cruceristas sobre el interés de consumir una oferta diversificada; la situación que reviste a cada territorio para responder a una demanda dinámica y en constante crecimiento y; el posicionamiento de la población local en relación al Turismo de Cruceros y sus posibilidades de desarrollo territorial. Para su consecución se seleccionó la combinación de técnicas cuantitativas y cualitativas, permitiendo la complementación de resultados de diferente índole y logrando una investigación que aborda la problemática desde una propuesta holística, pero también precisa a sus objetivos. La investigación de carácter exploratoria – descriptiva aborda un tema poco estudiado especificando la problemática, detallando sus propiedades relevantes y sometiéndolas a su análisis esperando, con ello, contribuir a su conocimiento; despertar el interés sobre la potencialidad que reviste al Turismo de Cruceros en términos de desarrollo territorial; y aportar en la construcción y generación de información referida al tema.

ESTRUCTURA DEL CONTENIDO

La tesis se estructura 8 capítulos que reflejan la lógica del proceso de investigación llevado a cabo:

El capítulo 1, *Cuestiones metodológicas*, realiza un recorrido por los antecedentes que revisten al tema y plantea detalladamente el eje metodológico que guía a la investigación. Así, en él se desarrolla el planteo del problema; se explicitan las hipótesis formuladas y se determinan los objetivos que conducen la tesis. Sumado a ello, se realiza una descripción del encuadre metodológico detallando el posicionamiento utilizado por la doctoranda y las técnicas de recolección de datos utilizadas.

El capítulo 2, *El turismo desde la mirada de la geografía*, introduce a los conceptos básicos que revisten al estudio del turismo desde la geografía. A través de un recorrido de su evolución como ciencia y en relación al vínculo que fue generando con esta práctica posiciona la naturaleza espacial y territorial del turismo.

El capítulo 3, *La movilidad turística en mar. Cruceros, puertos e hinterland en la construcción y consolidación de los destinos*, introduce al Turismo de Cruceros desde el marco de la movilidad espacial y plantea de qué manera el mismo se puede relacionar con el territorio. Para ello, hace un recorrido sobre los factores exógenos (la organización del mercado de cruceros y los cruceristas) y endógenos concentrando la atención en el puerto y el hinterland. Se desarrolla cómo la consolidación de los destinos está atravesada por el constante dinamismo que caracteriza a la práctica.

El capítulo 4, *La consolidación de destinos turísticos desde la competitividad y el desarrollo territorial*, aborda dos conceptos claves que sostienen la investigación,

competitividad y desarrollo. Se plantean a través de un breve recorrido histórico que refleja su consolidación y se hace hincapié en su relación con el espacio para luego pensarlo desde una perspectiva territorial. Los conceptos son propuestos entendiéndolos en estrecha vinculación y cómo los mismos se pueden ver reflejados en la práctica turística.

El capítulo 5, *Patagonia en la región de cruceros. Ushuaia, Puerto Deseado y Camarones como áreas de estudio*, se caracterizan los espacios, objeto de estudio, a través de un análisis escalar que describe al Turismo de Cruceros desde su posicionamiento en Sudamérica hasta los puertos seleccionados para el estudio, en los cuales se explica sucintamente sus particularidades físicas y socio-económicas, para luego centrar la atención de cada territorio como ciudades-puerto de cruceros, reales o potenciales. Ushuaia (Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur); como un espacio con trayectoria y actual desarrollo de la actividad y Puerto Deseado (Santa Cruz) y Camarones (Chubut) como puertos patagónicos con potencialidad para ser incorporados en los itinerarios de cruceros.

El capítulo 6, *Ushuaia, Puerto Deseado y Camarones en el Turismo de Cruceros. La mirada de los cruceristas*, da inicio a los capítulos de resultados, planteando la opinión de los visitantes de cruceros sobre los puertos en análisis. Se indaga la experiencia en Ushuaia, como destino que forma parte de un recorrido mayor por Sudamérica y la mirada que tienen de Puerto Deseado y Camarones desde la potencialidad para el desarrollo del Turismo de Cruceros. Para la primera parte, el análisis se concentra en los factores que revisten a este concepto dando la oportunidad de observar al interior de las dimensiones que conforman su experiencia turística. La segunda, profundiza sobre los intereses y expectativas de los visitantes, en caso de tener la oportunidad de conocer otros puertos de la Patagonia.

El capítulo 7, *Los puertos y áreas de influencia. Ushuaia, Puerto Deseado y Camarones para el desarrollo del Turismo de Cruceros*, propone conocer el posicionamiento de los puertos objeto de estudio y sus áreas de influencia para el desarrollo del Turismo de Cruceros, reconociendo las capacidades territoriales que los caracterizan y la opinión de los actores claves en relación a su potencialidad.

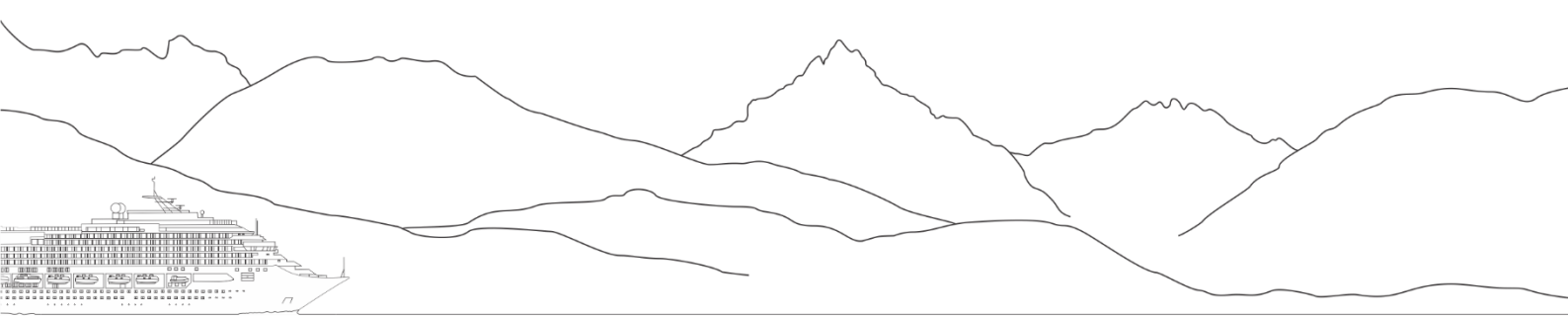
El capítulo 8, *Repercusiones territoriales del Turismo de Cruceros*, expone el proceso de decisiones que deben considerarse para una práctica turística con miras a posicionar a los territorios desde una perspectiva competitiva y de desarrollo. Propone conocer el posicionamiento que tienen los actores claves que participan directa o indirectamente en el Turismo de Cruceros, así como también las repercusiones que el mismo puede generar sobre los territorios objeto de análisis.

Las *discusiones*, pone en diálogo la complejidad de factores que intervienen en la construcción de un destino de cruceros competitivo a partir de la confrontación de las fortalezas y debilidades que se visualizaron en cada una de las localidades. A su vez, atravesadas por realidades territoriales diferentes, se discute que situaciones deben enfrentar para mantenerse competitivas en el mercado de cruceros.

Las *conclusiones*, retoman los objetivos que guiaron a la investigación y analizan su concreción en relación al marco teórico elegido y al posicionamiento metodológico adoptado. Reflexionan sobre la situación territorial que revisten las localidades en el contexto del Turismo de Cruceros, y replantean y se comprueban las hipótesis. Por último, interpretan y recapacitan sobre los aportes que la tesis puede dejar en el territorio.

Por último, se presenta el listado de referencias bibliográficas, documentales y virtuales, consultadas para realizar la tesis y los anexos documentales.

CAPÍTULO 1: CUESTIONES METODOLÓGICAS



1. 1. DESCRIPCIÓN DEL CAPÍTULO

El presente capítulo corresponde a los aspectos metodológicos que sustentan la investigación. Se inicia con un recorrido sucinto referido a los antecedentes en el tema destacando los aportes en función de los ejes que la sustentan y desde las contribuciones internacionales y nacionales. Una vez realizado el recorrido por el “estado del arte” se afirma la importancia de abordar un tema como el que se propone destacando su originalidad y pertinencia a través del detalle de la problemática de interés. Se proponen las preguntas de investigación, seguidas por sus hipótesis y objetivos generales y específicos para luego profundizar en los métodos utilizados para la concreción de los mismos. Se finaliza explicando las técnicas de recolección de datos elegidas para dar respuesta a la investigación, así como las fuentes de datos que fueron utilizadas.

1. 2. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

Es innegable la importancia que el turismo ha adquirido en el ámbito académico en general y en la ciencia geográfica en particular. Como plantea Almirón (2004) en los últimos años se evidencia un creciente interés por la temática, visto no solo en el aumento de investigaciones y publicaciones sino también en su incorporación a discusiones más amplias y en marcos disciplinarios diversos, pensándolo y abordándolo como una práctica social con implicancias territoriales. Entre aquellos segmentos más dinámicos y con mayores posibilidades de crecimiento se encuentra el Turismo de Cruceros.

La decisión de optar por esta alternativa de viaje ha llamado la atención a numerosos investigadores que, desde sus disciplinas, han aportado información y conocimiento sobre este segmento. En este sentido, y en función a las contribuciones realizadas, el abordaje que han generado los diferentes autores puede diferenciarse en tres áreas, quienes han llevado a cabo estudios referidos al Turismo de Cruceros en general; las contribuciones que plantean a la actividad en relación al Desarrollo del territorio y las investigaciones que abordan la Competitividad en destinos turísticos. Este último, ha sido escasamente desarrollado para el tema de cruceros específicamente, característica que implica recurrir a una mirada más general de los aportes realizados.

Se reconoce que hay un importante número de investigaciones que se han realizado y que en la actualidad se encuentran en desarrollo. Sin embargo, ante la necesidad de expresar sucintamente cómo ha evolucionado el tema en el ámbito académico y profesional, se detalla a continuación algunos de los autores que han dedicado sus

investigaciones a estos temas, como pauta para enmarcar el interés que despiertan la problemática y las diversas miradas que puede adquirir.

El tema Turismo de Cruceros aporta múltiples aristas y posibilidades de ser abordado, el investigador Wood (2000), de la Universidad de Rutgers, analiza la actividad de cruceros en el contexto de la globalización, profundizando sobre las contradicciones y ambigüedades a las cuales se enfrenta. El ingeniero Naval Butler (2008), consultor de la Organización Mundial del Turismo (OMT), desarrolla un informe en el cual se presentan las principales líneas maestras que moldearán el desarrollo de la actividad en el mediano y largo plazo. Martínez (2012) de la Universidad del Caribe, incorpora factores más generales a su estudio, e indaga acerca de los componentes histórico-culturales del centro receptor, así como también, el clima, la estacionalidad y el atractivo turístico-paisajístico como factores influyentes en la elección de esta práctica.

Desde la visión del crucerista, los investigadores Andriotis y George (2010) estudian la experiencia a través de la motivación, satisfacción y probabilidad de retorno. Con el mismo propósito, pero concentrado en el Puerto de Cartagena, Brida, Zapata Aguirre, y Giraldo Velásquez (2010) proporcionan un análisis que ayuda a comprender mejor la experiencia de viaje de los pasajeros de cruceros que visitan por algunas horas el puerto de Cartagena de Indias en el Caribe colombiano.

Referido a la competitividad, los aportes realizados por Porter (1990) y Berumen (2006a, 2011); encausan su conceptualización al proponer un abordaje del tema que ha sabido expresar al mismo no solo como un concepto propio de la rama del mercado sino además como un componente fundamental de los territorios. Así mismo, Silva-Lira (2005), Sobrino (2005), Mazzonis (2006) complementan y enriquecen a la propuesta.

En relación al tema de los destinos turísticos, Monfort Mir (1999) desarrolla un modelo explicativo de la competitividad y evalúa las ventajas comparativas y competitivas de dos destinos turísticos del mar Mediterráneo. Rodríguez Domínguez (2001) propone la creación de un *cluster* institucional como estrategia para ofrecer un cambio en la mentalidad empresarial que sirva de base para el nuevo panorama competitivo. Los investigadores Pascarella y Fontes (2010) presentan un modelo de análisis de la competitividad de los destinos turísticos de 20 ciudades brasileñas en base a sus capacidades dinámicas y sus implicancias en las políticas públicas de los destinos.

La Magister Gomes de Maraes (2006) pone en discusión la relación que existe entre sustentabilidad y competitividad, haciendo hincapié en las ciudades turísticas, reflexiona sobre su capacidad de desenvolverse bajo el equilibrio de ambos conceptos. Por su parte, desde la Universidad Federal de Paraná, Domareski-Ruiz, *et al*, (2013) abordan el tema centrando el foco en el municipio de Foz do Iguaçu (Brasil) determinando una

matriz de indicadores. Jiménez-Baños y Aquino-Jiménez (2012), proponen un modelo que reconozca la complejidad de la actividad turística y a partir de ahí analizan los factores con efecto común en la relación turista-destino.

Desde el desarrollo territorial, no es posible dejar de lado los aportes realizados por investigadores que, si bien no han trabajado a fondo con la cuestión turística, plantean las bases teóricas que revisten a este concepto. De forma sucinta se rescatan, los aportes generados por Prebisch (1963); Albuquerque (1994, 2007); Boisier (1997, 2003, 2005, 2010); Madoery (2007); Arocena y Marsiglia (2017) y Valcárcel (2007); entre otros; como principales exponentes del tema. Todos ellos, según sus perspectivas y especialidades han logrado complejizar el concepto y plantearlo desde una mirada que trasciende los abordajes tradicionales.

Planteado a través del turismo Alvarez Sousa (2005) analiza la contribución que la práctica puede generar en el territorio, pensando el desarrollo no solo en términos económicos, sino también como un sistema compuesto por una multiplicidad de subsistemas que se relacionan entre sí. Ruiz Quesada y Parada Gutierrez (2013) plantean esta modalidad turística con altas posibilidades de generar desarrollo local de los destinos de visita. Palafox Muñoz, Aguilar Aguilar y Escalera Briceño (2014) aportan una visión general del Turismo de Cruceros en la región del Caribe, como alternativa a la desigualdad existente en las sociedades subdesarrolladas. En línea con los factores que deben considerarse para que el producto de cruceros se desarrolle, Esteve Pérez, García Sánchez y Gutiérrez Romero (2014), analizan los elementos centrales del Turismo de Cruceros y su interrelación, concentrando la atención en las navieras, el puerto y el *hinterland* turístico.

Numerosos trabajos abordan el tema centrando el foco de análisis en una dimensión y constituyendo una base referida a los estudios que abordan esta problemática. Desde la mirada ambiental Lück, Maher y Stewart (2010) indagan sobre los riesgos asociados a la actividad de cruceros y los impactos potenciales y reales del gran número de turistas en las regiones polares. Por su parte, Garay Tamajón y Cánoves Valiente (2012) analizan cómo la conjunción correcta de los elementos que conforman a la actividad pueden asegurar el desarrollo turístico en la ciudad de Barcelona.

A partir de un enfoque económico, principalmente, la profesora de la Universidad de Málaga, De los Reyes Cruz Ruiz (2014b) clasifica a los viajeros en cruceros y establece tipologías para definir los parámetros a considerar en el estudio de calidad de los buques, centrando su atención en el mercado de cruceros y cómo optimizar los servicios para obtener mayor rendimiento. La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) de la mano de los consultores Rezende y Duran (2005) revisa las principales tendencias de bienes y servicios en los países de la Asociación de Estados

del Caribe, realizando un análisis especial al componente turístico y particularmente a los cruceros.

Por su parte, los investigadores Brida, Bukstein, Garrido, Tealde y Zapata Aguirre (2010) estudian el perfil de los turistas en relación a los gastos realizados cuando llegan en cruceros. Centran su análisis en Cartagena de Indias para conocer más a fondo la forma y magnitud de los diferentes impactos que el crucerismo produce en el destino. La Cruise Lines International Association (CLIA) (2015) también se interesa por la evolución económica de la actividad y comunica a través de un informe anual el estado de la misma y la proyección de su crecimiento. Por otro lado, Baker y Fulford (2016) de la Universidad de Tennessee indagan sobre el valor percibido y la satisfacción del viaje, considerando que estos factores son determinantes para recomendar el crucero.

Desde la mirada política, principalmente, Hall y Braithwaite (1990) plantean la influencia del gobierno como inversor del destino, asegurando que la actividad no puede sostenerse sin la intervención estatal. La docente de la Universidad de Costa Rica, Mora Elizondo (2013) indaga sobre las actividades y gastos que se realizan durante la visita de los cruceros a la ciudad de Puntarenas (Costa Rica), la acción del gobierno local, y la existencia de dificultades o necesidades para el mejoramiento de la gestión turística de este sector y sus posibles soluciones.

Relacionado con la perspectiva social, gran variedad de investigaciones aborda el tema tanto desde la mirada de los turistas, como también, de la población local. De la mano de Alcerreca Molina y Salazar Estrada (2014), el Instituto Politécnico Nacional de México, llevan a cabo el análisis de la actividad en la región en relación a la posibilidad de diferenciarse, a través de su oferta turística y la puesta en valor de la identidad cultural local. Huijbens (2015) centra su investigación en el impacto socio-económico de las llegadas de cruceros a destinos periféricos en Islandia, haciendo hincapié en las oportunidades que presenta la actividad para los puertos más pequeños.

De particular interés resulta mencionar las contribuciones a nivel nacional, pues si bien el Turismo de Cruceros ha logrado posicionarse en la agenda económica y política, desde el punto de vista científico y de manera especial desde las Ciencias Sociales, esta práctica constituye aún un tema por desarrollar y profundizar. En Argentina la actividad domina dos regiones: la Pampeana y la Patagonia. En esta última, la ciudad de Ushuaia es considerada como uno de los principales puertos consolidados para el desarrollo de esta modalidad turística y ha logrado insertarse fuertemente en el mercado.

El mayor porcentaje de los trabajos que abordan el tema corresponde al puerto de Ushuaia y especialmente a su rol como puerta de entrada marítima a la Antártida. Se destacan interesantes contribuciones referidas a la potencialidad y realidad del destino

para lograr un desarrollo territorial a partir del Turismo de Cruceros, sin embargo, las investigaciones referidas a su relación con el resto de los puertos nacionales, así como también a la posibilidad de un desarrollo a partir de sus ventajas competitivas, resultan aún un tema por ampliar y profundizar. Para el caso de Camarones y Puerto Deseado, la bibliografía es escasa, en parte por no haber desarrollado aún la actividad de manera regular, pero también por una ausencia de investigaciones que aborden estos espacios de estudios desde una perspectiva más amplia. En este sentido, los antecedentes que refieren los espacios de análisis en estudio contribuyen como referentes de las investigaciones hasta ahora realizadas y demuestran que la presente contribución trata un tema actual e innovador.

Una de las instituciones que viene trabajando fervientemente sobre la actividad de cruceros es la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco (sede Ushuaia) actualmente Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur. Con el foco de análisis en el puerto de Ushuaia las docentes investigadoras Jensen y Daverio (2004) exploran sobre algunos aspectos relacionados con los cruceros turísticos y su vinculación con el destino a fin de visualizar nuevas alternativas que contribuyan a la consolidación de la actividad e incorporar nuevos espacios y productos turísticos. En otra investigación ofrecen una sistematización de la información relativa a los cruceros turísticos que han tenido a Ushuaia como puerto base o de recalada en sus viajes hacia el Sector Antártico Argentino, islas subantárticas e islas Malvinas, pudiendo incluir en su itinerario otros puertos de América del Sur o de otros continentes en sus viajes de posicionamiento (Jensen y Daverio, 2007).

A partir de la movilidad de flujos que se distinguen en el puerto de Ushuaia, Vereda y Daverio (2011) indagan respecto a los recursos territoriales que configuran la oferta turística atractiva para el pasajero y remunerativa para los operadores de cruceros. En otra oportunidad, desde una sistematización de la información Jensen y Vereda (2013) brindan una periodización relativa al movimiento de buques y pasajeros según los factores claves que intervienen en su consecución. Se analiza comparativamente la participación de los cruceros antárticos sobre el total del movimiento de cruceros en el puerto de Ushuaia y sobre el total mundial de cruceros antárticos.

Desde los movimientos que caracterizan a los buques, Vereda y Jensen (2014b) analizan los correspondientes al turismo antártico, en particular los cruceros de expedición y su articulación con espacios asociados en el Atlántico Sur meridional, estableciendo la jerarquía de cada uno de ellos. El Instituto Fueguino de Turismo (InFueTur), a través de su anuario estadístico provincial de la Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur, también tiene tradición en el estudio sobre el tema. Todos los años realiza una revisión de los resultados obtenidos desde la actividad

comparándola con las temporadas anteriores y realizando predicciones sobre lo que se espera en el mediano y largo plazo (InFueTur, 2015; 2016; 2017).

Desde el concepto de desarrollo, Vereda (2007) analiza el rol de Ushuaia como puerta de entrada del turismo antártico teniendo en cuenta distintos indicadores socio-económicos. A partir de un planteamiento teórico-metodológico indaga a este segmento de la demanda turística, desde el rol que juega la comunidad local como generadora de proyectos y de acciones. La mencionada autora aborda, también, la posibilidad de complementariedad de los destinos Antártida y Ushuaia a partir de las vinculaciones entre ambos desde distintas dimensiones, atendiendo al rol de Ushuaia como puerta de entrada marítima a Antártida (Vereda, 2008).

Por otro lado, si bien no refiere específicamente al Turismo de Cruceros, Wallingre (2004) aborda, a partir del estudio de caso de la ciudad de Ushuaia, como el turismo puede ser un factor de reconversión productiva local y constituirse en una nueva estrategia para impulsar el desarrollo de aquellas localidades poseedoras de potencial turístico. Así mismo, Mosti (2010) trabaja las preferencias y requerimientos relacionados con las actividades turísticas y recreativas en los espacios naturales del *hinterland* de Ushuaia.

La docente investigadora Varisco (2008) analiza desde una perspectiva económica los diferentes modelos de desarrollo turístico en las localidades de Villa Gesell y Pinamar y su impacto en el desarrollo local. Por su parte, Villar (2012) se propone analizar una serie de variables que permitan arrojar una luz sobre este proceso. Se trata de su impacto en el sector externo de la economía, la relación entre el turismo internacional y el nacional, y la generación de empresas de alojamiento y su repercusión en el empleo.

De la Universidad de Francia la investigadora Guyot (2013) realiza un análisis comparativo entre Punta Arenas y Ushuaia como puertas de entrada del turismo antártico, partiendo de la idea de que el mando político y la identificación territorial pueden ser los factores que le confieran un estatus de referencia. Desde una perspectiva medio-ambiental, Obreque, Daverio y Vereda (2010) presentan los efectos ambientales potenciales derivados de la actividad de cruceros turísticos antárticos en Ushuaia durante la temporada 2009/2010.

Puerto Deseado y Camarones han respondido esporádicamente al arribo de algunas navieras, pero aún no han logrado posicionarse como puerto de cruceros. La información e investigación de estos espacios de análisis es escasa, sin embargo, la literatura referida a factores más generales, tanto en función a la escala de análisis como a la temática abordada, resultan de interés para conocer sus potencialidades como destino del Turismo de Cruceros.

Uno de los trabajos más destacados corresponde a Biondi (2001) quien, a través de un documento de planificación integral, orienta el desarrollo de destinos de cruceros para los puertos patagónicos. El mismo es generado a partir de la consulta con funcionarios provinciales y municipales, así como operadores privados locales. Bogetti (2009) aporta, también, un relevamiento turístico detallado y completo de la localidad de Puerto Deseado, resultando un instrumento de interés para el conocimiento de la diversidad de atractivos y componentes naturales y culturales.

Relacionado con la actividad turística de forma directa, Schinelli y Vacca (2007) la abordan a partir de una mirada regional, centrando el foco en la Patagonia Austral, plantean un análisis de la dinámica productiva y el impacto que se genera sobre el empleo. Mientras que Tagliorette, Guarino, Janeiro, Lozano, y Caille (2008) elaboran un informe técnico que propone un relevamiento inicial de usos turístico-recreativos en las costas del norte de la Patagonia, experiencia que se implementa en diferentes localidades siendo una de las elegidas la ciudad de Camarones.

Desde una mirada regional el investigador Schweitzer (2004) analiza la situación de la Patagonia Austral en el marco de las dinámicas políticas mundiales y su potencialidad para lograr un ordenamiento territorial. Años después el autor replantea la capacidad de la región para construir un nuevo proyecto de territorio, tomando como herramientas fundamentales la formulación de indicadores de desarrollo territorial y la aplicación en casos pilotos (Schweitzer, 2008). En otra oportunidad, Schweitzer, Ampuero y Godoy (2010) analizan los proyectos de territorio para la provincia de Santa Cruz a partir del estudio de las iniciativas.

Desde la Universidad Nacional de la Patagonia Austral (Unidad Académica Río Gallegos) el investigador Schinelli viene desarrollando desde hace varios años la línea de investigación sobre economía regional y empleo. Bajo el proyecto "Sectores productivos tradicionales y emergentes en Santa Cruz. Alternativas y continuidades de la dinámica socioeconómica y laboral", se propone realizar un diagnóstico actualizado sobre diversos sectores productivos en la dinámica socio-económica de la provincia de Santa Cruz, planteando el turismo como una actividad emergente y de gran importancia en la economía provincial (Villanueva y Schinelli, 2012). En el mismo marco, Vacca y Schinelli, (2015) analizan los cambios en la estructura social del trabajo en la Patagonia Austral consecuencia de los vaivenes económicos nacionales.

Referido a la competitividad de los destinos turísticos, en el país el tema se encuentra aún en desarrollo. En la actualidad, está empezando a ser abordado desde un sentido más amplio planteado en función de las capacidades territoriales que posee un espacio determinado. De esta manera, el concepto se complejiza y permite ser abordado en relación al desarrollo territorial. La docente investigadora de la Universidad del Comahue

Otero (2007), analiza la importancia del territorio en la construcción de competitividad de los destinos turísticos en el contexto del desarrollo, considerando el conocimiento y la innovación como factores determinantes. Por su parte González y Mendieta (2009) ponen en discusión su conceptualización en los destinos turísticos a partir de la revisión de enfoques y visiones que han guiado el pensamiento sobre el tema.

En otra oportunidad, González (2011) realiza un estudio comparativo entre los destinos de montaña en Alberta, British Columbia (Canadá) y aquellos ubicados en la Norpatagonia Argentina, dando cuenta de las similitudes que presentan en cuanto a los procesos de migración de amenidad e indaga en la potencialidad de los destinos argentinos para generar desarrollo económico y social a través de sus capacidades territoriales.

El recorrido por algunas de las investigaciones que abordan al Turismo de Cruceros permite realizar una breve reflexión sobre el 'estado de arte' del tema a desarrollar. Desde la perspectiva internacional, las contribuciones realizadas son variadas, sin embargo, se destaca que aún es necesario seguir profundizando. Plantear la importancia que presentan las capacidades territoriales de los destinos como factores para la concreción del desarrollo territorial permitiría otorgarle al Turismo de Cruceros un análisis de la actividad que va más allá de los servicios ofrecidos por el buque.

Por otro lado, desde el foco de los estudios a nivel nacional, varios profesionales vienen abordando el tema de Turismo de Cruceros desde diferentes perspectivas. Para el caso de Ushuaia, el mayor número de los trabajos se concentra en la relación que se produce entre su puerto y Antártida debido, principalmente, al rol que tiene como puerta de entrada al "continente blanco". En relación a Puerto Deseado y Camarones, si bien se espera que las investigaciones asociadas a la actividad sean escasas, considerando que ambas localidades no han logrado aún insertarse en el mercado de cruceros, se observa insuficiente literatura que otorgue mayor conocimiento sobre sus características territoriales. Se destaca, además, la poca intervención sobre estos espacios en informes y estudios que abordan problemáticas de la Patagonia desde una perspectiva más amplia como lo podrían ser aquellas referidas al puerto, turismo y territorio.

El estado actual de conocimiento deja explícito que el problema que se propone abordar constituye un tema por desarrollar y profundizar. La relevancia de esta actividad en el contexto económico-social actual requiere pensar al Turismo de Cruceros desde una dimensión territorial, como práctica capaz de generar desarrollo a través de la maximización de las ventajas competitivas de los destinos.

1. 3. PLANTEO DEL PROBLEMA

El territorio es resultado de la representación, construcción y apropiación, que realizan los grupos humanos, sobre el mismo. No es solamente una porción de tierra delimitada con su complejidad biofísica sino, sobre todo, un espacio construido socialmente que se transforma en el recorrido histórico (Sosa Velásquez, 2012). En palabras de Bertoncello (2002), se entiende al mismo como la relación constante entre un espacio material y uno simbólico; el primero hace referencia al soporte físico donde se emplaza la actividad humana y el segundo considera los valores que la sociedad carga dando lugar a la apropiación de ese territorio. En este sentido, es a través de él que se plasman las interrelaciones que se producen entre los seres humanos y los elementos que contiene.

Vinculado al territorio se encuentra el turismo utilizándolo en el sentido más amplio de la expresión, Vera *et al.* (1997) en Ramos y Fernández (2002: 2) lo definen fundamentalmente como “una práctica social de naturaleza espacial que es generadora de actividades económicas y que ha dejado de ser marginal para convertirse en estructural”. No se trata de una actividad económica, sino más bien de un hecho cultural y por lo tanto social. En este sentido, las estrategias y los modos en que se operativiza se vincula a estas características (Capece, 2012).

Creador de imágenes y representaciones, impregna no solo a los prestadores, a la comunidad local y a los turistas sino, desde una perspectiva holística, al territorio. Como asegura Vereda (2007: 2) “cada territorio tiene un conjunto de recursos que representan un potencial para su desarrollo, el mismo se visualiza a través de la estructura productiva, el mercado de trabajo, la capacidad empresarial y el conocimiento tecnológico, la infraestructura de soporte y acogida, el sistema institucional y político, y su patrimonio histórico y cultural”.

Articula e interacciona los procesos de crecimiento y los actores sociales de forma diferente, generando proyectos y situaciones económicas distintas. En este sentido, además de soporte físico y recurso se le suman las condiciones sociales que le dan sentido, siendo a su vez factor de localización y desarrollo como también productor y agente transformador.

A las capacidades territoriales intrínsecas se le suma el factor que corresponde a la mirada que tiene el turista sobre el destino. Esta idea, planteada por Urry (2004 [1990]), se refiere a aquellos destinos donde los atractivos turísticos expresan una configuración social diferente a los que atraviesan en su experiencia cotidiana. “Al incorporar al turista, ese actor particular, extraño en la sociedad receptora, su impacto se manifiesta de muchas maneras; como representante de otra sociedad está cargado de Información y

subjetividad que saca del entorno conocido al residente y lo enfrenta a otro” (Bustos Cara, 2001: 3).

Ante este hecho, es imprescindible la actuación de los actores que gestionan los recursos propios de ese territorio aprovechando las oportunidades que brinda el contexto externo. Como plantea Rivera González, Vázquez Solís, Reyes Hernández, Reyes Pérez y Carette (2012) se trata de percibir al turismo como una práctica mucho más compleja, considerando que la misma involucra al conjunto de dimensiones que intervienen en el territorio. Reconocer la dinámica que caracteriza a la práctica turística, permite pensar y analizar el Turismo de Cruceros desde la complejidad que lo caracteriza, con una clara dimensión territorial.

Como una de las modalidades que mayores transformaciones puede generar en los destinos turísticos que la desarrollan, debe pensarse como una práctica que no solo logre crecimiento y acumulación económica, sino también que pueda generar una transformación y mejoramiento de los aspectos sociales, culturales y ambientales. Considerar el entramado de factores que intervienen en la concreción de esta actividad requiere pensar al territorio desde una perspectiva integral, en donde las posibilidades de desarrollo se aborden desde la actuación conjunta de sus dimensiones. Para lograr que una actividad favorezca el desarrollo en una ciudad, se debe llevar adelante un proyecto en el que se aprovechen las capacidades territoriales (sociales, naturales, técnicas, económicas, institucionales, culturales, etc.) en pos de la sostenibilidad e inclusión, asegura Artesi (2003).

En este sentido, el Turismo de Cruceros puede ser planteado como un generador de oportunidades para el desarrollo que no se limiten solamente al mejor aprovechamiento de los recursos endógenos sino, además, que maximice las oportunidades dadas por una demanda meramente exógena. Para ello, es fundamental superar las limitaciones territoriales y maximizar las ventajas competitivas que el mismo brinda. Se trata de construir una propuesta que permita endogeneizar los efectos positivos que derivan de la actividad, actuando como medio para el desarrollo territorial.

Analizar la competitividad territorial de los destinos turísticos plantea pensarlo desde las realidades y potencialidades que el mismo posee y su posibilidad de desarrollo a través del Turismo de Cruceros. En palabras de Ritchie y Crouch (2003 en: Domareski-Ruiz *et al.*, 2013: 31) “plantea la capacidad de agregar valor y generar mayor riqueza a través de la gestión de bienes; de los procesos de la atraktividad y de la proximidad y, sobre todo, de la integración de los actores a partir de las relaciones entre ellos y con el territorio, en el marco de un modelo de desarrollo que considera especialmente el capital del destino y su continuidad para las próximas generaciones”.

Competitividad y desarrollo se abordan desde una mirada complementaria, donde el primer concepto posee una finalidad que va más allá de su propuesta tradicional y se relaciona con la capacidad de proveer bienestar a las comunidades (Berumen, 2006b en: Domareski-Ruiz *et al.*, 2013). En este marco, se considera que si bien las ciudades puerto objeto de estudio, poseen capacidades territoriales con potencialidad para el desarrollo territorial a través del Turismo de Cruceros, aún no han podido optimizar los beneficios que las mismas pueden generar. Es necesario pensar la práctica turística en general y la de cruceros en particular no solo como un mecanismo para obtener crecimiento y acumulación de capital, sino además como un instrumento de diversificación productiva, de transformación y mejoramiento del territorio para que a partir de ella se pueda contribuir a su desarrollo.

En este contexto se plantean dos interrogantes que conforman los ejes del problema de investigación: ¿De qué manera la competitividad de los puertos de Ushuaia, Puerto Deseado y Camarones genera capacidades para contribuir con el desarrollo territorial de las comunidades receptoras?

¿Qué factores influyen en la competitividad de estas ciudades puerto como destino de cruceros?

1. 4. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

A lo largo de la presente investigación se ponen a prueba las siguientes hipótesis:

- Las ciudades puerto de Ushuaia, Puerto Deseado y Camarones disponen de recursos con alto valor ecológico y simbólico con capacidad de atracción para el segmento de Turismo de Cruceros.

- Las localidades presentan condiciones favorables, en tanto destinos especializados en este segmento de la demanda turística, dado por las ventajas comparativas vinculadas a su localización en la ruta de cruceros y por las ventajas competitivas que poseen.

- El Turismo de Cruceros contribuye significativamente con el desarrollo territorial de las áreas litorales consolidadas, como es el caso de Ushuaia y genera expectativas en los diferentes actores territoriales sobre los aportes de este segmento de la demanda en el crecimiento del destino turístico.

- La articulación de localidades del litoral atlántico patagónico y de la margen norte del Canal Beagle conforman una región de cruceros, complementándose a partir de su oferta turística, generando una oportunidad para la competitividad regional.

1. 5. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

Objetivos generales

- Analizar la competitividad de las ciudades puerto Ushuaia, Puerto Deseado y Camarones como destinos de cruceros.
- Definir los factores ambientales, sociales y económicos con mayor capacidad de influencia en la competitividad y ulterior desarrollo territorial de las ciudades puerto Ushuaia, Puerto Deseado y Camarones como destinos de cruceros.

Objetivos específicos

- Indagar sobre la experiencia de los visitantes de cruceros a fin de evaluar los atractivos de la región para este segmento de turismo.
- Analizar la atraktividad de las áreas de influencia de los puertos Ushuaia, Puerto Deseado y Camarones.
- Conocer el posicionamiento del sector público y privado en relación con el desarrollo del Turismo de Cruceros en las localidades puerto Ushuaia, Puerto Deseado y Camarones.
- Definir un sistema de indicadores ambientales, sociales y económicos que contribuya a generar conocimiento para evaluar las repercusiones del Turismo de Cruceros en las localidades puerto Ushuaia, Puerto Deseado y Camarones.

1. 6. ENCUADRE METODOLÓGICO

El espacio geográfico reconocido por la comunidad geográfica como “un conjunto indisociable, solidario y contradictorio de sistemas de objetos y de sistemas de acciones, que no es caos ni colección porque su esencia está puesta en la interacción, la complejidad y el cambio” (Santos, 1987 en: Rodríguez Valbuena, 2010: 4), es producto social e históricamente construido. El dinamismo y complejidad lo caracterizan y le otorgan una apropiación específica que debe tenerse en cuenta para la comprensión plena de las estructuras territoriales que origina. En este sentido, para que el estudio de una problemática geográfica sea completo, integrado e integral se requiere de diversas aproximaciones que ofrezcan las pautas para la interpretación de los hechos geográficos con la menor ideologización posible (Padilla, 2017).

La combinación de dos o más métodos de investigación en el estudio de un fenómeno singular permite arribar a resultados más ricos en la información y la comprensión del problema. Por ello, el desarrollo de la investigación se basa en un enfoque combinado utilizando una metodología cualitativa y cuantitativa. Mencionado, por Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2006) como enfoque mixto, plantea un

esquema de investigación donde ambas posturas son utilizadas en conjunto, no se excluyen ni se sustituyen, pues se considera que uno y otro emplean un proceso cuidadoso, sistemático y empírico que permiten enriquecer el conocimiento. Integrar ambos métodos permite que las fortalezas de uno sirvan para compensar las debilidades del otro, donde el resultado obtenido a partir de la utilización del método “A” se utiliza como *input* para potenciar el método “B” (Batthyány y Cabrera, 2011).

Al plantearse la investigación desde este enfoque, se propone ir más allá de la recolección de datos desde diferentes modos, lo que plantea es combinar lógicas inductivas y deductivas para así lograr una perspectiva de la problemática más precisa y holística. En este sentido, se denomina como “un enfoque que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema” (Teddlie y Tashakkori, 2003; Creswell, 2005; Mertens, 2005; Williams, Unrau y Grinnell, 2005 en: Hernández Sampieri *et al.*, 2006: 755). Como plantean los autores, otorga una mayor amplitud, profundidad, diversidad y riqueza en la interpretación de la realidad (Figura 1).

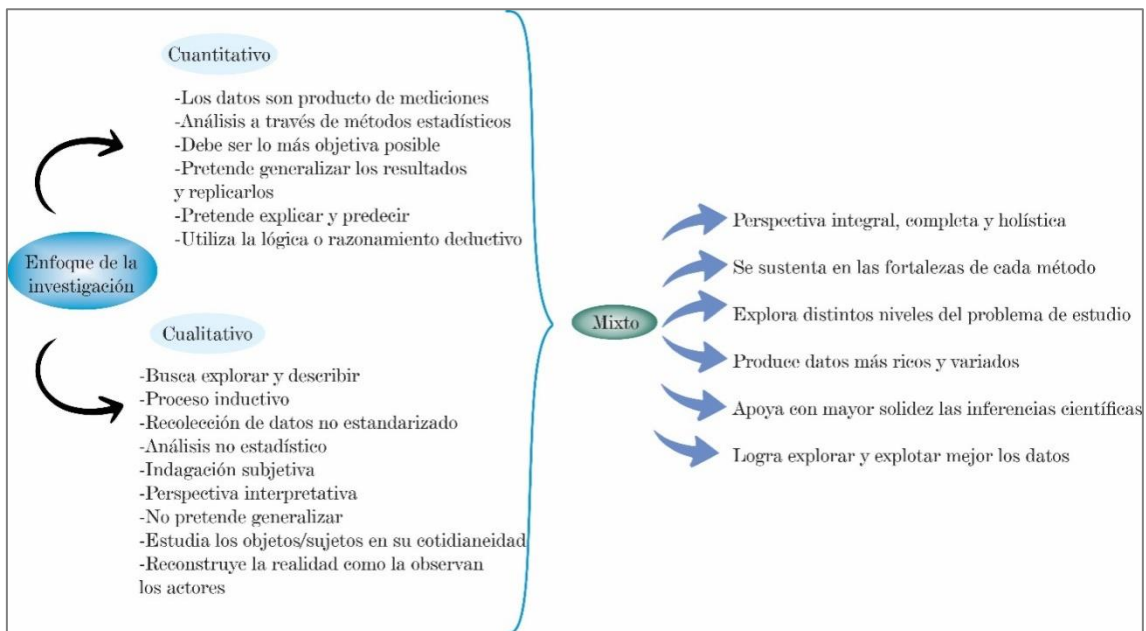


Figura 1: Esquema del enfoque metodológico mixto

Fuente: Cohen (2018) en base a: Hernández Sampieri *et al.* (2006)

La investigación se sustenta, además, en el paradigma humanista, ya que pone énfasis en la interpretación de una problemática. Implica que cualquier acto realizado por él o los individuos posee una “carga” de intencionalidad propia, lo que supone la presencia de elementos subjetivos internos en el actuar (Cárcamo Vásquez, 2005). Aceptar la intervención de la subjetividad en el proceso de investigación, permite

enmarcar el estudio en un análisis hermenéutico, comprensivo-interpretativo y fenomenológico del sentido de la realidad.

Se acepta que existen múltiples realidades que son construidas por los actores que intervienen en la problemática, por lo tanto, no existe una sola verdad, esta surge a través de la complementación de los diversos significados que las personas les dan a las situaciones que atraviesan, se trata de una realidad construida. La investigación que se apoya en él termina en la elaboración de una descripción ideográfica, en profundidad, es decir, en forma tal que el objeto estudiado queda claramente individualizado (Martínez, 2011).

Desde la perspectiva espacio-temporal, la investigación se basa en un análisis de orientación sincrónica de la realidad social. Se plantea en un contexto de espacio y tiempo definido que está determinado por la temporalidad de la investigación. Se trata de un estudio comparativo de corte transversal en un momento determinado, no traza un recorrido de las causas que llevan de una situación a otra.

El alcance de la investigación es exploratorio – descriptivo, de manera tal que la misma mantenga una secuencia lógica en su desarrollo y una finalidad clara y precisa. Hernández Sampieri *et al.* (2006) aclaran que la elección depende de la estrategia de investigación que se proponga y, de esta manera el diseño, los procedimientos y los componentes del proceso serán diferentes según el alcance propuesto, sin embargo, cualquier investigación puede incluir en la práctica más de uno de ellos.

Desde la perspectiva exploratoria se plantea examinar un tema que aún no ha sido muy estudiado, es decir, “Permite conocer y ampliar el conocimiento sobre un fenómeno para precisar mejor el problema a investigar” (Cazau, 2006: 26). Sirve para familiarizarse con la problemática y realizar una investigación más completa en relación al contexto, identificar y plantear los conceptos claves y las variables que se requieren medir. En pocas ocasiones constituyen un fin en sí mismo, sin embargo, su aplicación es prácticamente fundamental en las problemáticas poco estudiadas porque permite establecer un punto de partida para la investigación y da paso a un análisis más elaborado y riguroso.

El alcance descriptivo se plantea para especificar la problemática y detallar como es y se manifiesta, puntualizando sobre sus propiedades relevantes y que son de interés someterlas a análisis. Trabaja sobre realidades de hecho y busca lograr una interpretación acertada de los mismos, para ello como propone Cazau (2006) selecciona una serie de cuestiones, conceptos o variables y las mide de forma independiente para luego describirlas. “Este tipo de investigación es útil para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación” Hernández Sampieri *et al.* (2006: 103).

1. 7. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Las técnicas de investigación corresponden, como las plantea Ander Egg (1995: 42), al procedimiento de actuación que se debe seguir para cumplir con los objetivos que se plantean, “son respuestas al <<cómo hacer>> para alcanzar un fin o resultado propuesto pero se sitúan a nivel de los hechos o de las etapas práctica”. Son indispensables porque constituyen los instrumentos que permiten obtener, procesar, controlar y analizar los datos recaudados (Schneider Gosinde, 2009).

Existen diferentes tipos de técnicas que responden a las diversas intenciones de una investigación. En este caso al ser adaptadas a los objetivos planteados y a los datos que resultan de interés analizar se obtiene como resultado una combinación de técnicas cuantitativas y cualitativas que constituyen la etapa práctica de la investigación.

Desde el enfoque cuantitativo se pretende medir el fenómeno estudiado a través de la lógica y el razonamiento deductivo. Como la característica que lo guía es la objetividad la observación y medición de las variables no deben verse influenciadas por el investigador, el mismo debe evitar que sus temores, creencias y deseos intervengan en el proceso de recolección y análisis de datos (Hernández Sampieri *et al.*, 2006). Además, considerando que la información de la que se vale es producto de mediciones numéricas su análisis debe ser llevado a cabo a través de métodos estadísticos.

Bajo el enfoque cualitativo se plantea describir, comprender e interpretar la realidad social en relación a la práctica turística. Como plantean Fernández Pita y Díaz Pértegas (2002), cuando la investigación se aborda desde esta perspectiva se trata de identificar la naturaleza de la realidad, su sistema de relaciones y su estructura dinámica. Con la subjetividad identificada como parte del proceso de investigación se pretende un conocimiento de carácter ideográfico, en donde la intencionalidad de las acciones no busque quedar únicamente en la capa externa, sino captar las relaciones internas existentes.

1. 7. 1. Análisis de encuestas

En esta investigación se aplicó la técnica de la encuesta considerada un instrumento que permite acceder de forma directa y simple a las opiniones, actitudes y valoraciones de las personas respecto a un fenómeno. Su instrumentación consiste en hacer a todos los encuestados las mismas preguntas en situaciones iguales para que las diferencias que se obtengan en las respuestas se deban a cuestiones propias de los individuos y no a una influencia externa. Con la encuesta se obtiene información sistemática, previamente clasificada, sobre las variables que intervienen en los hechos sociales que se investigan (Schneider Gosinde, 2009).

Para el diseño de la encuesta se consideraron las variables que querían analizarse y el objetivo que se busca cumplir a partir de la información brindada. Desde las características generales (Tabla 1) se planteó como exploratoria - descriptiva, pues busca obtener información en relación a hechos concretos de la estadía de los cruceristas en Ushuaia y la potencialidad turística de Puerto Deseado y Camarones para considerarlos como puertos locales de interés para ser visitados dentro de su itinerario.

Se seleccionó la modalidad cara a cara para establecer un contacto directo con los encuestados y auto suministrada con la intención de lograr una mayor sinceridad en las respuestas, al carecer de la presencia del encuestador y del sesgo que el mismo pueda generar. En concordancia con la investigación, la encuesta es de tipo sincrónica, buscando recaudar información de un período concreto en el tiempo y no probabilística del tipo casual o incidental pues la selección de los encuestados, no es al azar, sino que se llevó a cabo siguiendo determinados criterios.

Tabla 1: Características generales de la encuesta

Rasgos generales de la encuesta	
<i>Según el objetivo de la investigación</i>	-Exploratoria -Descriptiva
<i>Según su contenido</i>	-Acerca de hechos -Acerca de opiniones -Acerca de actitudes o motivaciones
<i>Según la modalidad de acceso</i>	-Cara a cara
<i>Según la forma de administración</i>	-Auto administrada
<i>Según la temporalidad</i>	-Sincrónica o transversal
<i>Según el muestreo</i>	-No probabilístico

Fuente: Cohen (2018) en base a Schneider Gosinde (2009)

En relación a este marco, el cuestionario se aplicó a los cruceristas que visitan la ciudad de Ushuaia a bordo de cruceros que realizan itinerarios pendulares, recorriendo la costa del Atlántico Sur y Pacífico Sur desde Montevideo/Buenos Aires hasta Valparaíso y viceversa. Se tomó como universo de análisis el total de cruceristas que responden a este segmento y que arribaron a la ciudad durante la temporada 2014/2015. En base a los datos brindados por el InFueTur (2015) 90.276 visitaron a Ushuaia en ese período, de ellos 36.625 corresponden al grupo de buques antárticos (Vereda y Jensen, 2015) que no fueron considerados para esta investigación.

Esta decisión no fue azarosa, sino que responde a dos cuestiones. Por un lado, considerar el perfil de turista antártico. Las investigaciones que se vienen realizando sobre él lo describen como un grupo cuya principal, y en ocasiones única, motivación

es conocer la Antártida en cuyo caso, los puertos de recalada son considerados como un destino “de paso” para llegar a cumplir con el objetivo final. Por el otro, posicionar a los cruceros de gran porte como tema de investigación. Hay un interesante y fuerte desarrollo de investigaciones que abordan a los buques antárticos, situación que no se refleja en el caso de los grandes cruceros. Esta investigación da la oportunidad de profundizar y destacar el rol que pueden jugar desde su capacidad de integración regional y de articulación de la Patagonia.

En este marco, el tamaño del universo se redujo a 53.651 pasajeros. El trabajo de campo se llevó a cabo durante las temporadas de verano 2015/2016; 2016/2017 y 2017/2018, entre los meses de octubre a abril, período en el cual se realiza el arribo de cruceros, logrando recaudar un total de 435 encuestas. Las mismas fueron distribuidas a los cruceristas al finalizar las excursiones que ofrecen las agencias de viajes locales horas antes de embarcar para continuar con su recorrido por la Patagonia. Esta selección responde a la necesidad de que el visitante pueda conocer y recorrer la ciudad y sus alrededores para luego responder las preguntas referidas a Ushuaia.

El cuestionario (Anexo 1 – modelo de encuesta) consistió en la realización de preguntas de tres tipos: de respuestas cerradas, abiertas y de escala. Las del primer tipo se dividieron a su vez en dicotómicas, de opción binominal sí o no, y de respuesta múltiple donde debían optar por la o las respuestas que crean más convenientes. Las abiertas se aplicaron en aquellas preguntas que tenían como fin conocer la opinión del encuestado respecto a un punto específico del tema.

Por último, las preguntas de escala, se aplicaron para conocer el grado de relevancia, acuerdo e interés de los encuestados sobre determinados aspectos del fenómeno en análisis. Se utilizó la técnica de Likert que se construye bajo un número de afirmaciones que mide el grado positivo, neutral y negativo de cada enunciado. Se realizaron preguntas con cinco niveles posibles de respuestas, donde 1 representa el menor grado de interés y 5 el mayor, para que las evalúen en función de su criterio subjetivo.

Para la conformación de la encuesta se consideraron variables que permitan explicar la opinión de Ushuaia como puerto de cruceros y la potencialidad de Puerto Deseado y Camarones en relación a la atractividad que sus ofertas turísticas presentan a la demanda de cruceristas que visitan América del Sur (Tabla 2). Para tal fin se consideraron las siguientes definiciones operativas:

-Perfil del visitante: Derivado del nivel socioeconómico, se pretende conocer las características de los cruceristas.

-Motivaciones: Consiste en contar con información que permita analizar los principales factores que incidieron al momento optar por este tipo de viaje y destino.

-Valoración de los atractivos y actividades turísticas: Esta variable es de sumo interés ya que permite conocer el grado de importancia que conforman la oferta turística del destino Ushuaia como también aquellos que hoy no son tenidos en consideración desde la comercialización pero que podrían constituir un potencial desarrollo.

-Valoración de los servicios turísticos: Al igual que el ítem anterior resulta de interés por la información que recaba tanto para Ushuaia como para Puerto Deseado y Camarones en cuanto al grado de importancia que conforman para la oferta turística la presencia o ausencia de determinados servicios turísticos.

-Grado de satisfacción alcanzado: Aplicado para la ciudad de Ushuaia, permite conocer la opinión de los cruceristas en relación a su experiencia y si la misma permitió cumplir con las expectativas generadas sobre el viaje.

Tabla 2: Operacionalización de variables

Puertos	Variable	Indicador	Tipo de pregunta
	Perfil socio demográfico	Formación//Lugar de residencia//Género//Ocupación//Estado civil//Grupo de viaje//Ingreso mensual	Respuesta múltiple
	Motivación	Decisión para realizar el viaje	Respuesta múltiple
Ushuaia	Valoración	Valoración de la experiencia en Ushuaia	Likert 5 niveles
		Caracterización de Ushuaia	Respuesta abierta
	Satisfacción	Grado de satisfacción//Opinión sobre el grado de satisfacción	Respuesta múltiple// Respuesta abierta
		Acuerdo en el tiempo de permanencia//Intención de permanencia	Respuesta binominal// Respuesta múltiple
		Intención de regresar al destino	Respuesta binominal
		Recomendación del destino	Respuesta binominal
		Satisfacción del gasto//Gasto por rubro	Respuesta múltiple
Camarones y Puerto Deseado	Valoración	Intención de conocer otro puerto	Respuesta binominal
		Intención por conocer atractivos patagónicos	Likert 5 niveles
		Intención por realizar actividades recreativas	Respuesta múltiple
		Importancia de disponibilidad de servicios	Respuesta múltiple

Fuente: Cohen, C. (2018)

Una vez recolectada la información se procedió al uso del software estadístico SPSS (versión 18) para analizar las variables relacionadas con el enfoque cuantitativo. El procesamiento de los datos e interpretación de los mismos permitió conocer con mayor profundidad las características que revisten al tema de estudio y desarrollar los objetivos que tenían como eje estructurante el uso de encuestas y la medición de sus resultados. Se generaron gráficos, tablas y figuras para representar la información de forma clara y precisa y fue acompañada por una reflexión e interpretación de la misma complementada con bibliografía específica del tema.

1. 7. 2. Análisis de entrevistas

Otra de las técnicas de datos utilizada fue la entrevista en profundidad, definido por Bogdan y Taylor (1987: 101) como “el encuentro cara a cara entre el investigador y los informantes, dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los entrevistados respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal como las expresan con sus propias palabras”. Permite que los individuos que forman parte de la problemática, directa o indirectamente, opinen con amplitud sobre el tema. Para su implementación se tuvieron en cuenta dos instancias básicas, el diseño y la aplicación.

En cuanto al diseño (Anexo 2 – Modelos de entrevistas), las entrevistas fueron de carácter semiestructuradas, se planteó una guía de preguntas, manteniendo la libertad de introducir adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información sobre determinados temas. Esto permitió dar flexibilidad y dinámica a la conversación, pero también seguir un “hilo conductor” que permita avanzar en función a los objetivos propuestos. Como plantean Hernández Sampieri *et al.* (2006) se inició la entrevista con preguntas introductorias y generales sobre el tema y luego se fue indagando con mayor profundidad en relación al conocimiento, la opinión, las actitudes, la experiencia y la expectativa que se tiene sobre el Turismo de Cruceros.

La muestra se constituyó por informantes calificados del sector público y privado relacionados directa o indirectamente con la actividad turística, obteniendo un total de 24 entrevistas. Se realizó un análisis previo de los potenciales entrevistados y se seleccionó un conjunto de actores claves que sean representativos de sus áreas y permitan dar una opinión fundada sobre el problema estudiado, ya sea por su experiencia en el tema, experticia o función que desempeñan en el territorio. En este sentido, se trabajó con referentes de organismos nacionales, provinciales y municipales y con prestadores de servicios (Tabla 3).

Tabla 3: Clasificación de actores claves

Informantes claves	Organismos	Representantes	Codificación	
24	Públicos	Nacional	Prefectura Naval Argentina	ON
			Áreas Protegidas Naturales	
		Provincial	Dirección de Patrimonio	OP
			Dirección Provincial de Puerto	
			Dirección de Conservación de Áreas Naturales	
		Municipal	InFueTur	OM
	Secretaria de Turismo			
	Privados	Secretaría de Ambiente	PST	
		Prestadores de Servicios Turísticos		
Prestadores de Servicios Marítimos		PSM		

Fuente: Cohen, C. (2018)

Las entrevistas se realizaron durante la temporada de verano 2017/2018, en los meses de febrero y marzo. Los entrevistados fueron contactados con anterioridad para comunicarles la intención de conversar con ellos y referir al tema que resultaba de interés tratar. Se pautó un encuentro personal con cada uno que duró entre 30 a 40 minutos aproximadamente. Una vez realizadas todas las entrevistas se procedió a la transcripción de las mismas y a la generación de categorías y códigos (

Tabla 4) para agrupar la Información concentrando los temas abordados según su significado.

Tabla 4: Codificación de variables

Categorías	Códigos
Opinión sobre el Turismo de Cruceros	-Posibilidad de diversificación -Beneficios locales -Sentido turístico
Recalada de Cruceros	-Experiencia con buques de pasajeros -Principal actividad -Conflictos de intereses -Tiempo
Fortalezas y Debilidades	-Bienes cultural -Bienes natural -Políticas públicas -Infraestructura y servicios locales y portuarios -Difusión y marketing turístico

Repercusión Ambiental	-Dificultad ambiental -Capacidad receptiva -Congestión
Recursos Humanos	-Formación -Capacitaciones -Reglamentación
Manejo	-Residuos -Proyectos actuales y futuros -Certificaciones ambientales -Plan de manejo

Fuente: Elaborado por Cohen (2018)

Una vez ordenadas y clasificadas las entrevistas según los códigos se procedió a su análisis a través del uso del software MaxQda 12 (versión DEMO). En él se dividió y organizó la información en cada una de las categorías previamente descritas, luego se codificaron los segmentos de los textos y se analizaron e interpretaron los datos.

1. 7. 3. Reconocimiento de los puertos y sus áreas de influencia

Se llevó a cabo un reconocimiento de las localidades Ushuaia, Puerto Deseado y Camarones. El mismo consistió en el relevamiento y posterior análisis de los sitios de visita que ofrecen, las actividades que pueden desarrollarse en las localidades durante su estadía y los servicios que las mismas poseen para responder a la real y potencial demanda de los cruceristas. Se realizó a través de la identificación *in situ* en cada localidad y se complementó con fotografías, material brindado por los entes públicos de turismo de los puertos objeto de estudio, imágenes disponibles en Google Earth y el análisis de contenido de páginas web de empresas de turismo receptoras y de los organismos públicos. Así mismo, se recurrió a las entrevistas con los actores claves para conocer su opinión respecto a este tema, complementando la información ya relevada.

-Relevamiento de los sitios de visita

Se llevó a cabo el relevamiento de los sitios de vistas que son promocionados en las localidades con los atractivos que cada uno de ellos ofrece en su recorrido (Ver anexo 3 – Caracterización de los sitios de visita). Se reconoce que existen una gran cantidad de sitios que pueden ser significativos como sitios de visitas, sin embargo, a los fines de la presente investigación se relevaron y analizaron aquellos que son oficialmente promocionados por las empresas de turismo y los organismos públicos, considerando que de esta manera podrían hacerse efectiva su visita en caso de requerirlo. Para la elaboración de la ficha de relevamiento se tomó como base la metodología propuesta

por Varisco, Castellucci, González, Muñoz, Padilla, Campoliete y Benseny (2014), quienes plantean un análisis de los atractivos desde tres características fundamentales: Atractividad, Aptitud y Accesibilidad. Si bien no es intención de la presente tesis llevar a cabo una valoración del grado de atractividad que reviste a cada sitio de visita, a partir de esta metodología se busca obtener una mirada del conjunto de componentes territoriales susceptibles de formar parte de la oferta turística de cruceros. En este sentido la información obtenida se diferenció en:

a) **Atractividad:** Aborda los indicadores que permiten profundizar sobre las particularidades de los atractivos integran a los sitios de vista, para ello se realiza una distinción entre:

-Singularidad: En relación a la cualidad de ser único o muy particular en su tipo, se plantea si el sitio de visita se distingue de los ofrecidos en los otros puertos de la región y de la Patagonia.

-Autenticidad: Referido a su originalidad y representatividad del contexto, se distinguen el sitio según posea o no intervención humana y en caso afirmativo si esta representa algún interés particular.

-Diversidad: Corresponde a la característica principal que reviste al sitio de visita, en relación con los atractivos que la conforman.

-Grado de preservación: Relacionado con la conservación que reviste al sitio de visita, se distinguen si se encuentran bajo un sistema de protección y la jurisdicción que lo respalda.

-Capacidad de integración o tematización: Se valorizan los rasgos interpretativos que facilitan la comprensión del significado e importancia del sitio de visita.

b) **Aptitud:** Se basa en indicadores que visualizan las condiciones en las cuales se encuentran los atractivos para ser visitados, para ello se diferencian:

-Actividad turística posible: Corresponde a la variedad de opciones recreativas que pueden llevarse a cabo.

-Servicios y equipamientos turísticos disponibles: Corresponde a los servicios complementarios que posee el sitio de visita, diferenciando el tipo de comunicación, su inclusión en excursiones regulares y la presencia de equipamiento turístico recreativo.

c) **Accesibilidad:** incluye los indicadores que permiten indagar respecto a las características de acceso que revisten los sitios de visita. Así se realiza una distinción entre:

-Accesibilidad temporal: Refiere al periodo del año en los que pueden ser visitados los sitios.

-Accesibilidad física o espacial: Corresponde a la posibilidad de llegar y recorrer el atractivo según su distancia al puerto, las vías de acceso y transportes disponibles.

-Accesibilidad administrativa: Refiere al tipo de organización que la reviste definiéndose según su libertad de ingreso y propiedad.

Este análisis adopta los principios de flexibilidad y contextualización propuestos por Varisco *et al.* (2014) al adoptar un modelo único de ficha con subcriterios comunes aplicados a los diferentes sitios de visita, y por otro lado, por contemplar el ámbito geográfico como marco de referencia y el turismo existente o potencial de las localidades. Una vez pautados los pasos para el reconocimiento de los sitios de visita se elaboró un listado de los mismos en base a la información obtenida, alcanzando un total de 49 sitios de visita entre los tres puertos de análisis. El registro obtenido se volcó en una matriz de datos y con la finalidad de especificar la información se llevaron a cabo algunas reinterpretaciones:

-Para aquellos que requieren la realización de un sendero o circuito se marcó como punto para su representación espacial el inicio del mismo.

-Cuando el sitio de visita incluye componentes que abarcan una extensión geográfica significativa se consideró como punto de referencia aquel componente que reviste mayor interés para el sitio.

-Para determinar la distancia en los sitios de visita que corresponden a islas se consideró la ruta marítima que usan los catamaranes y/o gomones en sus excursiones.

Una vez completa la información se procedió a la generación de mapas representando las diversas características consideradas. Para su elaboración se trabajó con el software libre QGis 3.2.0.

-Servicios y actividades disponibles para los cruceristas

Se realizó el relevamiento de los servicios y actividades que poseen los puertos, teniendo en cuenta las distintas opciones que fueron valoradas por los cruceristas. Para el caso de los servicios la atención se concentró en los ítems equipamiento e infraestructura, siendo en ambos casos contextualizados en el Turismo de Cruceros. En este sentido, se descartó la información correspondiente a alojamiento, por no ser consumido por el perfil de crucerista que se aborda en esta tesis y especificidades aeroportuaria. Luego se realizó un inventario con los indicadores:

Equipamiento

- a) **Restauración:** cantidad de establecimientos que brindan servicios gastronómicos.
- b) **Prestadores de servicios turísticos:** Número de prestadores de servicios turísticos.
- c) **Guías de turismo:** Cantidad de guías de turismo inscriptos en el ente oficial de turismo.

- d) **Transporte y alquiler de automóviles:** Prestadores, tanto personas como empresas, y vehículos habilitados para el transporte de personas con fines turísticos. Se consideraron para este ítem los tres tipos: terrestres, acuático y aéreo.

Infraestructura

Se profundizó en las características que reviste a los puertos objeto de estudio indagando en las variables:

- a) **Longitud del muelle**
- b) **Profundidad**
- c) **Sistemas de defensas**
- d) **Condición general**
- e) **Terminal de depósitos para contenedores**
- f) **Sistema de amarre**

Para el relevamiento de las actividades se llevó a cabo un inventario de las excursiones que pueden realizarse y las actividades que de allí se desprenden. Mediante el análisis de contenido de las páginas web relacionadas directamente con la actividad y/o a través de las entrevistas llevadas a con los informantes claves (Tabla 5) se contabilizó la cantidad y reflexionó en relación a su diversificación.

Tabla 5: Fuentes para el relevamiento de las actividades que son posible desarrollar en las áreas de estudio

Áreas relevadas	Información a través de su página web	Información a través de entrevistas
Empresas de turismo		
Ushuaia	X	X
Puerto Deseado	X	X
Camaronés		X
Secretaría de turismo		
Ushuaia	X	X
Puerto Deseado	X	X
Camaronés	X	X
Guías de Turismo		
Ushuaia	X	X
Puerto Deseado		X
Camaronés		X

Fuente: Cohen (2018)

1. 7. 4. Análisis textual de contenidos

La interpretación de las entrevistas se complementó con el método de Análisis Lexical de Co-ocurrencias en Enunciados Simples de un Texto (ALCESTE). Una herramienta de análisis interesante en el estudio de las representaciones sociales porque no solo

ayuda explorar la estructura y organización de un discurso, sino que además permite descubrir las relaciones que pueden generarse entre “universos lexicales” (de Alba, 2004). La mencionada autora destaca que el método ALCESTE, creado por Max Reinert (1986), propone que el discurso expresa un sistema de “mundos lexicales” que dan coherencia a lo que el locutor enuncia. Este término refiere al conjunto de palabras que constituyen una frase o un fragmento del discurso y cuya concatenación remite al contenido que poseen los enunciados generados por los entrevistados.

Con este método es posible realizar un análisis estadístico que apunta a revelar las estructuras semánticas de un texto o un conjunto de textos, denominado *corpus*, a través de la distribución de palabras y determinar la distancia que entre ellas existe (Romano, 2017). Para ello se diferencian las palabras funcionales o principales, también llamadas plenas (sustantivos, adjetivos y verbos), de las palabras relacionales o vacías (conjunciones, artículos, preposiciones) que se dejan de lado por no aportar información relevante respecto al discurso que reproducen.

A través del programa Iramuteq (software libre) se buscaron las palabras principales en los discursos producidos por los entrevistados y se determinaron sus co-ocurrencia y el uso que los actores hacen de las mismas. Para ello se procedió a una secuencia de trabajo, donde el programa generó automáticamente una segmentación del texto en unidades de contexto elementales y diferenció las palabras principales de las relacionales, para descartar estas últimas. Luego generó una tabla binaria con las unidades de contexto en línea y los morfemas lexicales¹ en columna. Para alcanzar una estructura más significativa se procesó la información repetidas veces, efectuando en cada prueba una clasificación de las unidades de contexto en función de la similaridad de su vocabulario para así generar clases de palabras que respondan a la temática definida por el investigador.

El programa diseña una matriz de palabras plenas que conforman una clase y así agrupa cada segmento a partir de un conjunto de formas plenas que son cercanas, para tal fin la estadística determina la proximidad de palabras, la concordancia y sus varianzas (Escalante Gómez, 2009 en: Romano, 2017). Luego elabora una clasificación descendiente jerárquica que va desde las palabras que más aparecen a las menos repetidas y a cada forma le asigna un Chi cuadrado (χ^2) de asociación a la clase indicando la debilidad o no de la palabra. Para el análisis de los textos se utilizó la segmentación que el programa genera por defecto, que corresponde a cuarenta unidades de contexto elementales por segmento. El programa eliminó el género, el

¹Morfemas Lexicales refiere la raíz de la palabra que remite a la familia de la cual proviene. Esta distinción elimina las terminaciones o, os, a, as e ito, ita, ite, ota (de Alba, 2004)

número y la conjugación de las palabras, se clasificaron las mismas en plenas y vacías y luego se analizaron los casos diferenciándolos según los puertos de estudio (Tabla 6).

Tabla 6: Estructura del corpus

	Ushuaia	Puerto Deseado y Camarones
Cantidad de Entrevistas	9	15
Número de segmentos de texto	1.388	1.330
Segmentos clasificados	78,03%	87,89%
Ocurrencias (cantidad de palabras)	47.861	46.672
N° de Formas	5.154	5.594
Hápax (palabras que aparecen solo una vez)	1.550	2.968
Media de ocurrencia por texto	5317,89	3111,47

Fuente: Cohen (2019) en base a Romano (2017)

1. 7. 5. Elaboración y definición de un sistema de indicadores

Se trabajó en la propuesta de un sistema de indicadores que permitan analizar la contribución que el Turismo de Cruceros puede generar en las ciudades puerto objeto de estudio. Como plantean Blancas Peral, Gónzales Lozano, Guerrero Casa y Lozano Oyola (2010), independientemente del grado de consolidación, los destinos necesitan contar con algún instrumento para evaluar su situación y definir las actuaciones para lograr el desarrollo. Sancho Pérez y García Mesanat (2006) sugieren, que el uso de indicadores permite conocer lo que se quiere evaluar, seleccionar la información relevante y sintetizarla en una serie de medidas útiles y significativas para los responsables de la toma de decisiones.

En este sentido, la aplicación de indicadores permite, por un lado, reflejar la situación actual y futura de los territorios según el segmento turístico analizado y, por el otro, diferenciar y visualizar sobre qué factores se debe profundizar según las capacidades diferenciadas que cada uno de ellos posea. A partir de trabajos desarrollados desde la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco (actual Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur) y teniendo en cuenta la diversidad de servicios que requieren los buques de pasajeros al ingresar a un puerto se estructuró un esquema para su conformación (Tabla 7). Se realizó una diferenciación de los indicadores según correspondan a las dimensiones socio-culturales; económicas o ambientales, con la intención de reflejar las interacciones que el Turismo de Cruceros genera en el territorio.

Se propone la perspectiva socio-cultural considerando que la posibilidad de absorber la demanda de buques de pasajeros, o bien, captar el arribo de nuevos, está fuertemente relacionado con la capacidad del empresariado local para generar la provisión de bienes y servicios especializados; la capacidad de los gobiernos de establecer condiciones de operación competitivas y previsibles en el corto, mediano y largo plazo, articulado con las necesidades de los actores locales (Jensen y Daverio, 2004). Los indicadores económicos se proponen debido a la cadena de servicios que este segmento demanda, derivado de la utilización del puerto (Vereda, 2007). Esto genera un impacto directo en el ingreso económico portuario, pero también indirecto en el desarrollo económico de la localidad. Por último, desde la dimensión ambiental se reconoce, como plantean Obreque *et al.* (2010), que toda actividad genera un impacto ambiental en el territorio que será mayor o menor en función de la capacidad de manejo que cada localidad posea en su carácter de receptor de buques de pasajeros.

Tabla 7: Generación de Indicadores socio-económicos

Dimensión Socio-cultural	Dimensión Económica	Dimensión Ambiental
- Prácticas político-institucionales - Normativas - Formación de recursos humanos	- Ingresos portuarios - Ingresos marítimos - Ingresos turísticos - Otros ingresos	- Tratamiento de residuos - Congestión - Educación ambiental

Fuente: Cohen(2018) en base a: Vereda (2007); Vereda et al. (2009); Vereda et al. (2014); Obreque et al. (2010); Jensen y Daverio (2004)

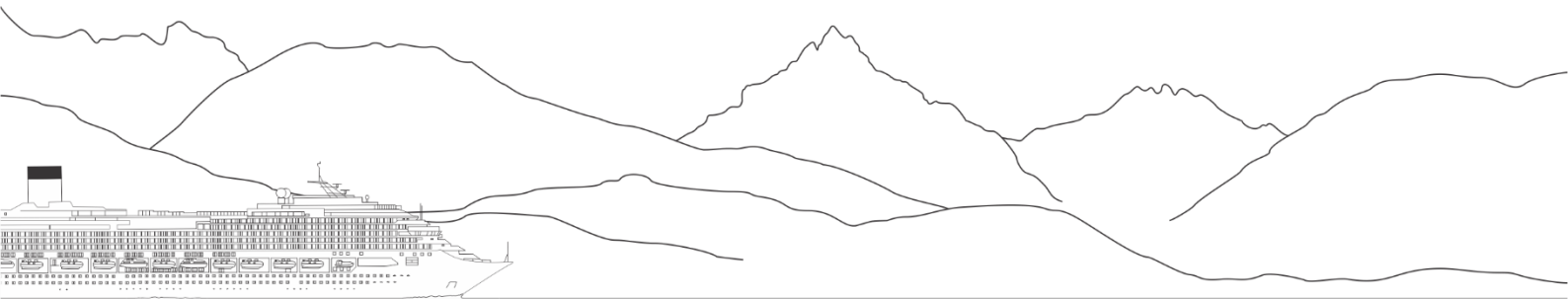
1. 8. FUENTES DE DATOS

Las fuentes de datos utilizadas para la presente investigación fueron del tipo primaria como también secundaria. Entre las primeras se desatacan la observación y relevamiento de los recursos territoriales que constituyen a los espacios de estudio, análisis sobre sus características físico-naturales y socio-económicas y, fundamentalmente, sobre su real o potencial rol como destino de cruceros. Fotografías, producción de mapas y cartografía específica, elaboración de indicadores socio-económicos, entrevistas a informantes claves y encuestas a turistas fueron otras de las herramientas claves que acompañaron el proceso de investigación.

Las fuentes de datos secundarias permitieron complementar la información recabada a lo largo de la investigación. Entre los aportes más relevantes se destaca el análisis e interpretación de material bibliográfico y documentos disponibles referidos a los puertos patagónicos y su relación con el Turismo de Cruceros; la búsqueda, recopilación e

Interpretación de datos estadísticos provenientes de los organismos municipales y provinciales de turismo; análisis de contenido de las páginas web de organismos públicos y empresas de turismo; la lectura de artículos de interés publicados en periódicos locales y/o nacionales, revistas especializadas y análisis de cartografía específica.

CAPÍTULO 2. EL TURISMO DESDE LA MIRADA DE LA GEOGRAFÍA



2. 1. DESCRIPCIÓN DEL CAPÍTULO

La geografía como ciencia que estudia el territorio en estrecha relación con su sociedad, encuentra en el turismo un tema que reviste de interés para indagar al respecto. Tanto la ciencia geográfica como la forma en la que se abordó el turismo ha variado en el tiempo generándose una construcción y reconstrucción de conceptos, teorías y propuestas. Esbozar las formas de apropiación y las intencionalidades con las cuales se llevaban a cabo las investigaciones inherentes a la geografía dan paso al entendimiento de la misma como una ciencia social y del turismo como una práctica socio-espacial. En este sentido, se hace un recorrido en referencia a cómo fue evolucionando el pensamiento de la geografía como ciencia para luego arribar a su relación con el turismo. Se esboza en forma sucinta los cambios acontecidos en relación a su abordaje y se profundiza sobre la orientación de la geografía que se interesa por esta práctica, señalando y rescatando la naturaleza espacial y territorial del turismo.

2. 2. LA EVOLUCIÓN DEL PENSAMIENTO GEOGRÁFICO

La evolución de la ciencia geográfica como expresa Ortega Valcárcel (2000), no plantea un producto acabado que responde a un grupo de autores determinados, en un marco espacial concreto sino, todo lo contrario, manifiesta la tensión intelectual de múltiples prácticas individuales y colectivas que se extendieron en el tiempo en un proceso de construcción de saber de carácter científico. El pensamiento geográfico planteó un cambio a partir de siglo XIX con los aportes de Alexander Von Humboldt y Karl Ritter quienes, conscientes del limitado alcance de la geografía, propusieron reformular su campo de acción (Capel y Urteaga, 1984). Sus contribuciones conllevaron la sustitución de la “antigua geografía” enumerativa, inventarial y reducida a descripción de países y elaboración de mapas, por una “geografía moderna” explicativa, sistemática y científica.

“Humboldt ya tenía bien definida su preocupación por una restauración total de las ciencias, en la que acentuaba la integración de los diversos conocimientos o el intento de introducir unidad en todo afán humano” (Capel, 1981: 8). Su proyecto científico de fundamentar una “Física del Globo” tenía como fin último demostrar esa concepción idealista de la armonía universal de la naturaleza. A través de la incorporación del método comparativo y de la perspectiva histórica en el estudio de los procesos naturales, fundó la Geografía Física Integrada que culminará con su obra *Cosmos*.

Ritter, por su parte, manifestó algunas diferencias respecto de la geografía propuesta por Humboldt. Mientras este último se focalizó en la sistematización geográfica al ámbito del conocimiento natural, Ritter se preocupó en llevar a cabo un proyecto similar, pero

concentrado en el horizonte de la geografía humana (Gómez-Mendoza, Muñoz-Jiménez y Ortega-Cantero, 1982). El objetivo principal de sus estudios era explicar las relaciones existentes entre el medio físico y la vida del hombre, consideraba a la tierra como el “teatro” de la actividad humana poniendo su acento en la vida social y los procesos históricos (Capel y Urteaga, 1984). En este sentido, Ortega Valcárcel (2000: 127), plantea que “propuso una geografía para la Historia, una disciplina para explicar el devenir histórico de las sociedades humanas, a partir de los hechos geográficos”.

Las propuestas de ambos científicos no tuvieron la continuidad inmediata que se esperaba. Ausentes de discípulos que prosiguieran con sus investigaciones y enriquecieran los aportes producidos, el reconocimiento de sus trabajos no ocurrió hasta entrada la segunda mitad del siglo XIX. Es entonces cuando sus conceptos centrales (coordinación, comparación y causalidad) serán retomados por el proceso de consolidación académica de la geografía en Alemania y Francia.

A mediados del siglo XIX la necesidad de enseñanza da comienzo a un período de cambio y evolución del pensamiento geográfico que tendrá su primer hito con la institucionalización de la disciplina en los centros universitarios. A partir de su incorporación en la currícula escolar de la educación primaria y secundaria se requirió la formación de docentes especializados en el área y la creación de cátedras universitarias. Se consolida, entonces, una ciencia geográfica especializada en el estudio de las distribuciones espaciales y en las interacciones entre fenómenos físicos y humanos en la superficie terrestre.

“El positivismo y el evolucionismo influyen ampliamente entre los geógrafos en el momento en el que se produce la institucionalización de esta disciplina entre 1870 y 1890” (Capel y Urteaga, 1984: 19). Así se configuró la llamada Geografía Determinista, de corte ecologista, que plantea la solución a la separación que existía entre la geografía física y la humana (Santarelli de Serer y Campos, 2002). La escuela alemana fue una de las exponentes de esta corriente, de la mano de Ratzel (1844-1904) quien, influido por las obras de Darwin, Haeckel y Ritter, se caracterizó por interpretar los procesos humanos en función de esquemas y/o modelos naturales. Bajo el denominado determinismo social propuso una disciplina que se centre en la influencia del medio físico sobre el hombre. La idea ratzeliana en palabras de Gómez-Mendoza *et al.* (1982), plantea que los procesos humanos, sociales y políticos que tienen lugar en el espacio responden a esquemas en los que las condiciones naturales desempeñan un papel decisivo.

A finales del siglo XIX y como respuesta al enfoque determinista comenzó a configurarse una nueva perspectiva de estudio en geografía, basada en los conceptos de región y paisaje. El posibilismo geográfico marca la reacción de las ciencias histórico-

hermenéuticas e intenta frenar la amenaza que suponía una posible ruptura entre la geografía física y humana (Santarelli de Serer y Campos, 2002). En este marco, “se afirma el carácter concreto (ideográfico) de la geografía frente a las pretensiones generalizadoras del ambientalismo y cobran fuerza las explicaciones de tipo historicista y el inductivismo como método de conocimiento” (Padilla, 2017: 41).

La corriente plantea que el medio físico no determina las actividades humanas, sino que el mismo ofrece los recursos para que el hombre, como ser libre, los aproveche. Ocurre un enlace entre el historicismo y el pensamiento geográfico que se venía desplazando hacia la unicidad de las porciones específicas de la superficie terrestre y se plantea una Geografía Regional. “Las unidades fisiográficas del espacio terrestre, pasan a ser las regiones naturales de la geografía humana en un doble sentido: a) entidades físicas sólidas y permanentes de la naturaleza y b) marcos lógicos e identificables para el estudio de la relación hombre-ambiente” (Rojas López y Gómez Acosta, 2010: 45).

La propuesta tuvo como principal figura a Vidal de la Blache (1845-1918), de la escuela francesa. Planteó como objeto de estudio el enfrentamiento de los grupos humanos con el medio que les rodea centrando el análisis en tres componentes básicos: el medio, el hombre y los modos de vida. El primero entendido de manera objetiva, es decir, el espacio geográfico como soporte natural de los hechos sociales que le ofrece a la inteligencia humana diversas posibilidades para su acción. Por otro lado, los grupos sociales y la humanidad, que interesan geográficamente cuando denotan una determinada relación con el medio que los rodea (Gómez, 1983). La geografía vidaliana se postula como una ciencia de los lugares no de los hombres, quizás por ello nunca pudo desprenderse completamente del marco determinista.

La escuela alemana también realizó sus aportes, gracias a Shlüter (1872-1952) y Hettner (1859-1941). El primero, insistió en considerar al paisaje como objeto de estudio y sostuvo que la geografía humana debía proponerse el reconocimiento de la forma y disposición de los fenómenos de la superficie terrestre en tanto que son perceptibles por los sentidos (Capel, 1981). Hettner, por su parte, si bien también se vincula con un enfoque regional, no se agota solo en la tarea de describir las regiones y los países de forma aislada, sino que argumenta que es necesaria una comparación y pensar al ser humano no como un adorno del paisaje sino también como un componente de su esencia (Gómez, 1983).

Entre 1940 y 1960, en relación con el triunfo de un nuevo positivismo y de las transformaciones ocurridas en la tecnología, la sociedad y su ideología, se producen una serie de cambios epistemológicos, metodológicos y ontológicos en las ciencias. Como proponen Capel y Urteaga (1984: 26) “se vuelve a insistir en la vieja idea

positivista de la unidad de la ciencia, en la búsqueda de un lenguaje común, claro y riguroso”. Se acepta nuevamente el reduccionismo natural, otorgándole a las ciencias naturales el papel de modelo, se pone énfasis en la explicación y en la búsqueda de leyes generales.

La geografía no es ajena a estos cambios, Ortega Valcárcel (2000) expresa que tras la Segunda Guerra Mundial se esbozan las primeras propuestas de una geografía moderna, de carácter científico y homologable con el resto de las ciencias positivas que lleva a la creación de la Geografía Cuantitativa. La aparición de esta tendencia pone en crisis la perspectiva historicista, por ello se lo conoce también como Nueva Geografía, cuya finalidad es responder a las exigencias de toda disciplina científica, formular leyes generales y construir modelos. En este contexto se generó un cambio en la orientación de las investigaciones geográficas, que implica una desvalorización de los estudios regionales.

Esta geografía de fuerte rasgo analítico propuso un estudio del espacio desde una dimensión geométrica. Con respecto a ello, Gómez-Mendoza *et al.* (1982: 509) plantea que “lo que intenta explicar son generalmente fenómenos de distribución de los hombres y de sus actividades e instituciones; fenómenos estáticos y dinámicos de localización y de difusión”. Desde la escuela anglosajona, Schaefer (1904-1953) y Bunge (1928-2013) fueron dos importantes exponentes de esta corriente. El primero, consideraba que para formular leyes es necesario explicar los fenómenos que se describen y la unidad científica que se alcanza desde una perspectiva monista (Santarelli de Serer y Campos, 2002). Bunge, por su parte, planteó que la teoría científica era la clave para explicar y comprender la realidad, proponiendo a la misma como el punto de partida de toda investigación y al empirismo como medio para comprobar la validez de las hipótesis formuladas.

Una reacción al exceso cuantitativo y neo-positivista comenzará a sentirse a partir de las décadas de los años sesenta y setenta donde tres corrientes se alzarán en respuesta: la Geografía del Comportamiento y Percepción, la Geografía Radical y la Geografía Humanista. Durante este período al mismo tiempo que se imponía en las ciencias sociales la perspectiva neo-positivista, comienzan a sentirse las reacciones de insatisfacción desde los intelectuales que argumentaban la ausencia de temas de relevancia social. El descubrimiento de la dimensión psicológica y la valoración de la experiencia personal generaron un renovado interés por corrientes filosóficas como la fenomenología y el existencialismo (Capel, 1981) y permite recuperar la impronta historicista en las investigaciones geográficas.

Se introduce un nuevo enfoque que centra el interés en el sujeto, en los espacios de la vivencia individual y colectiva, y en los espacios vividos. Estas geografías se

sustentan en los postulados posmodernos, que otorgan la oportunidad de avanzar con la postura filosófica en geografía. “La geografía del posmodernismo se propone como una geografía exploratoria de los nuevos espacios. Los espacios que hacen la diferencia (...). Nuevos enfoques, nuevas vías de indagar el espacio a través de sus signos, que pueden ser decodificados” (Ortega Valcárcel, 2000: 307).

La Geografía del Comportamiento y la Percepción, fue uno de los más notables desarrollos, al relacionar percepción y comportamiento espacial. Se configuró en la década de los años sesenta asumiendo los postulados del conductismo, es decir, “basa el estudio de los seres humanos en la observación de su conducta (...) está implícita en la geografía cultural” (Estébanez, 1986 en: Santarelli de Serer y Campos, 2002: 43). Esta corriente, que en ocasiones se le atribuyó la calificación de débil, puso en discusión la validez de los modelos teóricos que explicaban la localización de las actividades y los usos del suelo y destaca la dimensión psicológica para comprender el comportamiento humano.

Desde la escuela norteamericana, el geógrafo Peter Gould, expone una proposición clara, “el paisaje humano es la expresión espacial de las decisiones tomadas por los hombres” (Gómez-Mendoza *et al.*, 1982: 513) y éstas dependen de los mapas mentales que cada hombre crea, en función de la percepción psicológica que se tenga sobre el medio. El comportamiento se vincula con la percepción del sujeto, se relaciona con las imágenes que el mismo construye, las cuales utiliza como guía para definir su accionar.

La efervescencia intelectual en los diversos ámbitos de las ciencias sociales, se ve reflejada en la geografía con el surgimiento de la denominada Geografía Radical. La misma pretende contribuir a los cambios revolucionarios a partir de un conjunto de prácticas teóricas y empíricas que se caracterizan por la reivindicación del saber crítico y transformador (Ortega Valcárcel, 2000). Esta corriente es la manifestación declarada de un ideología política aseguran Santarelli de Serer y Campos (2002) que se relaciona con el desarrollo de los movimientos sociales, la descolonización, el subdesarrollo y el crecimiento de la desigualdad social.

Inspirada en las relecturas de Marx, un destacado grupo de geógrafos anglosajones son los mayores exponentes de esta corriente. Entre ellos David Harvey, geógrafo y teórico social marxista británico, cuestiona los fundamentos tradicionales y analíticos de la geografía y propone nuevos temas de estudio, como la relación entre procesos sociales y formas espaciales; temas de bienestar social; asuntos de pobreza; minorías y justicia social. Como mencionan Rojas López y Gómez Acosta (2010), una de sus conclusiones es que la segregación social de los pobres o excluidos es consecuencia propia del capitalismo, siendo este sistema económico el principal responsable de las desigualdades socio-territoriales.

En este período y también con el foco puesto en el sujeto se consolida la denominada Geografía Humanista, centrada en los valores y en el concepto de lugar como identificación personal y emocional. Acerca de esta corriente Santarelli de Serer y Campos (2002: 48) reflexionan que “se apoya en las nociones propuestas por la fenomenología, el existencialismo y el idealismo, destaca las intenciones, principios, objetivos y propósitos de las acciones humanas”. Propone reaccionar contra con el enfoque objetivo y abstracto, reemplazándolo por uno comprensivo de la experiencia social.

En otras palabras, Capel (1981) precisa como un rechazo a la ciencia tecnocrática, cuantitativa y analítica y, por lo tanto, la postula como una corriente globalizadora y subjetiva, donde la intuición vuelve a tener una función cognitiva. El geógrafo chino-estadounidense Yi-Fu Tuan, concentró sus estudios en esta corriente donde se niega la existencia de un mundo objetivo y afirma que el paisaje esta lleno de significados, por tratarse de una construcción cultural. “El objetivo es identificar y describir las experiencias tal como son aprehendidas, además de la subjetividad, intuición, valores y apariencias directas” (Santarelli de Serer y Campos, 2002: 65).

En este recorrido el positivismo e historicismo han compartido o, mejor aún, han disputado a lo largo del tiempo el protagonismo. Pero en su evolución la geografía ha logrado posicionarse como un concepto polisémico, que utiliza sentidos diferentes e intencionalidades diversas, como afirma Ortega Valcárcel (2000). Su objeto de estudio y su abordaje ha cambiado revalorizando o relegando enfoques y perspectivas, pero siempre adaptándose a los cambios y exigencias que el territorio demanda. En esta evolución y constante re-significación como ciencia, el Espacio Geográfico atravesado por diferentes posturas, adquirió significados distintos según el período, pero siempre jugó un rol fundamental en el estudio de la geografía.

2. 2. 1. El espacio geográfico como objeto de estudio

En concordancia con los cambios que fueron sucediendo en la ciencia geográfica su objeto de estudio, el Espacio Geográfico, adquirió diferentes significados. Durante mucho tiempo, su definición se asoció más a un receptáculo vacío e inerte ocupado por cuerpos y objetos, “este término tan sólo evocaba un concepto geométrico, el de un medio vacío. En los círculos instruidos se acompañaba de algún epíteto culto como <<euclidiano>>, <<isotrópico>> o <<infinito>>. En general se pensaba que el concepto de espacio incumbía a la matemática y sólo a ella” (Lefebvre, 2013: 63). Sin embargo, abordar el espacio desde esta perspectiva significaba darle una definición incompleta, pues su rol se limitaba a ser soporte de los procesos sociales. El mismo no puede estudiarse como algo estático, sino como una entidad en constante movimiento,

múltiple-diferenciada y desigualmente interrelacionada (Rojas López y Gómez Acosta, 2010).

Como plantea Ortega Valcárcel (2000: 543), “El espacio que interesa a la geografía es un espacio social (...) lo que no quiere decir que sea un espacio sin componentes físicos o naturales”. Lobato Corrêa (1995: 6) retoma los argumentos de Lefebvre (1976) y señala que el Espacio Geográfico “es un *locus* de las reproducciones sociales de producción (...), no es un producto como cualquier otro (...) o una suma de objetos, (...) una mercancía o un conjunto de mercancías, es el más importante de todos los instrumentos, el presupuesto de toda producción y de todo intercambio, vinculado directamente con la reproducción de las relaciones (sociales) de producción”.

Como plantea Pillet Capdepón (2004) su defensa hacia la condición social como elemento identificador dio paso a posicionar como principal objetivo a los procesos que determinan la diferenciación espacial. Sin embargo, plantear al espacio como producto social implica otorgarle una relación uni-direccional, porque descuida la influencia del espacio sobre la propia sociedad (Rojas López y Gómez Acosta, 2010). En este marco, el reconocido investigador Santos (1986) aportó a la definición de Espacio Geográfico, desde una visión socio-espacial. Así define al mismo como “una instancia de la sociedad, al mismo nivel que la instancia económica y la instancia cultural-ideológica (...) el espacio contiene y está contenido por las demás instancias, del mismo modo que cada una de ellas lo contiene y es por ellas contenida. La economía está en el espacio, así como el espacio está en la economía. Lo mismo ocurre con lo político-institucional” (1986: 3).

En esta dialéctica se despeja la idea del espacio como un espejo de la sociedad y se comprende que se trata de una co-evolución. Lobato Corrêa (1995) destaca a través de Santos (1977) que, no es posible concebir una determinada formación socio-económica sin recurrir al espacio, pues el modo de producción, la formación socio-económica y el espacio son categorías interdependientes. La concepción socio-espacial permite explicitar la interrelación entre sociedad y espacio, aseverando que uno no puede existir sin el otro. “Son los procesos sociales en su dimensión espacial, como expresión directa del cambio (...) el objetivo que se propone para la geografía” (Ortega Valcárcel, 2000: 516).

A esta característica social Tuan (1979 en: Lobato Corrêa, 1995) le incorpora los sentimientos espaciales y las ideas de un grupo o pueblo a partir de la experiencia argumentando que existen, entonces, varios tipos de espacio. Desde esta línea de pensamiento el mismo se construye y se diferencia, Dollfus (1990) plantea que debido a su localización y al juego de las combinaciones que preside su evolución, cualquier

elemento del espacio y cualquier forma del paisaje son fenómenos únicos que jamás encontraremos estrictamente idénticos en otra parte ni en otro momento.

El espacio como un conjunto indisociable de sistema de objetos y de acciones (Santos, 1994 en: Padilla, 2017) exige una división “una forma de segmentación del todo que permite, al final, la reconstrucción de ese todo” (Santos, 1986: 6). A ellos se los llama elementos del espacio y, de manera puntual, se diferencian en cinco:

- Los hombres: En la condición de suministradores de trabajo o en la de candidatos.
- Empresas: Se centran en la producción de bienes, servicios e ideas.
- Instituciones: Producen normas, órdenes y legitimaciones.
- Infraestructura: El trabajo humano materializado y localizado.
- Medio ecológico: La base física del trabajo humano.

La interrelación que se genera entre los componentes no será siempre igual y no se pretende que así sea, pues como plantea el autor, no son solamente bilaterales, sino también generalizadas, produciendo una red de relaciones. Sea cual sea la forma de acción de los elementos no puede dejarse de lado el conjunto, sus acciones están subordinadas al todo, por lo tanto, cuando un componente modifica su movimiento, esto repercute sobre el todo modificándolo y originando otro. “Se sale de una totalidad para llegar a otra, que también se modificará. Es por esto que, a partir de ese impacto individual o de una serie de impactos individuales, el todo termina por actuar sobre el conjunto de los elementos que lo forman, modificándolos” (Santos, 1986: 15).

Romper con las relaciones causa-efecto, permite comprender las distintas formas en que operan y se interrelacionan los componentes que conforman al Espacio Geográfico. En este sentido, el espacio puede ser pensado complejizando la mirada dialéctica espacial-social, como un producto de la sociedad modelado por los procesos históricos que lo acontecen. “La historicidad, la sociabilidad y la espacialidad no pueden pensarse aisladamente porque significaría reducir el conocimiento al pensamiento unidimensional, caracterizado por ser incompleto” (Padilla, 2017: 44).

Lefebvre (2013) propone comprender el espacio desde la triada espacio percibido-concebido-vivido pues a través de él se comprende la complejidad de su producción. El espacio percibido expresa la relación entre la realidad cotidiana (el concepto y uso del tiempo) con la realidad material o física (las redes, las rutas, los lugares de trabajo). El espacio concebido, involucra lo subjetivo y lo mental y el espacio vivido recubre el aspecto físico pero utilizado simbólicamente. Estas representaciones están influidas por un saber siempre relativo y en constante transformación, atravesado por los vínculos, las prácticas e ideología que cambian en el tiempo y a lo largo de la historia.

Las relaciones que se generan con el Espacio Geográfico son diferentes en función de las vivencias que los grupos sociales obtengan y los vínculos que adquieran con las

acciones culturales desarrolladas por una comunidad (Carvalho, Guzmán y Jacobo, 2011). Es en el territorio en donde se materializa esta relación, que se va definiendo en función de los intereses y acciones de los grupos sociales que participan. La apropiación y transformación de un espacio implica, no solo, un ámbito terrestre delimitado. Sino también, nociones de dominio, control, poder y pertenencia.

2. 2. 2. *La apropiación del espacio*

Con los cambios que acontecen en relación al concepto de Espacio Geográfico se avanza también a una redefinición de sus representaciones. Del dominio y control de una porción del espacio surge el término de territorio el cual históricamente se definió como “un espacio donde se ejerce alguna forma de autoridad” (Rojas López y Gómez Acosta, 2010: 140). Sin embargo, junto con las diferentes formas de pensar la apropiación del espacio se complejiza la definición, pasando de un concepto restringido a la expresión de límites políticos administrativos, a la postura de un espacio apropiado y delimitado culturalmente.

Estos cambios se condicen con una aceptación del Espacio Geográfico como resultado de las vivencias de los grupos sociales, de los vínculos y acciones que estos generan a través de dimensiones materiales y simbólicas (Carvalho *et al.*, 2011). Un producto social, obra de múltiples agentes individuales y colectivos, que es modelado por diversos factores materiales, discursivos y perceptuales que operan constantemente recreándolo y reconfigurándolo. En esta dinámica las acciones individuales y colectivas se manifiestan en escalas espacio-temporales muy diversas siendo el territorio, en palabras de Benedetti (2011), el concepto integrador por excelencia.

De esta manera, el territorio se define como “un espacio individualizado por un tejido sociocultural y formas económicas propias, regido por instituciones formales y no formales, y modos de organización social también particulares. Un espacio donde se entrelazan la proximidad geográfica, que evoca pertenencia y permanencia, y la proximidad social, que identifica una historia común y unos valores compartidos” (Rojas López y Gómez Acosta, 2010: 142). Se conceptúa como un espacio apropiado y delimitado culturalmente, lejos de ser un simple escenario en donde la historia se desarrolla, cumple ahora un papel activo en la sociedad, por ello y en palabras de Santos (1994 en: Silveira, 2011: 3) se debe comprender que es “el uso del territorio y no el territorio en sí mismo” lo que interesa.

En la construcción del territorio Montañez Gómez y Delgado Mahecha (1998) destacan que la actividad espacial de los actores es diferencial, y por lo tanto, su capacidad real y potencial de crear, recrear y apropiarse del mismo es desigual. Esta acción trasciende los derechos de propiedad, posesión y control exclusivo, porque

responde a formar personas conscientes de identidad y pertenencia (Rojas López y Gómez Acosta, 2010). La dinámica de la realidad socio-espacial conlleva a plantear constantemente nuevas formas de organización territorial, por lo tanto, no se puede pensar al territorio como un espacio fijo y estático, sino todo lo contrario, debe tenerse en cuenta su carácter móvil y en constante transformación.

Desde esta lógica en el Espacio Geográfico ocurren y se sobreponen diversas representaciones del territorio, resultado de los distintos intereses, valoraciones y actitudes, pudiendo generar relaciones de complementación, cooperación o bien de conflicto. En este marco, dos conceptualizaciones resultan de particular interés, territorialidad y desterritorialización. La primera, inicialmente planteada para explicar la conducta adoptada por los organismos en su fuero por poseer y defender un área, fue reconceptualizada por Edward Soja (1940-2015) quien, desde la geografía humanista, “la considera como una acción conciente orientada a controlar e incidir sobre las acciones de otros, tanto en lo que respecta a las posibilidades de localización (fijos) cuanto a las de circulación (flujos)” (Benedetti, 2011: 44).

En palabras de Soja (1989 en: Montañez Gómez y Delgado Mahecha, 1998) el concepto se asocia con el regionalismo porque ambos expresan relaciones de poder. Segregan y compartimentan la interacción humana delimitando las divisiones espacio-temporales de la actividad y de las relaciones sociales, a través de la inclusión o exclusión. A pesar de que estas relaciones pueden parecer rígidas e inmóviles, tanto su forma como su dinamismo, cambian con el tiempo dependiendo de las acciones humanas que se lleven a cabo y de las condiciones espacio-temporales que existan.

Esta conceptualización se asocia con la apropiación, con la identidad y con la efectividad espacial; se refiere a la acción que consolida la pertenencia y el desarrollo de identidad. La misma no se limita solo a un Estado, asegura Rodríguez Valbuena (2010), pues incluye más que dominio y poder sobre un territorio. En este sentido, un mismo espacio posee múltiples territorialidades y múltiples lealtades en los cuales “el sentido de pertenencia e identidad, el de conciencia regional, al igual que el ejercicio de la ciudadanía y de acción ciudadana, solo adquieren existencia real a partir de su expresión de territorialidad” (Montañez Gómez y Delgado Mahecha, 1998: 123).

Esta apropiación del territorio se diferencia del concepto de desterritorialización. En cada sitio las personas y la sociedad conviven con diferentes formas de experimentar el espacio (Lindón, 2007 en: Benedetti, 2011) cuando estos espacios sufren una pérdida de identidad, pertenencia o representación se produce una desterritorialización. La misma se refiere a “procesos de pérdida del territorio derivados de la dinámica territorial y de los conflictos de poder entre los distintos agentes territoriales” (Montañez Gómez y Delgado Mahecha, 1998: 125).

Los actores sociales, a diferentes escalas, son el marco a partir del cual el territorio se construye; sin embargo, su capacidad, alcance y apropiación territorial no es igual pudiendo generar desigualdad, fragmentación y tensión que pueden derivar en la pérdida de la territorialidad. Para evitar que esto ocurra Rojas López y Gómez Acosta (2010) aseguran que es necesario legitimar y garantizar la apropiación y permanencia de un grupo social en un espacio, colocando el acento en la construcción histórica de los territorios.

Pensar en el acto de construir territorio, implica también reflexionar para qué y para quiénes se va a producir el mismo. Toda práctica social puede conllevar una acción de territorialidad, si se tiene en cuenta la multiplicidad de agentes y de actores que en ella intervienen. Pero también, puede dar origen a un proceso de desterritorialización, si en su consolidación no se piensa desde y para los grupos sociales que la sustentan. Depende de ello la interrelación que se genere entre las representaciones sociales, los actores intervinientes y el Espacio Geográfico.

2. 3. EL LUGAR DEL TURISMO EN LA GEOGRAFÍA

Desde hace cerca de medio siglo que el turismo es estudiado de forma regular por los geógrafos, sin embargo, Hiernaux (2006) considera conveniente ubicarlo como un estudio emergente. Esta característica la asocia a dos cuestiones fundamentales; primero, porque se trata de un campo poco construido y segundo, porque no puede hablarse aún de una consolidación sino de un constante acomodo entre las diferentes orientaciones. Esta dinámica plantea distintos abordajes en relación con las investigaciones en turismo que dependieron fuertemente de las corrientes centrales de la geografía a lo largo del tiempo.

Si bien esta práctica se visualiza a partir del conocido *Grand Tour*² es en la década de los años treinta, cuando el turismo de masas comienza a desarrollarse en Francia, Italia, y posteriormente en Alemania, que empiezan a generarse las primeras producciones geográficas relacionadas al turismo. Este período, que se extiende entre 1930-1960, se caracteriza por un fuerte enfoque locacional, generándose trabajos que formulan descripciones y clasificaciones de los hechos. Una geografía turística meramente descriptiva de los atributos, sitios o espacios con potencialidad turística caracterizaba las producciones existentes (Pinassi y Ercolani, 2014).

²El *Grand tour* tuvo su auge a mediados del siglo XVII, consistió en “el viaje continental que todo joven inglés bien educado, debía realizar para completar su educación; el viaje, entendido al modo *rousseauiano* como parte de esa contrastada cultura de la razón práctica sin la que no es posible la formación integral del hombre de luces” (Olaechea, 1985 en Callizo Soneiro, 1991: 20).

La escuela alemana ejerció especial influencia en las investigaciones turísticas en este período, Walter Christaller (1893-1969) fue uno de los mayores exponentes. A través de su obra *La teoría de los lugares centrales* (1933) supuso una revolución dentro del pensamiento geográfico al postular una distribución y jerarquización de los lugares en función de la variable económica. Esta teoría será aplicada también al turismo, proponiéndolo como “una rama de la economía que evita lugares centrales y las aglomeraciones de la industria” (Christaller, 1963: 95). Se interesará en esta actividad que, de antemano, clasificará como económica, lo que tendrá una repercusión indeleble en las investigaciones geográficas posteriores (Hiernaux, 2006). Su perspectiva locacional para el estudio de la distribución de los asentamientos turísticos contextualizó un análisis del turismo como una actividad objeto de producción y consumo.

Las escuelas angloparlantes y la francófona se incorporarán con fuerza al estudio de la Geografía del Turismo en los períodos siguientes, sin embargo, existen algunos indicios del interés que despertaba este fenómeno. En Reino Unido, hasta 1965 las investigaciones turísticas serán un tema apenas tratado por los geógrafos ingleses (Vera *et al.*, 1997), pero la obra de Gilbert (1947) referida al estudio de las estaciones balnearias como Brighton puede mencionarse como un exponente inicial. En Estados Unidos, se produjeron escasas investigaciones, las cuales no llegaron a profundizarse hasta la década de los años sesenta, pero en la posguerra algunos trabajos lograron plantear los impactos regionales y las rutas de viaje, así como la temporalidad y las motivaciones de viaje (Hiernaux, 2006). En este marco, David Lowenthal (1963) puso en análisis las estaciones de aguas termales repasando la historia de los destinos con estas características y el interés que tuvieron para la aristocracia y la burguesía.

En Canadá, Roy Wolfe (1951) introdujo el tema de las segundas residencias, que, si bien no tuvo un impacto alto en su momento, será retomado con fuerza en el futuro. Desde la escuela francesa Capot-Rey (1947) con su estudio de la geografía desde la circulación y la tesis doctoral de Raoul Blanchard (1947) sobre los Alpes franceses fueron unas de las escasas obras que se destacaron en este período (Hiernaux, 2006).

La geografía centra, entonces, su interés en los flujos turísticos, la distribución geográfica de los focos de origen y destino, las modalidades de turismo, entre otras. Las aproximaciones solo tuvieron valor para un turismo que se desprendía de las ciudades e invadía el espacio periférico, mientras no tenían sentido alguno para entender el comportamiento geográfico del turismo urbano que, ya para esa época, era un fenómeno sustancial (Hiernaux, 2006). Como plantean Vera *et al.* (1997), en (Barrado Timón, 2004), esta posición que se le otorgaba al turismo desde la geografía venía dado porque su manifestación más común y consolidada parecía tener profundas similitudes

con la que se produce cuando se desarrollan otras actividades productivas y reproductivas.

En la segunda mitad del siglo XX surgen innumerables debates y replanteos en relación a los objetos de estudios de las ciencias (Santarelli de Serer y Campos, 2002), influenciado fuertemente por el contexto socio-económico. Una vez superada la crisis de la guerra e iniciada la reconstrucción, se retoman las políticas de expansión del turismo masivo, esta vez no con una finalidad ideológica, sino más bien desde la necesidad de incrementar la capacidad de consumo (Hiernaux, 2006). Como expresan Vera *et al.* (1997), a partir de este período el turismo conoce un desarrollo creciente, resultado del peso que adquiere el ocio en la producción económica y en la organización del espacio, es decir, haciendo hincapié en la relación entre el turismo y la economía que ya se venía planteando en el período anterior.

Otra característica que destaca Hiernaux (2006) es la participación que el Estado comienza a tener en relación al desarrollo y promoción de determinados destinos turísticos, surgiendo una línea de investigación centrada en los nuevos emprendimientos turísticos, su planificación y ordenamiento. La masificación se extendió a una suerte de modelo de difusión argumenta el mencionado autor y, en este marco, entre 1950/60 y 1980 la geografía se ve signada por la búsqueda de leyes y modelos que pudieran explicar la realidad.

Las manifestaciones neo-positivistas, con origen en el Círculo de Viena³, comienzan a ser detectadas. Esta corriente conforma la Geografía Cuantitativa y se distingue del positivismo tradicional por su empirismo lógico, que se plantea como base para la generación de conocimiento científico, por su lógica formal, su postura anti-metafísica y su determinación en relación a que la significación de los enunciados depende de su verificación (Santarelli de Serer y Campos, 2002). En turismo, la corriente se verá representada, desde dos escuelas principalmente, la inglesa y la francesa.

Desde la escuela inglesa Richard Butler desarrolla, en 1980, la propuesta del *Ciclo de vida de los destinos turísticos*. Esta teoría está basada en los patrones de comportamiento elaborado por Christaller (1963) al cual le integra la teoría de Vernon y Wells (1966), sobre el ciclo de vida del producto en el comercio internacional y al turista como el sujeto característico del sistema turístico (Valdés, Vargas Martínez y Castillo Nechar, 2017). En ella plantea que un destino turístico tiene un ciclo de evolución similar al de los productos y servicios, y comprende las etapas de exploración, implicación de

³Organismo científico y filosófico, cuyo máximo representante fue Moritz Schlick. Este movimiento planteaba la concepción científica del mundo desde la lógica de la ciencia, propone un lenguaje común a todas las ciencias y plantea a la filosofía como disciplina encargada de diferenciar entre lo que es ciencia y lo que no.

autoridades locales, desarrollo, consolidación, estancamiento y declive o rejuvenecimiento.

El modelo posiciona al espacio geográfico como un componente fundamental para obtener un producto turístico rentable y durable, plantean las mencionadas autoras. Realiza un análisis de su evolución a través de los cambios en el flujo de turistas que recibe y la expansión de infraestructura que de ella se desprende. Da especial importancia a la planificación y gestión como instrumentos que deben acompañar esta evolución y caracteriza a los turistas, los locales y la relación que entre ellos se genera.

Butler analizó el turismo desde la mercadotecnia y es aplicado en el análisis de los destinos turísticos de todo el mundo. Se trató de un instrumento para plantear proyecciones y propuestas para el futuro de los destinos, orientando su trabajo en el dinamismo interno de los mismos. Sin embargo, el modelo fue intensamente debatido a nivel internacional en lo concerniente a sus bases teóricas, sus limitaciones conceptuales y sus restricciones operativas (López Guevara, 2011).

Si bien el modelo ha logrado renovarse y seguir vigente, también ha sido intensamente cuestionado, especialmente, para los pequeños destinos. Plantea un crecimiento exponencial consecuencia de la inversión que busca atraer mayor número de turistas en un corto período de tiempo, pero, en los destinos pequeños este crecimiento es más lento conforme aumenta la oferta, esto los hace más vulnerables y con un crecimiento altamente dependiente de la situación económica y política (Valdés *et al.*, 2017).

El trabajo de la escuela francesa se destaca en la obra de Miossec (1976), *Elementos para una teoría del espacio urbano*. En ella explicó como se construye un entorno teórico sobre el espacio turístico considerando al turismo como una actividad periférica que genera una migración de "clientela". Influído fuertemente por la geografía económica realiza un intento de modelización del espacio turístico.

A partir de 1970/1980, en adelante se produce una crisis en las geografías analíticas que reivindican fundamentos epistemológicos que destacan el rol del sujeto como centro de la construcción geográfica (Ortega Valcárcel, 2000). La dinámica social postindustrial, asociada al posmodernismo, influenciará en los comportamientos turísticos y en el estudio de este fenómeno, dando apertura a una diversidad y pluralidad en el análisis de las actividades de ocio del turismo que se acentuará a partir de la década de los años setenta (Vera *et al.*, 1997). En los cambios que acontecen al estudio de la Geografía del Turismo el Estado es un interventor fundamental, su creciente participación en los procesos turísticos no es indiferente y en ocasiones será demandante de estudios que permitan generar investigaciones tendientes a facilitar la generación de políticas y toma de decisiones para la inversión pública (Hiernaux, 2006).

El turismo es abordado, entonces, desde una mirada aplicada la cual parte de la aceptación del carácter espacial del mismo y, por lo tanto, de su condición geográfica (Vera *et al.*, 1997). Surgen así líneas de investigación centrada en nuevos emprendimientos y en la planificación y ordenamiento turístico. Referentes en los estudios de este enfoque son los aportes realizados desde la escuela anglosajona, con Pearce (1988).

Su trabajo es explicado por Hiernaux (2006) como un análisis espacial a través de la elaboración de modelos de patrones de turismo internacional, intenta modelizar también los flujos domésticos y estudiar la estructura espacial del turismo a través de los mismos. Según Pearce, el campo de actuación del turismo se puede establecer a través de seis áreas específicas: 1. Los patrones de distribución espacial de la oferta, 2. Los patrones de distribución espacial de la demanda, 3. La geografía de los centros vacacionales, 4. Los movimientos y flujos turísticos, 5. El impacto del turismo, y 6. Los modelos de desarrollo del espacio turístico (Vera *et al.*, 1997).

La perspectiva que plantean los estudios realizados por Pearce será aplicada en Europa desde las escuelas francófona y española que aportan a la producción de investigaciones desde una línea de trabajo centrada en el estudio de los flujos, impactos y atributos del destino. Pinassi y Ercolani (2015: 5) destacan que en Francia una de las obras más importantes es la de Lozato-Giotart *Geografía del turismo: del espacio contemplado al espacio consumido* (1990), el espacio “visualizado como un componente vacío que interviene en la actividad turística, cuya configuración depende del tipo de práctica de ocio que se lleve a cabo en él”. Así mismo, Vera *et al.* (1997), se refieren al aporte realizado por Cazes con su trabajo *Fundamentos para una geografía del turismo y del ocio* (1992), plantea tres grandes temas a ser abordados por la Geografía del Turismo; la distribución, la producción espacial turística y la articulación espacial, argumentando que de esta manera se establecen los contenidos y límites de todo estudio turístico.

Por su parte, en España a partir del segundo quinquenio de los ochenta y especialmente en la década de los años noventa empiezan a publicarse investigaciones en las que se interpreta el fenómeno según la teoría del comportamiento social o desde la estructuración territorial. Ejemplo de ello es el aporte de orden teórico de Sánchez, *Hacia una geografía del turismo litoral: una aproximación metodológica* (1985), o bien, la obra de Callizo Soneiro *Aproximaciones a la geografía del turismo* (1990). En ella se presentan los conceptos de turismo desde una perspectiva estadística otorgando resultados útiles para medir los flujos de visitantes, pero con algunas falencias desde su apreciación social de la práctica (Pinassi y Ercolani, 2015).

Los mencionados autores destacan, además, los aportes de Vera *et al.* (1997), en donde hacen una distinción del objeto de estudio de la Geografía del Turismo, teniendo como marco de referencia la escala de análisis regional. La producción se instala también en latinoamericana donde comienzan a enfocarse en la geografía aplicada con fines académicos, la Universidad Nacional Autónoma de México con Álvaro Sánchez Crispín y las publicaciones en revistas como *Estudios Turísticos* o *Aportes y Transferencias* en Argentina son algunas muestras de su influencia, plantea Hiernaux (2006).

El turismo se presenta como un fenómeno foráneo, impuesto, que se produce por alguna causa y genera ciertos comportamientos espaciales en la demanda y oferta. Los estudios de la Geografía del Turismo desde esta perspectiva se asocian con la *Geografía Clásica* (Ortega Valcárcel, 2000) y si bien, su máximo esplendor se ubica en la primera mitad del siglo XX la misma es retomada constantemente por diversos investigadores permitiendo una coexistencia entre varios enfoques y propuestas metodológicas. Como plantean Vera *et al.* (1997), esto significa la convivencia con otras corrientes que intervienen y plantean lecturas diferentes a los estudios con predominio en la racionalidad económica y en los modelos lógicos.

Este enfoque con aproximaciones exclusivamente empíricas y descriptivas, concibe al turismo como un desplazamiento temporal de las personas y tiene como principal actor a los turistas, maneja una idea de turismo dual, cargada de positividad o negatividades (Troncoso, 2008). Una segunda orientación reúne un conjunto de investigaciones con una perspectiva más crítica y social, introduciendo aportes teórico-metodológicos que rescatan las múltiples dimensiones que intervienen en la práctica turística.

Estas últimas perspectivas serán denominadas *Geografías Posmodernas* (Ortega Valcárcel, 2000) y adquirirán fuerza a partir de la segunda mitad del siglo XX junto con la declinación de la intervención del Estado en la promoción de destinos turísticos, en la década de los años noventa, que genera una reorientación de la mirada geográfica hacia el turismo. Los trabajos dejan de proponer un análisis del espacio limitándose a describir el comportamiento de algunas dimensiones del turismo. En respuesta a esta tendencia, la geografía aporta un estudio del turismo que no solo se concentre en modelos explicativos o trabajos monográficos, sino que permita realizar un análisis crítico del fenómeno y un aporte desde el comportamiento de los individuos en turismo.

La Geografía Crítica y la Geografía Humanista, con un enfoque cultural, toman las riendas de las investigaciones turísticas. La primera, también conocida como Geografía Radical, surge a finales de la década de los años sesenta como una manifestación declarada de una ideología cuyo principal fin es comprender los problemas sociales

(Santarelli de Serer y Campos, 2002). “La visión crítica de la Geografía del Turismo otorga otra connotación al territorio. Deja de ser el mero portador de recursos turísticos, condicionantes de la actividad, y se transforma en un concepto socio-espacial integrador” (Pinassi y Ercolani, 2015: 8).

En otras palabras, el estudio del turismo se basa en un análisis profundo acerca de su relación con el territorio y su sociedad, y siguiendo a Hiernaux (2006) se manifiesta desde dos enfoques, el estructuralista, que considera los patrones y formulaciones marxistas, y los trabajos que analizan el turismo desde sus aspectos negativos. El autor plantea que son las demás ciencias sociales las que marcan la orientación analítica y crítica y entre ellos destaca el trabajo de Turner y Ash (1991) donde se plantea al turismo como un fenómeno de imperialismo que coloniza las periferias del placer.

En Latinoamérica, un planteo similar realiza el trabajo de García de Fuentes, *Cancún: turismo y subdesarrollo*, en donde refiere al turismo como una actividad que no cumple una función necesaria, o bien, Hiernaux (1989) o Balestreri Rodríguez (1996; 1997) quienes presentan el carácter innovador y disruptor del turismo en ámbitos tradicionales. Desde la escuela anglosajona Valene Smith (1977) representa una de las inquietudes que poseen los antropólogos en relación a los efectos perversos del turismo en las comunidades locales y desde España Joan Eugeni Sánchez desarrolla un análisis del espacio turístico en su obra *Espacio, economía y sociedad* (1991), donde presenta al turismo como una actividad ligada a la formación de valor en el capitalismo.

De la escuela francesa, George Cazes (1989) realiza un análisis del turismo internacional sobre los espacios del Tercer Mundo, reconociendo la existencia de un sistema multinacional que, más allá de un simple modelo centro-periferia traduce la interdependencia entre actores locales y globales. Con estos abordajes, como plantean Pinassi y Ercolani (2015) se produce un avance en la forma de estudiar la Geografía del Turismo, mutando de una visión descriptiva a una más crítica. Sin embargo, se destaca aún la ausencia de una mirada desde los estudios psico-sociales que atienda a una perspectiva más amplia relacionada con los gustos, preferencias y comportamientos, así como también el enfoque etnográfico y antropológico de este fenómeno.

Esta línea se va a consolidar a partir de la decadencia de la mirada económica en el estudio del turismo, dando origen a una renovación de las temáticas que lo abordan e introduciendo una dimensión cultural que es planteada por Hiernaux (2006) como Geografía Cultural. Este enfoque posee muchas similitudes con la Geografía de la Percepción y del Comportamiento, que incorpora el aspecto interior del ser humano para comprender las relaciones sociales y emotivas que los individuos establecen con el medio (Santarelli de Serer y Campos, 2002). Plantea que el espacio no está condicionado solamente por factores económicos y sociales, sino que además la

psicología y/o sociología influyen en la construcción que se hace sobre la realidad (Morales Yago, 2012).

Se genera, entonces una nueva propuesta para el estudio de la Geografía del Turismo que implica considerar a la misma como una práctica socio-espacial donde los comportamientos, los imaginarios y las actuaciones de los turistas y no turistas conforman la base de las investigaciones. En este contexto interviene una de las obras más conocidas de Urry *La mirada del turista*. Plantea como la percepción de esta práctica varía según el grupo social y el período histórico, la mirada presupone un sistema de actividades y signos sociales que identifican prácticas turísticas particulares (Urry, 2004).

Hiernaux (2006) destaca además los trabajos producidos por Jean Remy (1988), Cazes y Potier (1998), David Coruch (1999) y Rémy Knafou (2002) que otorgan una visión de las prácticas socio-espaciales desde los actores, que será tomada como base para la geografía del turismo. “Se origina un quiebre en la visión fatalista de la geografía crítica del turismo, que se venía desarrollado hasta entonces, y entran en juego nuevas variables que “humanizan” al turismo, ya sea desde la perspectiva del individuo o de su comportamiento socio-espacial cotidiano” (Pinassi y Ercolani, 2015: 10). Los aportes realizados por Bertoncello (2002, 2006, 2008, 2010) y Hiernaux (2002, 2006) refuerzan la posición de la Geografía del Turismo como una práctica que no está solamente enfocada en la taxonomía de los lugares y sus características, sino también en el conocimiento de sus actores, sus imaginarios y sus preferencias.

“El paulatino desarrollo de estudios sobre el turismo desde las ciencias sociales, y en especial desde la geografía, ha contribuido a la problematización de la dimensión territorial, en especial en relación al estudio sobre los procesos de consumo y mercantilización de los lugares a partir del turismo, tanto en su dimensión económica como cultural” (Troncoso, 2008: 54). El cambio no es absoluto, ni se pretende que así sea, sino todo lo contrario. En este recorrido se destaca el cúmulo de corrientes que han enriquecido las investigaciones en la Geografía del Turismo permitiendo reflexionar acerca de la multiplicidad de enfoques que pueden plantearse en el estudio de esta disciplina. Como plantea Balastreri Rodríguez (2003) en (Pinassi y Ercolani, 2015), permite pensar una Geografía del Turismo, que contribuya a la reflexión, profundización y entendimiento del turismo como fenómeno complejo (Figura 2).

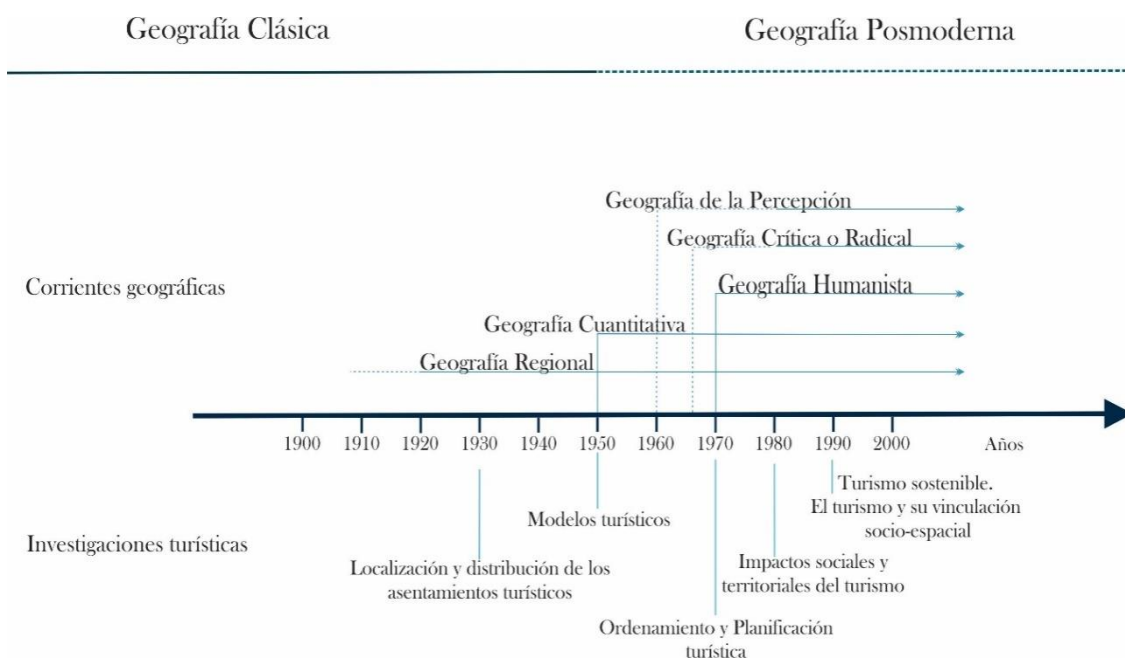


Figura 2: Las investigaciones en turismo según las corrientes geográficas dominantes

Fuente: Cohen (2018) en base a: Valenzuela (2006); Ortega Valcárcel (2000); Santarelli de Serer y Campos (2002) y Hiernaux (2006)

Reconocer como fue variando el análisis del turismo permite poner en discusión las diferentes corrientes geográficas que lo abordaron y generar un enfoque en donde los aportes producidos se enriquezcan. La multiplicidad de perspectivas presenta la posibilidad de poner en diálogo un conjunto de saberes que han aportado a la Geografía del Turismo. En ocasiones se contraponen y en otras se complementan, pero en última instancia, aportan a la construcción de conocimiento.

2. 3. 1. El turismo una práctica social y espacial

La definición de turismo de la OMT (1994) propone considerar al turismo como “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estadías en lugares diferentes a su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, negocios y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado” (OMT, 1994 en: Sancho, 1998: 46). Esta definición toma como eje al turista manifestando como características claves la motivación del viaje; la acotación temporal; el tipo de actividades que desarrollan y la localización espacial. Sin embargo, y a través de los cambios que acontecieron en el estudio del turismo, este fenómeno se reconoce hoy como un proceso integral inscripto en la dinámica social y como tal requiere un abordaje que permita comprender la relación e

interacción de los diferentes actores que lo integran y en los diversos contextos espacio-temporales que se desarrollan.

Entender la construcción social de la realidad turística implica pensar la actividad, como afirma Vereda (2007), en relación al uso del territorio que la misma realiza, en el sentido más amplio de la expresión, como soporte físico, sumándole las condiciones sociales que le dan sentido como productor y como agente transformador. Desde esta perspectiva, en el turismo se observan todos los papeles que el espacio puede representar, actúa como un importante consumidor del mismo, generando significativas transformaciones socio-espaciales que, como manifiesta Bertonecello (2006), aportan a la comprensión de la relación sociedad-territorio desde un sentido más amplio.

De esta manera, para comprender mejor su significado, dos dimensiones deben abordarse con mayor profundidad, que actúan en forma conjunta y se reconocen como dependientes una de la otra, la espacial y la social. La primera es uno de los rasgos fundamentales comenta Lozato-Giotart (1990), cualquiera sea su forma la referencia geográfica es siempre más o menos evocada. Sin subestimar los demás factores estas condiciones juegan un papel de primer orden, a menudo esencial en la atracción de un lugar turístico. Las condiciones naturales, el patrimonio cultural e histórico, el potencial técnico y el medio económico son algunos de los tantos criterios geográficos que intervienen, solos o combinados, en los diferentes tipos de localizaciones turísticas.

Esta característica se asocia a la imposibilidad que significa trasladar los recursos turísticos y los productos construidos (Barrado Timón, 2004). Sin embargo, no es suficiente pensar al espacio turístico como el escenario en donde se ubican los componentes naturales y culturales que conforman la oferta turística. Además, el turismo es un fenómeno espacial, pues su práctica implica un desplazamiento en el espacio aseguran Vera *et al.* (1997). “El viaje es el desplazamiento fundamental del individuo, que permite cambiar de mundos: del trabajo, al ocio” (1997: 52).

El sistema de producción y consumo turístico conlleva variables como localización, recursos y construcción de productos, y es en el territorio donde confluyen todos los elementos necesarios para aportar innovación y diversidad a la oferta. Ávila Bercial y Barrado Timón (2005) afirman que los aspectos territoriales y sus cualidades presentan un papel transversal como referentes de la calidad turística. Sin embargo, poner énfasis en las características espaciales y físicas, no es suficiente, es necesario comprenderlo como un proceso de construcción histórico-social cuya consolidación dependerá de los intereses, valores e imágenes que las sociedades (de origen de los turistas y de destino) producen (Almirón, 2004).

Sin desconocer la importancia que las especificidades de los lugares tienen en el turismo, así como tampoco la presencia y distribución de los focos emisores y

receptores, la dimensión espacial, como parte constitutiva del turismo, debe reconocerse como algo más que el soporte o escenario de los procesos sociales. Al profundizar incluso más en su conceptualización se destaca que es preciso también, como plantea Bertoncetto (2006), analizarlo desde su vinculación con las tendencias y transformaciones sociales generales. Lo que se busca es analizar como el espacio participa en el turismo y, al mismo tiempo, como este contribuye a su transformación (Almirón, 2004).

Pensar esta práctica desde su espacialidad social, considera Bertoncetto (2002), permite posicionar al espacio, junto con el tiempo, como determinación constitutiva de lo social y no al margen de ella. Representa la relación constante entre un espacio material y uno simbólico. El primero hace referencia al soporte físico donde se emplaza la actividad humana y el segundo considera los valores que la sociedad carga dando lugar a la apropiación del mismo.

No se concibe pensar al turismo en forma independiente a los contextos sociales porque son los que definen sus especificidades (Almirón, 2004). Como precisa Bertoncetto (2002), el turismo conlleva la inclusión de una sociedad (área emisora) a un territorio, localizado en un espacio diferente (área receptora) para su concreción, esto requiere la articulación de diferentes espacios geográficos y con ello de diferentes relaciones sociales. En otras palabras, como práctica social su desarrollo es resultado de la participación de un conjunto de sujetos, no se limita solo a los turistas, sino que en ella intervienen también otros grupos de actores como los agentes económicos, la comunidad de origen y de destino, el Estado, entre otros.

El turismo como expresión de transformaciones profundas de la sociedad representa no solo una alternativa, una actividad, sino también un instrumento de transformación (Bustos Cara, 2001). Por él, convergen un conjunto de actores y de agentes que representan diferentes sociedades que están cargados de actitudes, información y subjetividad. Incluir la sociedad en su conjunto, significa reconocer que la dimensión subjetiva juega un rol central, otorgando un sentido social e individual al concepto de turismo.

El acto turístico es un acto individual, ejecutado en un contexto social. Esto permite afirmar que “el turismo es un acto societario, y como tal, responde, primero que nada, a toda una serie de procesos que se derivan del funcionamiento mismo de la sociedad” (Hiernaux, 2008: 2). En este sentido, las relaciones que se generan con el Espacio Geográfico son diferentes en función de las vivencias que los grupos sociales obtengan y los vínculos que adquieran con las acciones culturales desarrolladas por una comunidad (Carvalho *et al.*, 2011).

En este sentido, el turismo se emplaza en un espacio cargado de connotaciones sociales y culturales, por lo tanto, hace uso de un territorio construido socialmente asegura Moscoso (2013). Cada territorio cuenta con un conjunto de recursos que representan un potencial para el desarrollo asegura Vereda (2007), el mismo se visualiza a través de la estructura productiva, el mercado de trabajo, la capacidad empresarial y el conocimiento tecnológico, la infraestructura de soporte y acogida, el sistema institucional y político, y su patrimonio histórico y cultural.

Al retomar la definición original, totalmente acertada en relación al turista y sus características, es posible complejizarla cuando se le incorpora la multiplicidad de factores que intervienen en la práctica dando origen a una concepción del turismo como una práctica socio-espacial desde una mirada más compleja. El hecho de conceptualizar al turismo desde su espacialidad y como un proceso social que se desarrolla sobre un determinado territorio, hace necesaria la aproximación a un nuevo concepto Moscoso (2013). El turismo remite entonces a “algo más que un simple desplazamiento físico entre dos lugares (...) (emisor y receptor), es ante todo una práctica social, con implicancias territoriales específicas” (Almirón, 2004: 169). Su práctica conlleva una multiplicidad de hechos que interaccionan entre sí en el territorio a través de una red relacional.

2. 3. 2. *La configuración del territorio con fines turísticos*

Al plantear turismo como una práctica socio-espacial se reconoce las diversas manifestaciones turísticas que pueden originarse en el territorio cuya yuxtaposición, como aclaran Vera *et al.* (1997) pueden ser coincidentes o no, pero siempre exigen una organización espacial, un modelo de asentamiento multigenético, complejo, formal y funcional. En este sentido, desde el turismo particularmente, la imagen del mundo muestra, como resultado, un mapa geográfico con diferentes zonas coloreadas representando territorios socioculturales y naturales claramente delimitados destaca Cohen (2005). Sin embargo, como opina Callizo Soneiro (1991) que todo espacio sea potencialmente turístico no significa necesariamente que llegue a serlo. Esto dependerá fundamentalmente del interés y capacidad de los componentes territoriales por llevarlo a cabo.

La producción turística es resultado de diferentes formas de apropiación y consolidación del territorio, en ellas intervienen dimensiones materiales y subjetivas que crean, transforman y valorizan diferencialmente el territorio generando un proceso de turistificación⁴ (Cammarata, 2006). Este concepto es planteado como un proceso de

⁴Palabra que proviene del francés “*mise en tourisme ou touristification*”.

valoración, transformación y re-funcionalización del territorio con una finalidad netamente turística que se va definiendo en relación a los intereses y acciones de la sociedad y los agentes económicos.

El turismo como fenómeno socio-espacial está en constante cambio atravesado por la fuerte competitividad de los mercados y las exigencias de la demanda. En este contexto de complejidad resulta indispensable caracterizar la intensidad y sofisticación de transformaciones que atraviesa el territorio a fin de responder a la dinámica turística. Implica cambios en la configuración espacial y reconvierte el espacio inicial generando espacios productivos especializados.

Desde esta perspectiva, se rescata el concepto de territorio turístico como aquella porción del espacio geográfico que participa como componente de la práctica turística, al mismo tiempo que la concreta es transformado por ella (Bertoncello, 2002). Configura, produce y determina una dinámica territorial desde sus dimensiones espaciales y sociales. En su práctica la persona realiza un desplazamiento vinculando el lugar de origen, el de destino y el de tránsito y pone en funcionamiento un entramado socio-espacial.

El mismo implica e interrelaciona dos sociedades, las motivaciones y experiencias de los turistas, las expectativas y los ajustes hechos por los residentes del área receptora (Santana Talavera, 2002 en: Almirón, 2004). Es en las condiciones específicas de cada sociedad donde se encontrarán las lógicas que lo estructuran, lógicas que no están desvinculadas a la base territorial, sino que se concretan en él valorizándolo de distintas formas (Bertoncello, 2002).

Pensar el turismo desde la particularidad de ciertos ámbitos geográficos, pero a la vez sin desconocer los procesos más amplios que lo interviene, permiten abordarlo, como propone Troncoso (2008), desde la idea de lugar. Este concepto es analizado por Agnew (1987 en: Oslender, 2002) desde tres elementos que lo fundamentan: localidad, ubicación y sentido de lugar. El primero, representa no solo los escenarios físicos en donde ocurre la interacción social, sino además las interacciones típicas que desarrolla; el segundo refiere al espacio geográfico concreto, el orden macro-económico y político y, por último, el sentido de lugar, como la fuerza que modela las relaciones e interacciones sociales.

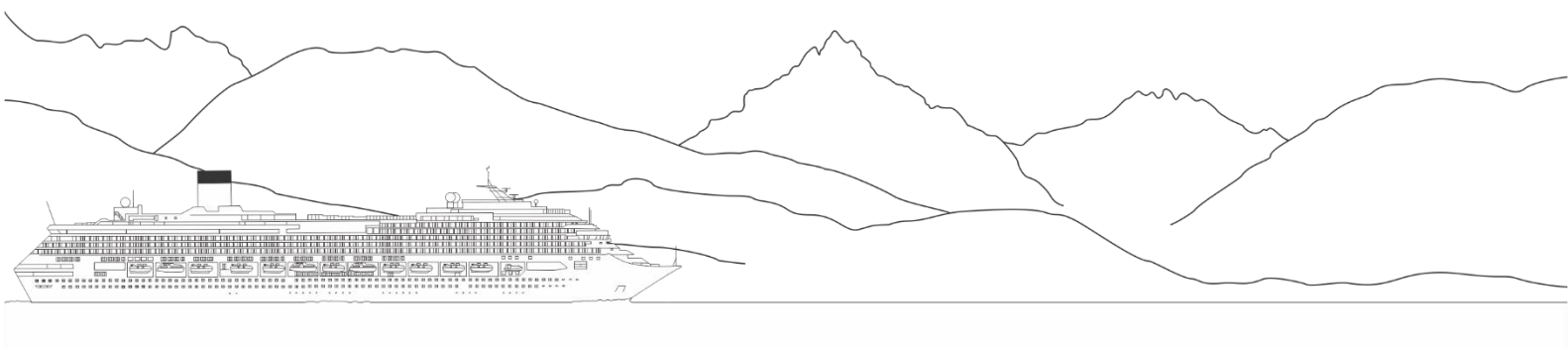
En otras palabras, es el espacio inmediato del hombre, donde los procesos mentales originados y las reacciones correspondientes están determinados por las actitudes de las personas. Es en el mismo donde se construye la identidad colectiva, asegura Oslender (2002). Este es el espacio vivido, reafirma el autor, dinámico, simbólico y saturado de significado; en donde se desarrolla una relación dialéctica constante con las representaciones territoriales. Se estructura no sólo por las prácticas propias que en

él se generan sino por procesos sociales que ocurren a escalas más amplias que, como señala Agnew (1987, en: Almirón, 2004), influyen y estructuran el sentido de afinidad o arraigo emocional que los individuos tienen con su lugar.

A partir de entonces, un lugar turístico es más que el simple ámbito de interacción entre turistas y población local, implica un proceso de valoración del espacio a partir de una práctica social específica que dará lugar a una serie de actividades económicas (Troncoso, 2008). Para que el mismo pueda ser aprovechado como tal requiere de la creación y/o acondicionamiento de infraestructura y equipamiento que haga posible su consumo. En otras palabras, no alcanza con despertar valor para los actores que intervienen en la práctica, sino que además es necesario un proceso de apropiación y aprovechamiento efectivo de sus componentes.

La construcción territorial del turismo implica, entonces, la formación de una imagen o representación para todos los grupos sociales que lo atraviesan. Además, para que el mismo adquiera una identidad turística real debe responder como objeto de interés turístico, poseer una serie de recursos turísticos territoriales, hacer efectivo su aprovechamiento y generar procesos identitarios, es decir, reconocer el papel central que tiene la subjetividad para la motivación de la práctica.

CAPÍTULO 3. LA MOVILIDAD TURÍSTICA EN EL MAR. CRUCEROS, PUERTOS E *HINTERLAND* EN LA CONSTRUCCIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE LOS DESTINOS



3. 1. DESCRIPCIÓN DEL CAPÍTULO

Una vez reconocidas la “caras” que el turismo puede adoptar cuando es estudiado desde la geografía y posicionado el marco teórico que se elige para abordar la presente investigación, en donde se plantea al turismo como una práctica social con implicancia espacial, se procede a plantear el comportamiento que la reviste. Inserta en un contexto de globalización, para comprender de qué manera la misma se relaciona con el territorio es necesario entenderla en el marco de la movilidad, factor que caracteriza al turismo e influye en las posibilidades de su incorporación en los territorios. Esta particularidad se ve atravesada por un conjunto de elementos materiales e inmateriales que intervienen en la posibilidad de desarrollo de la práctica turística y en sus posibilidades de involucramiento en el territorio. Ante esto se hace un recorrido sobre los factores exógenos al territorio, como lo son la organización del mercado de cruceros y los cruceristas, y también una caracterización territorial de los destinos, referido a el puerto y el hinterland donde se destaca no solo el rol que juegan en la consolidación de los destinos sino también como están en constante dinamismo con las influencias externas.

3. 2. LA ORGANIZACIÓN DEL MERCADO DE CRUCEROS

A partir de un informe de la OMT (2012), Ruiz Quesada y Parada Gutierrez (2013: 50) proponen a la modalidad de cruceros como “aquella en la que el cliente embarca en un puerto con un itinerario previamente definido o no, con el objetivo de disfrutar de unas vacaciones marítimas diferentes a las tradicionales en tierra. Los clientes de esta modalidad por sus características y expectativas son denominados ‘cruceeristas’ y son excursionistas por naturaleza”. La clave del éxito de este segmento se relaciona en la habilidad que ha tenido para adaptarse a las exigencias del mercado. Su consolidación se sintió con fuerza luego de 1960, plantea Wood (2004) cuando los cruceros logran posicionarse como un producto de mercado masivo.

La movilidad turística en el mar se catalogó por mucho tiempo como excepcional. La ausencia de técnicas de navegación, sumado a los peligros de temporales dificultaba que la misma pueda desarrollarse en su máxima expresión (Estepa Montero, 2013). Esta percepción cambia a partir del siglo XIX con el surgimiento de la era de barcos a vapor⁵, donde comienza una etapa en la navegación marítima relacionada con el transporte de pasajeros por rutas oceánicas que contribuye a cambiar la forma de

⁵Dos buques se desatacan en este período. El *Sirius* que en 1838 realizó la primera travesía del Atlántico cruzándolo en 18 días y; el *Great Eastern* en 1850 con 18.900 Tn, que favoreció la consagración del transporte marítimo de pasajeros demostrando que, al triplicar la longitud del barco, sólo se requiere duplicar la potencia para moverlo (Estepa Montero, 2013).

percibir la relación espacio-tiempo pero, además, en la posibilidad de integración de los territorios.

Así el transporte marítimo se constituye en un medio de comunicación de gran importancia que irá adquiriendo cada vez más relevancia hasta consolidarse como un segmento específico de la práctica turística correspondiente al Turismo de Cruceros⁶. La transición no fue fácil, implicó llevar a cabo importantes inversiones, afirma Martínez (2012), buscar nuevos mercados para rentabilizar los gastos, expandir el patrón geográfico unidireccional Europa-América y diversificarse por casi todos los mares. Pensar la movilidad más allá de la disminución del tiempo y las distancias.

Estos cambios implicaron importantes avances tecnológicos, la construcción de buques con mayor especificidad, innovación en las comunicaciones, acceso a nuevos lugares, entre otros. Se pone en evidencia, entonces, el intenso dinamismo que presenta esta actividad y como se ve reflejada a través de los flujos y fijos que de ella se desprenden. Higham y Kearsley (1996 en: Vereda, 2014) expresan que las ciudades puerta de entrada, los nodos, los espacios emisores y receptores de turistas, la distancia y la conectividad son algunos de los elementos más importantes para que un territorio pueda incorporarse en este tipo de turismo. Atiende a la configuración de un espacio de relaciones en donde sujetos, territorios, individuos y/u organizaciones se despliegan en relación con otros (Blanco, 2007).

Bajo un ambiente fuertemente competitivo y en un proceso de intensa concentración empresarial, las empresas se fueron integrando dando lugar a los conocidos *Big tree*⁷, conformados por *Royal Caribbean Cruises Ltd.*, *Genting Hong Kong Limited* y *Carnival*

⁶ “Sus inicios se remontan a comienzos de los años ‘60s coincidiendo con la caída de la industria de los barcos transoceánicos y la introducción de los primeros viajes aéreos sin escala entre Estados Unidos y Europa” (Brida et al., 2010: 2)

⁷ En español adquirió el significado de “Los tres grandes”.

& Plc.⁸, que en la actualidad lideran el mercado de cruceros a nivel mundial (Jensen y



Daverio, 2004) (

Figura 3). En menor medida participan los grupos de navieras independientes, compuesto por empresas de las más variadas características, desde aquellas que ofertan itinerarios tradicionales a cruceros de expedición, pasando por servicios de ultralujo o provistas de buques moto-veleros (Esteve Pérez, 2014). En todos los casos, se producen intensos movimientos horizontales asegura (Martínez, 2012: 53) “a través de fusiones, adquisiciones y absorciones de otras compañías navieras bajo la política de abarcar todos los segmentos de mercado; los grupos constituyen compañías multi-marcas que reúnen líneas de cruceros turísticos que operativamente funcionan como empresas independientes”.

⁸ En el 2001 las compañías *Carnival Corporations* y *P&O Princess* comenzaron a negociar una posible fusión, pero las gestiones finalizaron cuando *Carnival Corporations* realizó una oferta por 5.400 millones de dólares estadounidenses que fue aceptada por *P&O Princess* (Martínez, 2012).



Figura 3: Grupo de Compañías Navieras

Fuente: Cohen (2019) en base a: Marítnez (2012); CLIA (2015) y Esteve Pérez (2014)

La gestión empresarial de las líneas navieras incluye también otras estrategias, que aportan al éxito de la modalidad de cruceros. La mencionada autora las define como:

-Creciente integración vertical hacia el cliente: Consiste en la asociación de la líneas con empresas de servicios turísticos de los destinos a través de adquisiciones, concesiones y contratos. Una de las formas más conocidas es mediante la compra de islas y la inversión en terminales de cruceros o complejos comerciales en los puertos estableciendo fuertes relaciones de dominio sobre algunos destinos.

-Alto poder de negociación: Al estar consolidados en grandes grupos se ubican en ventaja frente a los diversos actores de la modalidad. Sus potenciales competidores se encuentran obstaculizados por las altas barreras de entrada al mercado⁹; los astilleros mantienen una estrecha relación por su cartera de pedidos y la Administración Portuaria y autoridades locales deben negociar con el grupo y no por líneas navieras.

-Desnacionalización del capital de las líneas navieras: El Convenio Internacional de Altamar de Ginebra (1958) permite elegir libremente el país de registro de los barcos. Esto no solo determina su nacionalidad sino además la legislación aplicable en él, por ello mucho buques optan por elegir una “bandera de conveniencia” que ofrece una

⁹ Se menciona entre las más importantes el tamaño de las compañías, que permiten una economía de escala; la inversión de capital requerida para ingresar y mantenerse en el mercado; la experiencia y capacidad de operación y el control de los canales de distribución (Martínez, 2012).

legislación más laxa en normas marítimas, laborales e impositivas que beneficia económicamente a las compañías navieras.

Las estrategias adoptadas residen también en el extraordinario aumento del tamaño de los barcos y la capacidad de innovar en productos que respondan a las tendencias del mercado. En este sentido, el Turismo de Cruceros avanzó hacia la oferta de un conjunto diverso y estratificado de opciones con vista a expandir el alcance del mercado (Wood, 2004). “Los operadores de cruceros tienen el desafío de desarrollar paquetes de cruceros competitivos que impliquen una estadía a bordo de alta calidad, una diversidad de actividades en tierra que ofrezcan acceso a una variedad de culturas y sitios y transferencias fáciles desde y hacia el barco” (Rodrigue y Notteboom, 2013: 33).

3. 2. 1. Los circuitos de cruceros

Los cambios en la movilidad son pensados por Sheller y Urry (2006) como una nueva fuente de poder porque no todos los territorios son incorporados por igual, “(...) la actividad espacial en redes más complejas (...) pone a los lugares en relaciones espacio-temporales económicas, culturales y políticas que sobrepasan las fronteras de los estados” (Montañez Gómez y Delgado Mahecha, 1998: 7). Esto es así porque como propone Blanco (2007) el diseño, la construcción y la utilización de una red dependen de los medios técnicos a disposición, de los contextos políticos y socio-económicos, así como de los propios intereses de los actores. Al incrementar la capacidad de movilidad por y entre los territorios, la competencia se incrementa y exige que sea necesario poner atención, cada vez más, en la ventajas del lugar (Nogué, 2006).

La movilidad que caracteriza al Turismo de Cruceros permite distinguirlo del resto de las modalidades turísticas, al brindarle la capacidad de diversificar las zonas de operación con gran flexibilidad. Como expresa Butler (2008) la estacionalidad, como en otros tipos de turismo, juega un papel relevante, sin embargo con este segmento se presenta un escenario que asegura su operatividad todo el año. Las compañías de cruceros han sabido aprovechar los factores climáticos, la estacionalidad de los destinos y sus atractivos, la cercanía a los mercados emisores y las perspectivas de crecimiento para mantener su operatividad todo el año, reflexiona Martínez (2012), aprovechando la distribución y el alcance espacial que los caracteriza. “Un aspecto que distingue la operación de los cruceros es la eficiente planeación y gestión de los itinerarios de las compañías, que se organizan de tal forma que ningún barco pasa una noche sin turistas y nunca se navega sin pasajeros, inclusive, los movimientos de reposicionamiento” (Martínez, 2012: 49). Como parte de sus estrategias competitivas y debido al aumento constante tanto de la capacidad global de sus flotas como del tamaño de los cruceros,

la incorporación de nuevos puertos-destino ha producido un salto cuantitativo en la llegada de cruceristas a diversos puertos (Jensen y Daverio, 2004).

Se presenta un mapa complejo de movilidad (Figura 4) que demanda puertos que permitan realizar el recambio de pasajeros y tripulantes y el abastecimiento de diferentes insumos, como así también una serie de recursos territoriales que configuren una oferta turística atractiva para el pasajero y remunerativa para los operadores (Vereda y Jensen, 2014).

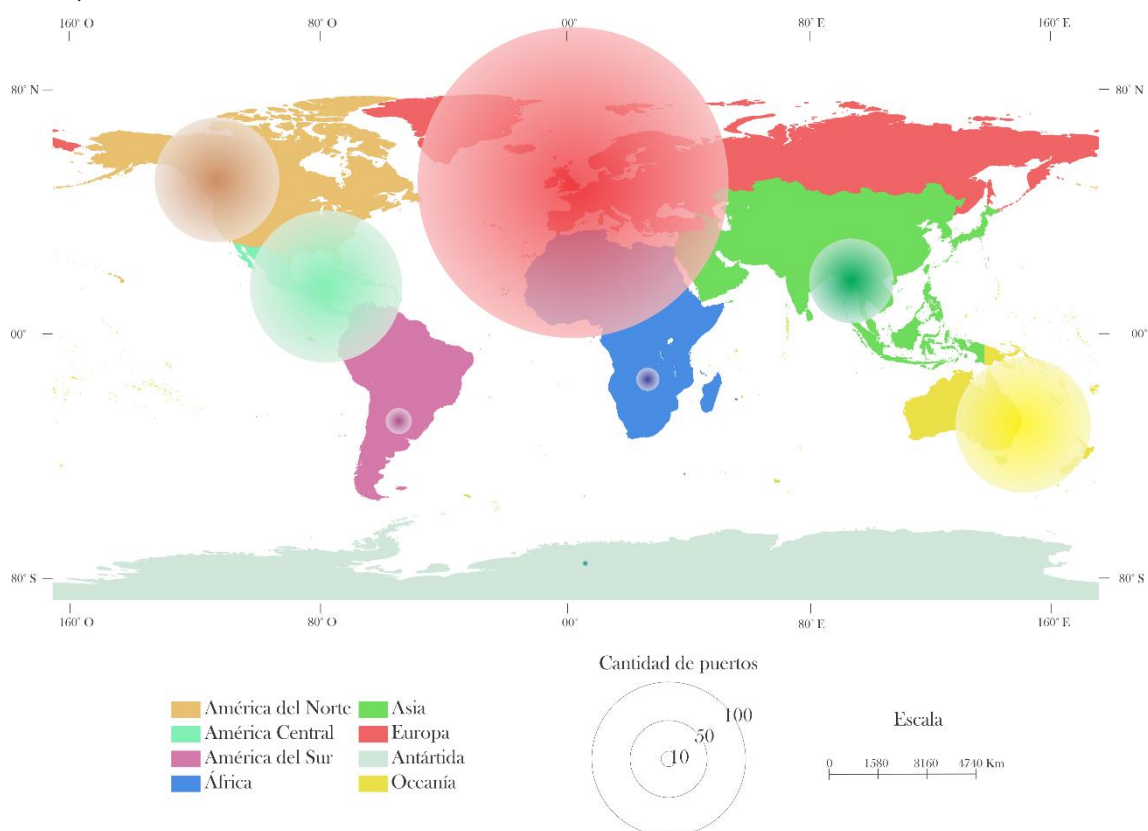


Figura 4: Cantidad de puertos de cruceros por continente

Fuente: Cohen (2019) en base a Butler (2008); Martínez (2012) y CLIA (2015)

En este sentido, se genera la conformación de áreas que sean geográficamente interesantes y convenientes para las compañías otorgándole a la perspectiva espacial un rol fundamental. Las mismas adquieren el carácter de regiones y si bien existe una gran diversidad de posturas en relación a este concepto, desde el Turismo de Cruceros es posible entenderlas como, lo propone Paasi (1986 en: Benedetti, 2011), entidades geo-históricas, funcionales y simbólicas que surgen, se transforman y desaparecen en un período de tiempo determinado y, que son producidas y reproducidas continuamente. En otras palabras, se trata de una construcción mental que se materializa en el Espacio

Geográfico a partir de la conjunción de elementos que los distinguen y diferencian del resto.

Como expresa Santos (1986) hay una elaboración y reelaboración de sub-espacio que son resultado de una combinación de variables, y así formado extrae su especificidad. “En los últimos años los destinos y flujos mayores han concentrado la mayor parte del crecimiento en términos absolutos del turismo internacional, lo cual refuerza las jerarquías del mapa mundial del turismo. No obstante, también se observa que (...) han aparecido destinos y flujos secundarios (...) que han tenido los mayores crecimientos en términos relativos”. Desde el Turismo de Cruceros, se distinguen tres regiones que son las que determinan los circuitos que se desarrollarán. Se denominan Primarias, Secundarias y Terciarias o Emergentes y responden al nivel de consolidación que han logrado establecer en relación a la actividad.

-Regiones Primarias: comprenden los circuitos del Mar Caribe, el Mar Mediterráneo, la Costa Pacífico de Estados Unidos, el Mar y Costa Septentrional de América del Norte y Europa y, Asia Pacífico de la mano del Sudeste Asiático, el Lejano Oriente y el Pacífico Sur. La primera ruta se destaca por una preeminencia respecto a las otras. La clave del éxito afirma Butler (2008), radica en la magnitud de la demanda generada en América Anglosajona que busca paraísos tropicales en la amplia diversidad de sus espacios insulares más próximos, el clima benigno durante todo el año y el empleo generalizado del dólar como medio de pago.

-Regiones Secundarias: Está representada por Sudamérica, Antártida y la Costa Occidental de México. “Con el crecimiento del tráfico de cruceros, las navieras han tenido que buscar nuevos puertos para poder atender la demanda y satisfacer los deseos de los cruceristas primerizos y repetidores, tratando de ofrecer productos diferenciados en base a los puertos que componen el itinerario” (Esteve Pérez, García Sánchez y Romero Gutiérrez, 2016: 2). El Cono Sur ha sabido incorporarse al circuito internacional de los cruceros recibiendo en la temporada veraniega noviembre-marzo una cantidad alentadora de naves de turismo y pasajeros y, fundamentalmente actuando como alternativa de los saturados destinos de las regiones primarias (Ghisolfo, 2001). El primer circuito, con el clima estival opuesto al hemisferio norte y el atractivo de sus ciudades como destinos, ha ganado terreno en el Turismo de Cruceros. Antártida, por su parte, se caracteriza por un turismo de contemplación del paisaje y fauna que se rige bajo estrictas reglamentaciones. Se incluye también en esta región a la Costa Occidental de México que ha logrado establecer diversas rutas, como la Riviera Maya, Bajo México y Mar de Cortés (Martínez, 2012).

-Regiones Emergentes: Integrado por Medio Oriente, Mar Rojo, Golfo Árabe, India y el Sur de África si bien han mostrado un crecimiento y dinamismo interesante su

actividad es aún muy baja, con una oferta de lujo orientada a los consumidores europeos.

El mapa geográfico que se desprende de esta regionalización, retrae al concepto de espacio reticulado expresado por Santos (2000: 222) como “una construcción deliberada dispuesta a responder a los estímulos de la producción en todas sus formas, materiales e inmateriales a través de la consolidación de redes, la apuesta no es la ocupación de áreas, sino la preocupación de activar puntos y líneas, o de crear nuevas”. Las compañías de cruceros, hacen uso de esta perspectiva para operar de forma competitiva y así crear nuevos diseños de itinerarios que articulen eficientemente la oferta y la demanda.

3. 2. 1. 1. *Los itinerarios en el Turismo de Cruceros*

En el diseño de un itinerario, el territorio opera claramente como un espacio de redes, la lógica de la simultaneidad entra en juego en este sentido, explica Martner Peyrelongue (1999) demostrando que es posible alcanzar integración con nodos territoriales que pueden incluso encontrarse alejados de las localidades emisoras. La movilidad que acompaña al Turismo de Cruceros permite que el mismo crea en base en un solo destino o puerto, sino que es el conjunto de ellos, compuesto por un itinerario que despierta interés por realizar el crucero. Se modifica la percepción que puede darse en relación a la distancia como una forma de caracterizar al espacio y el mismo comienza a ser valorizado en relación a otras ventajas.

Cuatro componentes establecen los “límites” de un itinerario reflexiona Marti (1990), la velocidad de operación del crucero, el puerto de embarque, la duración del viaje y el patrón espacial de los puertos de destino. Según el autor estos componentes generan un efecto acumulativo pudiendo determinar la planificación de un itinerario y limitar las opciones. Tres tipos de itinerarios son descritos por Rodrigue y Notteboom (2013). Los cuales expresan en qué sentido se organizan los mismos y cómo se valorizan los puertos en cada caso:

- Perennes: Corresponden a itinerarios con una demanda que se mantiene constante todo el año. En general se asocia con las regiones de cruceros ubicados en la zona climática subtropical, el Caribe y el Mediterráneo. Si bien expresa variaciones en la intensidad de flujo, el mismo permanece activo durante todo el año.

- Estacionales: Algunas regiones forman parte de la actividad durante un período o época del año específica. Las condiciones climáticas son tomadas por las navieras como una estrategia para distribuir sus buques en las diferentes regiones según la estación. Los cruceros por el Báltico, Noruega, Alaska y Nueva Inglaterra se ofertan

durante los meses de verano y en los meses de invierno de este hemisferio los buques “migran” hacia Sudamérica y Australia.

- de Reposicionamiento: Son propuestos por las compañías de cruceros para extender la operatividad de los buques. De esta manera cuando los mismos realizan la rotación entre las regiones también ofertan esta navegación como un viaje de crucero. El único inconveniente que ofrece esta tipología es que el crucerista debe realizar uno de sus viajes (el de ida o el de vuelta) en avión porque el puerto de inicio y finalización no son los mismos.

Otra caracterización propuesta para explicar los itinerarios es descripta por (Esteve Pérez, 2014) que identifica dos tipos:

- Cerrados: Se los denomina de esta manera cuando existe un solo puerto de base en donde inicia y finaliza el crucero generando un bucle cerrado en su recorrido
- Abiertos: Corresponde a los itinerarios que cuentan con dos puertos de base, uno de inicio y otro de fin. En general sucede que el bucle cerrado se desarrolla en dos etapas, porque el puerto base en el cual finaliza el crucero, constituye el inicio del siguiente y viceversa.

La generación del itinerario está fuertemente determinada por decisiones que son externas a los puertos de destino, como plantea Boisier (2006) se sitúan en un conjunto de procesos globalizados donde actúan como nodos estratégicos de recepción y emisión de flujos, apoyados en redes de infoestructura e infraestructura. Sin embargo, la capacidad de consolidarse como un espacio vinculante e interactivo con capacidad intermodal¹⁰ es función de cada uno de ellos. Los puertos más dinámicos amplían su vinculación territorial, pero además se posicionan como espacios con capacidad competitiva, “se convierten no solo en nodos o *hubs* centrales de las redes productivas globales, sino también en nodos de articulación de regiones o fragmentos territoriales del interior” (Martner Peyrelongue, 1999: 107).

3. 2. 2. Características de los buques

Los cruceros son considerados como un destino en sí mismo, expresa Wood (2004), por lo cual las características que los mismos poseen actúan como factores decisores al momento de elegir una vacaciones en cruceros. Estas decisiones están influenciadas, en gran parte, por los atributos del barco que diferencian las vacaciones en crucero de otros productos de viaje expresa Whyte (2016: 42), “los atributos tangibles o intangibles específicos del crucero (...) atraen a los turistas a elegir unas vacaciones en crucero,

¹⁰Planteado como la integración de los diversos modos de transporte, donde el marítimo, el terrestre y en ocasiones el aéreo son coordinados e integrados en un solo sistema o red buscando eliminar ruptura y asegurando la fluidez entre los lugares (Martner Peyrelongue, 1999).

una línea de cruceros específica o un barco específico". Son muchas las clasificaciones que el buque puede adquirir dependiendo de la característica que se busque resaltar, de particular interés resultan su capacidad y segmento.

La capacidad remite a la cantidad de pasajeros y tonelaje (Tn) que el buque puede transportar. Esta información puede complementarse con el tamaño del crucero, el cual se mide determinando su eslora (longitud del buque), manga (anchura del buque) y puntal (la altura del buque medido desde la cara inferior del casco en su intersección con la quilla y la línea de cubierta principal). A medida que el tamaño de los buques aumenta, aumenta también la posibilidad de incluir un mayor conjunto de servicios, reflexiona De los Reyes Cruz Ruiz (2014) (



Figura 5).



Figura 5: Representación de los cruceros según su tamaño y capacidad

Fuente: Cohen (2019) en base a Esteve Pérez(2014)

En relación a esta característica son cuatro los tipos de cruceros que pueden diferenciarse:

- Pequeños: Cuentan con una capacidad máxima de 500 pasajeros y entre 2000 y 20.000 Tn. Están enfocados a personas que buscan un trato personalizado y con prestaciones de alto *standing*. Pueden considerarse, entonces, especializados abarcando los buques de lujo, propulsión a vela y especiales o expedición. Los horarios y programas diarios son más flexibles, con un nivel de servicio alto y espacios públicos más reducidos que en los grandes buques.

- Medianos: Tienen capacidad para alojar entre 500 y 1.500 pasajeros y entre 20.000 y 50.000 Tn. Estos buques presentan como característica ofrecer una amplia variedad de actividades. Su ruta más común es por el Mar Mediterráneo y hace uso de aquellos puertos donde las embarcaciones más grandes no pueden recalar.

- De gran porte: Su capacidad de alojamiento varía entre los 1.500 a 3.000 pasajeros y entre 50.000 y 150.000 Tn. Ofrecen actividades las 24 horas del día con opciones para diferentes grupos etarios. Su finalidad es ofertar una experiencia similar a la que puede experimentarse en los resorts de playas.

- Mega cruceros: En este grupo se encuentra la mayoría de las construcciones realizadas en la última década. Poseen dimensiones excepcionales con una capacidad que supera los 3.000 pasajeros y las 100.000 Tn. Al igual que la tipología anterior están preparados para ofertar todo tipo de servicios, son verdaderas ciudades flotantes.

La clasificación de los cruceros puede no estar basada en las características *per se* de los buques, sino centrar la atención sobre el perfil al cual está dirigido, en este sentido la OMT de la mano de Butler (2008) los diferencia en:

-Budget: Es considerado como el *low cost* de los cruceros, expresa el mencionado autor. Es liderado por un pequeño grupo de empresas que ofrecen precios más bajos y barcos más antiguos.

-Contemporary: Ofrece instalaciones tipo resort y pone foco en las actividades a bordo. Las empresas que lo conforman manejan una economía de escala lo que le ha permitido, a sus jugadores, consolidarse en este y otros sectores (Wood, 2004).

-Premium: Más sofisticado que el segmento anterior, centra el foco no solo en las amenidades a bordo, sino también en las excursiones en tierra como generadoras de beneficios. “El precio y el diseño del barco no son muy diferentes del sector contemporáneo, pero los mercados *premium* son, decididamente, para un segmento de población de mayor edad y exclusiva” (Wood, 2004: 135).

- Lujo: Enfatiza en los destinos y en las instalaciones a bordo. Ofrecen exclusividad con menor cantidad de pasajeros, habitaciones espaciosas y escasez de instalaciones para niños. El itinerario se focaliza en puertos y lugares no habituales, con una duración mayor a 10 días, les otorgan a las excursiones en tierra un lugar primordial.

3.3. LOS CRUCERISTAS EN JUEGO

Al pensar en el Turismo de Cruceros es imposible no asociarlo con la red relacional de actores que del mismo se desprende. Las estrategias de crecimiento y continuidad competitiva que desarrollan las líneas navieras no se concentran solamente en las características *per se* del buque, implica además construir una serie de vínculos con todos los actores que intervienen en esta práctica, entre ellos la demanda. Para entender el rol que juegan los visitantes de cruceros no alcanza con simplemente observar el crecimiento sostenido de los mismos, sino que, además, y fundamentalmente, debe pensarse y analizarse como agentes de transformación. Los cruceristas conforman ese grupo de actores extraños que, como expresa Bustos Cara (2001: 3) manifiestan su impacto de múltiples maneras “no es una mercancía, es un representante de otra sociedad, cargado de actitudes, información, subjetividad (...)”.

Tanto para las compañías navieras como para los puertos de destino, este grupo de actores conforman un factor clave para el desarrollo de la actividad. Su identificación y

participación, en la dinámica de poder que significa la práctica turística, dan lugar a un determinado modelo de desarrollo turístico, plantea Moscoso (2013), en especial cuando se reconoce que ha pasado de una forma de viajar dirigida a un segmento específico, a un producto asequible a diferentes perfiles y por lo tanto, con diferentes demandas. El sector de cruceros se ha adaptado a los gustos y preferencias del “nuevo turista”, quien además de haber cambiado sus valores y estilos de vida, incorpora un nuevo perfil demográfico, más independiente, experimentado y flexible al momento de elegir el destino y la organización del viaje (Poon, 2003 en: Martínez, 2012).

3. 3. 1. *El perfil del crucerista*

El Turismo de Cruceros sigue experimentando una demanda en crecimiento, Matesanz (2015: 1) como miembro de la CLIA expresa que el mismo apunta a continuar en alza ya que se considera una tipología con enorme potencial y con un mercado que tiene aún mucho para ofrecer, “los viajeros continuarán zarpando, los pasajeros de cruceros tienen la intención de seguir navegando y están muy satisfechos con las experiencias de cruceros (...)”. Esta afirmación se ve reflejada en el volumen de pasajeros de cruceros que año a año se incrementa, así cuando en el 2009 se contabilizó un total de 17,8 millones, en el 2013 ascendió a 21,3 y en el 2017 a 26,7 millones estimando para el 2019 un total de 30 millones de visitantes en cruceros (CLIA, 2019). Este dinámico crecimiento se espera que se extienda aún más a futuro, explican Brida *et al.* (2010) en especial en aquellas regiones que están desarrollándose fuertemente.

Dentro del sector de viajes a nivel internacional, el lugar que ocupan los cruceros es relativamente bajo, remarca De los Reyes Cruz Ruiz (2014b) sin embargo, se trata de un segmento que no deja de crecer en un entorno cambiante y complejo. Conforme la dinámica de los cruceristas va cambiando, se van generando nuevas estrategias que aseguran la continuidad de esta actividad, por ello la importancia de reconocer las principales características que engloban a los demandantes. No es fácil determinar el perfil de cruceristas, la movilidad turística atraviesa todos los rincones de este segmento, entre ellos las características de la demanda. La popularidad que adquirió, sumada a la diversificación de la oferta y accesibilidad lleva a que cada área tenga connotaciones distintas, sin embargo, es posible distinguir algunos rasgos comunes y conocer su dinámica.

El principal mercado que ha conformado tradicionalmente esta demanda es el norteamericano, quien mantiene incluso actualmente una distancia prudencial del resto. “El mercado fuente dominante para los cruceros sigue siendo América del Norte, con un nivel de aumento de alrededor del 3% por año, pero hay una base de clientes que

gradualmente está cambiando” (Rodrigue y Notteboom, 2013: 32), ejemplo de este dinamismo queda reflejado en los datos informados por CLIA (2019) donde el mercado chino se destaca por un intenso crecimiento llegando actualmente a ocupar el segundo lugar, antes liderado por Europa. “La distribución geográfica del turismo internacional dibuja una estructura en la que se comprueba cómo algunos países de destino concentran buena parte del turismo internacional y, a la vez, se observan unos flujos también muy jerarquizados” (Vera *et al.*, 1997: 103), esta situación se ve reflejada en el segmento de crucero, sin embargo y como bien se observa en el Turismo de Cruceros, estas pautas no son estáticas, se configuran y reconfiguran constantemente.

El turismo se mundializa, afirman los mencionados autores, ello genera cambios que lo van configurando a lo largo del tiempo y el espacio, cambios que conducen a generar “mudanzas” en el mapa del turismo. Así, si al principio el Turismo de Cruceros se apoyaba en personas mayores y jubilados, con ingresos estables acordes a la “élite económica” (De los Reyes Cruz Ruiz, 2014a), actualmente se observa un cambio en esta característica de los visitantes. El Turismo de Cruceros puede vincularse claramente con las nuevas tendencias (Tamayo Tamayo, 2003: 259) “no se trata de un viajero mayoritariamente de la tercera edad, su edad media se sitúa alrededor de los 49 años, de ingresos altos, generalmente en pareja, con educación universitaria y empleados a tiempo completo”.

Como expresa Bertoncetto (2002) el turismo se concibe como un derecho social y laboral, a la cual una amplia capa de la población logra acceder, esta característica comienza a verse a partir de la masificación del Turismo de Cruceros, que da como resultado la posibilidad de ampliar el perfil de la demanda interesada en disfrutar este tipo de viaje. El paradigma de las movilidades de hecho enfatiza que todos los lugares están ligados al menos en forma delgada. Redes de conexiones que se extienden más allá de cada lugar y significa que en ninguna parte puede haber una “isla” (Sheller y Urry, 2006). Así se observa, un aumento del número de pasajeros primerizos, adaptados a las disponibilidades del tiempo libre que buscan acceder a una experiencia interesante y variada en poco tiempo, más especializada y con la intención de acceder a paquetes de viajes más baratos.

Los cambios que van expresando los consumidores de este segmento del turismo están acompañados por una de las características del mundo actual, la fluidez. Su búsqueda voraz como reflexiona Santos (2000: 232-233), conlleva a la necesidad de estar constantemente en la indagación de objetos, lugares y destinos que la favorezcan. “No se trata solo de una categoría técnica, sino de una entidad socio-económica. No tendría las consecuencias actuales si, al lado de las nuevas innovaciones técnicas, no estuviesen operando nuevas normas de acción”. Por ello, a la par de las

transformaciones que se producen en el perfil de los cruceristas se proponen una serie de estrategias que apuntan a asegurar la continuidad de este segmento. Las mismas deben verse expresadas tanto en los buques, a través de su capacidad de pasajeros, duración, número de puertos base, destinos y actividades a bordo y en tierra (OMT, 2008 en: Esteve Pérez, 2014); como en los puertos de destino planteados, en su sentido más amplio, en los lugares turísticos no son meros contenedores de atractivos naturalizados y preexistentes, sino como ámbitos cuya condición turística deriva de procesos (Bertoncello, 2006a).

3. 3. 2. *La experiencia de los visitantes de crucero*

A partir de la práctica turística se integran distintos mecanismos de relación con el territorio. En el sentido más amplio, el fin último consiste en experimentar algo extraordinario, diferente a su experiencia doméstica cotidiana (Nelson Graburn, 1977 en: Cohen, 2005). De esta manera, se reconoce como plantea Bertoncello (2006) el papel que cumple la dimensión subjetiva, actuando como motivadores de la práctica turística otorgándole sentido, ya sea para cada individuo que lo practica, como para el conjunto de la sociedad. La dimensión territorial del espacio turístico caracteriza a una formación socio-espacial compuesta por dos tipos de espacios: el material o construido y el inmaterial basado en las imágenes y representaciones que se conforman en connotaciones mercantiles de la promoción turística sobre el espacio material (Cammarata, 2006). A partir de la complementación de ambos, la persona conoce y construye ese espacio y generará sobre el mismo vivencias que se traducirán en experiencias.

La experiencia es un término que cubre los varios modos en que una persona conoce y construye una realidad expresa Tuan (2001:9) “es una intencionalidad muy extraña que, por un lado, designa cualidades que se sienten en las cosas, en las personas, en el mundo y, por otro lado, manifiesta y revela la forma en que el ‘yo’ se ve afectado internamente”. Realiza un análisis centrado en el interés por el sujeto, por el individuo ante el medio material o mundo vivido. En este sentido, el concepto de lugar (vivido o sentido) es fundamental para ser analizado desde la experiencia, la intuición y la literatura (Pillet Capdepón, 2004).

El turismo se trata de una experiencia que combina el complejo conjunto de relaciones y fenómenos que se desprenden de su práctica, “los visitantes buscan oportunidades para participar en determinadas actividades dentro de ciertos entornos que les permitan lograr un conjunto de experiencias que les produzcan una serie de beneficios personales (Brown *et al.* 2007 en: Daverio, Mosti, Malmierca, Arcos y Arias, 2007: 2). En relación a esto Sharpley y Stone (2011: 3) proponen definir que “la

experiencia de ser un turista, resulta no solo de una combinación particular de experiencias provistas, sino también del significado que le otorga el turista en relación con su existencia sociocultural normal (la mayoría de las veces se considera en términos de la experiencia de la diferencia, la novedad o el 'otro'), y que puede estar mediado por las características del destino”.

Este tema adquiere, incluso, una mayor complejidad cuando al Turismo de Cruceros refiere resultado de la estrecha relación que se genera entre el buque y los puertos de destino. “Para las líneas de cruceros es muy importante que la experiencia del pasajero sea tan buena como para que no perciba diferencia entre los servicios que tienen a bordo con los servicios en tierra” (Brida *et al.*, 2010: 4). Como expresa Henthorne (2000 en: Andriotis y George, 2010), seleccionan puertos particulares, esperando brindar a sus clientes experiencias positivas, y están dispuestas a cambiar los itinerarios y/o eliminar puertos si un número excesivo de clientes no quedan conforme con la experiencia vivida. De ahí la importancia de que los destinos tengan que ofrecerle al pasajero las mejores condiciones para una experiencia agradable.

Uno de los componentes claves para comprender la experiencia es la motivación, la misma se plantea como un factor fundamental por ser detonante de la conducta humana y la principal explicación de por qué se genera la actividad turística (Fernández, García y Picos, 1997). Se trata de un concepto que se utiliza para “describir fuerza que actúa sobre o dentro de un organismo para iniciar y dirigir la conducta de éste (...), fuerzas que permiten la ejecución de conductas destinadas a modificar o mantener el curso de la vida de un organismo” (Palmero, 2008: 2).

El turismo como práctica social ofrece respuesta a necesidades y valores adquiridos en una sociedad determinada. Una vez que han sido activadas y aplicadas a un destino turístico, la motivación constituye un parámetro mayor en la generación de expectativas las que, a su vez, determinan la actuación sobre la percepción de productos y servicios, como así también de experiencias (Gnoth, 1997). Los turistas viajan porque son empujados por variables internas o bien porque son atraídos por fuerzas externas del destino (Fernández *et al.*, 1997), un estado mental significativo, que dispone adecuadamente a un actor o un grupo de actores para viajar (Dann, 1981).

Las representaciones que motivan el viaje no son las mismas que compartirán al regreso a sus hogares, reflexiona Bertonecello (2006), entra en juego entonces otro factor fundamental en la construcción de la experiencia, la satisfacción. En relación a ella Palmero (2008: 12) argumenta que “si se quiere delimitar con mayor precisión el proceso de motivación hay que analizar (...) que ocurre desde que un estímulo es detectado (...), hasta que se consigue, bien el objetivo y/o la satisfacción de la necesidad, bien el eventual fracaso”.

Se la puede considerar como un juicio de naturaleza cognitiva o de carácter afectivo que deriva de las experiencias del individuo, proponen (Fernández *et al.*, 1997). Sin embargo, también comprende las facultades del intelecto y la voluntad asegura (Dann, 1981: 204). Por lo tanto, es posible comprender como un viaje puede resultar placentero en un momento dado, pero no cumplir las expectativas en otro ya que “las circunstancias pueden haber adquirido un significado diferente debido a una alteración en la clasificación de las necesidades motivacionales”. Entender esta afirmación respecto a la satisfacción es crucial, porque como plantea Cammarata (2006) pone en conocimiento que quienes se relacionan, apropian y consolidan en el territorio responden a necesidades cambiantes y dinámicas.

En este contexto en donde se posiciona la subjetividad como elemento clave para entender el significado de los destinos turísticos, la percepción se plantea como otro componente central. Se trata de un concepto más complejo que un simple mecanismo para ver el mundo que nos rodea (Nogué i Font, 1992). Es la forma en que los sujetos sociales aprehenden los acontecimientos de la vida diaria, ella depende de dos factores fundamentales: el aprendizaje y experiencia generada a lo largo de la vida y la percepción y el conocimiento heredado. Estos elementos no son iguales de un individuo a otro, por lo cual, la percepción en relación a un determinado acontecimiento va a ser particular, ya que los individuos perciben el mundo exterior según el mundo interior propio.

La percepción está, entonces, atravesada por un marco referencial propio e individual, resultado de la experiencia y de la cultura, así como también de las expectativas, aspiraciones y valoraciones que estos generan (Daverio *et al.*, 2007). Se perfila como una estrategia para comprender el turismo y su importancia social, rescata Bertonecello (2006), yendo más allá de la tradición en los estudios del turismo que se han concretado en su aspecto económico y lo han subordinado a los designios del marketing y la publicidad.

Desde esta mirada, la experiencia se construye como resultado de una serie de factores que no se circunscribe solo a la mirada general y superficial de cada uno de ellos: la motivación como una fase previa en donde se opta por el producto, la satisfacción como el resultado final y la percepción como la forma en la que se ve el/los destino/s. La experiencia se expresa como un proceso complejo del cual dependerá fuertemente la relación que los turistas en general y los cruceristas particularmente logren establecer con el territorio.

3. 3. 3. Desterritorialización versus Territorialización del Turismo de Cruceros

Como bien expone Carvalho *et al.* (2011: 443) “al apropiarse de los territorios, la actividad turística se convierte en uno de los principales agentes intervinientes de la dinámica de las relaciones sociales previamente establecidas, engendrando un proceso dialéctico de producción de nuevas territorialidades”. Para el caso del Turismo de Cruceros, tradicionalmente se ha planteado como una práctica que inherentemente es desterritorializada. Esto es así porque, como expresa Martínez (2012: 60), la actividad de los cruceros siempre se ha reflejado como “un ejemplo representativo de no-lugar, a-histórico y sin identidad, como destinos deterritorializados, que promueven experiencias estandarizadas y que reproducen espacios en los que el turista se siente seguro”.

Otro de los factores que llevan a pensar en este sentido es su relativa libertad de la regulación política con la que se maneja, su capacidad para recurrir a un grupo mundial de trabajadores, la desconexión de la ubicación territorial de sus buques, su menor dependencia de los puertos de llamada específicos, ya que el propio barco se ha convertido en el destino, y así sucesivamente (Wood, 2000). Sin embargo, si bien como reflexiona el mencionado autor, la actividad de cruceros expresa la reestructuración económica global promoviendo nuevas formas de desterritorialización, también construye un proceso de territorialización. Esto responde en parte a la característica de red que con este concepto se destaca en donde, como plantea Blanco (2007), se produce una selectividad territorial conformada por puntos y canales que, al elegir unos, desecha otras.

Las formas de una movilidad rápida tienen efectos radicales sobre la experiencia concreta que las personas hacen del mundo moderno y, por lo tanto sobre la producción de la subjetividad (Lash y Urry, 1998). El turismo se circunscribe a este fenómeno porque, además de que su esencia plantea la necesidad indiscutida de desplazamiento local, regional o planetaria para que la práctica pueda desarrollarse, la movilidad se reflexiona desde su aspecto más amplio. Como expresan Coles, Duval y Michael (2005: 188), “su caracterización y clasificación son indudablemente acciones dinámicas y complicadas (...) insinúa una multitud de diferentes tipos de movilidades (...) circulación de capital en todas sus manifestaciones y formas, el capital social, los derechos de transferencia del conocimiento y de la propiedad intelectual, el poder y la coerción y, quizá la más obvia, el movimiento humano”.

Se incluyen, entonces, elementos materiales e inmateriales que permiten expresar al espacio como un conjunto de flujos y de fijos. Como lo explica Santos (2000) los elementos fijos o fijados, permiten acciones que modifican el propio lugar y los flujos,

resultado directo o indirecto de estas acciones, recrean condiciones ambientales y sociales que se instalan en los fijos. Ambos, interactuando, expresan la realidad geográfica, los primeros cada vez más artificiales y anclados al suelo, los segundos, cada vez más diversos, amplios, numerosos y rápidos, expresa el mencionado autor.

Desde este marco la movilidad, bajo la mirada del turismo requiere, por un lado, de la materialidad de los lugares, como refiere Vereda (2014), de la concentración de recursos territoriales para el manejo de la dispersión y la movilidad, lo cual implica involucrar aquella infraestructura inmóvil que sirve para la organización del movimiento de los flujos. Por el otro, Cohen (2005) rescata las afirmaciones que realiza Urry (2000) y expresa que en el marco de la globalización se vislumbra una movilidad sin precedentes, de personas, bienes, capitales, información y cultura. Esto plantea “el desplazamiento de los turistas en el territorio en articulación con las múltiples formas de desplazamiento que caracterizan a las sociedades actuales” (Bertoncello, 2010: 19).

En este sentido, los cambios que se desprenden en relación a la movilidad, atraviesan a los destinos turísticos desde diversos factores que tienen una incidencia directa en la configuración y posibilidad de incorporación, de ese territorio, a la práctica turística. Como parte de un conjunto de circunstancias que influyen en el desarrollo turístico Vera *et al.* (1997) los distinguen en tres: los espaciales, que plantean la distancia física entre los lugares de origen y destino; los ambientales referidos a la valoración social de recursos o atractivos para ser luego convertidos en producto turístico y, por último, los dinámicos que representan al conjunto de avances tecnológicos en comunicación, transporte, servicios, entre otros, así como también, la situación geopolítica y el papel institucional que influye en la localización de las actividades turísticas.

Cuando se habla de cruceros, Butler (2008) destaca que, no se trata solo de la experiencia en el buque, sino que la misma implica una serie de elementos que ponen en manifiesto la estrecha relación que existe entre la travesía en crucero y los destinos visitados. La movilidad turística de los cruceros se ve subordinada al juego de relaciones que plantea Santos (1986) en donde las variables proceden sobre todo desde centros de decisión cuyos objetivos no son necesariamente coincidentes y están situados en diversos puntos del país. El sentido de “matriz decisional externa” que es reiteradamente propuesto por Boisier (1997; 1998; 2005) se ve claramente expresado en el Turismo de Cruceros.

Los cruceros, no solo generan un transporte efectivo, seguro y con tiempo definido, sino que además modifican la visión sobre el espacio, antes reducido a una comarca y redefinen el tiempo, haciendo posible viajar de un extremo a otro, algo muy difícil décadas atrás Villar (2012) ubica a los territorios en un ámbito fuertemente competitivo

y, según Boisier (1996: 18) “a medida que la competencia mundial se intensifica es más difícil lograr y conservar ventajas comparativas. La fuerte competencia y estrecha cooperación tienden a alentar la eficiencia y la innovación como factores fundamentales para conservar las ventajas comparativas en un mercado mundial en constante evolución”. En este sentido, está en el territorio la decisión de como operar esa matriz y poner en valor las repercusiones que el crucerismo genera pensando al mismo como un segmento completo y complejo que está dirigido a un público con intereses y perfiles diversos (Brida *et al.*, 2010).

3. 4. RELACIÓN BUQUE DESTINO

Los niveles superiores condicionan, pero no controlan las actividades de las unidades situadas a niveles más bajos, expresa Boisier (1996). El producto que la naviera ofrece en el mercado lo constituye la suma del buque más el itinerario/región. El itinerario, a su vez es la suma de varios destinos/puertos. Por ello, el papel de los destinos y de las organizaciones nacionales de turismo es de gran relevancia (OMT, 2008). Los subsistemas de mayor jerarquía están estrechamente vinculados a procesos en gran escala o a los aspectos más amplios de la conducta del sistema completo, sin embargo, es el territorio el que decide como operar ante una práctica turística que esta exógenamente determinada.

Cómo expresan Vereda y Daverio (2011) aunque el crucero sea en sí mismo una atracción, las posibilidades de consumir los bienes patrimoniales asociados a los destinos y diferentes tipos de servicios también se relacionan con la motivación de viaje del crucerista. “Aunque el turismo de cruceros puede entenderse como una tipología de resort en constante movimiento, está demostrado su destacado impacto en los principales destinos en los que realiza sus escalas” (Garay Tamajón y Cánoves Valiente, 2012: 258). Dentro del diseño de un crucero el puerto se entiende en un doble sentido, es infraestructura portuaria con sus servicios, pero también es la ciudad y el entorno donde está situado, es decir, el destino turístico como tal (Yepes, Esteban y Serra, 2000).

3. 4. 1. *El puerto como zona de operaciones*

Cuando Santos propone concebir al Espacio Geográfico como un sistema de objetos y de acciones, es posible establecer su conexión con el concepto de redes, pues el sistema de objetos asociado a la infraestructura está estrechamente vinculado con un sistema de decisiones, o acciones, que actúa dialécticamente con el de objetos (Blanco, 2007). Estas relaciones se expresan en el territorio, donde los flujos y fijos lo atraviesan

constantemente y en todas las direcciones. En este marco se piensa el puerto como zona de operaciones, como un recorte espacial que involucra una gran diversidad y complejidad de actividades, concebido no solo como un recorte espacial que actúa como soporte de las dinámicas territoriales, sino como un recinto mayor, más complejo y polivalente. Como un representante de las relaciones e interacciones que los flujos y fijos entablan en el territorio.

Estos espacios litorales han adquirido mayor relevancia al constituirse en nodos principales de articulación de redes productivas crecientemente globalizadas, plantea Martner Peyrelongue (1999). Con una función que va más allá de ser simples espacios de intercambio modal, los puertos contribuyen al desarrollo de los países, no solo porque juegan un papel esencial en el tráfico exterior sino, también, porque actúan como promotores de crecimiento de las áreas en las que están emplazados, promoviendo el tráfico mismo, generando ingresos, creando empleo, entre otros (Rúa Costa, 2006). “El puerto es frontera geográfica, tecnológica y cultural, por eso es un punto de ruptura, pero, a la vez, es lugar de encuentro, es intersección de rutas comerciales y zona de confluencia de ideas, valores y tecnologías de origen diverso” (Martner Peyrelongue, 1999: 104).

En la actualidad el puerto es definido como “un conjunto de espacios terrestres, aguas marítimas e instalaciones complementarias al servicio de los buques, integrando su actividad dentro del sistema general de transporte comercial y de viajeros” (Estepa Montero, 2012: 328). En estrecha relación con este concepto se encuentra el de tráfico portuario, el cual es entendido por el mencionado autor como “el conjunto de operaciones de entrada, salida, atraque, desatraque, estancia y reparación de buques en puerto y las de transferencia entre éstos a tierra y a otros medios de transporte” (2012: 329). La heterogeneidad del espacio y diversidad de actividades que de aquí se desprenden exigen la existencia de infraestructura, organización y gestión para que las operaciones necesarias puedan efectuarse.

La actividad portuaria y los servicios prestados por el puerto han ido cambiando a lo largo del tiempo, en su forma, en el tipo y en el número de los mismos, pero siempre ajustándose a las necesidades que se le imponen a fin de responder a las exigencias de sus usuarios y clientes (Estrada Llaquet, 2007). Se han convertido en verdaderos centros de valor añadido, expresa Rúa Costa (2006), integrados en las cadenas logísticas de producción, transporte y distribución, no son un mero eslabón más en la cadena del transporte, sino que conforman un entorno productivo y logístico de gran importancia para el desarrollo de actividades industriales, turísticas, de negocios, entre otras.

Desde este punto de vista los puertos adquieren diferentes clasificaciones tales como pesqueros, industriales, de pasajeros, militares, entre otros, sin embargo, en general la mayoría de ellos son de tipo mixto, donde conviven diversas funciones y especializaciones. En este sentido, el puerto no solamente debe facilitar la conectividad entre los modos de transporte que confluyen en él, sino que, además debe permitir y potenciar la perfecta integración entre tales modos (Estrada Llaquet, 2007). “En el puerto de la globalización el tiempo re-valoriza al espacio, le da contenido, forma y sustancia como lugar diferenciado que permite enlazar y, a la vez, marcar diferencias (...)” (Martner Peyrelongue, 1999: 108).

3. 4. 1. 1. *La modalidad del puerto en el Turismo de Cruceros*

En el tráfico de cruceros, el puerto es muy importante en todas las etapas de la operación del buque de crucero (Esteve Pérez *et al.*, 2016). No solo deben considerarse las actividades que se desarrollan en el propio puerto, sino además la influencia que estas tienen sobre el transporte. “Un puerto de cruceros es el área donde la interfaz entre el mar y los modos de transporte terrestre se lleva a cabo, y como tal es un nodo de transporte intermodal. Los pasajeros embarcan y desembarcan del buque de crucero y son remitidos a/desde el hinterland con el uso de modos de transporte disponibles entre el hinterland y el puerto” (Esteve Pérez, 2014: 90).

Existe una relación de interdependencia entre los puertos de cruceros y los buques, lo que conlleva a establecer estrechas y complejas articulaciones que impiden pensar al mismo como un componente aislado de esta práctica turística. Es necesario, entonces, tener en cuenta el papel del puerto dentro de la cadena logística, ser conscientes de la incidencia de la actividad del puerto aguas arriba y aguas debajo (Estrada Llaquet, 2007). En este sentido los puertos de cruceros pueden diferenciarse, según la modalidad que adquieren, en: Puerto Base y Puerto de Escala. Si bien actualmente se observa una tendencia hacia su hibridación, aún son claras las diferencias entre ambos tipos y su relación con la explotación portuaria, expresan Yepes *et al.* (2000), debido a que aún son escasas las rutas de cruceros con recorridos regulares que permiten embarcar y desembarcar pasajeros en cada uno de los destinos.

La decisión de las navieras de hacer escala en un puerto, e incluso de establecerlo como Puerto Base depende de varios factores, los cuales determinarán si el mismo es atractivo para ser incluido en el itinerario de los cruceros, reflexiona al respecto McCalla (1998 en: Esteve Pérez *et al.*, 2016).

Las competencias comparativas que posee un puerto siempre están presentes al momento de incluir al mismo en el itinerario de cruceros. Factores como la proximidad y accesibilidad a los mercados emisores y a los puertos que conforman el itinerario, así

como las características naturales del puerto, son consideradas en el análisis por parte de las navieras. Sin embargo, las ventajas competitivas son las que efectivamente distinguirán al puerto, pues difícilmente serán incluidas al circuito si los mismos no pueden responder a las necesidades que sean demandadas por las empresas de cruceros.

De estas características dependerá el rol que juegue el puerto en el itinerario. En este sentido, el Puerto Base, también denominado *hub port*¹¹ o puerto de embarque, posiciona a los buques en el inicio y/o finalización de su recorrido, actúa como un lugar central de consolidación y dispersión de pasajeros desde/hacia sus países de origen (Esteve Pérez, 2014). Además, Yepes *et al.* (2000) reflexionan que los mismos requieren condiciones técnicas u operativas que faciliten el embarque y desembarque de pasajeros, así como la prestación de servicios técnicos y de aprovisionamientos básicos e imprescindibles. No sólo deben diseñarse instalaciones típicamente portuarias con los atraques; amarres y su disponibilidad, sino además las comunicaciones con los aeropuertos, las terminales de transporte terrestre y otras.

Cumple entonces con funciones de gran relevancia relacionadas con el posicionamiento de los buques, con el abastecimiento de los servicios que puedan ser demandados y con los servicios conexos al *hinterland*, Daverio 2002 (en: Jensen y Daverio, 2004) menciona:

- Transporte aéreo y alojamiento para los pasajeros y tripulaciones.
- Venta de pasajes, Transferencia de equipaje.
- Muelle comercial, rada, muelle para embarcaciones menores.
- Provisión de agua potable, energía eléctrica, combustible y lubricante, recolección y tratamiento de residuos.
- Practicaje, estiba y servicios de serenos.
- Agencias marítimas y proveedores marítimos, información turística, agencia postal de correos.
- Elementos mecánicos, asistencia médica, teléfono.
- Servicio de seguridad, aduana, migraciones, depósito fiscal, seguridad en la navegación.

Desde esta perspectiva, un Puerto Base puede explicarse como propone Martner Peyrelongue (1999: 113), como un nodo de integración territorial que fortalece las vinculaciones hacia el interior, “tiene una doble función, por una parte, se integra a procesos globales desde su posición específica y diferenciada, es decir, como ámbito local, y, por otra, articula las regiones interiores con los procesos globales”.

¹¹ Se traduce en español como Puerto Concentrador

El Puerto de Escala el cual también adquiere el nombre en inglés *port of call*, por su parte, si bien puede poseer muchas de las características de un Puerto Base, al adoptar un papel intermedio dentro del itinerario no está obligado a cumplir con todas ellas. Esto no significa que su rol sea de menor importancia en el itinerario, sino todo lo contrario. Estos puertos ofrecen algo más que posibilidad de acomodar el barco, su característica fundamental radica en su componente como nexo de los atractivos turísticos que se desarrollan en tierra expresa (Esteve Pérez, 2014). “Un requisito clave del puerto de escala es que la infraestructura de transporte terrestre para que los taxis y los autobuses lleven a las personas desde el barco hasta las zonas de atracción interiores, sea adecuada” (Marti, 1990: 161).

En el conjunto de puertos de escala que conforman el circuito, puede haber una “mezcla de puertos” expresa Esteve Pérez *et al.* (2016), en donde se distingan los puertos populares que responden a aquellos con una reconocida fama mundial y los puertos atípicos, referido a aquellos que no son especialmente conocidos pero que ofrecen la sensación de descubrir nuevos “tesoros”. El puerto como espacio privilegiado para la generación de relaciones globales se convierte en un elemento estructurado del territorio, expresa Martner Peyrelongue (1999), posibilitando el despliegue de redes y corredores. En este sentido, no todos los nodos juegan el mismo rol e incluso en ocasiones quedan zonas que, si bien forman parte de la red, están imposibilitadas de participar en ella, generándose un “efecto túnel”, que plantean espacios donde no hay paradas ni puntos de acceso a la red aunque esta pase por ese territorio (Blanco, 2007).

Los factores que influyen en esto están fuertemente relacionados con las ventajas comparativas y competitivas que poseen los puertos. Su condición se plantea no desde la necesidad de conseguir más tráfico, sino de alcanzar un grado sostenible de valor añadido, en relación con los recursos y con el esfuerzo incorporado (Estrada Llaquet, 2007). “La presencia de suficientes infraestructuras portuarias, la ausencia de un uso intenso que puede llevar a congestiones e interrupciones de los procesos, y la modernización de infraestructuras y procesos para proporcionar eficientes y eficaces servicios portuarios son claves para la inclusión de un puerto como parte de un itinerario” (Esteve Pérez *et al.*, 2016: 4).

3. 4. 2. *El hinterland turístico*

El *hinterland* tradicionalmente ha sido definido como “un área geográfica influida o abastecida por los establecimientos económicos y de servicios de una ciudad con la que mantiene interrelaciones más estrechas que con otros centros poblados (...)” (Rojas López y Gómez Acosta, 2010: 159). Se trata del área de influencia del puerto alrededor del mismo, expresa Rúa Costa (2006) el cual va perdiendo intensidad a medida que se

aleja y entran en competencia otros nodos de conexión. Esta interacción permite pensar al *hinterland* desde las potencialidades que posee para responder a la dinámica portuaria y la posibilidad de que se genere lo que Santos (2000) expresa como “guerra de lugares”, en relación a la capacidad de cada localidad de aprovechar sus ventajas comparativas, pero también a crear nuevas que le permitan mantenerse o bien posicionarse como espacios activos y atractivos con capacidad de desarrollo. El rol y protagonismo que adquiera el *hinterland* depende fuertemente de la relación que logre establecer con el puerto y con su *foreland*¹², por ello la importancia de entender a los mismos desde su compleja interdependencia.

Cuando la relación entre el *foreland*, el puerto y el *hinterland* es débil, las zonas costeras se plantean como espacio desvinculados de las regiones interiores y se expresan en el territorio como puntos de quiebres, de fronteras rígidas que impiden enlazar estos espacios. En un contexto de globalización es necesario un cambio en el sentido de relación que estos espacios establecen donde las terminales marítimas actúen como verdaderos nodos de conexión de flujos. “El puerto de la apertura y la globalización revaloriza su localización territorial, en tanto fortalece su posición como nodo de enlace, como lugar de encuentro y de articulación entre espacios del interior y del exterior” (Martner Peyrelongue, 1999: 106-107).

En el turismo de cruceros el *hinterland* resume espacialmente el alcance de las prácticas recreativas y turísticas (Mosti, 2010). En palabras de Vera *et al.* (1997) la idea de un territorio adyacente no solo es un hecho espacial sino que se sustenta también en criterios de competitividad turística, en la necesidad de generar interrelaciones de cooperación y competencias en el entorno territorial. Los autores lo asocian con el concepto de traspais el cual implica diferenciar, dentro de las regiones turísticas, las áreas de especialización en contraposición con espacios colindantes que se van abriendo al turismo a medida que progresan los procesos de difusión de la actividad. Así, “desde la noción de traspais turístico una primera cuestión es la existencia de un núcleo maduro de especialización turística (...) desde el que irradian influencia e interrelaciones con su entorno (Vera *et al.*, 1997: 132).

En este sentido es pensado el *hinterland* turístico, como el área geográfica disponible para ser visitada por los pasajeros de cruceros durante su estadía en la ciudad puerto, asociando el concepto con los atractivos turísticos que cada destino posee (Esteve Pérez, 2014). Sin embargo, en la actualidad y como expresa Estrada Llaquet (2007), la competencia portuaria es regla habitual y las cadenas logísticas en las que se integran

¹²El término refiere al núcleo focal costero, en el cual el puerto mantiene los vínculos comerciales (Cole y Villa, 2006 en: Mosti, 2010). Corresponde a la zona de influencia externa.

los puertos, como nodos esenciales, compiten entre sí en la búsqueda para mejorar su posición competitiva. En este marco la relación que establezca con su área de influencia puede definir la articulación y vinculación con el territorio.

Según esta relación el *hinterland* puede distinguirse en dos tipos (Figura 6), el primario o cautivo que representa aquellos espacios que se conforman como única terminal del transporte marítimo, en él se asume que el tráfico pasará por esa terminal porque es la más próxima y no existen alternativas competitivas, plantea Esteve Pérez (2014). Tal situación otorga a los puertos cierta estabilidad y una relativa importancia con el ámbito regional y local más próximo (Martner Peyrelongue, 1999). Por su parte el *hinterland* competitivo refiere a los espacios en donde se entrecruza la influencia portuaria, lo que lleva a describir áreas en donde los puertos deben competir con otras terminales para captar los flujos (Rodrigue, Comtois y Slack, 2013).

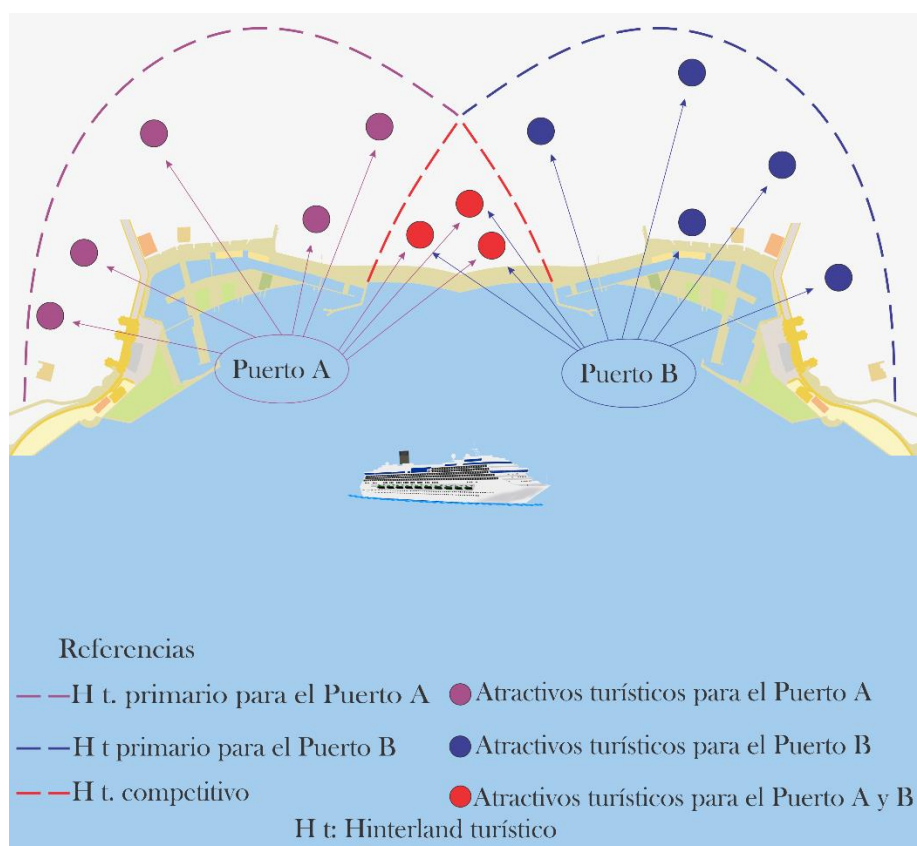


Figura 6: Representación del *hinterland* turístico

Fuente: Cohen (2019) en base a Esteve Pérez (2014); Martner Peyrelongue (1999) y Rodrigue et al (2013)

3. 4. 2. 1. El proceso de construcción de la atraktividad

Factores endógenos y exógenos configuran el *hinterland* turístico atravesado por la fuerte competitividad de los mercados y las exigencias de la demanda, lograr potenciar

las capacidades propias de cada territorio es fundamental para que la práctica turística genere desarrollo. El conjunto de ciudades portuarias y sus respectivos *hinterlands* turísticos delimitan lo que puede ser visitado por los cruceristas, que junto a los servicios ofertados en el buque, enmarca las experiencias y actividades susceptibles de ser realizadas (Esteve Pérez, 2014). En este marco se destaca la importancia que representan los atractivos turísticos, los cuales advierten las complejas formas de apropiación que sobre el territorio se realizan.

Se deja de lado la conceptualización tradicional que plantea que los atractivos son resultados inherentes a los objetos, el cual se transformara en tanto se cumplan ciertos pasos que permitan su valoración. Si así fuera, su descubrimiento estaría a cargo de quienes detentan un saber en la materia, expresa Troncoso (2008: 81) lo que significa que “este tipo de concepciones otorga un rol pasivo a quienes producen y consumen los atractivos”. Un espacio no es ontológicamente turístico, para que el mismo adquiera tal significado debe responder como objeto de interés turístico, poseer una serie de recursos turísticos territoriales, hacer efectivo su aprovechamiento y generar procesos identitarios, es decir, reconocer el papel central que tiene la subjetividad para la motivación de la práctica.

En este sentido los atractivos forman parte de un proceso de construcción social, como expresa Bertoncetto (2006b) y pone el acento en la trama y la dinámica social que explican la valorización de sus características (Troncoso, 2008). Esta forma de entenderlos implica considerar su significado dinámico de manera tal que “la condición de atractivo turístico asignada (...) no es una condición inherente a dicho rasgo sino una asignación social resultado de un proceso social que conduce a otorgarle una valoración positiva que concita el interés por utilizarlo o conocerlo, transformándolo de este modo en un atractivo turístico” (Bertoncetto, 2008: 7). Esta afirmación implica reflexionar en relación a quienes forman parte de su construcción.

En toda práctica social las relaciones que se generan con el Espacio Geográfico son diferentes en función de las vivencias que los grupos sociales obtengan y los vínculos que adquieran con las acciones culturales desarrolladas por una comunidad (Carvalho *et al.*, 2011). Para el Turismo de Cruceros esto no es una excepción, incorporando en el puerto y su *hinterland* actores que se consideran elementos claves en la configuración del mismo. Como explica Blanco (2007), no todos juegan los mismos roles, ni ocupan el mismo nivel, pero de la voluntad de los actores para establecer relaciones entre ellos, de la capacidad de trabajar en forma conjunta y coordinada en pos de mejorar las condiciones del territorio depende, en gran parte, la posibilidad de que el Turismo de Cruceros aporte al desarrollo de un territorio (Rodríguez y Fernández, 2009 en: Moscoso, 2013).

En este sentido el *hinterland* turístico se ve atravesado por un proceso de valoración, apropiación y transformación diferencial, donde con las “nuevas formas de elegir y reconstruir los lugares con atractivos, se participa de la apropiación de territorios que se despegan del lugar para transformarse en símbolos de consumo y focos de atracción social, en cuyos desplazamientos aparece la mercantilización conjuntamente con otras instancias de intercambio social” (Cammarata, 2006: 359). El turismo representa no solo una actividad sino también y, especialmente, un instrumento de transformación territorial, porque incorpora al turista, un actor externo a la sociedad receptora que está cargado de actitudes, información y subjetividad (Bustos Cara, 2001). Hiernaux (2008) señala que la demanda se hace cada vez más específica, marcada por nuevas exigencias, nuevos productos, nuevos imaginarios o nuevos espacios, donde el turista se impone cada vez más como un determinante para que el destino pueda desarrollarse.

La ‘mirada del turista’ expresada por Urry (2004 [1990]) plantea que no hay una sola mirada y forma de apropiación del territorio; ésta varía según la sociedad, el grupo social y el período histórico, en este sentido, la relación se construye y reconstruye constantemente. Estos actores si bien no forman parte *per se* del territorio configurado como destino, el poder de apropiación simbólica que ejercen en ese espacio es significativa (Moscoso, 2013) ya que como expresa González y Mendieta (2009), los cambios en los valores y el comportamiento del turista son determinantes en el mercado competitivo y se puede decir que tienen la capacidad de cambiar la dirección del turismo. “En la definición de los atractivos y la selección de lugares de destino turístico se reconoce que tienen un papel central las dimensiones subjetivas que motivan la práctica turística y le otorgan sentido, ya sea para cada individuo que lo practica, como para el conjunto de la sociedad” (Bertoncello, 2006: 206). Reconocer esta faceta implica aceptar que la consolidación de un destino turístico resulta en función de una mirada foránea, afirma Bertoncello (2008), siendo los intereses y valores desde donde vienen los turistas un factor fundamental en la construcción de la atraktividad.

En este proceso de construcción de la atraktividad surge el término de autenticidad el cual se asume desde la experiencia vivida por los turistas. Lo que se propone no es encontrarse con un elemento legítimo u original, sino que “quiere llegar detrás del decorado turístico, traspasar las fronteras psicológicas, de clase, de idioma, sociales para acceder al mundo real del lugareño” (Villar, 2012: 86). En este sentido, no es la autenticidad *per se* de los elementos lo que incentiva sino la diferenciación existente entre la práctica cotidiana del lugar de residencia y la del destino turístico (Urry, 1996 en: Almirón, 2004). Al fin y al cabo, “la autenticidad buscada por el turista no necesariamente tiene que coincidir con la materialidad forjada en un área (...) tiene más que ver con el cómo se percibe una experiencia y artefacto, qué valores admirables secontemplan

encarnados en ellos y con qué estética son expresados (...)” (Santana Talavera, 2002: 15).

En la definición de los atractivos, se reconoce entonces el papel central de la dimensión subjetiva, afirma Bertonecello (2006a: 206), es lo que le da sentido donde “las percepciones y representaciones, en las creencias y los imaginarios (...) se perfilan como una estrategia fecunda para comprender el turismo y su importancia social (...)”. No se desconoce que existen ciertas ideas que se crean, difunden y se comparten por un colectivo, pero como expresa Troncoso (2008) el consumo de los atractivos turísticos varía de una persona a otra, lo que permite otorgarle una posición activa a la selección de imágenes y simbología en la construcción de los atractivos.

Los actores exógenos promueven miradas y expectativas en función de su propia historia cultural y social, pero la valoración turística no se ve atravesada solo por ellos, sino que en su activación territorial entran en juego también los actores internos, que participan en la toma de decisiones en el espacio de destino. “Las sociedades receptoras juegan un papel fundamental en estos procesos de definición de atraktividad turística y lo hacen a partir de sus propios objetivos, intereses e ideologías” (Bertonecello, 2008: 8). El turismo se refleja como un elemento diferenciador y socialmente diferenciado, pero también según afirman Hiernaux, Cordero y Duynen Montijn (2002) es un factor de integración / desintegración de las poblaciones locales. A partir de él, se llevan a cabo diferentes actividades económicas las cuales actúan como importantes consumidores del espacio generando significativas transformaciones socio-espaciales.

La predisposición de la comunidad local ante la práctica turística puede definir, también, el éxito o fracaso de un destino, al participar en el desarrollo de la actividad turística, y al mismo tiempo, el fenómeno turístico contribuir en su transformación. Por ello, el turismo debe ser parte de las aspiraciones y objetivos de la comunidad receptora, tomando siempre como referencia los valores, ideales y estructuras sociales y económicas previas de la misma (Conti y Cravero Igarza, 2010).

El papel que mantiene es muy importante por dos razones, asegura Monterrubio (2009), por un lado, tal vez como parte ordinaria de su vida, provee los servicios necesarios para satisfacer las necesidades de los visitantes ya sean fisiológicas (hospedaje y alimentación), de recreación, de consumo e incluso sanitarias y bancarias. Por otro lado, en algunos casos participa en la oferta de servicios generados, siendo responsable de producir y gestionar los mismos. La idea no es solo garantizar buenas condiciones para las empresas turísticas y satisfacer al turista, sino también tener en cuenta las cualidades de un lugar, que las comunidades locales logren alcanzar un modelo de desarrollo endógeno que le reporten beneficios a nivel social, ambiental, económico y cultural (Moscoso, 2013).

Puede decirse entonces que las capacidades de intervención de los distintos actores son fundamentales para comprender el proceso de definición de atractividad y en donde ocurrirán los mimos. “Intereses económicos y políticos, intereses grupales y concepciones del mundo se articulan en acciones concretas que desembocan en las formas específicas que adquiere el proceso de definición de atractivos de cada lugar” (Bertoncello, 2008: 9).

3. 4. 2. 2. *Los recursos territoriales y su transformación en atractivos turísticos*

La atractividad como elemento estructurante de la actividad turística es una “construcción social”, aseguran Almirón, Bertoncello y Troncoso (2006), va más allá de la mera existencia de atributos en el territorio, sino que la misma se forma a partir de la combinación de estos últimos con ciertas cuestiones ajenas al espacio soporte de los atractivos. No se desconoce, sin embargo, que dicha construcción tiene una cristalización en el espacio que es expresada a través de la apropiación y valoración de los recursos territoriales turísticos. Los mismos son definidos por la OMT como “Todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y la satisfacción de las necesidades de la demanda” (Barrado Timón, 2011: 49). En ellos se ubican los diferentes componentes geográficos de origen natural o humano que son susceptibles de ponerse en valor.

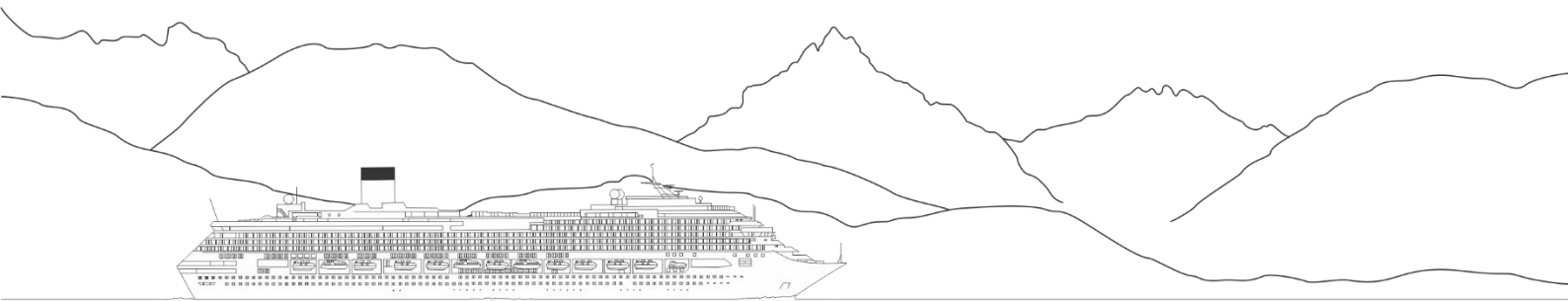
La clasificación de los recursos territoriales turísticos varía considerablemente en función del investigador que la aborde. El autor Callizo Soneiro (1991) propone una división en dos grupos, el primero corresponde a los naturales e incluye estrictamente a los elementos que de allí provienen (relieve, clima, recursos forestales y recursos hídricos y el mar); el segundo está relacionado con los hechos del hombre y refiere a los factores en los cuales se reflejan las complejas interrelaciones sociales, económicos, técnicos, culturales, políticos y de información. Vera *et al.* (1997) incorporan a esta clasificación a los factores socioeconómicos y políticos, e incluyen aquí a todos los elementos de naturaleza económica y política que intervienen en el desarrollo turístico.

Más allá de la caracterización que pueda adquirirse, Navarro (2015) destaca que se trata de un aspecto funcional, donde el desplazamiento resulta un efecto que se genera siempre y cuando se considere el contacto con el mismo, satisfaciendo alguna necesidad, demanda o deseo, fundamentada en su valoración. Desde el Centro Interamericano de Capacitación Turística de la Organización de los Estados Americanos (CICATUR/OEA) se proponen tres indicadores que definen la posibilidad de insertar los recursos territoriales en la actividad turística (Varisco *et al.*, 2014). La atractividad, la cual se abordó con más detalle en el apartado anterior, describe el valor estético,

simbólico y emocional; la aptitud como la capacidad de uso de los bienes culturales y naturales para insertarse en la actividad turística y la disponibilidad, que corresponde a la accesibilidad física, temporal y administrativa.

En la medida que los recursos presentan estas características, tienen mayor posibilidad de constituirse en atractivos turísticos. Navarro (2015) menciona que un bien es un recurso territorial turístico en tanto no haya sufrido un proceso de reconversión, pero si se llevan a cabo gestiones deliberadas para favorecer el contacto con los visitantes, el mismo se transforma en atractivo turístico. En este contexto se pone énfasis en los procesos sociales que llevan a que estos rasgos se modifiquen y se destaca que la relación que la sociedad establece con los recursos territoriales no es estática, sino que varía en función del contexto social, cultural, económico y político imperante, generándose una mayor o menor valorización o interés, según el período histórico.

CAPÍTULO 4. LA CONSOLIDACIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS DESDE LA COMPETITIVIDAD Y EL DESARROLLO TERRITORIAL



4. 1. DESCRIPCIÓN DEL CAPÍTULO

Al posicionar al Turismo de Cruceros como una práctica eminentemente exógena, pero a partir de la cual el territorio se ve atravesado en su totalidad, resulta fundamental avanzar en relación a cómo el mismo debe y puede desarrollar estrategias que le permitan un beneficio local. Cómo esta actividad puede ser apropiada para generar repercusiones que influyan positivamente sobre la sociedad local. En este sentido, se abordan dos conceptos claves que erigen la investigación, competitividad y desarrollo. Ambos posicionados desde la práctica turística son analizados realizando un breve recorrido sobre la consolidación de su significado haciendo hincapié en su relación con el espacio para luego pensarlo desde una perspectiva territorial.

Los conceptos son propuestos entendiéndolos en estrecha vinculación y cómo los mismos se pueden ver reflejados en la práctica turística. Se propone rescatar la mirada integral que requieren ambos significados, así como también la importancia de abordarlo desde su relación e interacción para poder plantear al turismo como una actividad generadora de un conjunto de transformaciones que deben propiciar una integración armónica en el territorio.

4. 2. LA COMPETITIVIDAD EN EL DESARROLLO TERRITORIAL

En sus orígenes¹³ el concepto competitividad fue vinculado a los resultados comerciales y la capacidad de mantener o incrementar de manera sostenida la cuota de mercado de un país o sector, asegura Morales (2014). Concerniente al ámbito económico, el término refiere a la creación y mantenimiento de un mercado en el que participan numerosas empresas y donde se determina el precio conforme a la ley de oferta y demanda (Berumen, 2006b). Interpretado desde las estrategias de mercado, se plantea que este factor es fundamental para que las compañías generen crecimiento, no cualquier tipo sino, un crecimiento rentable, a partir de la identificación, evaluación y elección de estrategias que permitan aprovechar las oportunidades del mercado (Kotler, Bowen, Makens, James, García de Madariaga y Flores Zamora, 2011). Se plantea así de qué manera una empresa puede posicionarse a través de sus ventajas competitivas para poder diferenciarse y darle un valor superior a su producto.

En un contexto de globalización, donde los territorios se enfrentan constantemente a una mayor competencia, incertidumbre y velocidad de cambio. Para posicionarse en la

¹³ Se remonta a Adam Smith quien, en 1776, enfatizó a través de su obra "La naturaleza y causa de la riqueza de las Naciones" la importancia de producir a bajos costos y que la libertad de mercado determina eficientemente como la producción de un país puede satisfacer las necesidades del otros (González y Mendieta, 2009).

economía mundial y fundamentalmente poder acceder al desarrollo sus objetivos deben centrarse en los sistemas productivos locales, el incremento de la producción, la generación de empleo y la mejora en la calidad de vida de la población (Silva-Lira, 2005). Esto lleva a repensar el sentido que adquiere la competitividad de cada territorio. Si es un proceso que depende únicamente de factores económicos, o si es necesario considerar las capacidades que ofrece cada espacio para facilitar que las actividades económicas se desarrollen en pos del beneficio local (González y Mendieta, 2009).

De esta manera, la competitividad y el desarrollo que tradicionalmente han sido abordados como conceptos y propuestas que siguen lineamientos diferentes, comienzan a ser interpretados como complementarios e interdependientes. Se plantea que las acciones orientadas a la competitividad poseen una finalidad que trasciende el éxito empresarial y se relaciona con las condiciones que proveen de bienestar a las comunidades (Berumen, 2006a) expresando el claro vínculo que entre ambas teorías existe.

La inserción en una economía mundial requiere que los países busquen estrategias para promover y fortalecer la competitividad de los entornos territoriales y así optimizar su inclusión en el sistema productivo (ILPES, 2012). Como plantea Santos (2000), territorio y mercado se vuelven conceptos siameses, en su condición de conjuntos sistémicos de puntos que constituyen un campo de fuerzas interdependientes. “Se redefine el lugar que ocupan y el sentido que tienen los territorios en la aldea global (...) estos deben enfrentar nuevos desafíos al formular sus estrategias de desarrollo en un contexto de mayor complejidad (...)” (Silva-Lira, 2005: 82).

De esta manera, la posibilidad de competir se extiende a los territorios considerando que es a través de ellos que se expresa “la capacidad que muestran los países o regiones para incrementar de forma permanente la disponibilidad de bienes y servicios de sus habitantes” (Fernández, 2010: 1 en: Ruiz-Velazco Castañeda, 2015: 42). Sin embargo, y como propone Krugman (1994 en: Leal García, 2015), la competencia entre los territorios no se da de la misma manera que se da entre las empresas, porque a diferencia de éstas, que al no ser competitivas salen del mercado, los territorios no desaparecen. En este sentido, analizar la competitividad desde la perspectiva territorial implica que los factores sociales, económicos y ambientales se desenvuelvan en armonía y con capacidad de distribución a todos los actores del territorio, porque si la competitividad territorial es desequilibrada entonces no existe (Mazzonis, 2006).

Así, como lo propone Boisier (2003), el territorio se redefine por un lado, como un “actor”, al transformarse en una plataforma sistémica, una malla de soporte en el cual anidan las actividades productivas competitivas. Por el otro, adquiere el carácter de “actor” directo, afirma el autor, por ser un espacio contenedor de una cultura propia que

se traduce, mediante prácticas sociales históricas, en la elaboración de bienes y/o servicios. Pensar la competitividad desde la perspectiva territorial implica entenderla como una construcción, “no se hereda sino que se crea y mantiene mediante un proceso altamente localizado (...) que está en función de su capacidad para adoptar innovaciones tecnológicas que se traducen en un incremento de la productividad” (González y Mendieta, 2009: 115).

Solo los territorios con capacidad de adaptarse a las transformaciones de la estructura productiva mundial, pueden llegar a competir plantea (Silva-Lira, 2005). Para lograr esto, deben poner en marcha diferentes tácticas que lo posicionen en la economía global, Berumen (2006b) explica que hay tres estrategias a seguir, cada una de ellas ubicará a los territorios en un marco de competitividad diferente:

1) Ser líderes en costes, Kotler *et al.* (2011) explica que con esta estrategia el valor de la producción se centra en ofrecer menores precios que los competidores.

2) Posicionarse como líderes desde la diferenciación, esto significa ser única en su sector y poseer dimensiones que sean valoradas por los compradores para volcar su producción a satisfacer esas áreas.

3) Líderes en base a una alta segmentación o enfoque, reposa en la elección de un panorama más estrecho de competencia que consiste en que el enfocador selecciona a un grupo y ajusta su estrategia para servir con la mayor exclusividad posible.

Para lograr el éxito competitivo es necesario que el territorio traduzca alguna de sus ventajas en bajos costos, o bien que se diferencien y justifiquen así los precios más altos siendo capaz de enfrentar con éxitos las fuerzas que intervienen en el sistema productivo. Es así que “un territorio competitivo es un entorno físico, tecnológico, social, ambiental e institucional propicio para atraer y desarrollar actividades económicas generadoras de riqueza y empleo” (González y Mendieta, 2009: 113). En un contexto de crecientes diferencias, a las características *per se* del territorio, se le suma el creciente interés por aprovechar eficientemente los recursos específicos, materiales e inmateriales para así fortalecer sus ventajas competitivas (ILPES, 2012).

4. 2. 1. Ventajas comparativas y competitivas

Ser competitivo, atiende a la complejidad que brinda el territorio como espacio singular, que tiene un papel activo, de materialidad y de vida social y que presenta una circularidad dialéctica donde se considera al territorio propiamente dicho, las sucesivas obras humanas, las acciones e intencionalidades de los propios actores (Santos, 2000). Es decir, sin una vinculación estrecha entre todos los factores que intervienen en el territorio no es posible que el mismo logre una posición óptima. Desde esta perspectiva se intensifican los desafíos competitivos y, en un marco de globalización que se impone

en todos los ámbitos, resulta fundamental pensar que factores determinan entonces la competitividad (ILPES, 2012).

Pensar el desarrollo en relación con la competitividad territorial, plantea buscar la diversificación del sistema productivo y la creación de nuevas empresas y empleo en el territorio, a partir de una valorización mayor de los recursos endógenos y el aprovechamiento de las oportunidades de dinamismo externo existente (Alburquerque, 2007). Para ello, se plantean comprender al territorio desde las ventajas que el mismo puede presentar, diferenciándose en comparativas y competitivas. El mismo como un todo poseedor de datos que refleja la armonía forzada entre los lugares y los agentes allí instalados (Santos, 2000) podrá adquirir un carácter competitivo si tiene la habilidad de integrar e interrelacionar la demanda que exige la economía global con las necesidades que manifiesta la escala local. Favorecer al mismo tiempo la implementación de políticas de cohesión y reducción de los desequilibrios espaciales, basadas en el Desarrollo Endógeno de los territorios y la construcción de “redes” que faciliten un mayor acceso integrado a activos como la tierra, la infraestructura y el capital humano, la movilidad laboral entre otros (RIMISP, 2011 en: ILPES, 2012).

David Ricardo (1817) plantea en su obra *Principios de economía política*, la teoría de las ventajas comparativas¹⁴ en donde propone explicar como un país podría importar mercaderías aun produciendo a bajo costo, basándose en las diferencias entre las condiciones de producción de los países y en la posesión diferenciada de factores de producción (González y Mendieta, 2009). Se denominan también ventajas estáticas, pues se plantean como aquellos factores que no pueden generarse de manera exógena, son inherentes al territorio como los recursos naturales o la localización geográfica. Krugman (1991), compartiendo el enfoque neoclásico, plantea correrse de la mirada exclusiva en las dotaciones de recursos naturales como factor de intercambio comercial y centrar el concepto en la productividad relativa del trabajo (Sobrino, 2005).

En este sentido, los países adquieren competitividad participando en el mercado con aquellos bienes que producen en forma eficiente y esa eficiencia estará determinada por la dotación de factores humanos y naturales especialmente (Varisco, 2008). “Las ventajas competitivas estáticas provienen principalmente de ciertos elementos o activos de las ciudades, como su localización y concentración geográfica, la disponibilidad de infraestructura (suelo, edificaciones sistemas de comunicación y transporte) y estándares medio-ambientales aceptables (...)” (González y Mendieta, 2009: 118). Ante esto, Boisier (2003) asegura que las ventajas comparativas se basan, entonces, en la

¹⁴ Inició con este postulado Adam Smith, refiriéndose a la noción de ventajas absolutas. Se fortaleció con las ideas de David Ricardo y luego fue revalorizado por Michael Porter y Paul Krugman (Sobrino, 2005).

explotación de los recursos naturales del territorio y en la comercialización de *commodities* capaces de sustentar “buenos negocios” a corto plazo.

Centrar el foco en las ventajas comparativas, sin embargo, no considera que, debido a la mundialización del espacio, las disparidades territoriales alcanzan una nueva categoría y deben dotarse de una especificidad más nítida “estando cada vez menos presididas por las condiciones del aprovechamiento directo de las condiciones naturales y cada vez más por las posibilidades de aplicación de la ciencia y de la técnica a la producción y a la circulación general” (Santos, 1986: 35). Con la globalización fluyen fácilmente bienes, servicios, capitales, personas e ideas lo que implica que los territorios deben fortalecerse no solo en los elementos que los distinguen y hacen únicos, sino también en la habilidad para crear mayores ventajas competitivas (Rodríguez-Pose y Tijmstra, 2009 en: Leal García, 2015). Porter propone profundizar sobre esta idea planteando que la competitividad no se hereda, se crea y está en función de la capacidad de un territorio de aportar innovación tecnológica en la productividad (Sobrino, 2005).

Se instala así, una mirada que concentra la atención no solo en los factores físicos y sociales del territorio, sino además en su capacidad de obtener calidad e innovación productiva. Se trata de un instrumento activo o proceso dinámico de acumulación de factores internos y externos para la producción, no es absoluta ni permanente (González y Mendieta, 2009). Esta postura tiene un carácter marcadamente local, pues se crea y se mantiene mediante un proceso altamente localizado (Sobrino, 2005), pero no se genera espontáneamente. Se basa fundamentalmente en el incremento del conocimiento e información, así como en el establecimiento de la infraestructura y servicios de fomento de la actividad productiva y no en el recurso tradicional a las ventajas comparativas estáticas, basada en la explotación de recursos naturales (Alburquerque, 1994).

Solo así podrá ser sostenida en el tiempo, como un patrón de interacción compleja y dinámica entre los diversos componentes del territorio, el Estado, las empresas, las instituciones, la capacidad organizativa de una sociedad y su especificidad física. “Se reconoce el carácter sistémico de la competitividad; ya no es más atribuible a la productividad de la sola organización (...) pasa a depender de un verdadero tejido de agentes que conforman una malla en torno a la entidad exportadora” (Boisier, 2003: 110). En este sentido cualquier característica susceptible de ser apropiada por el territorio y que permita diferenciarlo del otro, colocándolo en una posición relativa superior, puede plantearse como ventaja competitiva (Monfort, 1999).

La competencia, como el territorio, es un “paisaje” sometido a constantes cambios “continuamente afloran nuevos productos, nuevas formas de comercializarlos, nuevos procesos de fabricación y segmentos de mercado completamente nuevos” (Porter,

1990:46). A fin de construir territorios competitivos es necesario abordar este concepto como un conjunto de eslabones que en palabras de González y Mendieta (2009) incluye:

- Recursos humanos calificados (universidades, centros de investigación, cultura).
- Costo de la fuerza de trabajo.
- Capacidad de innovación tecnológica y empresarial.
- Cooperación inter empresarial.
- Gobiernos locales promotores del desarrollo económico.
- Entorno institucional propicio.
- Pertenencia a redes de cooperación entre ciudades y gobiernos.

Para que estos se concreten entran en juego una serie de factores al momento de pensar la competitividad territorial, el conocimiento, el aprendizaje y la innovación se plantean como fuentes indispensables para fortalecer y sostener en el tiempo la capacidad de competencia (Silva-Lira, 2005). Cuando se plantea un sistema productivo, el mismo no se genera “a tontas y a locas” expresa Boisier (2003), se propone valorizando y haciendo un profundo análisis de las ventajas comparativas del territorio, otorgándole una valorización. Sin embargo, y como define el mencionado autor, la importancia territorial aumenta aún más cuando se incorporan procesos como el conocimiento, aprendizaje e innovación.

4. 2. 1. 1. Conocimiento, aprendizaje e innovación como fuentes de competitividad

Conocimiento, aprendizaje e innovación, factores que, en un contexto de globalización, se inmiscuyen en todos los sistemas económicos y productivos. Podría parecer que se habla de su conceptualización formal, pero en realidad se plantea desde su capacidad de intervenir y accionar en beneficio del territorio. Los tres conceptos se relacionan e interaccionan entre sí, en una sinergia que les permite ir avanzando en conjunto. Dado el rápido cambio económico y tecnológico es necesario desarrollar una capacidad dinámica para renovar, aumentar o adaptar las habilidades territoriales, “la innovación y el aprendizaje son centrales para ello y envuelven la combinación de diversos conocimientos tecnológicos, organizacionales y de mercado” (Boisier, 2003: 108).

El conocimiento es el factor fundamental de la competitividad plantea Mazzonis (2006) y considera que más allá de la función formal que pueda existir es necesario no olvidar como lo tácito entra en juego en un contexto de competitividad. El primero enriquece el capital humano y el *stock* de conocimiento expresa Sobrino (2005); el segundo es el que se pone en juego en el trabajo práctico, el que se aprende en el ejercicio de la profesión, reflexiona Mazzonis (2006). Estas capacidades están

incrustadas en rutinas personales e institucionales, como un factor interno, pueden facilitar la cooperación y solución de problemas, generando una ventaja competitiva difícil de desplazar. Pensar al conocimiento desde esta perspectiva “introduce con fuerza el concepto de territorio como base cultural de sistemas de empresas que desarrollan capacidades competitivas con la colaboración de su entorno, lo que es mucho más que la sola estrategia de fomento aislada de las pequeñas empresas” (Silva-Lira, 2005: 84).

Se reconoce entonces la importancia social y espacial que acuña el conocimiento, la primera porque las capacidades tácitas constituye el núcleo de la competitividad empresarial, la segunda porque es personalizado, dependiente del contexto y locacionalmente “pegajoso” explica Boisier (2003). No debe dejarse de lado, sin embargo, la importancia de pensar al mismo en permanente construcción esto permite estar en constante creación y transformación de las competencias territoriales y responder a un contexto donde el cambio está “a la orden del día”. “A diferencia de períodos anteriores, la globalización revela que las variables determinantes, es decir, aquellas que comandan el movimiento de la historia, son también dominantes, porque invaden la vida social” (Santos, 1996b en: Silveira, 2011: 9).

En esta nueva sociedad de la información y conocimiento, la capacidad de aprendizaje y de innovación, que según se estima está latente en las instituciones y organizaciones locales, puede y debe ser explotada con habilidad (Silva-Lira, 2005). Que ello suceda no depende exclusivamente del resultado de la investigación y desarrollo en las grandes empresas, ni del grado de avance de la ciencia y tecnología, tienen influencia pero, entre la generación de conocimientos científicos básicos y la aplicación para el desarrollo y la innovación local hay varias “interfaces” decisivas y la introducción de innovaciones depende esencialmente del grado de vinculación con los usuarios últimos del conocimientos, esto es, los agentes productores (Albuquerque, 2007).

La relación de los actores permite la difusión del conocimiento y estimula los procesos de innovación y de aprendizaje de las empresas (Vázquez Barquero, 2005). En un espacio de redes la tecnología y el cambio tecnológico son reconocidos como los principales motores de las transformaciones territoriales, “el auge y caída de nuevos productos y procesos productivos se da en los territorios y depende, en gran medida de las capacidades territoriales para introducir tipos específicos de innovación” (Boisier, 2003: 108). Por ello, es necesario reconocer el vínculo entre el conocimiento y los actores productivos locales. Se evidencia una estrecha relación entre ciencia, técnica, información y conocimiento, variables claves del período actual que impone nuevos

contenidos a los territorios y nuevos comportamientos a la economía y a la sociedad (Silveira, 2011).

La innovación se compone como un factor diferencial fundamental de las economías y las empresas atravesada por el cambio tecnológico y fuertemente anclada al territorio (Vázquez Barquero, 2005). Cuando se plantea este factor como eje de la competitividad se propone pensarlo desde su sentido más amplio, como proceso generador de cambios tecnológicos pero también, desde la innovación de gestión u organización social e institucional, lo cual requiere de una estrategia hacia el interior de cada territorio (Albuquerque, 2007). Esta mirada se enfoca en el aprendizaje colectivo, el trabajo conjunto de empresas, comunidad y Estado, “aprender haciendo” (aumentando la eficiencia de las operaciones productivas), el “aprender usando” (incrementando la eficiencia en el uso de sistemas complejos), así como “aprender interactuando” (articulando usuarios y productores para producir innovaciones de productos)” (Boisier, 2003: 62).

“Hay que fomentar la cultura emprendedora local y la concertación público-privada para el desarrollo local (...) hay que insistir en que el concepto de instituciones no se refiere únicamente a organizaciones, sino a redes, normas y reglas explícitas o implícitas de comportamiento humano en un territorio” (Albuquerque, 2007: 9). En otras palabras, afianzar la idea de competitividad como “un proceso dinámico en el que los gobiernos se anticipan y buscan adecuar el desarrollo de la comunidad de manera que sea posible equilibrar los objetivos de uso del suelo competitivos y compatibilizar los intereses locales con los regionales” (Porter, 1997 en: Otero Urieta, 2007: 98). De esta manera es posible sostener un marco de competitividad en el territorio.

4. 2. 2. *El modelo del Diamante de la competitividad*

La propuesta de abordar la competitividad como un conjunto de factores, no pretende pensarlos como una “historia única y total”, pero si espera plantearlos como una base válida para que la misma pueda ser impulsada y aportar así al desarrollo de los territorios. En un escenario de competencia global existen múltiples mercados y diferentes formas posibles de organización de la producción, por lo tanto, no es posible plantear a este concepto como una receta única e igualitaria. Se han propuesto distintos modelos que tiene por objetivo poder comprender a la competitividad entre ellos se destaca el propuesto por Porter (1990)¹⁵ denominado **Diamante de la competitividad**.

¹⁵ El modelo fue publicado en su libro Porter, M. (1990). *The competitive advantage of nations*. New York: The free press.

A partir del mismo busca relacionar el éxito de una empresa desde la adecuada dotación de recursos básicos y avanzados (González y Mendieta, 2009). Se planteó como una contribución que podría beneficiar a los países, pero luego se extendió a otras escalas de acción, gracias a la combinación de elementos microeconómicos derivados de las estrategias competitivas de las empresas y macroeconómicos, establecidos por el comercio internacional (Sobrino, 2005). Desde el modelo se argumenta que, como reflexiona Morales (2014), hay factores que pueden ser tomados como instrumentos fundamentales de la competitividad, sin embargo, lo interesante del esquema no son los factores *per se* sino como se relacionan entre ellos.

Plantea que existen razones por las cuales los territorios adquieren diferentes niveles de competitividad que responden fundamentalmente a las ventajas competitivas que cada uno de ellos logra desarrollar. El Diamante se compone de cuatro puntas, donde cada una de ellas representa un determinante de la competitividad, sumado a dos variables auxiliares, el gobierno y los hechos causales o fortuitos.

- Condiciones de los factores: se refiere a la posición del territorio en función de los *recursos humanos y físicos, el conocimiento, el capital y la infraestructura* necesaria para competir. El papel que los mismos tienen en el territorio es más complejo de lo que parece, por un lado, porque la mayoría de ellos no son heredados, sino que deben crearse mediante la innovación asegura Porter (1990). Por el otro, porque la relación que entre ellos se genera no es siempre igual, sino que difiere entre sectores. Así la ventaja competitiva diferirá según la eficiencia y efectividad con que se relacionen estos factores.

El mencionado autor explica que es posible agrupar los factores según su función, diferenciándose:

-Factores básicos y avanzados: Los primeros comprenden a los factores que se heredan, como los recursos naturales, el clima, la situación geográfica, la mano de obra no especializada y semi-especializada, y los recursos ajenos a largo plazo. Son más escasos porque su desarrollo exige de una inversión significativa y sostenida en el tiempo, agrupa a la infraestructura moderna digital de comunicación y el personal altamente especializado.

-Factores generalizados y especializados: Los generalizados corresponden a la red de carreteras, la provisión de recursos ajenos o de empleados con formación universitaria. Los especializados comprenden al personal con formación y conocimiento en campos específicos e infraestructura con propiedades particulares.

“La ventaja competitiva de los factores depende de la eficiencia y la eficacia con la que se implementan. Esto refleja las elecciones hechas por las empresas de una nación

acerca de cómo movilizar los factores, así como la tecnología (incluidos los procedimientos y las rutinas) para hacerlo” (Porter, 1990: 116).

- Condiciones de la demanda: Corresponde a la composición de la demanda interna y al comportamiento de la demanda exterior (Sobrino, 2005). Este factor pone en juego la capacidad de las empresas o de un territorio de mantenerse en constante innovación y en la búsqueda de nuevas alternativas de comercialización. Cuando la demanda es exigente, está informada y es crítica sobre lo que le ofrecen, el segmento deberá esforzarse por mantenerlo satisfecho, por ello como plantea Porter (1990) la calidad es más importante que la cantidad. Tres propiedades son fundamentales:

-La composición de la demanda: analiza como las empresas perciben, interpretan y dan respuesta a las necesidades del comprador. La ventaja se obtiene desde la demanda que brinda, a las empresas, información respecto a sus necesidades y presionan para que innoven más deprisa y logren alcanzar ventajas competitivas más refinadas. Hay tres características de la demanda interior: Una estructura segmentada de la demanda; compradores entendidos y exigentes y las necesidades precursoras.

-La magnitud y pautas de crecimiento: plantean que el tamaño es una ventaja si fomenta la inversión, reinversión o dinamismo, promoviendo cambios satisfactorios en el comportamiento, las oportunidades y motivaciones.

-La internacionalización de la demanda: expresa los mecanismos mediante los cuales se transmitirá al resto del mercado, de qué manera se puede internacionalizar la demanda e impulsar hacia el exterior los productos y servicios de una nación.

- Condiciones de los sectores conexos y de apoyo, se refiere a los sectores que pueden coordinar o compartir actividades en el proceso de competencia. Entra en juego el concepto de *cluster*¹⁶, “redes de empresas organizadas con asiento en un particular territorio, donde la colaboración y asociatividad de las empresas son elementos centrales para impulsar su competitividad” (Silva-Lira, 2005: 86). El beneficio es aún mayor cuando son competidores a escala mundial, Porter (1990) asegura que la presencia de empresas horizontalmente relacionadas e internacionalmente implantadas representa una fuente importante dentro de las ventajas competitivas.

- Condiciones de estrategia, estructura y rivalidad, conforman el contexto en el cual se crean, organizan y gestionan las empresas que no será igual en todos los casos, por lo tanto, la ventaja se generará cuando se logre la sinergia entre estas opciones. No hay un sistema preestablecido que sea universalmente apropiado pero muchos aspectos de

¹⁶ Proviene del inglés y, si bien no existe consenso, sobre el equivalente en español suele asociarse a agrupamientos industriales, distritos industriales y agrupaciones locales (Silva-Lira, 2005)

una nación influyen en la forma de organizar y gestionar. Entre los más importantes están las actitudes de los trabajadores, las normas sociales de convivencia y las normas profesionales.

El Diamante agrega por fuera del mismo, la posibilidad de ocurrencia de procesos inesperados y el rol del gobierno, y las propone como variables que pueden tener influencia en los cuatro factores del modelo. Sobrino (2005), plantea que para Porter el papel del gobierno en la ventaja competitiva consiste en influir en los determinantes mediante una intervención parcial porque carece de capacidad para crearlas por sí mismo. Sin embargo, como opina el autor al igual que González y Mendieta (2009) y Silva-Lira (2005), entre otros, es conveniente ubicar al mismo como un determinante más, ya que interviene de forma directa en la construcción de condiciones generales de competitividad, a través de políticas económicas o bien desde las acciones dirigidas a la regulación económica y la estabilidad política.

La acción gubernamental ocupa desde la visión de Porter un papel similar al de la causalidad, asegura Silva-Lira (2005). Hoy en día se rescata la importancia de impulsar la articulación público-privada para potenciar el desarrollo, por lo tanto, proponer al gobierno como un agente que influye de manera externa en la competitividad de un territorio deja insatisfecho a quienes conciben y llevan a cabo acciones colectivas y políticas públicas, asegura la mencionada autora. En este sentido, el accionar del gobierno tiene un impacto claramente observable en la generación de ventajas competitivas estructurales (González y Mendieta, 2009).

La causalidad, por su parte, propone considerar aquellos acontecimientos que poco tienen que ver con las circunstancias de una nación. Frecuentemente están fuera de su control, como las guerras, las decisiones políticas extranjeras, cambios significativos en el mercado financiero, entre otros. Pero a pesar de que el territorio no tenga control sobre estos sucesos, los mismos son importantes porque crean discontinuidades que propician cambios en la posición competitiva (Porter, 1990). “Los sucesos inesperados pueden alterar las circunstancias normales en un mercado, introduciendo oportunidades para algunos y amenazas para otros” (González y Mendieta, 2009: 115).

De esta manera se completa el Diamante (Figura 7) y se reestructura considerando el mismo como un sistema donde todos los factores están interconectados y en permanente relación. Lo importante al pensar a la competitividad desde la idea propuesta por Porter, es como propone Albuquerque (2007) entender a la misma desde el enfoque de la competitividad sistémica territorial, en el sentido de que son las relaciones que en el territorio se genera las que van a dar paso a este proceso. “Los territorios constituyen una matriz organizativa de las variables que inciden en la capacidad de enfrentar la reestructuración productiva y el desarrollo (...)” (Albuquerque, 2007: 15).

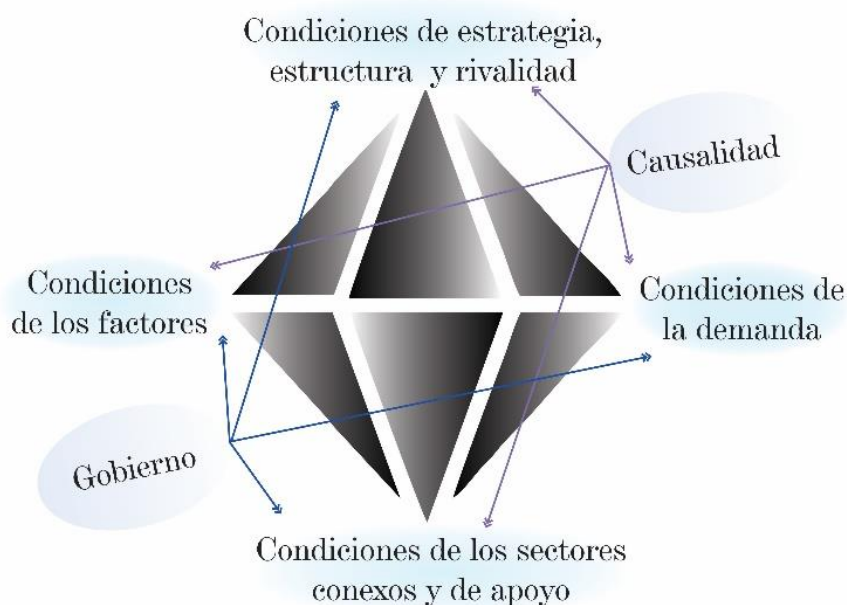


Figura 7: Diamante de competitividad

Fuente: Cohen (2019) en base a Porter (1990)

El enfoque territorial permite darle a cada situación un abordaje concreto y particular, adecuándose a sus circunstancias, capacidades y potencialidades. González y Mendieta (2009) aseguran que el Diamante puede concebirse, así, como una herramienta versátil para abordar y diagnosticar la competitividad estructural de un territorio, profundizando en los factores y en los condicionantes que complejizan e intervienen en las ventajas competitivas. Desde este sentido, es perfectamente aplicable al turismo porque permite atender a las particularidades que cada destino posee y dar un marco general para analizar y entender la dotación de factores competitivos que poseen.

4. 3. EL DESARROLLO Y LA ORGANIZACIÓN DEL ESPACIO

El concepto de desarrollo tiene un anclaje histórico cuyo punto de partida es asociado, como rescata Valcárcel (2007), con la noción de progreso¹⁷. Su mutación y transformación, a medida que la sociedad fue cambiando, permitió asociarlo también con los términos de civilización, evolución, riqueza y crecimiento, plantea el autor. Estos últimos, serán los que mayor fuerza ejerzan en la definición de desarrollo.

¹⁷Surgida en Grecia clásica y consolidada en Europa durante el período de la Ilustración, bajo el supuesto que la razón permitiría descubrir las leyes generales que organizan y regulan el orden social y así poder transformarlo en beneficio de la gente (Valcárcel, 2007).

Con diferentes significados el concepto fue retomado en distintos momentos de la historia¹⁸, pero fue en el último cuarto de siglo XX, con el fin de la Segunda Guerra Mundial (1939-1945), que emerge con fuerza y de la mano de él, los términos de riqueza y crecimiento planteados como las herramientas claves para alcanzarlo. El mundo quedó dividido en dos grandes bloques y en dos sistemas político-económicos con ideas antagónicas en relación a la estrategia para reconstruir el orden mundial. Por un lado, el socialismo liderado por la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas y por el otro el capitalismo, liderado por Estados Unidos (Arocena y Marsiglia, 2017).

Se propone entonces, un concepto de desarrollo que marca clara diferencias espaciales, por un lado las economías occidentales que conocieron los treinta años gloriosos de crecimiento (1945-1975) y las economías socialistas que, si bien, luego terminaron por adoptar los principios básicos del otro, llegaron a competir en la industria bélica y espacial (Arocena y Marsiglia, 2017). Por otro lado, un grupo de países, que reúne a una buena parte de la sociedad mundial y los cuales más que enfocarse en su reconstrucción, debían atravesar un “proceso natural de maduración productiva”. Los mencionados autores manifiestan que desarrollarse significaba “recorrer un camino predeterminado gracias a un conjunto de leyes que marcaban las etapas, los avances y la superación de los bloqueos originados en ciertas tradiciones locales (...) No necesitan por lo tanto constructores de lago nuevo, sino más bien intérpretes de las leyes universales del desarrollo” (2017: 45).

Se generan como resultado espacios fragmentados que se diferencian en países “centrales” y “periféricos” (ILPES, 2012), y se plantea como eje para lograr el desarrollo fomentar el crecimiento siguiendo una serie de pasos asociados a la industrialización, el aumento los servicios y bienes producidos, y el logro de altos niveles de consumo. Bajo esta perspectiva económica Rosenstein-Rodan (1943) propone la teoría del *gran impulso*¹⁹ y plantea a la inversión de capital como el instrumento principal del Desarrollo, y Nurkse (1953) y Lewis (1954), influenciados por el pensamiento keynesiano, proponen una acción deliberada del Estado para poder solucionar los problemas de los países subdesarrollados (González Arencibia, 2006).

Estos conceptos “centro” y “periferia” definen al espacio según el rol que desempeñan en la economía mundial, idea que se verá reflejada en el poder social pues “el espacio constituye un elemento sustancial de poder social que no se puede permitir pasar por

¹⁸Por ejemplo, Adam Smith y los clásicos en el último tercio del siglo XVIII, en plena revolución industrial, cuando se produce la formación y expansión de los mercados nacionales o Schumpeter, a principios del siglo XX, a partir de las transformaciones en la actividad productiva como consecuencia de las invenciones e innovaciones tecnológicas (Vázquez Barquero, 2005).

¹⁹ Definido en inglés como *Big Push*.

alto” (Harvey, 1990: 251). Se plantea como un sistema de dependencia espacial, con ciudades enriquecidas que pueden dedicarse a una actividad que permita la emergencia de su economía, versus otras formas de organización dependientes de estos “centros”. Santos (1986: 29) analiza estos conceptos en relación a la organización del espacio y plantea que “en cada período, el sistema procura imponer modernizaciones características, operación que procede del centro hacia la periferia. No se trata de una operación al azar. Los espacios afectados son aquellos que responden, en un momento dado, a las necesidades de crecimiento o de funcionamiento del sistema, en relación a su centro”. Pensar al desarrollo en términos de un ciclo económico, refleja en el espacio qué lugar ocupa cada país en el orden mundial, desde una perspectiva locacional, de flujos, jerarquías y de especialización de sus funciones.

Lo que se propone entonces no es una distinción entre países desarrollados y subdesarrollados, sino más bien entre naciones “ricas y pobres” (Valcárcel, 2007). La capacidad de controlar el contexto material de la experiencia personal y social, permite en última instancia, conservar la hegemonía ideológica y política sobre cualquier sociedad, asegura Harvey (1990) y es en ese sentido que se le otorgan los significados al dinero y al espacio. Desde este marco, la corriente dominante del pensamiento sobre el desarrollo en la segunda mitad del siglo XX poseía tres características fundamentales que son descritas por Varisco (2008):

- Evolucionista: porque supone un proceso lineal de avance desde una situación de pobreza a una de prosperidad económica, a través de la implementación de un modelo exógeno a la economía de cada nación.

- Reduccionista: al considerar el desarrollo solo en términos económicos.

- Acrítica: el modelo a seguir es el de los países industrializados, solo así se llegará a alcanzar los niveles esperados.

A partir de 1949, de la mano del entonces mandatario de Estados Unidos, Harry Truman, la expresión Subdesarrollo adquiere legitimidad universal. Si bien el concepto fue planteado por Benson²⁰ en 1942 no fue hasta entonces que fue utilizado para referirse a aquellas regiones del planeta conocidas como periferias. “A partir de aquel momento desarrollo y subdesarrollo comenzaron a ser utilizados regularmente por los organismos internacionales como términos explicativos del acrecentamiento de las distancias y diferencias socio-económicas entre los países ricos del norte y los países pobres del sur” (Valcárcel, 2007: 6).

²⁰ Funcionario de la Organización Internacional del Trabajo. Propuso el término de áreas subdesarrolladas en su manuscrito “*The economic advancement of underdeveloped areas*”. (Valcárcel, 2007).

Queda en evidencia una concepción del espacio en términos políticos e ideológicos, donde la diferenciación espacial es planteada de forma estratégica, “tal posición tiene como postulado que el tercer mundo es un ‘mundo en desarrollo’, es decir, que está en una situación de transición hacia lo que son hoy en día los países desarrollados” (Santos, 1972: 107). En este aspecto se trabaja en la producción del espacio desde las *prácticas espaciales* definidas por Lefebvre (2013) como una forma de justificar un desigual acceso al desarrollo. El mismo será posible siempre que se adopten las medidas elaboradas en los países desarrollados y en función de sus realidades.

Como esgrime Correa (2004), el proceso actúa como una corriente ajena, despreocupada e ignorante de los problemas de los países subdesarrollados, concentrándose en el aumento del bienestar de los países ricos y generando, por lo tanto, un aumento de las desigualdades en el mundo y no un acceso al desarrollo como se había planteado. Pero esto lleva también a la producción de *espacios de representación*, “representan formas de conocimientos locales y menos formales; son dinámicos, simbólicos, y saturados con significados, construidos y modificados en el transcurso del tiempo por los actores sociales” (Lefebvre, 1991 en: Oslender, 2002: 4). Se genera una resistencia por parte de los países subdesarrollados, al observar que no se propone el desarrollo desde su especificidad espacial, como propone Santos (1972), la organización de la economía, de la sociedad, de su espacio en última instancia.

Ante esto se pone en discusión la perspectiva de acceder al desarrollo por parte de los países subdesarrollados para América Latina, la CEPAL fue uno de los organismos que pone en discusión esta cuestión. Prebisch (1901-1986), que formó parte del organismo desde su creación, publicó en 1949 el *Manifiesto de la CEPAL* que será el puntapié inicial de las ideas desarrollistas en Latinoamérica (Romano, 2017). Si bien su análisis se vincula al concepto de Desarrollo Económico e Industrial, la mencionada autora, asegura que sus ideas sentaron las bases para poder entender al Desarrollo Territorial, al poner énfasis en los aspectos que deben ser revisados en los países de la región: la política Industrial, el rol del Estado y los vínculos comerciales con los países centrales y postular la necesidad de realizar políticas redistributivas y así disipar la desigualdad.

Concentrar los esfuerzos hacia el interior de las economías latinoamericanas es un factor fundamental, según Prebisch (1963: 3), “hace un siglo que nuestras economías se articularon a la economía internacional y la mitad de la población vejeta aún en formas pre-capitalistas incompatibles con sus crecientes aspiraciones económicas y sociales”. Esto es así porque, como plantea Santos (1972), el espacio se ve afectado por enormes disparidades geográficas e individuales que influyen en su comportamiento, su estructura no puede ser modificada sin tener en cuenta todos los

factores que intervienen en él. Debe entenderse como un sistema, si se piensa al mismo solo desde uno de sus elementos, no se sobrepasa el dominio de la abstracción, por ello Santos (1986), expresa que solamente la relación que existe entre los distintos elementos del espacio es lo que permite la concreción de la realidad.

Desde esta perspectiva puede cuestionarse la visión sobre la cual se plantea el concepto de desarrollo y proponer que además de la estructura económica se deben considerar otros factores. La piedra angular del desarrollo se corre de los aspectos netamente económicos y de la aseveración que el mismo puede asegurarse siguiendo la “receta” propuesta por los países centrales. Como asegura Santos (1972), cuando un sistema de producción está supuesto a aumentar la productividad de la economía pero debilita el Estado, la ciudades reducen el número de empleos y se agrava el problema de la pobreza, no se trata entonces de un polo de desarrollo.

Comienza así un proceso en el cual se propone pensar al desarrollo como reflexiona Albuquerque (1994) desde una separación selectiva temporal de la inserción dependiente de la economía internacional, tratando de proteger prioritariamente el proceso de articulación y diversificación productiva al interior de los países subdesarrollados. Se busca como plantea Oslender (2002: 5) que los movimientos sociales articulen sus necesidades con las representaciones dominantes de su espacio pues “las modernidades alternativas necesitan ser pensadas desde un lugar específico a cuya gente se refiere constantemente y desde el cual se organiza la movilización en defensa del lugar”.

La acumulación de capital y la innovación tienen un papel central en la explicación del desarrollo, sin embargo, se destaca también la complejidad que implica abordar el concepto. “La desarticulación económica interna (...) y la desigual y subordinada inserción externa (...) trata una doble complejidad estructural que atenaza y dificulta poderosamente el crecimiento y desarrollo de los países subdesarrollados y periféricos” (Albuquerque, 1994: 31). Plantean, como afirma González Arencibia (2006), que necesariamente debía hacerse énfasis en los factores internos de cada territorio si lo que se busca es generar un cambio en su estructura económica y social. En este sentido, se proponen diferentes derivaciones donde, poco a poco, el análisis económico se posiciona como un elemento más de este proceso y se busca potenciar y profundizar sobre una de sus cualidades.

Desarrollo Sustentable, Humano, Endógeno y Local han ido des-construyendo y re-construyendo la idea de desarrollo. Fueron dando paso a un concepto que reconoce la multiplicidad de factores que intervienen para que el mismo pueda darse propiciando un planteo desde una perspectiva integral. Se propone una visión más compleja de la relación espacio, economía y sociedad y se favorece, como propone Rosales Ortega

(2006), un análisis más acorde a cada realidad social. “Se coloca como algo esencial la necesidad de desplegar esfuerzos para la generación de cambios cualitativos y estructurales de las estructuras tradicionales que limitan el progreso social y el desarrollo económico” (2006: 70).

4. 3. 1. *El Desarrollo un concepto integral con enfoque territorial*

Cuando se habla de Desarrollo es difícil ponerle un adjetivo que no repita lo que el proceso ya contiene por sí mismo, expresa Madoery (2007). “El mismo ya denota completud (...), no puede ser sino Local, de igual modo que no puede ser sino Humano, o Sustentable, o Endógeno, o lo que se quiera, porque de otro modo, ¿qué entelequia sería?” (Boisier, 2005: 6). La especificidad espacial que caracteriza al concepto permite pensar al mismo, no como resultado de construcciones correspondientes a algo externo e independiente, sino como un proceso influenciado por la subjetividad que construye realidades diferentes (Boisier, 2010).

En este sentido, se puede considerar al desarrollo como un proceso que debe incluir a todas sus derivaciones para que sea aplicado al territorio considerando las particularidades que cada uno de ellos puede adoptar. “Todo desarrollo es, por pura definición, un proceso **Endógeno**, que sólo compete, en su suelo, en su diseño y en su implementación, a una comunidad que habita determinada localidad” (Boisier, 2005: 10). Esto no significa desconocer el contexto, tiempo y espacio, sino, potenciar las capacidades propias de cada territorio más allá de los condicionantes que desde la influencia exógena puedan generarse. La dependencia hacia los recursos externos debe disminuir, afirma Albuquerque (1994), porque, si bien, identificar los segmentos sobre los cuales se puede estimular la exportación es una estrategia válida, donde lo prioritario es mejorar la articulación del tejido productivo interno. La interpretación de endógeno va más allá de la utilización eficiente de los recursos y del potencial de desarrollo, y analiza los mecanismos que están detrás de la función de producción y que tienen que ver con su organización, la difusión de innovación, la dinámica urbana y el desarrollo de las instituciones (Vázquez Barquero, 2005).

Pensar y actuar en base al concepto desarrollo integral implica reconocer que este proceso debe estar destinado a mejorar los indicadores sociales básicos, como los niveles de pobreza, alfabetización, salud y acceso a los servicios sanitarios y a producir cambios estructurales que mejoren la calidad de vida de los habitantes (ILPES, 2012). En otras palabras, como propone Boisier (1997, 2005), considerar el plano político, económico, cultural y científico-tecnológico de cada territorio, con el fin de poner el foco del desarrollo en su matriz social. Para que este proceso pueda concretarse debe pensarse desde y para la sociedad, en otras palabras, debe ser **Humano** donde “la

sociedad con sus fortalezas y debilidades, pasa de ser objeto del desarrollo, a convertirse en sujeto de su propio desarrollo” (Villar, 2012: 46), interviene directamente porque es la responsable de asumir o recuperar competencias que la capaciten para generar un cambio social, asegura Boisier (1997).

La cuestión ambiental desde una perspectiva social es también parte constitutiva del desarrollo, la **Sustentabilidad** forma parte de este modelo que busca un sistema de producción, intercambio y consumo con vista a generar un verdadero cambio en la gestión del territorio (Cabrales Barajas, 2006). Se parte del hombre, de sus necesidades, de su inventiva, de sus instituciones, para desde ahí acercarse a la naturaleza, enfatiza sobre las necesidades de los pobres y subraya los límites físicos que el medio ambiente y los recursos naturales ponen al crecimiento económico (Valcárcel, 2007). “Implica un proceso de cambio en el que se encuentren en armonía la explotación y manejo de los recursos naturales, la dirección de las inversiones, la orientación de la tecnología y las transformaciones institucionales, todo ello para contribuir al aumento del potencial actual y futuro para satisfacer las necesidades (...) del hombre” (Serrano Barquín *et al.*, 2011: 25).

Como un proceso de cambio estructural con especificidad espacial se profundiza en la cuestión **Local**. Toma como unidad de actuación el territorio y a través de ahí propone promover el dinamismo económico y mejorar la calidad de vida de la población, asegura Alburquerque (2007). Busca rescatar los factores endógenos que le otorgan capacidades territoriales únicas y complementarlos a un contexto exógenamente determinado. “(...) Es una resultante directa de la capacidad de los actores y de la sociedad local para estructurarse y movilizarse en base a sus potencialidades, y en su matriz cultural, para definir, explorar sus prioridades y especificidades en la búsqueda de competitividad en un contexto de rápidas y profundas transformaciones” (Buarque, 1999 en: Varisco, 2008: 34).

Como estrategia superadora se propone entender que los agentes operan en espacios que superan los límites de una región al igual que las actividades económicas y sociales y no pueden quedar fuera de análisis. Por ello, la perspectiva local propone pensar al desarrollo como un proceso que ocurre al interior de cada territorio pero contemplando los factores externos que intervienen (Boisier, 2005). A veces por local se entiende exclusivamente el desarrollo de un nivel territorial inferior, reflexiona Alburquerque (2007), como puede ser definido para un municipio, o bien, para resaltar la cuestión endógena en el sentido del aprovechamiento de los recursos locales de un determinado territorio. Sin embargo, si bien esta adjetivación busca rescatar lo local como pilar fundamental, no desconoce al territorio como parte de un sistema global,

generando una coexistencia de múltiples procesos que los atraviesan en el tiempo y el espacio.

Esta propuesta “resitúa y valoriza lo local, lo específico, en una época de globalización. No es un mero recipiente de lo universal sino una construcción concreta que vive el humano de las formas más diversas” (Carvajal Burbano, 2009: 9). Se afianza la dialéctica global/local que plantea Boisier (1997) y se sigue con una línea de razonamiento de desarrollo promovida desde abajo, empoderando a la sociedad local (Boisier, 1997; Vázquez Barquero, 2005; Ramírez *et al.*, 2009, entre otros) sin olvidar su relación con las fuerzas globales.

Esta forma de entender el desarrollo desde una postura que propone considerar todas sus derivaciones se relaciona con la noción de totalidad analizada por Santos (2000: 97) donde se plantea que “todas las cosas presentes en el universo forman una unidad. Cada cosa no es nada más que parte de la unidad, del todo, pero la totalidad no es una simple suma de las partes. Las partes que forman la totalidad no bastan para explicarlas (...) es la totalidad la que explica las partes”. Se genera una dialéctica entre las partes y el todo que dan origen a un orden, que está en constante re-activación. El mencionado autor manifiesta que el desarrollo desigual es un tipo de orden que responde a un proceso de totalización específico. Para que el mismo pueda romperse y generar uno nuevo debe darse una dialéctica entre sus partes que permita accionar sobre la realidad territorial produciendo un cambio estructural.

En este sentido, puede entenderse al desarrollo como un sistema complejo compuesto por múltiples subsistemas (Boisier, 1997; Madoery, 2007; Alvarez Sousa, 2005; entre otros) que implica la complementación de valores sociales, ambientales, políticos y económicos. La interrelación que entre ellos se genera será materializada por cada territorio según las relaciones que entablen, dando como resultado procesos de desarrollo diferentes. Pensar al mismo desde una perspectiva integral implica considerar, como propone Madoery (2007) las múltiples dimensiones que inciden en el proceso, pero además reconocer que el mismo se expresa de forma diferente en cada territorio adoptando características propias en cada uno de ellos.

4. 3. 1. 1. *Los factores de Desarrollo*

El movimiento de la totalidad debe entenderse desde dos momentos propone Santos (2000), uno es el integral que muestra a la totalidad como algo único y, el otro, es el diferencial que expresa las manifestaciones particulares de formas, función y valor que adquiere cada parte. De igual manera ocurre con el desarrollo el cual permite, por un lado, ser pensado como un concepto integral, y por el otro ser especificado el interior de cada territorio. “La construcción del espacio está dada por las prácticas materiales de la

reproducción social y si se tiene en cuenta que éstas varían geográfica e históricamente se comprende que el espacio social está construido diferencialmente (Sánchez, 1991 en: Madoery, 2016: 66).

En este sentido, hacia el interior de cada territorio se articulan una serie de factores que, si bien es posible encontrarlos en todos ellos, se relacionan de manera diferente. Como reflexiona Santos (2000) una totalidad real-abstracta pero también, real-concreta. Boisier (1997) propone seis factores que deben considerarse para poder activar el proceso de desarrollo y maximizar las potencialidades de cada territorio, esto será posible si se logra una articulación densa, inteligente y claramente establecida.

El primer factor, refiere a los actores, porque el desarrollo es en definitiva un proceso decisional y estas decisiones son tomadas por personas que ocupan determinadas posiciones en la malla social del territorio, afirma el autor. El concepto de capital social es tomado por Alvarez Sousa (2005) y hace hincapié en las relaciones entre personas y las redes de conexión que establecen. “Es la tela social, el cemento social que permite que una comunidad funcione de modo cohesionado y poder progresar con el esfuerzo conjunto de su población” (2005: 62). Suele ser entendido como, “la confianza, las normas que regulan la convivencia, las redes de asociacionismo cívico, elementos que mejoran la eficiencia de la organización social promoviendo iniciativas sobre la base del común acuerdo” (Putnam, 1993 en Madoery, 2007: 38).

La matriz de relaciones inter-personales en cualquier región tiene importancia decisiva en materia de desarrollo afirma Boisier (1997) por ello es fundamental reconocer las categorías en las cuales se los puede diferenciar. Así es posible clasificarlos en: actores individuales, que ocupan determinados espacios en la estructura de poder; actores corporativos son instituciones que representan intereses de grupo, sectoriales y los actores colectivos que corresponden en rigor a los movimientos sociales territoriales.

El segundo factor son las instituciones. Cada territorio debe tener la capacidad de generar sus propios impulsos de desarrollo atendiendo a modificar de forma cualitativa, y no solo cuantitativa, el sistema en el que está inserto. Para ello requiere de un aparato científico-tecnológico que produzca y reproduzca conocimiento e innovación acorde a las capacidades territoriales. Según el mencionado autor, cuatro características definen a una institución con capacidad de generar desarrollo: la velocidad para reaccionar ante los cambios del entorno, la flexibilidad para dar respuestas diversas, la virtualidad para relacionarse en el espacio cibernético y la inteligencia para aprender de la propia experiencia y de la ajena.

Como propone Vázquez Barquero (2005), el desafío es conseguir establecer un proceso de desarrollo de territorios insertos en un entorno competitivo, potenciando y

fomentando la innovación y conocimiento en las empresas y la sociedad. Esto no significa realizar grandes proyectos, sino más bien impulsar proyectos en las dimensiones apropiadas para cada territorio. Las instituciones ordenan a la sociedad al pautar la interacción y el accionar que es posible llevar a cabo según el tiempo y espacio que los caracterice, sus relaciones, roles y actitudes no son estáticas, se fortalecen o debilitan generando realidades heterogéneas (Madoery, 2007).

Su sinergia es indispensable plantea Boisier (1997) cuanto más fuerte sea, menor será el costo de transacción que debe pagar por los impulsos de cambio que le ofrece al territorio. El autor diferencia a los organismos que definen el “mapa institucional” en: gobiernos, universidades, centros científicos, servicios y empresas públicas, municipios, entre otros.

El tercer factor a considerar es la cultura, un elemento fundamental en la determinación de las características distintivas de un territorio como un componente de la identidad de una sociedad. “El desarrollo de una economía lo promueven siempre los actores de una sociedad que tienen una cultura y que se organizan para realizar sus proyectos” (Vázquez Barquero, 2005: 11). En relación a su papel Boisier (1997), presta atención a la confianza inter-personal e individual para generar un clima favorable y la auto-referencia, es decir el sentido de pertenencia con su territorio que da la posibilidad de diferenciarse en un contexto de globalización que tiende a generar formas homogeneizadoras.

En ocasiones se considera que la cultura no arrastra formas de actividad económica plantea Harvey (2007), pero si actúa como un campo feroz de competencia para la obtención de beneficios. Sin embargo, como reflexiona el autor la acumulación de nichos de mercado, de preferencias diversas y la promoción de estilos de vida nuevos y heterogéneos han posicionado a la cultura en un campo primordial de la actividad empresarial y capitalista. Reconocer el rol que juega la misma en el territorio permite pensar como interviene en el desarrollo, como se planta frente a este proceso. Desde este marco, Boisier (1997) distingue dos formas, por un lado, la competitiva/individualista que produce un elevado y acelerado crecimiento, pero excluye los componentes subjetivos y éticos. Por el otro, de cooperación/solidaria, que genera situación de equidad social, pero con bajo logro material. Lo importante es lograr un equilibrio entre ambos.

El cuarto factor, se asocia a los procedimientos, aquí es el Estado y sus políticas las que concentran la atención. “El Estado-nación sigue siendo un regulador del trabajo absolutamente fundamental. La idea de que esté disminuyendo o desapareciendo como centro de autoridad en la edad de la globalización es una idea ridícula (...)” (Harvey, 2007: 26). Toda organización espacial depende fuertemente del Estado, plantea Santos

(1972), de la estructura de producción y de la manera en que los recursos disponibles son administrados a los diferentes rangos sociales.

En este sentido, como factor de desarrollo, Boisier (1997) considera que es necesario tener en cuenta la gestión que lleva a cabo, es decir, las formas de actuación del gobierno con el fin de estimular este proceso. Esto se relaciona con los proyectos que se proponen y su escala de intervención. La administración, en relación a como se prestan los servicios a la comunidad o “la manera como el Estado territorial se relaciona con las personas individuales (...) que demandan ciertas prestaciones” (1997: 18). Por último, el manejo de información que corresponde a la manera en que el gobierno desempeña su rol de ordenador y reestructurador de flujos de información.

El quinto factor corresponde a los recursos que posee un territorio planteado en el sentido más amplio del concepto. Desde esta perspectiva se agrupa bajo este término a los materiales, que incluye los recursos naturales y financieros; los humanos, que plantea el carácter cualitativo de una sociedad (habilidades de las personas, su nivel de instrucción y educación, y la pertinencia de todo ello al territorio en cuestión); el conocimiento como un nuevo factor propio de la “sociedad del conocimiento” y, por último, el recurso como un stock de elementos psicosociales donde se agrupan cuestiones como la auto-confianza colectiva, fe en el porvenir, consciencia de capacidad social, entre otros.

La presencia de estos recursos no asegura que el proceso de desarrollo se lleve a cabo, la dimensión relacional es fundamental “en el sentido de mantener la cohesión social y hacer del territorio algo más que un conjunto yuxtapuesto de recursos, factores y agentes, además de mantener esa cohesión en el tiempo” (Madoery, 2007: 50). La palabra sinergia podría aplicarse en este sentido, pues de que ello se produzca se espera que cada recurso se optimice y alcance los resultados esperados. En esta sinergia, Klein (2006) expresa que no hay que limitarse a los recursos propios del territorio, sino lograr una acción colectiva ascendente entre lo local y lo global, porque en el fondo lo que importa no es el origen de los recursos sino la dinámica social que permita movilizarlos en beneficio de la población local.

El último factor de desarrollo que plantea Boisier (1997) es el entorno configurado por una multiplicidad de organismos sobre los cuales no se tiene control, solo capacidad de influencia. Son tres los vínculos que se plantean, el primero refiere a la relación que el territorio establece con el Estado si es de conflicto o cooperación. Como fuerza centralizadora no concierne solamente al poder de decisión en materia política y económica, sino que exige además una organización para que la integración pueda darse (Santos, 1972).

El segundo plantea la relación del territorio con el mercado internacional, como se inserta bajo una red de relaciones. Es necesario reconocer como propone Vázquez Barquero (2005), que las empresas no son entidades aisladas, estas se localizan de forma concreta y componen el sistema productivo de una sociedad. Sin embargo, en un contexto de globalización, la producción y comercialización de bienes y servicios puede generarse en cualquier parte del mundo (Correa, 2004), esto genera desigualdad y competencia de los territorios en un contexto de economía mundial.

Ante esto la sociedad debe auto-organizarse con el fin de producir bienes y servicios de la forma más eficiente, que le permita hacer aflorar las economías de red en el territorio, para contribuir a su desarrollo (Lévy, 2006). Boisier (1997), asegura que según el tipo de bien o servicio transado, será muy diferente el potencial de desarrollo que pueda alcanzarse. Por último, el autor plantea que debe considerarse el sistema de relaciones internacionales de cooperación que establece el territorio con una mirada horizontal, que propicie la apropiación de conocimiento y el progreso técnico.

En su conjunto los factores forman un hexágono de desarrollo, que debe ser construido, potenciado y direccionado. Lo importante y volviendo al concepto del “todo” que propone Santos (2000) no es la existencia de cada uno de ellos *per se*, sino como los mismos se combinan y relacionan. Proponer al desarrollo como “un proceso de mejoramiento armónico de diversos aspectos ambientales, económicos y sociales, asignándole una configuración específica como proceso de dimensiones cualitativas, basado en un proceso cuantitativo como es el crecimiento” (Boisier, 1997: 6), implica una serie de relaciones espaciales que reconfiguran al territorio. Esto conlleva la necesidad de re-pensar su comportamiento en el marco de un contexto de globalización, así como también el interior de cada territorio.

4. 4. COMPETITIVIDAD, DESARROLLO Y TURISMO

Lefebvre (2013) expresa que el espacio es sin duda una construcción que resulta de la acción y relación social, es indudablemente producido y no puede explicarse únicamente por la naturaleza, como contexto dado, ni por su historia previa. Cuando se habla de espacio, en el sentido geográfico, Santos (1987 en: Silveira, 2011: 3) recuerda que “no es una estructura de aceptación, de encuadramiento o cualquier otra cosa, sino una estructura social como las otras”. Como tal, la función que adopte dependerá fuertemente de la valoración social que se le asigne, pudiendo adquirir tantos significados como valoraciones represente.

Una práctica que finalmente ha sido aceptada como gran consumidora de espacio es la turística y su estudio desde esta perspectiva permite entenderla como un importante factor de transformación del espacio y su sociedad. El hecho turístico confiere una

repercusión espacial importante porque para que el mismo se lleve a cabo requiere de una serie de articulaciones y manifestaciones territoriales que le permitan concretarlo. Se reconoce como una actividad dinámica con capacidad de redefinir al territorio, y así transformar, adecuar e integrar pueblos y regiones al sistema económico (Bertoncello, 2002; Vera *et al.*, 1997; Wallingre, 2017, entre otros).

El destino como un “espacio en el que tiene lugar la confluencia de agentes, iniciativas y experiencias, que acaban moldeando un ente o un lugar como atractivo para la atención del consumo deseado por la demanda de orden turístico” (Monfort, 1999: 109), no es pensado solamente como receptor de los flujos turísticos, sino, como un espacio que manifiesta las relaciones que se generan entre los diversos actores. No se trata solo de crecimiento y acumulación, sino de todo un cúmulo de transformaciones en los aspectos económicos, sociales y ambientales. “La incorporación del turismo a la matriz productiva (...) no solo repercute en la economía, sino que influye en los resultados de otros sectores vinculados, en el aumento de la calidad de vida de los habitantes, en la descentralización territorial de la producción y contribuye a proteger y optimizar los recursos tanto naturales como histórico-culturales” (Wallingre, 2017: 13).

De esta manera, se plantea la actividad turística desde la integralidad y la mirada sistémica. “La proposición sistémica radica en la interacción horizontal mediante la negociación y cooperación de los actores y la integración vertical mediante la participación en las redes de articulación dimensional” (Mantero, 1999: 75). Se trata de pensar al turismo como un fenómeno capaz de generar desarrollo hacia el interior de cada sociedad, aprovechando las oportunidades que brinda el contexto. No se limita al mejor aprovechamiento de los recursos que posee un territorio, sino construir una estrategia que permita endogeneizar los efectos favorables derivados de la actividad turística (Vereda y Jensen, 2014).

El turismo así pensado requiere de la articulación e interacción de los factores de desarrollo que propone Boisier (1997). La identificación de estos factores (los actores, las instituciones, la cultura, los procedimientos, los recursos y el entorno), contribuyen a reconocer como funciona esa sociedad y quienes intervienen en el desarrollo de un territorio organizado (Vereda y Jensen, 2014). Pero la simple enumeración o presencia de los mismos no asegura que el desarrollo se produzca, este hexágono debe ser construido, potenciado y direccionado. En este marco las ventajas comparativas y competitivas adquieren un rol fundamental, “las ventajas comparativas son las que dan origen al nacimiento y expansión de los destinos turísticos, especialmente en relación a los recursos naturales y culturales. Luego, son las ventajas competitivas las que generan un valor añadido al destino y hacen posible un posicionamiento destacado en relación

a la calidad de los servicios, la imagen y el cuidado del medio ambiente (Sancho, 1998 en: Varisco, 2008: 104).

El concepto de competitividad llevado a la práctica no solo permite optimizar los procesos productivos e incrementar las habilidades laborales. También constituye una herramienta de gestión territorial en el sentido que son los propios lugares los que tienen la capacidad de promover su desarrollo, al establecerse como entornos altamente favorables para atraer actividades económico-productivas (Ruiz-Velazco Castañeda, 2015). “El desarrollo territorial mucho depende de las capacidades y habilidades que la población local es capaz de traducir en términos productivos (...), establecer estrategias que los fortalezcan y orienten hacia un plano que tienda a mejorar las condiciones de competitividad” (2015: 56). En este sentido, pensar al turismo como un proceso que puede desencadenar el desarrollo en el territorio, implica realizar un gran esfuerzo de planificación, coordinación, cooperación y gestión.

4. 4. 1. *El Desarrollo y la Competitividad territorial en los puertos de cruceros*

El Turismo de Cruceros, como práctica social, se produce en un entorno de constante competencia. Es un segmento que ha adquirido un intenso dinamismo en los últimos años, Butler (2008) desde la OMT afirma que, desde hace tiempo se asiste a un rápido proceso de crecimiento de pasajeros, permitiendo la creación, diversificación y consolidación de destinos, así como la potenciación de otros.

Losano y Tagliorette (2013) aseguran que el arribo de cruceros a una localidad portuaria siempre ha generado grandes expectativas en relación a las posibilidades económicas y financieras que ofrece. Esta afirmación es fundamentada por Brida *et al.* (2010: 4) quienes explican que “los beneficios económicos del turismo de cruceros en un destino provienen básicamente de tres fuentes: (i) el gasto que hacen los pasajeros en tierra. El cual está concentrado en las excursiones y rubros como artesanías, ropa (...); (ii) el gasto hecho por la tripulación que incluye, principalmente, alimentación, bebidas, ropa y entretenimiento; (iii) el gasto generado por el barco mismo, que obedece fundamentalmente a los servicios portuarios (...)”. Sin embargo, la percepción que hoy se tiene sobre el turismo ha llevado a pedirle que demuestre algo más que su eficacia económica centrándose también en los aspectos ambientales y sociales (Crouch, 1999).

En el destino turístico se encuentran todos los factores que a partir de su articulación generan ventajas competitivas (Monfort, 1999). La importancia radica, como ya se mencionó en otras oportunidades, en cómo se relacionan y se ponen en marcha cada uno de ellos, “porque (...) la verdadera capacidad de un destino turístico para competir implica de sus fortalezas sociales, culturales, políticas, tecnológicas y ambientales” (Ritchie y Crouch, 2003: 2). Proponer al Turismo de Cruceros como una actividad

factible de generar desarrollo, implica pensarlo como un proceso complejo pluridimensional que tiene como fin el mejoramiento de diversos aspectos ambientales, económicos y sociales. Se entiende, entonces que el arribo de cruceros a un puerto pone en manifiesto un encadenamiento de elementos que involucran la acción concertada de todos ellos. “No se trata solamente de crecimiento y acumulación sino de una mejor distribución de la producción, de una transformación y mejoramiento del territorio en general, propiciando un mejoramiento armónico de los ejes que le dan sentido” (Vereda, 2007: 2).

Desde esta mirada, se lo propone como un segmento de la práctica turística que presupone la compleja tarea de coordinar entre todos los factores que intervienen en el desarrollo considerando, como plantea Boisier (1997), que si la misma no se da de forma adecuada genera como resultado un aumento de la entropía en vez de incrementar la sinergia. Requiere de una articulación densa, inteligente y direccionada si se pretende proponerlo como una actividad generadora de desarrollo. Así se retoman y repiensen los factores desde la mirada del Turismo de Cruceros y se destaca la importancia de abordarlo desde la participación concertada de los diferentes actores que intervienen para gestionar los recursos propios del territorio, como así también, para aprovechar las externalidades que conlleva esta actividad.

Los actores por sí solo no poseen la fuerza suficiente para poder posicionar al puerto y su *hinterland* como destino de cruceros competitivos y con capacidad de desarrollo, es necesario que tengan la habilidad de dar respuesta a los cambios que este segmento conlleva. Esto solo será posible a través de instituciones fuertes que son las que crean las condiciones para que un territorio sea competitivo, estructuran la interacción económica y social en el proceso de desarrollo (Helmsing y Ellinger Fonseca, 2011). En otras palabras, Cammarata (2006) las entiende como aquellas estructuras que influyen sobre los actores sociales contribuyendo a la construcción del destino turístico, fortaleciendo los lazos de su identidad territorial, pero también detectando formas de eliminar barreras para que los beneficios se reinviertan en la sociedad local “los sectores productivos más exitosos serán aquellos que logren ajustar sus instituciones para apoyar, sostener, e incrementar el desarrollo (...)” (Berumen, 2006b: 159).

Así como la práctica interviene directamente en los grupos sociales, también lo hacen en su cultura, la cual se “sumerge” en un entorno de competencia, de producción y consumo por ello resulta de fundamental importancia reivindicar la identidad, articular su devenir en función de un horizonte compartido (Mantero, 1999). “Para cualquier proceso de desarrollo es necesario que la sociedad se sienta identificada con su propio territorio, además de (...) producir una autorreferencia, es decir, (...) la identificación de la sociedad con su propio territorio, para introducir códigos referenciales territoriales en

los mensajes de autoidentificación” (Vereda, 2007: 3). Un destino innovador requiere de estrategias que pongan en valor su realidad, enraizada en su identidad geográfica-cultural, plantean Ávila Bercial y Barrado Timón (2005), esto le permitirá caracterizarse por ser único y no podrá constituir nunca la misma línea temática que su competidor.

Detrás de un puerto de cruceros competitivo y con capacidad de desarrollo se encuentran una serie de procedimientos que deben tener como eje central gestionar la actividad de cruceros y definir políticas que tiendan a una real y sostenida consolidación de la actividad. Si bien como plantea Vereda (2014) la matriz decisional que organiza los movimientos de estos flujos turísticos se encuentra exógenamente determinada, desde el propio territorio se puede influir optimizando los recursos endógenos y el conocimiento sobre su funcionamiento. Boisier (2005: 20) rescata la afirmación realizada por Dror (1994) en la cual asegura que “se requieren élites de gobernación democráticas, y adecuadamente cualificadas para repensar el futuro y los intereses de la humanidad, y para perfeccionar el eslabón entre conocimiento y poder (...)”.

Aportar innovación, recualificación y diversificación en los puertos de cruceros requiere, además de procedimientos claros, considerar como plantea Ávila Bercial y Barrado Timón (2005), las variables de localización y recursos porque son las capacidades con las que cuentan los territorios. Los autores afirman que la necesidad no es construir más productos, sino que los que son ofrecidos sean novedosos, únicos y de calidad, “ofrecer vivencias únicas que sólo puedan ser experimentadas en el lugar en el que se crearon, de modo que haya que ir allí para consumirlas; y que estas experiencias se reinventen continuamente” (2005: 30). La incorporación del territorio al imaginario turístico colectivo requiere la identificación de ciertos recursos y poder aprovecharlos para este fin, estos se refieren tanto a los materiales como a los inmateriales, pensando a los mismos como “aquel medio que permite utilizar su capacidad de referente histórico o natural, su potencial de ser interpretado de acuerdo a temáticas adecuadas y capaz de recibir un aprovechamiento racional que permita formar parte de un proyecto territorial (Hernández y Martín 2002 en: Vereda, 2008: 203).

Es el entorno el que amalgama todos los factores y debe considerarse como fundamental si se tiene en cuenta el intenso dinamismo que caracteriza a este segmento y sobre todo la estrecha relación que presenta con el contexto internacional. El turismo internacional ha generado un proceso de transformación en las sociedades actuales, creando un nuevo orden a escala mundial (Palafox Muñoz *et al.*, 2014) y el puerto y su *hinterland* deben estar en permanente articulación con el contexto para que pueda plantearse como un destino competitivo. Para ello, la innovación el conocimiento y el aprendizaje deben incorporarse como estrategias para potenciar o consolidar la competitividad, detrás de los factores externos que operan en esta práctica turística

debe estar presente el Estado-Nación para que la misma pueda generar incidencia positiva sobre la estructura local.

Al plantearse como se vinculan los factores desde el Turismo de Cruceros se acuerda con Ávila Bercial y Barrado Timón (2005: 33) quienes afirman que “el turismo no es un motor de desarrollo aislado, sino más bien un sector que se apoya en el marco general de desarrollo de un territorio y una sociedad, para integrar y aprovechar oportunidades, estructuras y recursos desde los que construir nuevas realidades productivas”. Competitividad y desarrollo se piensan como un binomio que a través de un marco de innovación y creatividad buscan promover mejoras en la calidad de vida de su población. Se propone una como un elemento de la otra y viceversa, como enlace conector entre el entorno global y el desarrollo local (Berumen, 2006a).

Desde este marco proponer a los puertos y su *hinterland* como destinos de cruceros requiere de la articulación y relación de los diferentes factores que intervienen en el territorio, pensando a las mismas como herramientas que permitan dotarlos de ventajas competitivas que los distingan y posicionen en el mercado internacional (Figura 8). El turismo como una práctica compleja y participativa no le basta contar con recursos para ser contemplados, requiere de productos que permitan adentrarse al territorio (Ávila Bercial y Barrado Timón, 2005). Para ello se debe fomentar el desarrollo a partir de estrategias competitivas que permitan distinguirse del segmento y tener un posicionamiento especial para atender a las necesidades de la demanda. Las ventajas competitivas pueden ser creadas a través de las competencias básicas como las capacidades existentes de comunidad receptora, que resultan únicas en atraer a visitantes (Alcerreca Molina y Salazar Estrada, 2014).

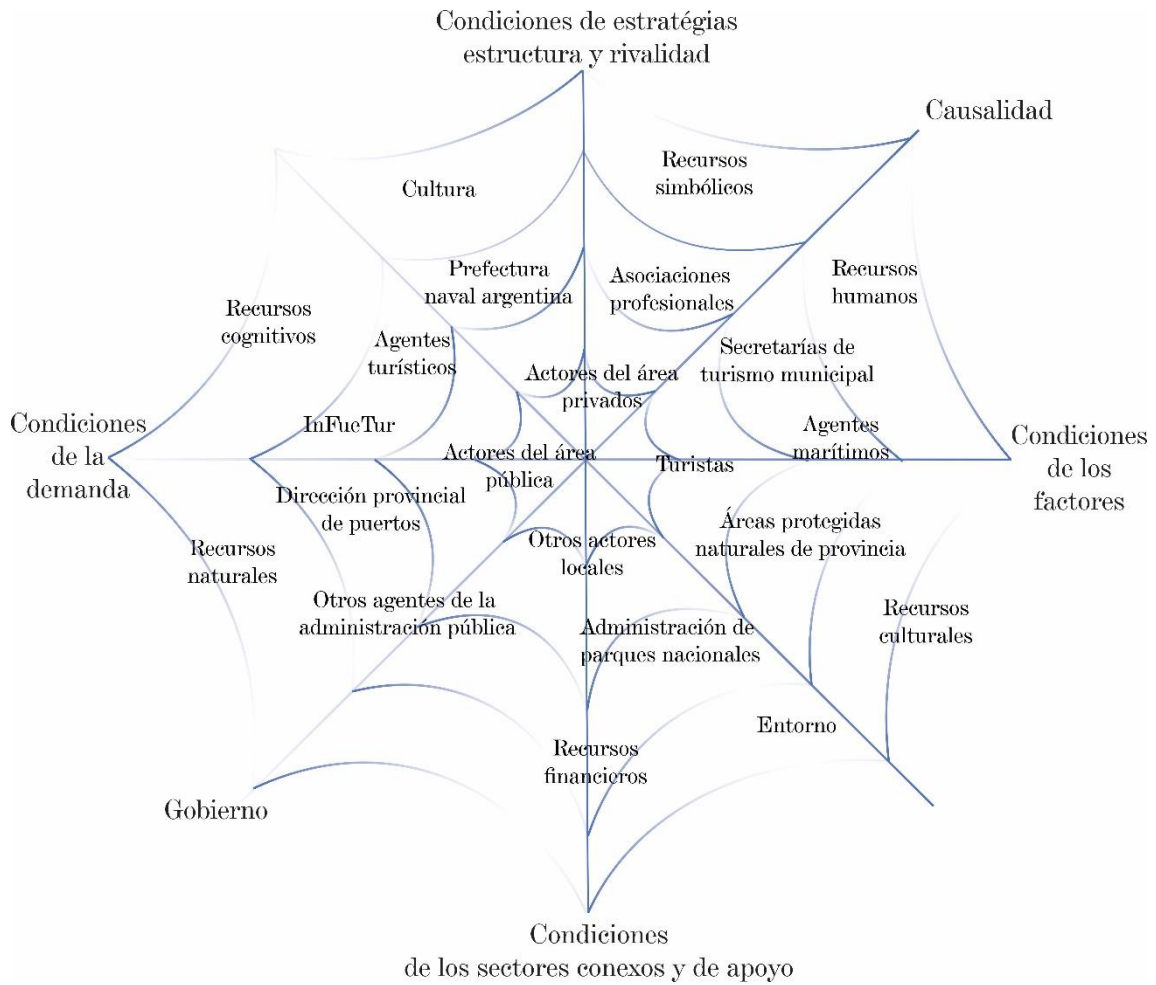
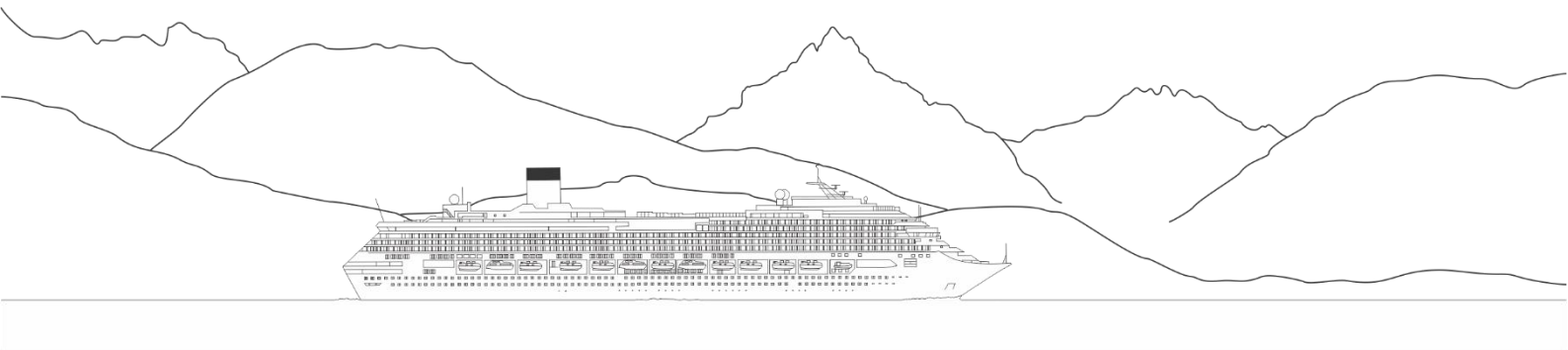


Figura 8: Los factores de desarrollo para el turismo de cruceros y su relación con los determinantes de la competitividad

Fuente: Cohen (2019) en base a Porter (1990) y Boisier (1997)

CAPÍTULO 5. PATAGONIA EN LA REGIÓN DE CRUCEROS. USHUAIA, PUERTO DESEADO Y CAMARONES COMO ÁREAS DE ESTUDIO



5. 1. DESCRIPCIÓN DEL CAPÍTULO

Se entiende al Turismo de Cruceros como un gran consumidor de espacio que hace uso del mismo y establece una relación en el sentido más amplio y complejo de su significado, como agente transformador que es a su vez transformado. En esta oportunidad se restringe el análisis a tres espacios que presentan características diferentes entre sí permitiendo analizar como turismo y territorio de vinculan diferencialmente. Con este sentido se eligió Ushuaia (Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur); como un espacio con trayectoria y actual desarrollo de la actividad y Puerto Deseado (Santa Cruz) y Camarones (Chubut) como puertos patagónicos con potencialidad para ser incorporados en los itinerarios de cruceros. Se realiza un breve recorrido donde se caracterizan los espacios describiendo sucintamente sus particularidades físicas y socio-económicas, centrando el foco en cada territorio como ciudades-puerto de cruceros, reales o potenciales.

5. 2. PATAGONIA ANDINA Y EXTRAANDINA EN EL TURISMO DE CRUCEROS

Las rutas de cruceros que conforman su itinerario a partir de los puertos de Sudamérica, esta ubicadas en las regiones denominadas secundarias, pues no han mostrado aún el mismo nivel de participación que las que corresponden a las regiones primarias (Ghisolfo, 2006). Sin embargo, el transporte marítimo de pasajeros se está enfrentando a los cambios y dinámicas que la actividad de cruceros atraviesa y, en la búsqueda de destinos alternativos para los cruceros turísticos, “los países del Cono Sur del continente, (...) permiten vislumbrar la incorporación definitiva de la subregión al circuito internacional de los cruceros turísticos” (Ghisolfo, 2001: 01). Entre los circuitos ofrecidos por las empresas de cruceros se ubica la Región Patagónica, con la ruta denominada la Cotas Meridional, que incluye a los puertos ubicados en el litoral Pacífico y Atlántico. Se trata de una presentación conjunta de puertos chilenos y argentinos y en ocasiones se incorpora a Montevideo y Punta del Este (Uruguay) dependiendo donde comience el itinerario.

Se pone en reflejo, a través de este circuito, un concepto de región, que lejos de plantear una territorialidad absoluta y exclusiva de un individuo, familia o grupo, expresa lo que Montañez Gómez y Delgado Mahecha (1998: 131) rescatan de Santos (1997) como un subespacio de conveniencia y, funcional de un espacio mayor, como “sistemas territoriales abiertos que en permanente interacción con otras regiones construyen su propia identidad económica, cultural, social y política”. Esta región que se ubica en el extremo sur del continente americano representa un territorio poco conocido y cada vez

más interesante para los actores que intervienen en el desarrollo del Turismo de Cruceros. Se caracteriza por ser una gran región con una geografía variada en relación a sus paisajes, climas y ecosistemas donde los “bosques, lagos, fiordos, canales islas, mesetas y acantilados conforman una región de imponente belleza natural, donde la fauna y la flora perfectamente adaptadas a los rigores del sur, ofrecen un espectáculo inolvidable al visitante” (Geisse *et al.*, 2012: 8). A ello se le suma la vasta cultura e historia que cada puerto ofrece, como reflejo de la relación establecida que su sociedad estableció con el territorio y como un atisbo de los marcos sociales que caracterizan a cada país.

5. 2. 1. Comportamiento del Turismo de Cruceros en la región

Dos factores geográficos son analizados por Marti (1990) como fundamentales para que el Turismo de Cruceros pueda desarrollarse y los denomina “sitio” y “situación”. El primero, se refiere al factor físico que requiere la actividad en términos de infraestructura y superestructura para facilitar el movimiento de pasajeros. El segundo, es una noción asociada a cualidades físicas y culturales, implica la relación con otros factores que influyen en la actividad de cruceros, la situación de un puerto está directamente relacionada con la demanda del mercado para el transporte de pasajeros por agua.

La región ha despertado el interés de las compañías navieras en ambos sentidos, y se propone hoy como una interesante alternativa en la diversificación de la actividad. Una de sus características más importantes es su estacionalidad, siendo aprovechada como contra temporada del invierno del hemisferio norte. Los flujos turísticos que se movilizan en virtud de la organización espacial de aquellos elementos del paisaje que generan atracción, de las obras de infraestructura que permiten la utilización de ese espacio, los intercambios entre los distintos agentes involucrados, etc., constituye a esta región turística. La misma excede los límites políticos administrativos de un territorio, y permite posicionar a la Patagonia, como un espacio articulado por los flujos turísticos involucrando un abordaje desde la complementación entre Argentina-Chile.

En este sentido, la actividad se desarrolla por el conjunto de cinco puertos dispuestos en el siguiente orden de este a oeste: Puerto Madryn, Puerto Argentino y Ushuaia en el sector argentino y Punta Arenas, Puerto Chacabuco y Puerto Mont, en el sector chileno. Si bien el circuito que propone recorrer la Patagonia concentra su atención en estas localidades, no existe una ruta que abarque únicamente el destino Patagonia (Geisse *et al.*, 2012). La circunnavegación del cono sur de América a través del Estrecho de Magallanes, con recorridos lineales que puede iniciar en Río de Janeiro o Buenos Aires y finalizar en Valparaíso (Chile) o en el Puerto de Callao (Perú), dispone a estas localidades como los puntos de inicio o fin de del itinerario. Esto es así, porque como

expresa Martínez (2012) sus condiciones técnicas y de logística representan características más favorables en cuanto a infraestructura y servicios portuarios, capacidad de los muelles, proximidad a puertos secundarios, accesibilidad, conexiones aéreas, servicios turísticos entre otros.

Las modalidades de operación de los cruceros que caracterizan a la región permite la visita de cruceros que realizan entre otras rutas “Antártida” “Buenos Aires-Valparaíso” “Sudamérica-Estrecho de Magallanes” y “Canal Beagle-Cabo de Hornos”. De acuerdo a la CLIA (2017, en InFueTur, 2018) los itinerarios por la Patagonia atraen viajeros en busca de lo exótico y lo aventurero, donde el deseo o motivación por conocer atracciones cultural y naturalmente ricas son un eje fundamental en el éxito que tienen estos destinos. Así, diferentes itinerarios son propuestos para la realización el recorrido en crucero por la región. Tres modalidades son claramente diferenciadas (Figura 9).

-Canales fueguinos: Corresponden a los viajes donde Ushuaia y Punta Arenas se comportan como punto de inicio y fin del itinerario, formando una modalidad de viaje de tipo circular que brinda la posibilidad de acceder a diferentes puntos del archipiélago fueguino.

- Pendulares o del Cono Sur: Navegan los océanos Atlántico y Pacífico formando un péndulo que conecta en su recorrido a Brasil, Uruguay, Argentina y Chile. Al finalizar su viaje en Valparaíso (Chile) se realiza el recambio de pasajeros y comienza su recorrido en sentido inverso. En este tipo de itinerario se da la oportunidad de recorrer la mayor cantidad de puertos que conforma la región, brindando la oportunidad de acceder a la diversidad y multiplicidad de paisajes, cultura y costumbres que ofrece la Patagonia. En algunos casos, estos buques de gran porte se aproximan a aguas antártica pero solo navegan las mismas no teniendo autorización para realizar desembarcos.

-Viajes Antárticos: Posicionan a Ushuaia como puerto base y en menor medida como puerto de escala, inicio o fin del itinerario. Utilizan embarcaciones de tipo rompehielos y, por lo general, los itinerarios se realizan mediante buques charteados a diferentes armadoras por parte de tour operadoras y en menor medida, por líneas de cruceros. El área de destino es la Península Antártica, Islas Malvinas, Islas Georgia del Sur, Islas Orcadas del Sur, Islas Shetland del Sur y Círculo Polar Antártico.



Figura 9: Comportamiento del Turismo de Cruceros en la región patagónica

Fuente: Cohen (2019) en base a Martínez (2012)

La temporada inicia en noviembre-diciembre a partir del reubicamiento de los buques que llegan del hemisferio norte explica Martínez (2012) y se extiende hasta fines de marzo, principios de abril. Si bien, como menciona la autora, el porcentaje de buques que se concentra en la ruta patagónica es considerablemente menor que el que se dirige hacia el norte de Sudamérica, tanto los puertos argentinos como los chilenos tienen cada vez mayor en la participación de esta actividad.

5.3. LOS PUERTOS PATAGÓNICOS DEL LITORAL ATLÁNTICO Y MARGEN NORTE DEL CANAL BEAGLE

En la Patagonia argentina los puertos se hallan distribuidos desde el Golfo San Matías hasta el Canal Beagle y en cada provincia el desarrollo portuario se ha visto influenciado por las economías regionales que allí predominan. “Las regiones entendidas con esa doble dimensión de relaciones internas y externas, no ocurren por

fuera del proyecto nacional, hacen parte esencial del mismo y a su vez se constituyen en instrumento para el desarrollo de la nación” (Montañez Gómez y Delgado Mahecha, 1998: 132). Así pesca, petróleo, frutas y turismo fueron estructurando y especializando los puertos en relación a su exportación y al manejo de su descarga. Asociado al turismo de cruceros son los puertos de Buenos Aires (región pampeana), Puerto Madryn, Ushuaia y Puerto Argentino los destinos más importantes con un grado de desarrollo y consolidación que les ha permitido posicionarse en el mercado.

Puerto Madryn, situado en el noreste de la provincia de Chubut, se posiciona como un destino turístico de reconocimiento internacional, declarado Patrimonio de la Humanidad por la Organización de la Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en el año 1999, gracias a la variedad y facilidad de observación de fauna marina y terrestre (Losano y Tagliorette, 2013). Su desarrollo en la actividad de cruceros se vio ampliamente favorecida a partir del acondicionamiento y re-inauguración del muelle Comandante Luis Piedra Buena en el año 2003, que le permitió posicionar al destino como la única localidad con un muelle de uso exclusivo para el turismo, aseguran las investigadoras Losano y Torrejón (2006). Los buques que recibe se concentran principalmente en aquellos que recorren América del Sur y el Estrecho de Magallanes, vinculando a la localidad con Buenos Aires (como puerto anterior) e Islas Malvinas (puerto posterior), en el recorrido que continuará a Ushuaia y los puertos chilenos.

Su participación en el Turismo de Cruceros ha mostrado fluctuaciones, que según la investigadora Martínez (2012) podrían asociarse a los cambios producidos en relación a las políticas de fomento y promoción de la modalidad turística. Sin embargo, Losano y Torrejón (2006) aseguran que en correspondencia con el fenómeno mundial de crecimiento de esta actividad, el arribo de cruceristas ha crecido con el transcurso de los años.

Puerto Argentino, desde 1960 se ha posicionado como destino de cruceros donde el tipo de expedición (correspondiente a los antárticos) ha mostrado un aumento en su popularidad y número de pasajeros aseguran Ingham y Summers (2002: 146). “Mientras que toda la región geográfica está experimentando un aumento en las visitas, las tendencias en Malvinas son notablemente más altas. Esto se debe a que Antártida y Georgias del Sur ya tienen una legislación estricta que rige las actividades turísticas”. Con una visita que en ocasiones se extiende a todo el día recorren pequeños “refugios” de sitios arqueológicos o atracciones asociadas a la vida silvestre explica Riley (1995).

Roccatagliata (2008) explica a la Patagonia como un espacio geográfico con subregiones y comarcas, con diferentes niveles jerárquicos de organización que muestran una falta de contigüidad espacial. Sin embargo, está en sus particularidades

territoriales las posibilidades de incentivar y afianzar la complementariedad y articulación. Por ello, el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PEFTS) 2015 contrasta la oferta de corredores actuales de la región con la potencial oferta de corredores turísticos apuntando a una integración regional pero también binacional, resultado de la línea ininterrumpida de frontera con la República de Chile (Figura 10).



Figura 10: Mapa Federal de oportunidades turísticas

Fuente: PEFTS (2015)

En relación al Turismo de Cruceros, al actual corredor turístico que domina la Patagonia, se le incorpora una propuesta que permita vertebrar nuevas localidades costeras con jerarquía suficiente para motivar flujos de demanda turística nacional y/o internacional. “La dinámica y corta distancia entre atractivos y servicios resulta en una natural complementariedad que normalmente trasciende las barreras jurisdiccionales municipales, provinciales y regionales” (PEFTS, 2015: 141). Así, Puerto Deseado y Camarones se proponen como espacios con potencialidad para incorporarse a la actividad.

5.3.1. Ushuaia en el Circuito de Cruceros

La ciudad de Ushuaia localizada a los 54°48'30" S y 68°18'30" O, constituye la capital de la provincia de Tierra del Fuego Antártida e Islas del Atlántico Sur. Se ubica en el

margen norte del canal Beagle y está rodeada por la cadena montañosa Martial, en la bahía de Ushuaia (Figura 11). Sus inicios se corresponden con la instalación de la Subprefectura el 12 de octubre de 1884, “ubicada en la bahía homónima sobre el margen norte del Canal Beagle ha tenido como aliados la vía marítima y el puerto que facilitaron la comunicación y el comercio hasta la llegada de otras modalidades de transporte” (Jensen y Daverio, 2004: 92). En la actualidad es un centro administrativo, nodo industrial, portuario y turístico que cuenta con más de 56.593 hab²¹.

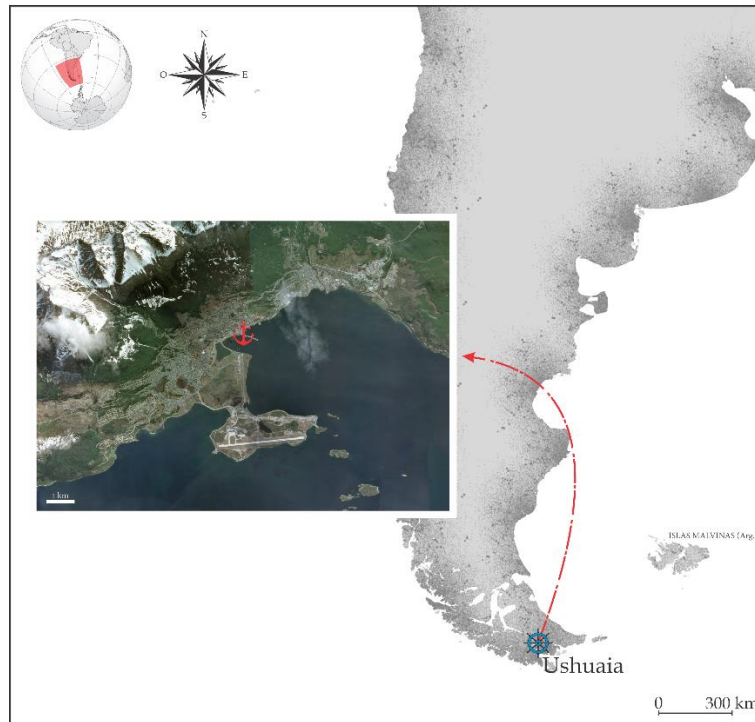


Figura 11: Localización de Ushuaia. Tierra del Fuego, Antártida e islas del Atlántico Sur, Argentina.

Fuente: Cohen (2019)

La clasificación climática de Kotték, Grieser, Beck, Rudolf y Rubel (2006), ubica a Ushuaia en el tipo frío, húmedo todo el año y con verano fresco. También llamado clima oceánico frío o subpolar oceánico, le otorga a la ciudad una temperatura media anual de 2,9°C y una escasa oscilación térmica anual, de -0,3°C en julio a 9,4°C en enero. Las precipitaciones, que en invierno suelen ser en forma de nieve, están repartidas equitativamente a lo largo del año sumando un total de 524 mm.

Forma parte de la ecorregión de los Bosques Patagónicos, también denominados Subantárticos o Andinos-Patagónicos (Morello, Matteucci, Rodríguez y Silva, 2012). Su

²¹ Dato provisto por el Censo Nacional de Población, Viviendas y Hogares correspondiente para el año 2010

extensión abarca una estrecha franja sobre el macizo cordillerano desde el norte de Neuquén hasta Tierra del Fuego e Isla de los Estados, desde los 36,77° hasta los 55° de latitud sur y en Tierra del Fuego corresponde a la falda austral de la provincia. Presenta una gran heterogeneidad espacial que se manifiesta a través de la conjunción de parches en diferentes estados sucesionales originados por disturbios naturales o humanos, explican los mencionados autores. Este comportamiento le otorga una gran capacidad de resiliencia al sistema boscoso y permite la persistencia de especies que hubiesen sido extirpadas de la región si no hubiese una dinámica de parches.

Si bien la provincia se caracteriza por una vegetación muy particular, pues presenta una mezcla de especies resultado de la fragmentación del supercontinente Gondwana, generando una relación florística con lugares lejanos como Nueva Zelanda y con numerosas islas antárticas y del Atlántico sur, para el bioma de los bosques subantárticos, la vegetación dominante está constituida por los bosques de hayas americanas del género *Nothofagus* (Borla y Vereda, 2011)

La elevación de los Andes Fueguinos ocurrida en el Cretácico tardío (desde los 100,5 hasta los 66 millones de años atrás), como consecuencia de un importante episodio de compresión tectónica, junto con los períodos glaciares, acontecidos en el pleistoceno, configura la geomorfología del lugar. En el Plan de manejo. *Parque Nacional de Tierra del Fuego* (2007) se destaca que los Andes Fueguinos representan un conjunto de formaciones geológicas cuyos rasgos litológicos y estructurales reflejan una serie cambiante de regímenes tectónicos, que le confieren características únicas y distintivas a la porción más austral de la Cordillera de Los Andes. Por su parte, los procesos glaciares actuaron como modeladores del terreno a través de su acción erosiva y de acumulación.

Diversos acontecimientos escribieron la historia socio-cultural de Ushuaia, siguiendo el análisis realizado por Borla y Vereda (2011), es posible mencionar algunos de ellos brevemente. Durante miles de años las aguas protegidas de la Bahía Ushuaia fueron frecuentadas por los canoeros yámanas que hacía uso de los recursos naturales de la isla a través de una economía de subsistencia, donde realizaban un aprovechamiento racionalizado de los recursos, asegurando su disponibilidad futura. Con el avance del hombre blanco, dos grupos misioneros llegaron a la isla con la idea de evangelización de la población originaria, arribando al sector sur misioneros anglicanos pertenecientes a la South American Missionary Society, con sede en Londres.

La llegada del hombre blanco, como sucedió en el resto del país, implicó un reemplazo del sistema de economía que imperaba en el territorio, siendo sustituida por una producción exclusivamente de explotación. La caza, actividad ganadera, forestal y pesquera, extracción de turba e hidrocarburos, fueron algunas de las actividades que

caracterizaron a la provincia. Sin embargo, fue la industria, tal vez, uno de los hitos que marcó a la provincia a través de la Ley de Promoción Económica General N° 19.640, sancionada en 1972. Con ella se contempló un régimen especial fiscal y aduanero para el Territorio Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur y comenzó así una etapa en la que revestiría de área aduanera especial a la provincia que, respaldada por las políticas de apertura a las importaciones, con auge a fines de la década de los años setenta, ocupará un espacio de interés para algunos productores argentinos.

A partir de segunda década del siglo XX, cuando las compañías navieras comenzaron a ofrecer un itinerario a través de los canales fueguinos, el Turismo de Cruceros comenzó a formar parte de las actividades que intervienen en la economía de la localidad y de la provincia. Si bien Ushuaia como puerto-destino había estado presente en los itinerarios de cruceros desde principios de la década del siglo XX, fue a partir de 1949 que se ilustra una evolución en el tema, explican Jensen y Daverio (2004).

Se trata de la ciudad más visitada por los turistas que llegan a la Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur, llegando a recibir en la temporada 2017/2018 288.215 visitantes, asegura el InFueTur (2018a), de los cuales el 64,9% correspondió a arribos vía aérea y terrestre y el restante 35,1% arribaron en cruceros turísticos. La temporada turística se caracteriza por una concentrada estacionalidad, donde los meses entre octubre y abril representan el porcentaje más importante de flujos, en general con un promedio de estadía de 2,5 días una aproximación que se restringe a unas cuantas horas de permanencia cuando se trata del segmento de cruceristas, asegura Vereda (2004).

El confín de la Patagonia Argentina, ofrece una variedad de actividades, paseos y deportes asegura (Geisse *et al.*, 2012). Ello sumado a los atractivos que posee, descritos por Bertoncetto (2006), donde se combina la belleza de sus paisajes con la condición de ser la ciudad más austral y su función de “puerta de entrada” del turismo antártico, posicionan a Ushuaia en el mercado turístico internacional. En base a su posición geográfica donde solo 1.000 km la separan de la península antártica, basa la estrategia de comercialización: la ciudad del fin del mundo y, en palabras de Vereda (2008), en la ciudad se llevan adelante las prácticas turísticas, teniendo lugar la toma de decisiones estratégicas y adquiriendo sentido las condiciones socio-económicas del entorno.

Su posición se complementa fuertemente con las ventajas competitivas de la ciudad donde dos obras de infraestructura de gran importancia contribuyeron a su consolidación como destino turístico; la construcción del aeropuerto internacional “Malvinas Argentinas” que favoreció el recambio de pasajeros con aeronaves de distinto

porte y la ampliación del puerto de aguas profundas en una bahía abrogada (Vereda, 2007). El aeropuerto opera todos los vuelos que arriban a la localidad a través de su única pista de aterrizaje, con un horario de operación desde de 6:00 a 00:00 hs., expresan Geisse *et al.* (2012). La mayor parte de sus vuelos están conectados con Buenos Aires, explican los mencionados autores y su volumen de operación manifiesta en temporada alta un promedio de 10 vuelos comerciales diarios de Aerolíneas Argentinas, 2 vuelos diarios de LAN Argentina y más de 2 servicios charter los días de recambio de cruceros, entre otras particularidades.

Por su parte, el puerto emplazado en la bahía Ushuaia, en la costa Norte del Canal Beagle, es considerado un nodo estratégico al posibilitar la integración bioceánica, respecto a las rutas marítimas meridionales vía el océano Atlántico o el océano Pacífico, y al encontrarse próximo a la Península Antártica (InFueTur, 2018b). “Desde el punto de vista turístico su ubicación es privilegiada por su entorno paisajístico -conjunción del mar, los Andes y el bosque nativo subantártico-, su emplazamiento en el centro mismo de la ciudad, su cercanía al complejo aeroportuario (...), la disponibilidad de servicios turísticos y comerciales en la ciudad y una reciente y creciente especialización en la atención de cruceros por parte de los agentes intervinientes” (Jensen y Daverio, 2004: 93). Diferentes funciones los caracterizan y en relación a la actividad de cruceros se posiciona con un rol clave al permitir la operación simultánea de varios barcos con diferentes portes, en palabras del InFueTur (2018b: 5) se destaca como el mismo recibe gran variedad de embarcaciones (desde pequeños buques hasta los de gran porte, cruceros de expedición o tradicionales) funcionando como puerto base, puerto de escala y puerto de inicio o fin de algunos itinerarios.

Su posición estratégica y condiciones de infraestructura permiten posicionarla entre uno de los tres puertos, que presenta el país, consolidados para el desarrollo de esta actividad. La temporada inicia entre septiembre/noviembre y se extiende hasta marzo/abril siendo Ushuaia uno de los destinos de interés para las líneas de cruceros que comercializan itinerarios en Sudamérica, logrando que para la temporada de verano 2017/2018 arribaran 101.237 cruceristas en 323 recaladas, un aumento del 7,4% respecto de la temporada anterior (InFueTur, 2018a).

Dos categorías definen a los cruceristas que llegan a la ciudad. Por un lado, los Antárticos que embarcan y/o desembarcan en el puerto de Ushuaia, como la puerta de entrada a la Antártida más activa y por el otro los visitantes que llegan a la ciudad en cruceros como parte de un viaje más largo por Sudamérica, en un itinerario que incluye otros puertos de la región. Según los datos publicados por el InFueTur, a partir del relevamiento realizado por el equipo de investigación de la Universidad Nacional de

Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur²², para la temporada 2017/2018 el 42,5 % de los cruceristas corresponde al primer tipo y el 57,5 % representan a los visitantes que recorren Sudamérica en un itinerario más amplio.

En el primer grupo, se encuentran los cruceros de expedición o cruceros antárticos que utilizan el puerto de Ushuaia para sus operaciones, embarcando y desembarcando a sus pasajeros en la ciudad, donde llegan y de donde parten por vía aérea. Más del 90% del tránsito marítimo de cruceros antárticos mundial utiliza el puerto de Ushuaia como puerto base para sus operaciones (Vereda, 2008). Son los cruceros que aportan mayor cantidad de viajes, con una menor cantidad de pasajeros y los que permanecen mayor tiempo en el puerto, especialmente aquellos que lo utilizan como puerto base, ya que además del recambio de pasajeros y, eventualmente, miembros de la tripulación o integrantes del staff, se reaprovisionan de combustible, agua y bienes diversos.

El segundo corresponde al grupo sobre el cual se focaliza la investigación, su comportamiento es inverso a los antárticos, menor cantidad de viajes por temporada, pero mayor aporte de pasajeros que visitan la ciudad. El tiempo de permanencia también es considerablemente diferente siendo en este caso de una extensión considerablemente menor, generalmente utilizan este puerto como escala y requieren menos servicios portuarios y de aprovisionamiento, pero una mayor cantidad de servicios turísticos. Estos datos son importantes a la hora de planificar y coordinar las actividades receptoras, tanto del área portuaria y su sector de servicios como del receptor turístico.

Ushuaia representa gran importancia para las empresas de cruceros remarca Vereda (2007), demandando una serie de servicios que generan un fuerte impacto en la ciudad. Por ellos, desde la escala local es importante optimizar los beneficios que estos requerimientos pueden aportar a la ciudad como una oportunidad de desarrollo local. El destino no debe verse sólo como el espacio receptor de los flujos turísticos, sino también como el espacio donde se manifiestan relaciones entre los actores involucrados. Por ello, se considera que la ciudad, como puerto de cruceros, debe integrarse a los circuitos globales como ámbito local y articularse con otras regiones con el fin de desarrollarse y fortalecerse.

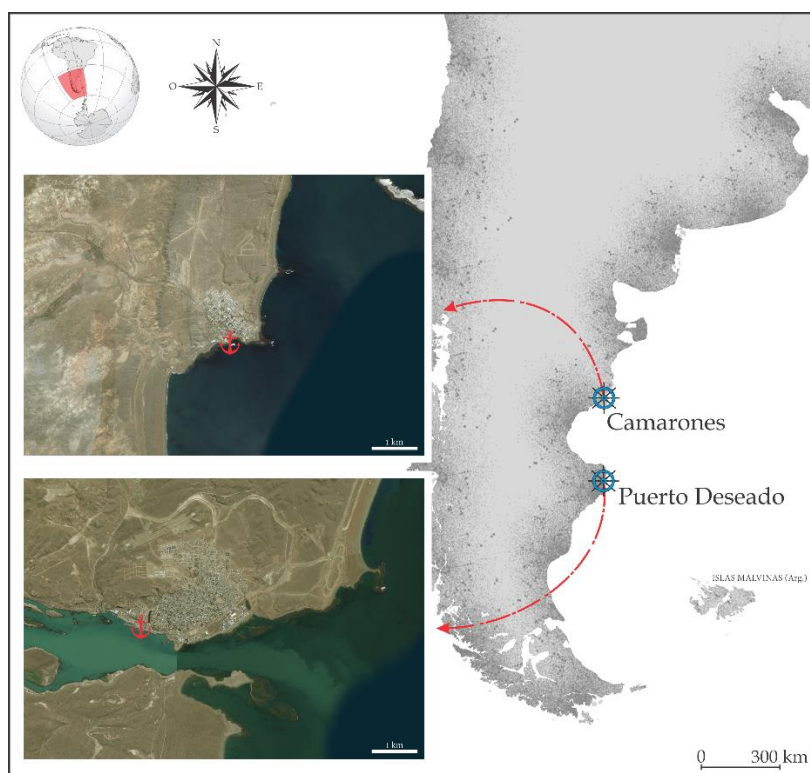
5. 3. 2. Puerto Deseado y Camarones como potenciales destino de cruceros

Puerto Deseado y Camarones son dos localidades de la costa atlántica patagónica localizadas en las provincias de Chubut y Santa Cruz respectivamente. Su principal actividad económica responde al sector primario y al empleo público, sin embargo,

²² PIDUNTF A 2016 y 2018. Directoras Esp. Marie Jensen y Dra. Marisol Vereda respectivamente

desde hace tiempo ha surgido el interés en la potencialidad de sus puertos para el desarrollo de Turismo de Cruceros. Ensombrecidos por los centros turísticos que presentan sus provincias Puerto Madryn en Chubut y Calafate en Santa Cruz, la consolidación de la actividad, es aún un desafío. Sin embargo, como expresa Biondi (2001) el Turismo de Cruceros presenta condiciones favorables para continuar creciendo en la costa atlántica patagónica, en respuesta a las tendencias mundiales y regionales. Por ello, el desarrollo de estos destinos en este marco permitiría estimular la diversificación de sus actividades económicas.

Puerto Deseado, localizado en la provincia de Santa Cruz, se posiciona en los márgenes de la Ría Deseado ($47^{\circ}45' S$ y $65^{\circ}51' O$), siendo el centro urbano más cercano Caleta Olivia a 221 km. Cuenta con 14.183 hab²³. y es el principal centro de servicios generales de la comarca, implantada sobre la costa norte de la ría desde su desembocadura en el Océano Atlántico hasta el cerro Van Noort (Bogetti, 2009). Camarones, por su parte, se ubica al sureste de la provincia de Chubut ($44^{\circ}47' S$ y $65^{\circ}42' O$) es ciudad cabecera del Departamento Florentino Ameghino contando con 1.296 hab²⁴. Su posición geográfica la localiza entre dos centros urbanos de gran importancia, a 250 km al Sur de Trelew, capital de la provincia, y a 240 km al Norte de Comodoro Rivadavia, la ciudad más poblada (Figura 12).



²³ Dato provisto por el Censo Nacional de Población, Viviendas y Hogares correspondiente para el año 2010.

²⁴ Ídem

Figura 12: Localización de Puerto Deseado, Santa Cruz, y Camarones Chubut.

Fuente: Cohen (2019)

La categorización de Kottek *et al.* (2006) ubica a ambas provincias en la clasificación climática del tipo frío árido estepario, pero puede oscilar entre templado y frío moderado. Se caracteriza por precipitaciones anuales escasas no superando los 250 mm dificultando la alimentación de las corrientes de agua permanentes, con una temperatura media anual que se ubica por debajo de los 18°C. La Cordillera de los Andes juega un rol fundamental en la composición climática que, por un lado, conjuga la aridez que caracterizan a toda la región, actuando como barrera para que las masas húmedas arrastradas desde el Pacífico por los fuertes vientos del oeste ingresen al continente en tales características (Morello *et al.*, 2012). Por el otro, interviene en el comportamiento de los fuertes vientos del oeste que, como consecuencia de su descenso hacia las mesetas y elevaciones menores existentes hacia el este y por el calentamiento adiabático se convierten en vientos secos de gran velocidad (Schlüter, 1996).

Como explican Morello *et al.* (2012) ambas localidades forman parte de la ecorregión Estepa Patagónica, que abarca el sudoeste de Mendoza, oeste de Neuquén y Río Negro, gran parte de Chubut y Santa Cruz y el norte de Tierra del Fuego Antártida e Islas del Atlántico Sur. Los mencionados autores destacan una vegetación dominada por matorrales achaparrados, adaptados a condiciones de déficit de humedad, bajas temperaturas, heladas y fuertes vientos. Forman parte del complejo de Mesetas Centrales que se extiende por el norte de la provincia de Santa Cruz y por el sur y este de la provincia de Chubut. En base al análisis realizado por (Coronato, Mazzoni, Vázquez y Coronato, 2017), dos grupos se distinguen; el Macizo del Deseado que comprende el territorio ubicado entre los ríos Deseado y Chico y la Meseta Patagónica Norte que es el rasgo morfológico dominante de la Patagonia Extranidina.

Para el primer rasgo geomorfológico, el basamento está formado por filitas y esquistos, sobre los cuales se asientan rocas sedimentarias continentales que caracterizan a la estructura en secuencias subhorizontales. En el segundo, las mesetas están formadas por sedimentitas marinas y continentales cubiertas por rocas piroclásticas, sobre las cuales se reflejan rocas marinas de la transgresión patagónica y de ambiente fluvial. De menor extensión, pero características de este paisaje, son las mesetas basálticas.

Desde la perspectiva histórica diversos acontecimientos fueron otorgándole a ambas localidades las características que hoy las revisten. En relación a Puerto Deseado, a

través del estudio realizado por Bogetti (2009) es posible hacer una breve referencia. El primer acontecimiento que se destaca, es la llegada de Hernando de Magallanes en 1520, quien ingresa a la ría para reparar sus naves. 60 años más tarde Thomas Cavendish, ingresará también y denominará al lugar como “*Desire*” en honor a su nave, palabra que luego derivará en el nombre actual de la localidad.

Muchos navegantes encontraron en la ría un refugio para sus navegaciones, entre ellos Charles Darwin quien en 1833 la exploró destacando su importancia natural, así como también el paisaje austero que la reviste. A partir de 1884, con el arribo del capitán Antonio Oneto, la localidad comenzó a plasmarse como asentamiento permanente y en 1905 se definió su traza urbana. Cuatro años más tarde comenzó la construcción del ferrocarril cuya idea original era ser extendido hasta Nahuel Huapi, pero el proyecto quedó trunco avanzando la infraestructura solo 283 km. de su punto de partida.

Un factor de desarrollo económico que marco un punto de relevancia en la composición de la localidad fue la construcción del puerto en 1928 y sus posteriores ampliaciones. Su característica natural, multipropósito y apto para buques de ultramar, cabotaje y pesqueros, permitió la consolidación de Puerto Deseado como ciudad portuaria, siendo su principal función la pesca. El turismo forma parte de sus más recientes proyectos, considerando al Turismo de Cruceros como una alternativa que tiene amplias posibilidades de incorporarse gracias a la potencial capacidad que tiene la ciudad para recibir buques de gran tamaño y ofrecer un sector de la costa patagónica actualmente poco aprovechado por las compañías de cruceros (Biondi, 2001).

Camarones, tomando como base la investigación realizada por la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, de la mano de Schlüter (1996), es posible caracterizarla sucintamente. La fundación de Nueva León es un hito en la historia de la localidad. El emperador Carlos V firmó en 1534 cuatro capitulaciones que tenían por objetivo conquistar y evangelizar el territorio de América del Sur. Entre ellas se encontró la Gobernación de Nueva León, a cargo de Simón Alcazaba y Sotomayor, que abarcaría desde el cabo San Antonio (Buenos Aires) hasta San Julián (Santa Cruz) y tomaría a Camarones como punto de desembarco.

Hacia fines del siglo XIX comenzaron a llegar al territorio personas cuyo principal interés radicó en asentarse definitivamente, atraídos por la Ley de Premios y Ley del Hogar. En Camarones la localidad será punto de intercambio de bienes ingresando cargas de frutos e insumos a cambio de lana, cueros y pieles. Rodeada de fértiles tierras, apta para la cría de ganado, del que se obtenía lana de excelente calidad denominada “lana Camarones”, que era exportada a través de su puerto. Su momento de esplendor le permitió formar parte de la Sociedad Rural de la Patagonia, sin embargo, el aislamiento que sufría la localidad implicó reposicionar el puerto en otro punto más apto

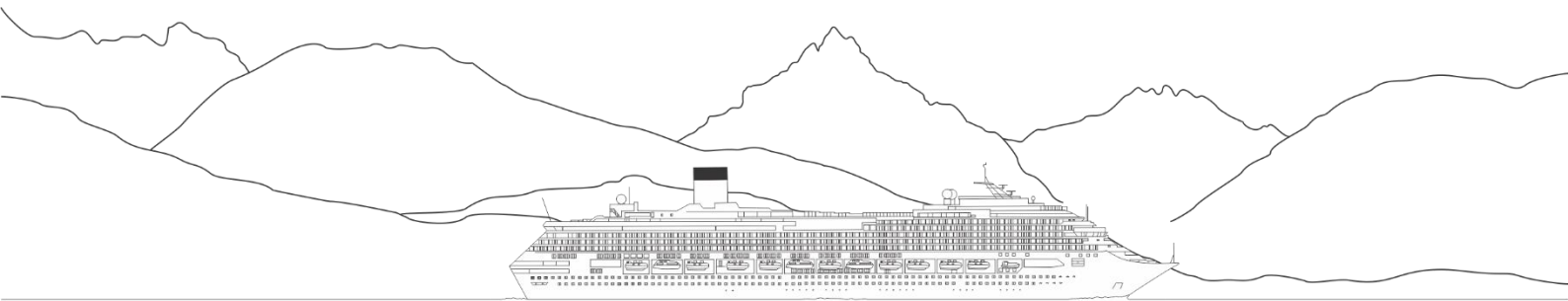
y, así, el rol de la localidad irá perdiendo posicionamiento. En la actualidad, es la actividad de la pesca la que influye mayormente en la localidad y en la operatividad del puerto.

Mención especial se debe hacer en relación al asentamiento de Bahía Bustamante. Conocido por dedicarse a recolección de las algas que se dispersan naturalmente en la región, a partir de esta actividad se edificó un sistema de producción que ha logrado equilibrar producción primaria y turismo en un entorno donde la naturaleza y la conservación prevalecen como objetivos fundamentales.

Toda la Patagonia se caracteriza por ser un espacio periférico y de poblamiento reciente, con escasa densidad de población y de su sistema urbano, con dinámicas migratorias muy fuertes y un medio natural frágil en su diversidad y significativo en su potencialidad, expresa Schweitzer (2008). Tanto en Puerto Deseado como en Camarones, las costas que las envuelven, caracterizadas por cabos y bahías, ofrecen un ambiente propicio para el hábitat de una gran variedad de fauna marina (Tagliorette, Guarino, Janeiro, Losano y Caille, 2008), además, para el caso de Puerto Deseado, actúa como un puerto natural multipropósito. Estas localidades se distinguen por la riqueza de sus atractivos naturales y culturales, muchos de ellos protegidos bajo el ala de área protegida provincial y o interjurisdiccional.

Atractivos naturales y culturales se combinan en un espacio escasamente alterado, dando lugar a un paisaje único que muestra a la costa patagónica en su máxima expresión. Planificar este crecimiento para maximizar los beneficios potenciales de esta actividad y minimizar los riesgos de efectos negativos, es un desafío que podría posicionar a estos lugares como destinos de cruceros donde la esencia local esté fuertemente arraigada al territorio.

CAPÍTULO 6. USHUAIA, PUERTO DESEADO Y CAMARONES EN EL TURISMO DE CRUCEROS. LA MIRADA DE LOS CRUCERISTAS



6. 1. DESCRIPCIÓN DEL CAPÍTULO

Al ser el territorio, el lugar donde se constituye y define la práctica turística como una construcción social, resulta de particular interés poner énfasis en la naturaleza del turismo como consumidor, productor y transformador de espacios materiales y simbólicos de una comunidad receptora (Bustos Cara, 2001). La actividad de cruceros, reconocida como una actividad que depende fuertemente de centros de decisión cuyos objetivos no son necesariamente coincidentes con los del país receptor, requiere de una población local con capacidad de reconocer y apropiarse de aquellas características que revisten de importancia para que la actividad de cruceros se desarrolle en su territorio.

En este sentido, se destaca la propuesta de Boisier (1997, 1998, 2005) basada en la “matriz decisional externa” donde los flujos turísticos se encuentran exógenamente determinados. Sin embargo, como expresa el mencionado autor está en el territorio la decisión de cómo operar esa matriz y poner en valor las repercusiones que el crucerismo genera. Para ellos es fundamental pensar al mismo como un segmento completo y complejo que está dirigido a un público con intereses y perfiles diversos, tal como sostienen Brida *et al.* (2010).

En este marco se propone abordar la mirada que tienen los cruceristas en relación a los destinos de cruceros. Se indaga desde la experiencia en Ushuaia, como destino que forma parte de un recorrido mayor por Sudamérica y desde la potencialidad de los puertos Puerto Deseado y Camarones para el desarrollo del Turismo de Cruceros. Para la primera parte el análisis se concentra en los factores que revisten a este concepto dando la oportunidad de observar al interior de las dimensiones que conforman su experiencia turística. La segunda, profundiza sobre los intereses y expectativas de los visitantes, en caso de tener la oportunidad de conocer otros puertos de la Patagonia.

6. 2. PERFIL SOCIO-DEMOGRÁFICO DE LOS VISITANTES EN CRUCEROS

Como se señaló oportunamente, la muestra se conformó de 435 formularios completados en el puerto de Ushuaia al momento que los cruceristas dejaban el destino para continuar con su itinerario. La primera pregunta realizada registra los datos para identificar el perfil socio –demográfico de los visitantes en cruceros que eligen a Ushuaia como uno de los puertos en su itinerario permitiendo visualizar las características del grupo (Tabla 8). Como bien se mencionó previamente, no es fácil generalizar en relación al perfil del crucerista, pues se trata de un segmento dinámico y cambiante conforme se van generando nuevas estrategias asociadas a su diversificación, accesibilidad y estrategias de comercialización (como la financiación de los viajes y las posibilidades

de acceso y diversificación de la demanda). Sin embargo, es posible hacer mención a los rasgos que presentan los visitantes de cruceros pendulares, dando cuenta de algunas similitudes y diferencias en relación a la demanda global.

En primer lugar, se destaca el rango etario que distingue a los cruceristas, recordando que esta modalidad de turismo se encuentre tradicionalmente asociada a los grupos de edad que corresponde a los mayores de 60 años, en este caso no se observa una excepción. A pesar de, los cambios que pueden haber plasmado la masificación y diversificación de la oferta, en relación a esta característica, se destaca un perfil asociado a los cruceristas de edad de 65 años o más. El grupo que se ubica en segundo lugar, corresponde a los visitantes de entre 45-64 años, con una diferencia considerable en su porcentaje de participación pero que permitiría reflejar una leve coincidencia con los cambios que actualmente se observan en el Turismo de Cruceros a nivel mundial.

En relación al nivel de ocupación, es la opción “jubilados” quien encabeza los resultados, continuado por “empleado”. En cuanto al ingreso, a pesar de la masificación que está atravesando este segmento, así como la aceptación de considerar al turismo como un derecho al cual toda la amplia capa de la población debe y puede acceder (Bertoncello, 2006), para el caso de los cruceristas pendulares del cono sur continúan dominando el mercado los grupos que posee un alto nivel adquisitivo. Con esta afirmación no se descarta ni se desconoce la diversidad y variedad de tipos de cruceros que recorren la región, pero si se pone en manifiesto que continúa siendo “la elite económica” según expresan De los Reyes Cruz Ruiz (2014a), quienes encabezan esta actividad.

Al considerar la educación y con quienes visitan el destino, condice con la tendencia global del crucerista planteada por Tamayo Tamayo (2003), quien destaca que el mayor porcentaje asegura tener estudios de nivel terciario/universitario o Posgrado, así como realizar el viaje en pareja principalmente. Lo mismo, podría pensarse sobre la opción “residencia” donde la información relevada a lo largo de la investigación refleja que el 65,3% de los cruceristas, provienen de América, seguido por Europa. Para ello es necesario poder visualizar al interior de cada continente como es el comportamiento.

Tabla 8: Perfil Socio-demográfico de los visitantes en cruceros

Variable	%	Variable	%	Variable	%	Variable	%
Género		Edad		Residencia		Ingreso (total mensual en U\$S)	
<i>Masculino</i>	37,9	<i>18-24</i>	1,4	<i>América</i>	65,3	<i>0-1700</i>	1,4
<i>Femenino</i>	56,6	<i>25-44</i>	9	<i>Europa</i>	22,3	<i>1701-3456</i>	23
<i>NsNc</i>	5,5	<i>45-64</i>	31	<i>Oceanía</i>	5,5	<i>3457 ó más</i>	40,2
		<i>65 ó más</i>	51,7	<i>Otros</i>	0,7	<i>NsNc</i>	35,4
		<i>NsNc</i>	6,9	<i>NsNc</i>	6,2		

Variable	%	Variable	%	Variable	%	Variable	%
Estado Civil		Ocupación		Estudios		Visita destino	
Soltero	14	Empleado	22,3	Sin estudios	2,3	Solo	7,1
Casado	69,7	Desempleado	1,4	Primario	0,9	En pareja	65,9
Separado	1,1	Independiente	11,7	Secundario	8,8	En familia	13,6
Divorciado	4,8	Jubilado	57,9	Terc./Univ.	44,8	Con amigos	7,6
En pareja	4,4	Ama/o de casa	1,8	Posgrado	35,6	Otros	2,1
Viudo	3,2	Estudiante	2,5	NsNc	7,6	NsNc	3,7
NsNc	2,8	NsNc	2,3				

Fuente: Cohen (2018)

La variable residencia fue analizada en mayor detalle y a partir de ello se observa que, al igual que la tendencia mundial como expresan Rodrigue y Notteboom (2013), América del Norte concentra el mayor porcentaje de cruceristas siendo Estados Unidos el que agrupa el 40,9% de los pasajeros. Se mantienen entonces, como los principales consumidores de este segmento, seguidos por Canadá con el 13,11%. Europa por su parte está liderado por Reino Unido con un 13%, mientras que la participación de Oceanía está concentrada en Australia, pero en menor medida, representando solo el 6%

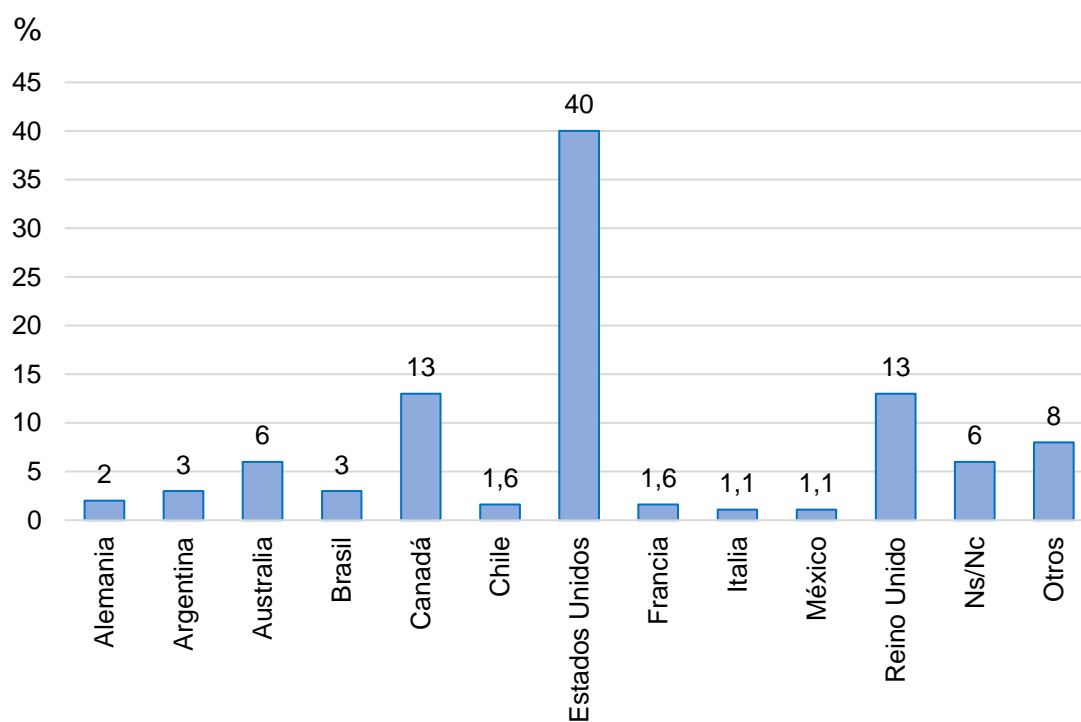


Figura 13).

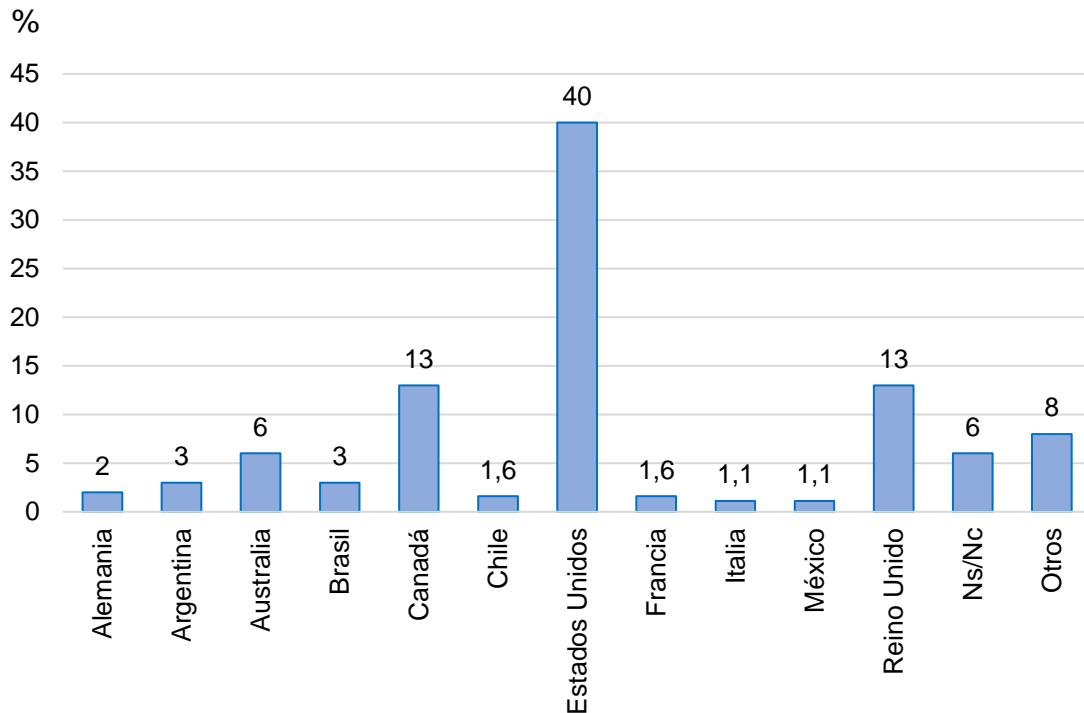


Figura 13: Lugar de residencia de los cruceristas según país

Fuente: Cohen (2018)

Mención especial es necesario hacer en relación al mercado chino pues si bien en esta investigación no fue considerado por tratarse de un segmento al cual es muy difícil acceder, en investigaciones previas se destaca el intenso crecimiento que ha demostrado en los últimos años, particularmente en el caso del turismo antártico (Jensen y Vereda, 2016). Aun no se ha posicionado por encima de América del Norte, pero si refleja un avance continuo y constante en la actividad, lo que podría significar un pronto giro en el perfil que caracteriza a los cruceristas.

6.3. LA EXPERIENCIA DE LOS VISITANTES DE CRUCEROS EN USHUAIA

Una vez conocido el perfil socio demográfico que caracteriza a los cruceristas que visitan la región se preguntó en relación a la experiencia durante su recorrido por Ushuaia. Se parte de un enfoque que propone considerar a este concepto como resultado de una interpretación subjetiva en donde se observa un cambio en las representaciones homogeneizadoras del turista, para capturar la multiplicidad de vivencias que la práctica turística puede generar (Uriely, 2005). Se plantea, como expresa Tuan (2001), como

todos los modos a través de los cuales una persona conoce y construye una realidad y es desde la motivación, percepción y satisfacción que se detalla la experiencia turística que construyeron los cruceristas en relación a Ushuaia como destino de cruceros.

6. 3. 1. Las motivaciones para tomar un crucero por la región

Se preguntó en relación a la motivación que los lleva a realizar esta actividad, reconociendo a esta fuerza como uno de los componentes claves para comprender la experiencia turística. La misma actúa dentro de un organismo para iniciar y dirigir una conducta y permite analizar la etapa *a priori* del viaje, es decir, saber que hizo que los visitantes decidieran tomar el crucero. Para su indagación se les solicitó a los cruceristas que indiquen las diferentes motivaciones que intervinieron en su decisión de realizar el viaje y en qué nivel de relevancia influyeron. Se obtuvieron un total de 1611 respuesta, provenientes de la muestra.

Las decisiones que obtuvieron más peso al momento de elegir tomar este crucero corresponden a “conocer el Sur de Sudamérica” y “conocer la Patagonia” (

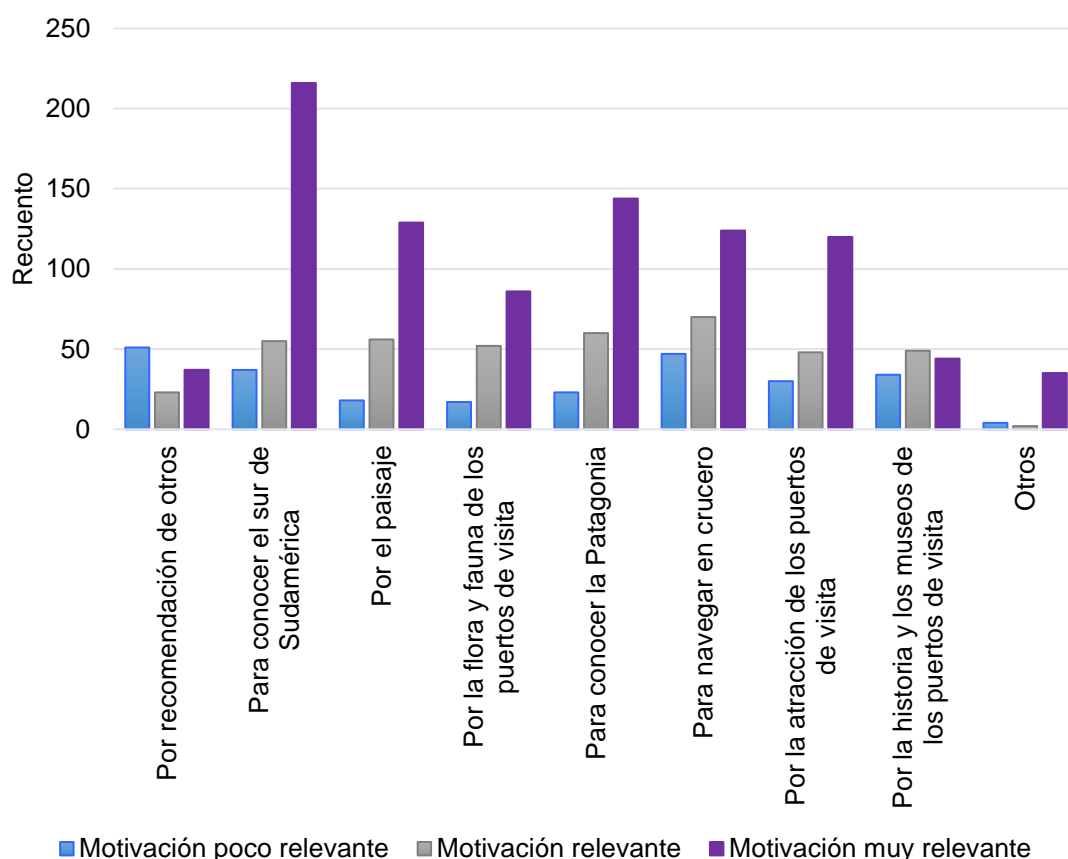


Figura 14). Este dato no es menor cuando se piensa que la práctica turística implica un desplazamiento espacial, siendo los lugares turísticos elegidos por la expectativa de lo diferente (Almirón, 2004). En este sentido dos características pueden pensarse como fundamentales, para que estas opciones sean consideradas, por un lado, el rol que

juega la posición geográfica como activador de la motivación, donde la distancia se carga de valor positivo. Por el otro, y de la mano de lo anterior, la dimensión subjetiva que motiva la práctica turística también se ve expresada en esta elección. En palabras de Bertonecello (2006) la Patagonia adquiere el significado de lugar distante y ajeno a todo lo demás, representación que remite a varias dimensiones y consolida la fuerte atraktividad turística de la región. Estas opciones reflejan el peso que tiene el espacio como una dimensión constitutiva fundamental para el desarrollo de la actividad turística a partir de sus formas de apropiación materiales o simbólicas.

Otra de las opciones más elegidas fue “por el paisaje”. El itinerario que ofrecen las empresas de cruceros en este recorrido condice con una mirada del espacio como escenario de procesos sociales en donde se refleja una gran diversidad y variedad de paisajes. Ejemplo de ello son las ciudades puerto de Buenos Aires, descrita por Bertonecello y Troncoso (2014) como una ciudad moderna u cosmopolita, puerta de entrada del turismo internacional; y la prístina Ushuaia (Bertonecello, 2006a) con sus excursiones por la naturaleza patagónica cuyas características muestran atributos únicos en términos de belleza natural.

La motivación “navegar en crucero” tiene también un peso importante al momento de decidirse. Esta respuesta se condice con una de las principales características del Turismo de Cruceros, que consiste en proponer al viaje en sí mismo como parte del destino, propone Wood (2004). En esta decisión es el crucero el que actúa como determinante, pero, está en cada puerto tener la capacidad de consolidarse como un espacio vinculante e interactivo a esta actividad. A partir de ello, otra de las motivaciones seleccionada adquiere importancia “los atractivos que poseen los puertos de visita” lo cual refleja el interés que despierta cada puerto al momento de decidirse por tomar el crucero.

En esta última afirmación resulta de particular interés pensar qué lugar ocupa Ushuaia en el itinerario. Planteada como un espacio de paisajes deslumbrantes (Norwegian Cruise Line, 2016), las montañas caracterizadas por sus alturas y sus pendientes pronunciadas, la combinación de roca y vegetación, así como la presencia de cuerpos de aguas cristalinos construyen un paisaje idealizado. Esto podría reflejar la construcción de una identidad turística de la ciudad más relacionada con los aspectos naturales del destino.

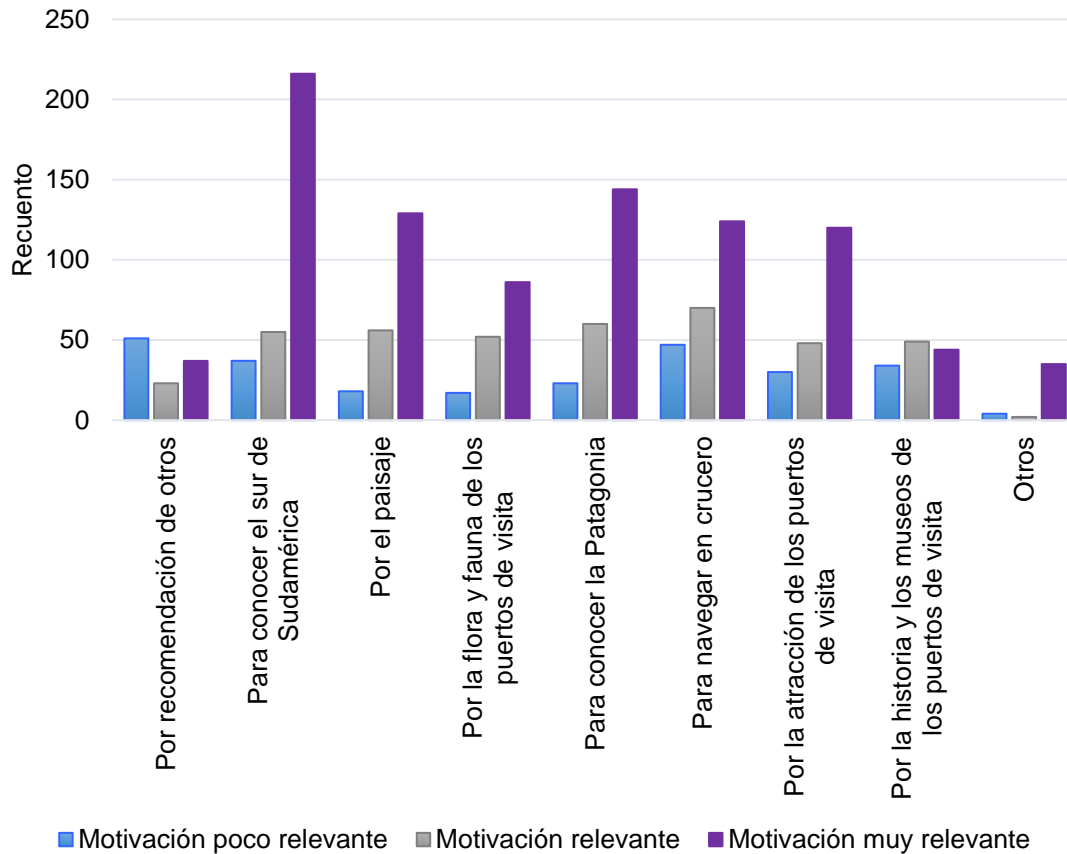


Figura 14: Motivaciones para realizar el viaje en crucero

Fuente: Cohen (2018)

Hacia el interior de las motivaciones es interesante analizar su comportamiento a nivel general y algunas de las afirmaciones con mayor detalle. Desde una mirada global se destaca, que aquellas opciones que fueron más veces elegidas, coinciden con una alta valoración en relación a su relevancia y, en congruencia a ello, su elección disminuye a medida que se reduce la relevancia de dichas motivaciones. Esta característica es observable en todas las opciones con excepción de dos; la que corresponde a la motivación por “la historia y los museos de los puertos de visita” y la “recomendación de otros”.

En el primer caso, se observa que las actividades relacionadas con la historia y los museos se manifiestan como una motivación relevante. Se reconoce que en el recorrido por Sudamérica los cruceros tocan puerto en ciudades que se caracterizan por presentar una rica y diversa oferta relacionada con la historia y la cultura, como Montevideo, Buenos Aires y Valparaíso. Sin embargo, las diferentes atracciones ofrecidas, en este sentido, no son lo suficientemente valoradas como para adquirir la denominación de motivación muy relevante.

Situación similar ocurre con la opción “recomendación de otros” la cual se destaca por presentar más respuestas asociadas a una motivación poco relevante, siendo el único caso que muestra este comportamiento. El mismo podría relacionarse con el lugar que ocupa actualmente el Turismo de Cruceros en Sudamérica. Como se mencionó previamente, si bien ha demostrado un aumento constante y considerado, sigue siendo aún un circuito en crecimiento, lo que permite pensar que el porcentaje de cruceristas que han realizado este itinerario aún no actúan como comunicadores significativos de esta experiencia.

Por último, se destaca la opción “otros”. Esta fue la menos seleccionada, pero resulta de interés destacar que su peso se concentra en el ítem de motivación muy relevante. Al interior de esta opción se destaca que muchos encuestados la eligieron por la posibilidad de complementar el viaje con otra actividad, como la posibilidad de visitar familiares o amigos en los puertos de visitas. En otros casos destacaron que a través del Turismo de Cruceros tienen la oportunidad de conocer y recorrer una gran variedad y diversidad de destinos en un mismo viaje, e incluso hicieron mención a la posibilidad de conocer la Antártida²⁵.

6. 3. 2. *La percepción de Ushuaia como destino de cruceros*

En el análisis de la experiencia, la subjetividad actúa como elemento clave para comprender el significado de los destinos turísticos. A través de la percepción es posible analizar la forma en que los turistas aprehenden los acontecimientos de su viaje, planteándose la misma como un concepto bastante más complejo que ser pensado solo como la forma en la que se capta el mundo (Nogué i Font, 1992). Plantear el análisis desde la percepción permite comprender al turismo desde la impronta social y tener una mirada al interior de cada destino. En este sentido, la atención se concentró en Ushuaia, objeto de análisis en esta tesis y se realizaron preguntas que permitan conocer cómo perciben los cruceristas a la localidad.

La percepción se entiende como un proceso que combina la experiencia sensorial (el papel de los sentidos en la captación del entorno), la cognición (el conjunto de procesos a través de los cuales se estructura la información) y la evaluación o preferencia (las actitudes y preferencias en relación con lo aprehendido y estructurado previamente) (Punter, 1982 En: Nogué i Font, 1992). Fue analizada desde dos preguntas que permiten reflexionar en torno a ella como un acontecimiento que no es igual de un individuo a

²⁵Para esta afirmación es oportuno recordar que determinados buques de gran porte, incluyen en su itinerario por Sudamérica a la Antártida, realizando un recorrido por la misma sin descenso.

otro, responde a un intenso factor de subjetividad, pero se perfila como una estrategia para comprender el turismo y su impronta social.

Las preguntas realizadas en relación a la percepción plantearon, por un lado, que expresen la opinión que tienen sobre el destino, dando la opción de respuesta a través de una escala de Likert de cinco categorías, donde 1 representa el menor grado de valoración y 5 el mayor. Por el otro, cómo caracterizan a la ciudad, a través de una pregunta abierta en la cual los cruceristas manifestaron tres palabras con las cuales identifican a Ushuaia, las mismas luego fueron agrupadas bajo un conjunto de palabra, para poder realizar un análisis más claro sobre ellas. A partir de allí se llevó a cabo el análisis de las variables propuestas.

En relación a la opinión que los cruceristas tienen sobre Ushuaia (Figura 15), al interior de cada propuesta se observa un comportamiento, en general homogéneo, donde es mayor el número de respuestas que corresponden a la opción “muy de acuerdo”. A esta tendencia escapan dos afirmaciones: la relevancia de los atractivos culturales y la diversidad de atractivos que posee la localidad. Por otro lado, la opción “belleza paisajística” se la distingue no solo por haber sido la más elegida sino, además, por la alta valoración que obtuvo.

El paisaje, se plantea entonces como una de las imágenes que se tienen como parte del esquema mental que se construye en referencia a este destino. No es menor la valoración que adquiere esta afirmación si consideramos al paisaje como un concepto complejo y completo, el mismo puede ser pensado no solo desde sus aspectos físicos sino, como expresa Santos Solla (2008), desde una mirada integral, como expresión del territorio, de su economía y sociedad y de la construcción de su cotidianidad. Esto conlleva, además, pensar la percepción del destino no solo desde los aspectos materiales sino también desde sus cualidades intangibles.

En este sentido se destaca la valoración que obtuvieron las opciones: “agradable”, “seguro para viajar” y “relajante”. Es actualmente reconocido que el turista busca, en la realización de su viaje, encontrar algo diferente o extraordinario. Gran parte de los visitantes que arriban a Ushuaia provienen de grandes ciudades, donde la urbanización ha absorbido buena parte de la dinámica social y en la recurrente oposición a los contextos urbanos, altamente poblados y artificializados (Bertoncello, 2006a), Ushuaia se percibe como un destino calmo y placentero.

La opción “único en relación con el itinerario”, obtuvo también una valoración significativa. La singularidad y/o unicidad son factores que pueden favorecer positivamente al destino, ya que esto implica que solo en él tendrán la posibilidad de conocer y disfrutar esa característica que lo reviste como tal. Sin embargo, al tomar en consideración la opinión que se tiene en relación a la relevancia de los atractivos

culturales, como así también de la diversidad de atractivos que posee el destino, es posible considerar, que estas dos características suman a la valoración de Ushuaia como destino, pero no llegan a definirla como tal. En contraposición a esta observación se destaca la participación del turismo de aventura, o bien de las características paisajísticas e intangibles de la localidad, lo que permitiría pensar que la percepción que se tiene sobre Ushuaia como destino de cruceros se asocia más a sus factores naturales y simbólicos.

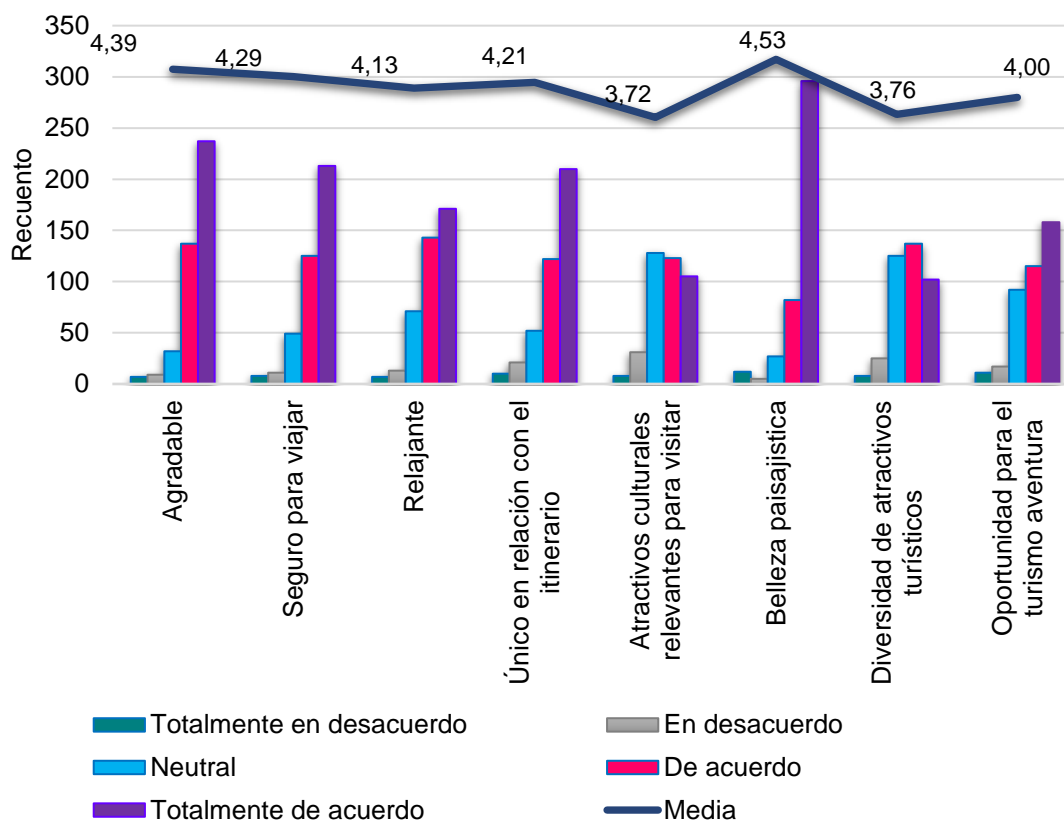


Figura 15: Opinión acerca de Ushuaia como destino de cruceros

Fuente: Cohen (2018)

Más allá de las diferencias que pueden observarse en el interior de las opciones, se aprecia una alta valoración general. Todos los casos superaron la media (Figura 15), y la belleza paisajística la mejor puntuada. Esta percepción que se genera en torno a Ushuaia es posible complementarla con las palabras utilizadas por los cruceristas para identificar a la ciudad (



Figura 16)²⁶. El paisaje, como símbolo y significado de los lugares que tiene la capacidad de expresar pensamientos, ideas y emociones (Nogué y Vela, 2011) es un concepto al que recurren los cruceristas en el contexto de su experiencia. El valor otorgado a esta característica se observa también en la identificación de Ushuaia como destino de cruceros donde el paisaje es mencionado en un 21%.

No es solo el concepto de paisaje lo que despierta atención en los visitantes de cruceros, sino el significado que los mismos les dan. En este sentido, el valor otorgado a la belleza paisajística se puede complementar con el rol que cumple la naturaleza en el imaginario de los cruceristas, siendo mencionada en un 38%. La conjunción de ambas afirmaciones permite analizar al destino desde el concepto de paisaje natural el cual presupone la existencia de unos paisajes en los que la acción del hombre es nula o insignificante (Nogué i Font, 1992). En este sentido, en la construcción de la imagen de Ushuaia los elementos y atributos naturales cumplen un rol fundamental como integrantes de su identidad territorial.

La representación simbólica también interviene en la definición de este espacio turístico. Como plantean Lash y Urry (1998) los visitantes se ven atraídos por los mitos del lugar que envuelven al destino y a partir del cual se construye su imagen. En este sentido, la elección de ser único en el itinerario, se plantea como rasgo esencial de la identificación de Ushuaia. La unicidad expresada por los visitantes puede relacionarse al concepto de “Fin del mundo” que es propuesto por los cruceristas como una de las palabras que identifican al destino. Esta característica que fue mencionada en un 23%, adquiere un peso importante en el imaginario de los cruceristas y es un ingrediente fundamental del sentido de lugar de este espacio turístico.

²⁶ Para la generación de la nube de palabra no se consideraron las respuestas Ns/Nc así como tampoco la opción “otro”.

Al hablar del “Fin del mundo” no se hace referencia únicamente a la lejanía geográfica medida en kilómetros, sino que, además, responde al imaginario creado en relación a esta palabra. Una distancia definida en términos de oposición y extrañamiento respecto de la vida y los lugares cotidianos de los turistas expresa Bertoncello (2006). En otras palabras, materializa la visión que se tiene sobre los territorios periféricos, donde la distancia, como expresan Vereda y Jensen (2014), ocupa un lugar destacado en la configuración de lo lejano, entendiéndola en función de la concentración de las estructuras, poblaciones y actividades de la civilización moderna. Posición que es estratégicamente apropiada para la comercialización del destino.

Asociado a este concepto aparece la idea de extremo que es manifestada en un 8%. Esta palabra no es considerada solamente desde la ubicación estratégica que posee el destino, sino que además busca expresar la esencia que reviste a Ushuaia desde su pristinidad y su componente natural como las mayores expresiones del territorio. En este sentido relacionado con esta palabra se encuentran expresiones²⁷ como “Asombroso”, “Desolado” y “Solitario”.

En menor medida es la palabra amigable la utilizada para caracterizar al destino, que fue elegida en un 2%, sin embargo, resulta de interés destacar que en relación a la misma es la atención y conocimiento de los guías de turismo, así como el carácter amistoso de los residentes los argumentos más utilizados. En el 8% restante se agruparon las palabras que representaban otras características de Ushuaia, tales como la historia y cultura, la gastronomía y el tamaño de la ciudad.



Figura 16: Principales características de Ushuaia desde los cruceristas

Fuente: Cohen (2018)

²⁷ Corresponden a su significado en inglés: *breathhtaking; insolated; lonely*.

6. 3. 3. La satisfacción alcanzada

La satisfacción es el otro factor que interviene en la experiencia de los visitantes, este proceso planteado como una actitud que se adquiere una vez finalizado el viaje forma parte de la evaluación que hace el crucerista sobre su experiencia. Dos aspectos la conforman, por un lado, el emocional relacionado con el sentimiento que generó la práctica turística y por el otro, el cognitivo que responde a su evaluación en comparación con un estándar determinado (Campos Martínez y Yague Guillen, 2007). El primero implica respuestas a los objetivos propuestos para el viaje, mientras que el segundo se refiere a los productos físicos.

Como proceso que contribuye a completar la impresión que se tiene sobre el destino, se abordó considerando diferentes aspectos. En primera instancia se solicitó que expresen el grado de satisfacción durante su visita, indicado a través de una escala de Likert de cinco categorías, donde 1 representa el menor grado de valoración y 5 el mayor. En segundo lugar, su acuerdo o no, con el tiempo de permanencia en la ciudad. En tercer lugar, si repetiría la visita el destino y su intención por recomendarlo, por último, el grado de satisfacción sobre el gasto realizado en el destino, aplicando también la escala de Likert de cinco categorías, y especificar en qué ítems concentró sus gastos.

En relación al grado de satisfacción expresado por los cruceristas (Figura 17) los resultados demuestran que más de la mitad de los encuestados afirmó estar muy satisfecho con su visita en Ushuaia. La satisfacción es uno de los indicadores más utilizados para referirse a la calidad de la experiencia turística y recreativa, aseguran Daverio *et al.* (2007). El resultado de esta afirmación juega, sin duda, un rol fundamental en la decisión que tomará el crucerista en relación a la experiencia de su visita. Al expresar una alta satisfacción se lee el sentimiento positivo que queda en el imaginario. Esto puede dar paso a un deseo de regresar al destino, e incluso a la construcción de lealtad sobre este puerto de visita, o bien, de recomendarlo.

El porcentaje que corresponde a muy insatisfecho, resulta también de interés para analizar. Si bien su valor no es alto, un 10% de los cruceristas no obtuvo los resultados esperados en la visita, y ello puede influir en la decisión que tome respecto al destino. Las justificaciones realizadas por los visitantes en relación a esta afirmación demuestran en muchos casos optaron por esta opción como consecuencia del poco tiempo que tuvieron para visitar la ciudad. Un importante número de los encuestados no profundizó sobre esa decisión y otro gran grupo denotó satisfacción en su opinión acerca de su visita a pesar de haber elegido la opción contraria. En estas respuestas expresiones como la posibilidad de disfrutar la flora y fauna, conocer la historia de la localidad, ser

atendidos cordialmente por los guías y agentes de turismo o bien palpar la sensación de lo remoto y lo extremo son las opiniones más mencionadas.

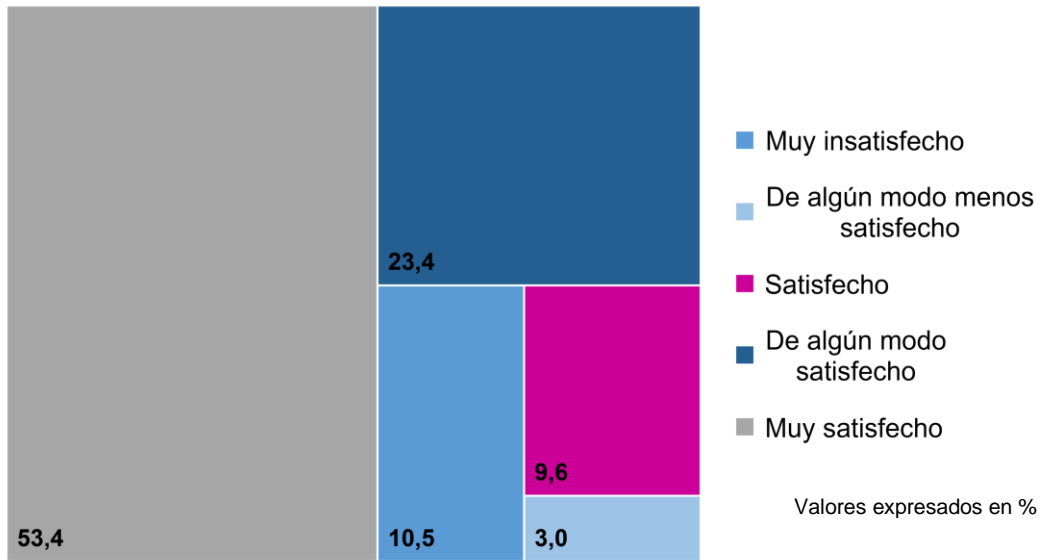


Figura 17: Grado de satisfacción en la visita por Ushuaia

Fuente: Cohen (2018)

Si el turista no logra sentirse satisfecho con su visita, Oliveira (2011) plantea que además de disminuir la oportunidad de tenerlo nuevamente, su opinión puede influir en la toma de decisiones de potenciales turistas. Por ello, relacionado con la satisfacción está el interés por prolongar su estadía en Ushuaia (Figura 18). El 75% de los encuestados respondió estar interesados en pasar más tiempo en el destino, siendo la opción que corresponde a pasar dos días en la localidad la que obtuvo el mayor porcentaje de respuestas del grupo. Esta manifestación no es menor si se tiene en cuenta que según el estudio realizado por Jensen y Daverio (2004) Ushuaia tiene la menor estadía promedio del itinerario variando, según la empresa²⁸, entre 8 a 10 horas. Este resultado expresa una demanda por parte de los visitantes, que no responde al destino directamente, pero sí a la logística que se genera entre este y las empresas de cruceros. Muchos de los argumentos relacionados a la satisfacción de los cruceristas afirman que no han podido recorrer ni disfrutar de todos los atractivos que posee la localidad, por lo tanto, la mayor permanencia de los buques en el puerto de Ushuaia permitiría consolidar la actividad e incorporar nuevos espacios y productos.

²⁸Se compararon las estadías de cuatro navieras que operan regularmente en la región (Royal Princess, Holland American Line, CelebrityCruises y NorwegianCruise Line).

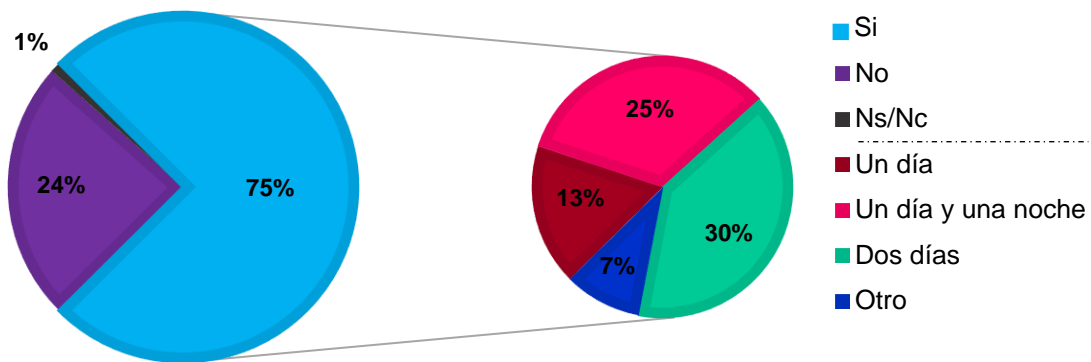


Figura 18: Interés por permanecer más tiempo en Ushuaia

Fuente: Cohen (2018)

De la mano de la satisfacción está el deseo de repetir la visita, que puede dar origen a la lealtad, la misma expresa la intensión del turista por recurrir nuevamente al destino y esto depende en parte de la satisfacción que haya adquirido en su viaje. Se suele distinguir en dos tipos: una comportamental vinculada a la repetición y otra actitudinal, relacionada como una actitud favorable hacia el destino. En palabras de Fernández, García y Picos (1997) la primera, plantea la seguridad de que se ha producido la repetición de la visita, al menos una vez y, la segunda, incorpora el elemento intencional o de previsible comportamiento futuro, por ello la denomina lealtad futura, intencional o actitudinal.

A partir de la pregunta realizada en relación a la intención de volver a visitar el destino, se observa un alto grado de lealtad actitudinal (Figura 19). El elemento intencional o de previsible comportamiento a futuro refleja que el 60% de los encuestados estaría dispuesto a repetir la visita. Si se relaciona esta afirmación con las opiniones de los visitantes vinculados a la satisfacción, se destaca que los motivos que llevarían a elegir este destino por segunda vez son diversos, siendo la intención de recorrer y visitar todos los sitios de visita que desean, estar más tiempo para disfrutar del paisaje y la belleza del lugar, e incluso por su significado simbólico, algunos de los más mencionados.

“Conocer el fin del mundo, es una experiencia que hay que experimentarlo al menos una vez”.

“Si volvería me gustaría recorrer la ciudad, visitar amigos y familia. Estamos muy atrapados por el tiempo, muy limitados con el itinerario”.

“Es una necesidad para cualquier viajero conocer Ushuaia”.

“Me gustaría volver y pasar más tiempo”.

La respuesta negativa referida a la intención por repetir la visita, si bien refleja un valor menor en relación a la mirada positiva, resulta de interés para ser analizada si se considera que el 40% de los cruceristas la eligió. Cuando se profundiza sobre la opinión de los cruceristas es posible destacar que, el 16% aseguró estar muy satisfecho con la misma. Esta contradicción entre el grado de satisfacción y la negativa de repetir el destino podría llamar la atención, sin embargo, una de las características que refleja el Turismo de Cruceros es que los destinos forman parte de un paquete mayor y, en ocasiones, es en el conjunto del itinerario sobre el cual se decide si se repetirá el viaje o no.

Solo el 4% de los encuestados que afirmaron que no volverían a visitar el destino argumentan estar muy insatisfechos, pero en ninguna de las respuestas la insatisfacción se vio relacionada con un aspecto negativo del destino, sino con la falta de tiempo para recorrerlo. Interesante es reflexionar ante esta actitud, la cual expresa un comportamiento habitual del crucerista, relacionado con la no repetición del destino, a pesar de que no haya logrado cumplir en su totalidad con la experiencia deseada.

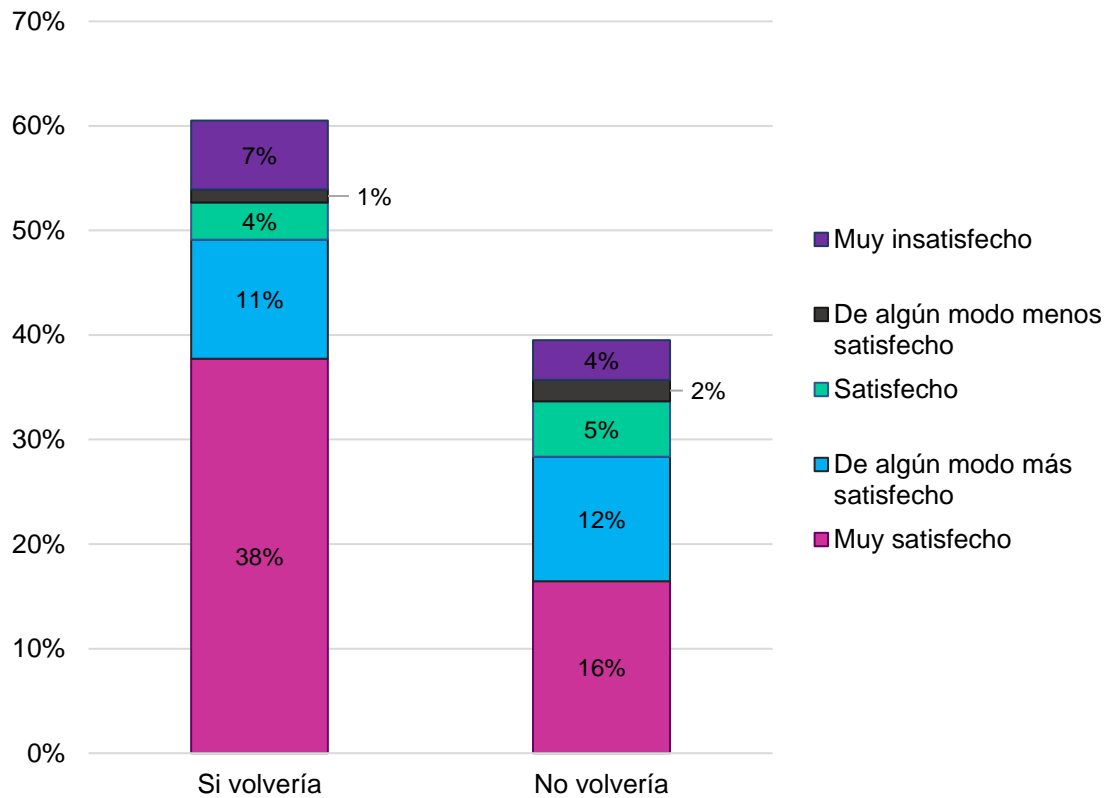


Figura 19: Intención por volver a visitar el destino y satisfacción alcanzada

Fuente: Cohen (2018)

El turismo como un agente multiplicador (Ruiz Quesada y Parada Gutierrez, 2013) requiere de la satisfacción de las expectativas generadas por los visitantes para que el mismo actúe retroalimentando esta actividad. La recomendación expresa implícitamente si la experiencia vivida durante la visita satisfizo las expectativas generadas. La consecución de un viaje está cargada de expectativas que buscan completar y generar satisfacción, si la misma no es adquirida, difícilmente sea recomendada.

La respuesta más elegida corresponde a la intención por recomendar el destino (Figura 20). A medida que el grado de satisfacción es mayor, aumenta también el porcentaje de cruceristas que recomendarían el destino. En este sentido, el 51% de los encuestados que afirmó estar muy satisfecho con la visita recomendaría el destino. Las razones por las cuales recomendarían al mismo son muchas, pero entre las que más se destacan están su belleza paisajística, la esencia del fin del mundo, la tranquilidad y la naturaleza. Expresiones que fueron también sumamente valoradas al momento de describir la localidad.

“Es muy especial ser el fin del mundo”.

“Es un lugar hermoso en el mundo”.

El porcentaje de respuestas que optaron por recomendar el destino, a pesar de no haber quedado satisfechos con la visita es considerablemente bajo, sin embargo, resulta interesante analizar qué argumentos manifestaron ante esta afirmación. Se destacan mayormente expresiones positivas relacionadas con Ushuaia, siendo los argumentos negativos asociados más al tiempo de visita que a las características *per se* del destino. Las afirmaciones aquí representadas permiten reflexionar al interior del comportamiento de los cruceristas, planteando como la experiencia si bien responde a un colectivo social, depende también y fuertemente de la subjetividad propia de cada individuo, de sus representaciones y actitudes ante el destino.

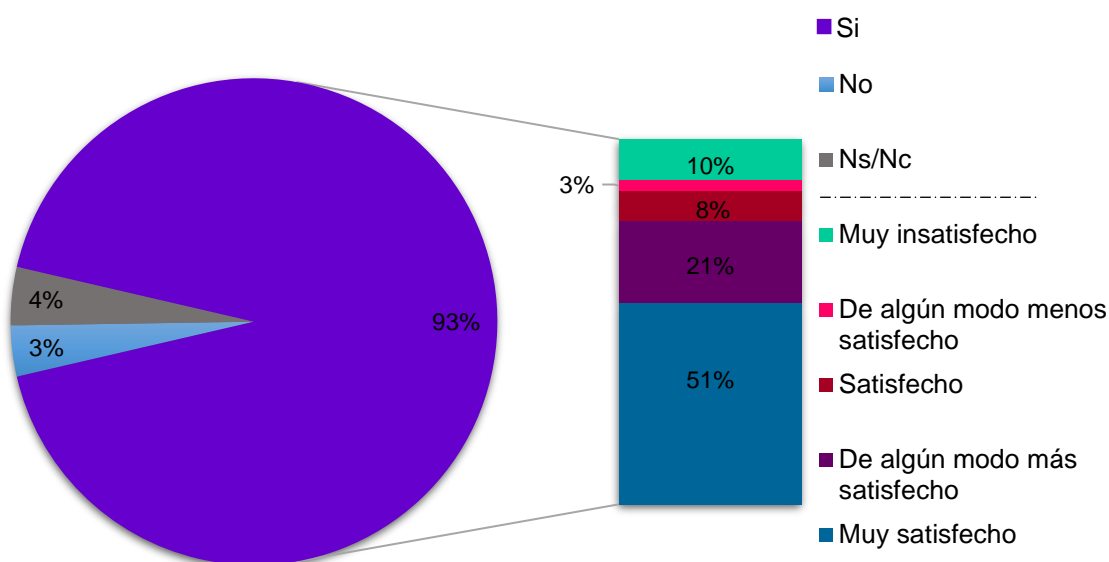


Figura 20: Recomendación del destino y grado de satisfacción de la visita

Fuente: Cohen (2018)

La última pregunta corresponde a la satisfacción del gasto realizado. Esta variable, de carácter económica, se plantea en relación a la mirada que tienen los cruceristas sobre el destino (Figura 21). El mayor número de respuestas afirman que el gasto que realizaron fue el esperado, planteando una mirada neutral en relación al mismo, sin embargo, si se agrupan y analizan los valores extremos se observa que el 32% de los cruceristas acuerdan haber realizado un gasto superior al esperado y solo el 10% afirma que el mismo fue menor de los que tenían pensado. Esta afirmación parece no influir en

la satisfacción generada, pues a través de la prueba de Chi-cuadrado de Pearson²⁹ no se observa una relación entre ambas variables, sin embargo es interesante reflexionar hacia el interior de estas respuestas.

A pesar de las diferencias en relación a la opinión sobre el gasto realizado, en todos los casos es mayor la afirmación que argumenta haber quedado muy satisfecho con la visita. De los encuestados que respondieron haber gastado lo esperado (45%), el 23% aseguró estar muy satisfechos con Ushuaia como destino de cruceros. Así mismo quienes afirmaron no estar conformes con el gasto, expresan que la satisfacción fue alta, mientras que, aquellos que prefirieron no responder en relación a la satisfacción del gasto, si expresan que la visita alcanzó, en su mayoría, la satisfacción esperada.

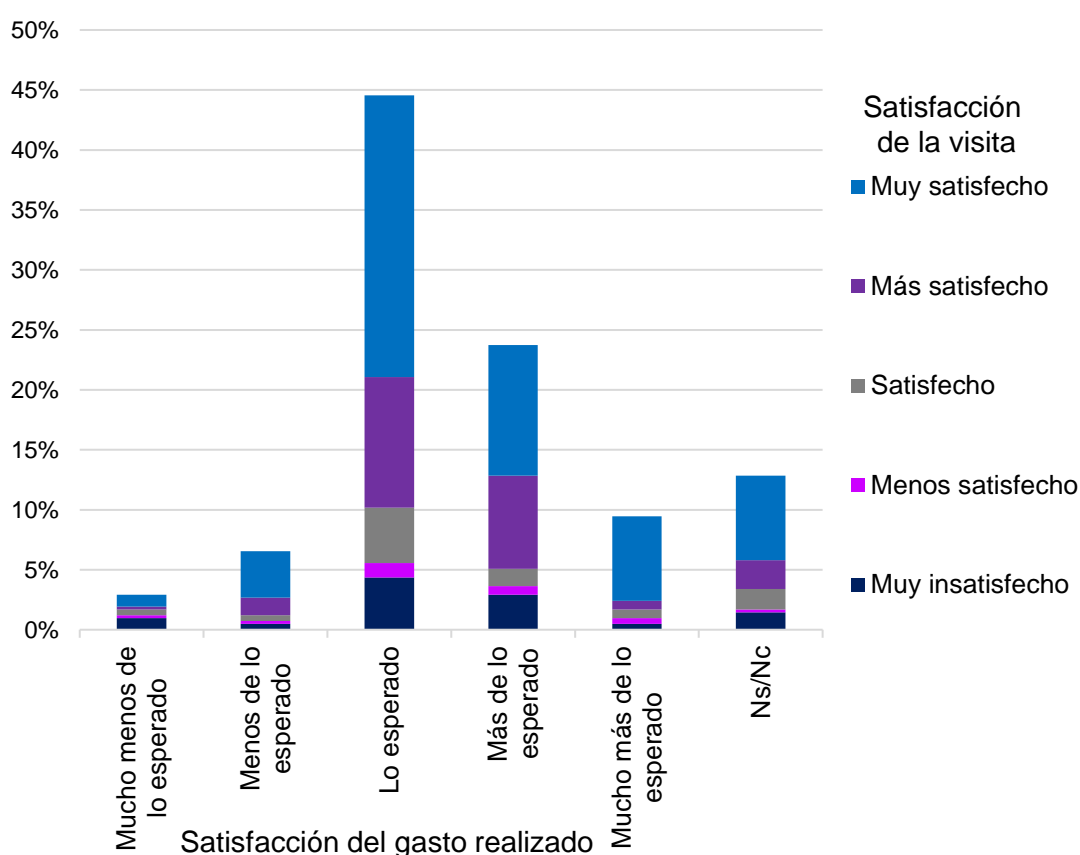


Figura 21: Satisfacción del gasto realizado

Fuente: Cohen (2018)

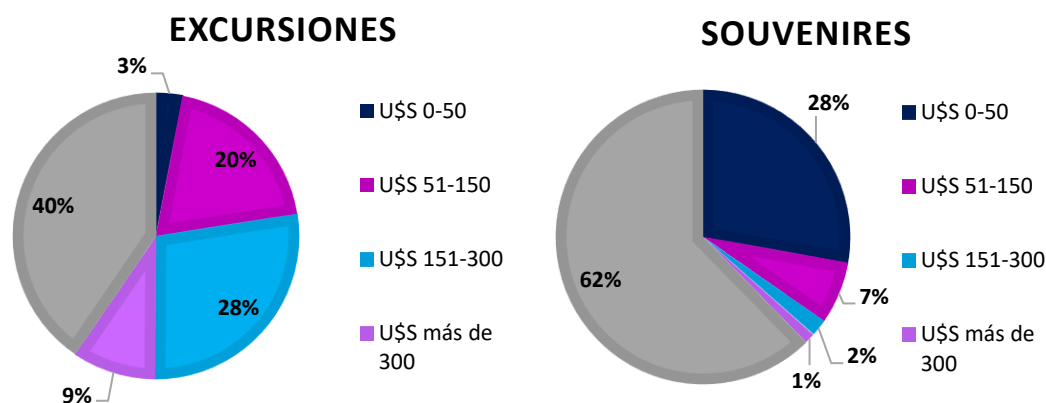
Junto con la satisfacción se indagó el gasto realizado en las excursiones, la compra de souvenirs, los restaurantes³⁰ y otros (Figura 22). La información fue solicitada en la moneda del país de pertenencia de cada encuestado y luego fueron convertidos a un

²⁹ Chi-cuadrado de Pearson: 0,129

³⁰ Incluye en esta opción las confiterías y cualquier local comercial de comidas.

dólar de referencia³¹ y agrupados para realizar una lectura más clara. No fue sencillo indagar en relación al gasto que los visitantes realizan, ya que el alto número de respuesta correspondiente a Ns/Nc demuestra la resistencia de los cruceristas por brindar esa información. Sin embargo, es posible hacer mención a donde se concentraron los mayores gastos.

En términos generales los menores gastos se ven reflejados en los souvenirs, que concentra el mayor porcentaje de respuestas en la opción entre U\$S 0-50, seguido por el ítem restaurantes, que también fue elegido en su mayoría bajo esta opción. Para el caso de las excursiones, el mayor porcentaje de gastos se ubica en el rango que corresponde a U\$S 151-300, respuesta que concuerda con el ítem que es analizado. En general, las excursiones son ofrecidas a bordo del crucero dando el respaldo de que la misma se desarrolle en tiempo y forma. Es común que los cruceristas opten por realizar las actividades pautándolas previamente en el buque, sin embargo, al elegir esta opción el valor que deben pagar es mayor al que se ofrece bajo el carácter de excursiones regulares que se contratan en el destino. No todas las excursiones tienen el mismo valor, estas varían según los sitios que se visiten, a pesar de ello se observa que es considerablemente menor el porcentaje que corresponde al valor más alto, habiendo más elecciones de las excursiones que tienen un valor no mayor a los U\$S 300.



³¹Se toma como fecha para pautar el dólar de referencia el 31/03/2018, correspondiente al último mes de la última temporada considerada para la investigación.

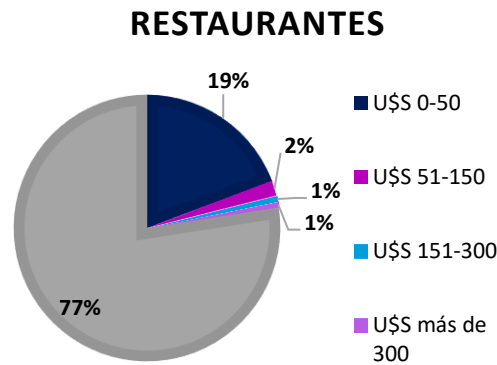


Figura 22: Gastos realizados durante la visita a Ushuaia

Fuente: Cohen (2018)

Cuando se relaciona esta respuesta con el grado de satisfacción del gasto realizado se observa un comportamiento similar para todos los ítems. En el caso de “souvenirs” y “restaurantes”, el mayor número de cruceristas afirman haber quedado satisfecho con el gasto realizado, concentrándose el mismo en el rango entre U\$S 0-50 en ambos casos. Las excursiones también ubican la mayor cantidad de respuestas en esta opción de satisfacción del gasto, pero responden que el gasto se concentró en el grupo que corresponde a U\$S 151-300.

6. 4. LA POTENCIALIDAD DE PUERTO DESEADO Y CAMARONES PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO DE CRUCEROS

El turismo de cruceros ha adquirido una intensa popularidad en los últimos años, se ha mundializado y generado cambios que pueden conducir a “mudanzas” en su mapa turístico. Una de las características que lo identifica es la eficiente planeación y gestión de sus itinerarios, por ello, ante su crecimiento, surge la necesidad de rever los signos de saturación que comenzaron a presentar los destinos clásicos y la necesidad de reposicionar sus flotas durante la temporada turística en el hemisferio austral (Jensen, Daverio y Vereda, 2009). Buscar alternativas que permitan diferenciar y diversificar la oferta es un factor que está latente en el quehacer de las compañías de cruceros y es Latinoamérica uno de los mercados que ha mostrado un importante crecimiento. El Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS) (2015) propone dentro de los corredores de la costa patagónica norte y sur a Puerto Deseado y Camarones como potenciales destinos de turismo nacional y/o internacional, al estar vertebrado por rutas troncales de circulación y con atractores de jerarquía suficiente para motivar flujos de demanda.

Sumado a ello, como se mencionó previamente, los cruceristas manifestaron que conocer la Patagonia era una motivación muy relevante al momento de decidirse por realizar el viaje, promovida por el imaginario que la caracteriza como así también por el alto valor paisajístico que posee y por sus atractivos, centrados principalmente en los componentes naturales y culturales. En este sentido y, atendiendo al concepto de potencialidad turística a través de la activación de bienes naturales y culturales. Estos antecedentes y la posibilidad que brindaría el turismo en términos de diversificación de la matriz productiva, permiten poner en discusión la capacidad que pueden tener las localidades para el desarrollo del Turismo de Cruceros.

6. 4. 1. Los atractivos de los puertos desde la mirada del crucerista

Se llevaron a cabo preguntas asociadas al interés de los cruceristas por conocer otros puertos de la costa patagónica, y los atractivos que allí se encuentran. Al tener en cuenta que las localidades objeto de estudio no se encuentran aun desarrollando de forma regular la actividad de cruceros se escogió como destino, para realizar preguntas de opinión de los cruceristas, el puerto de Ushuaia ya que el mismo forma parte del itinerario de los cruceros que recorren las costas de los Océanos Atlántico y Pacífico, y la puerta de entrada a la Antártida. Se realizaron dos preguntas, la primera de tipo cerrada y dicotómica planteó que expresen su intención o no por conocer otros puertos ubicados en la Patagonia. La segunda, propuso que indiquen el grado de interés por conocer diferentes atractivos presentes en la región, valorando los mismos a través de una escala de Likert de cinco categorías, donde 1 representa el menor grado de valoración y 5 el mayor.

El interés expresado por los cruceristas, es planteado por Wood (2000) como una de las influencias exógenas que el segmento debe considerar para potenciar su oferta turística, al igual que Vereda y Daverio (2011) quienes destacan que el dinamismo de la actividad turística está fuertemente influenciado por los perfiles de la demanda. La intencionalidad de los cruceristas por conocer otros destinos de la Patagonia que actualmente no se encuentran en el itinerario de cruceros queda expresado a través de sus respuestas donde, del total de encuestados, el 66% estarían interesados en conocer otras localidades de la Patagonia en su recorrido. En este sentido, se plantea nuevas perspectivas respecto de los destinos que podrían incorporarse a la oferta.

A partir de la pregunta realizada en relación a la motivación, desarrollada previamente, se observa que es mayor el porcentaje de cruceristas que estarían interesados en conocer otros puertos de la Patagonia y que este interés aumenta

conforme se incrementa la relevancia para conocer el sur de Sudamérica (

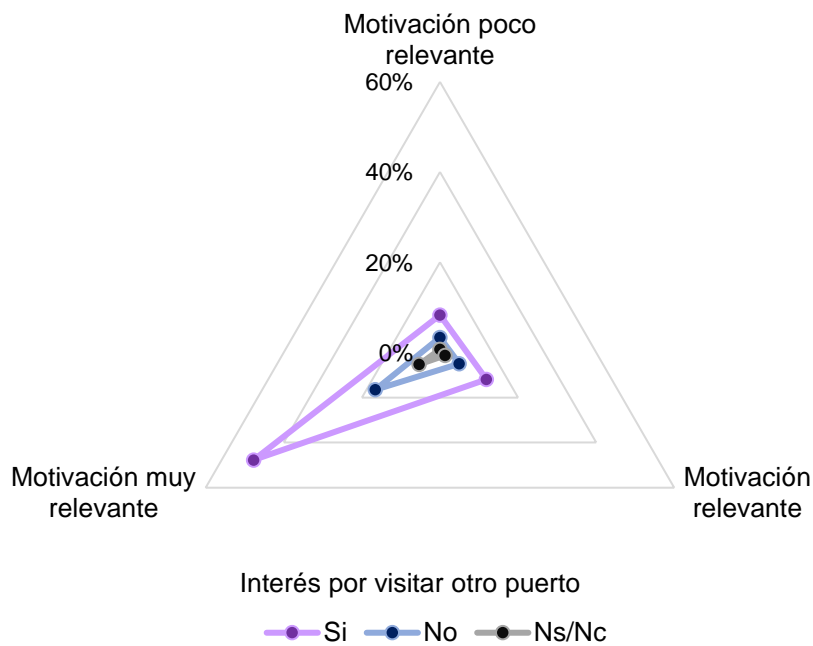


Figura 23). El 48% de los encuestados expresan que la motivación de conocer el sur de Sudamérica es muy relevante al momento de elegir tomar el crucero y sería, por lo tanto, interesante poder conocer otros puertos en su visita. Esta intencionalidad puede asociarse al deseo del hombre moderno que desarrolla Cohen (1972 en: Dann, 1981) donde se plantea cómo el mismo está interesado en cosas, visitas, costumbres y culturas diferentes a las suyas, justamente porque son distintas. Desde esta mirada, la posibilidad de conocer otros puertos le permitiría, a los cruceristas, entrar en contacto con una mayor diversidad de culturas y espacios enriqueciendo las vivencias generadas durante su viaje.

La intención por no conocer otros puertos de cruceros, también aumenta a medida que incrementa la motivación por conocer la región sudamericana. Estas afirmaciones ocurren en un porcentaje mucho más bajo que el anterior, sin embargo, el 17% de los encuestados aseguran que conocer el sur de Sudamérica es una motivación muy importante al momento de elegir el crucero, pero no estarían interesados en conocer más puertos que lo visitados. No hay una justificación, por parte de los cruceristas, que permita reflexionar en relación a esta elección, pero si se reconoce que las compañías de cruceros ya no actúan como observadores pasivos que intentan descubrir intenciones y deseos de sus clientes, cada vez más colaboran como cocreadores del valor de la ruta ofrecida (Papathanassis, Lukovic y Vogel, 2012).

Las descripciones utilizadas para hacer mención a Sudamérica suelen ser generales y escuetas en relación a la diversidad de atractivos y puertos que ofrecen, haciendo mención a características que se concentran en los aspectos más conocidos la región,

“desde lugares salvajes y majestuosos, como los fiordos chilenos hasta las elegantes capitales de América Latina. América del Sur es un continente capaz de asombrar constantemente (...)” (Holland America, 2016: 132). En este sentido, el desconocimiento respecto a los puertos que posee la región y a las características sociales, culturales y físicas que los reviste podría pensarse como uno de los motivos para que el crucerista no exprese su interés por conocer otras localidades.

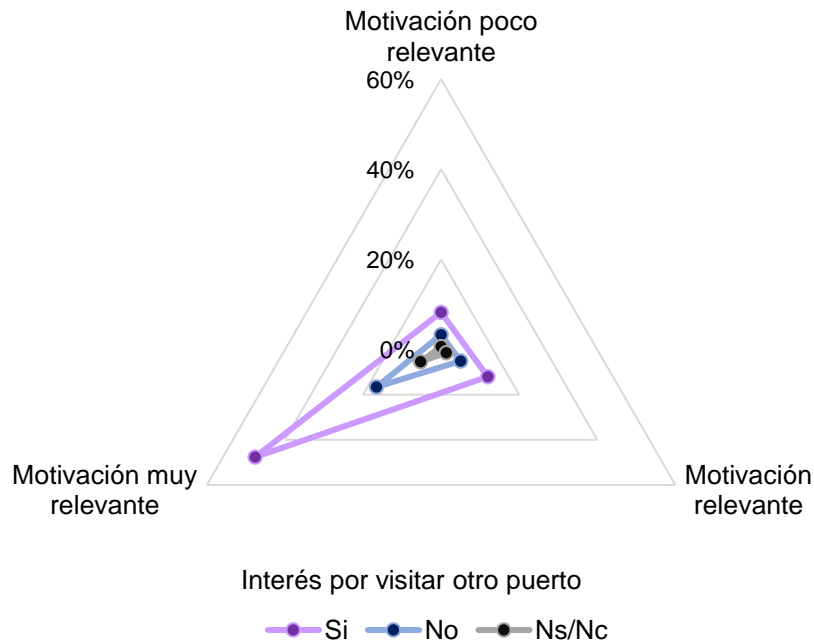


Figura 23: Motivación por conocer Sudamérica e interés por conocer otros puertos de la región

Fuente: Cohen (2018)

Otra de las motivaciones que resultó muy valorada, fue la posibilidad de conocer la Patagonia la que fue relacionada también con el interés por conocer otros puertos de la

región

(

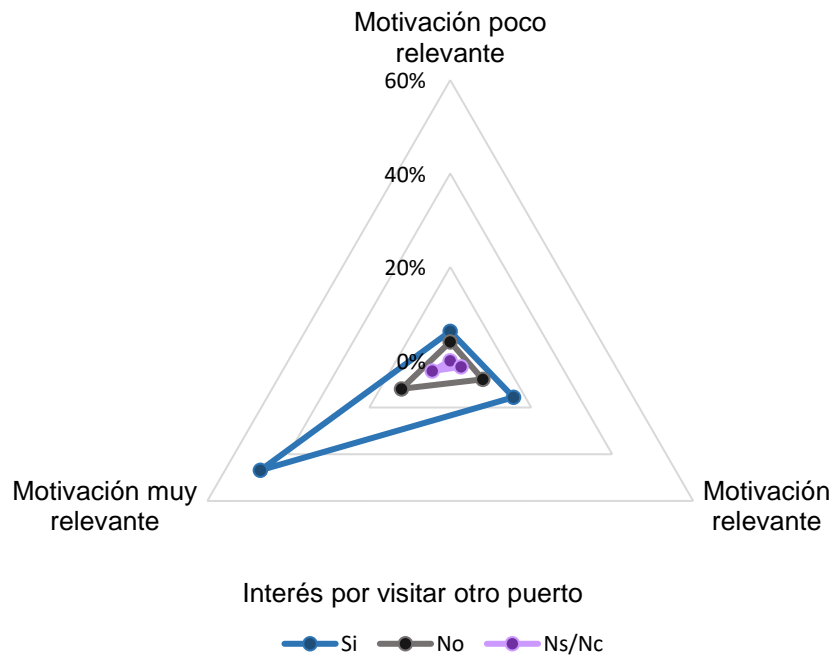


Figura 24). A nivel general es mayor el porcentaje de respuesta que asegura estar interesado en visitar otros destinos durante su viaje, más allá de la motivación que reviste a la Patagonia. Esto significa que en aquellos casos donde no expresaron una alta motivación en relación a la región, es mayor el porcentaje de respuestas que aseguran estar interesados por conocer otros puertos.

El mayor porcentaje de los encuestados mostró relación entre la relevancia de la motivación y la intención de conocer otras localidades, siendo el 47% de las respuestas las que expresan este vínculo. Sumado a ello y en concordancia con lo expresado previamente, Patagonia, con marca turística propia ha logrado obtener una fuerte identidad en el contexto sectorial (Bertoncello, 2006a). Por ello, podría pensarse que el mayor conocimiento que se tiene sobre la región es una de las razones que permiten entender por qué las afirmaciones vinculadas a no estar interesados por conocer otros puertos son considerablemente menores en este grupo de respuestas.

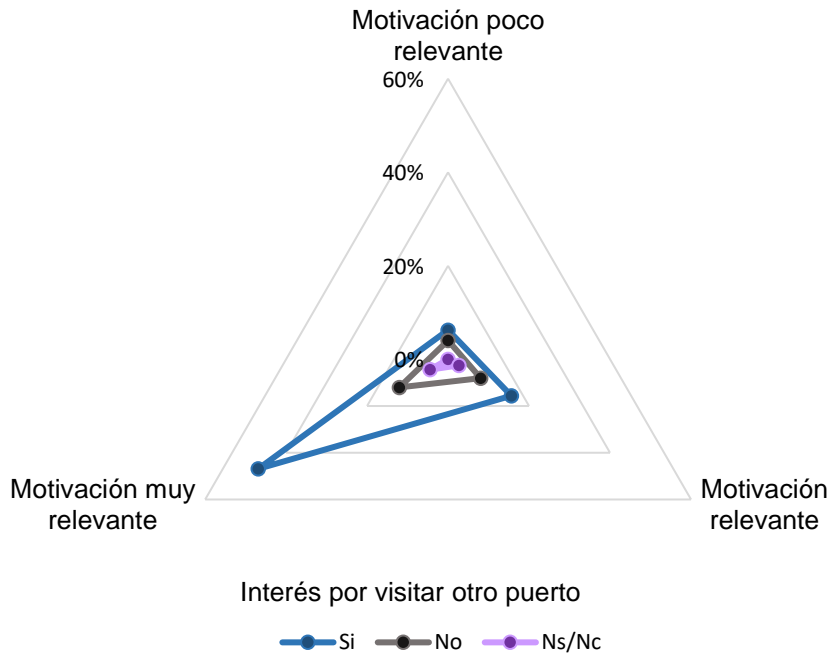


Figura 24: Motivación por conocer Patagonia e interés por conocer otros puertos de la región

Fuente: Cohen (2018)

Ante la posibilidad de conocer otros puertos se planteó que atractivos les gustaría visitar, en virtud de su presencia en la región patagónica y atendiendo a los puertos y a sus respectivas áreas de influencia para el excursionismo. Se propusieron un total de 23 atractivos que fueron valorados en una escala Likert de 5 categorías, donde 1 representa el menor grado de interés y 5 el mayor.

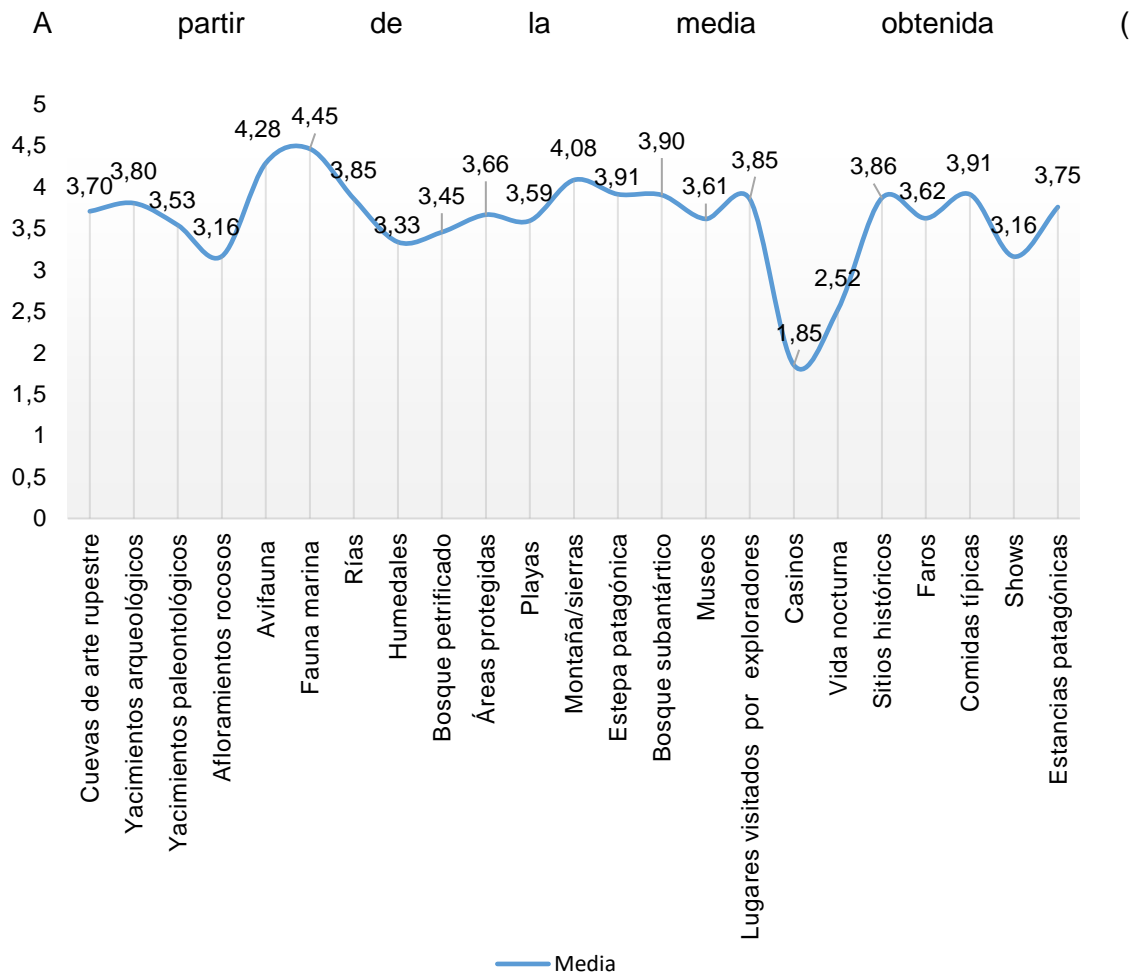


Figura 25) se destaca que solo dos atractivos presentan valores por debajo de la tendencia central, los casinos (1.85) y la vida nocturna (2.52), este resultado no sorprende si se tiene en cuenta que estas amenidades son ofrecidas en el mismo crucero. En las recaladas el visitante busca encontrarse con nuevas experiencias diferentes a las ofrecidas en el buque. Vera *et al.* (1997) plantean que la búsqueda de la diferenciación obliga superar las ofertas rutinarias y repetitivas propiciando la valorización de lo auténtico y de un producto que se diferencie del resto.

La baja valoración que recibieron los atractivos relacionados con la diversión y esparcimiento es contrarrestada con el lugar que ocupan los atractivos que permiten, de alguna manera, conocer e interactuar con la historia y la cultura local. Osorio Osorio (2013: 498) plantea que “el peso e inercia de la historia y de los procesos culturales sobre un territorio determinado, producen interés y atractivo como lugar o destino turístico”. Los puertos patagónicos no escapan de ello, esto queda expresado en la valoración que adquieren aquellos atractivos relacionados con los factores culturales de las localidades tales como degustar comida típica (3.91), conocer sitios históricos (3.86) y los lugares visitados y descriptos por Charles Darwin y otros exploradores (3.85).

En la búsqueda de lo auténtico y diferente, la naturaleza se plantea como una visión positiva, ya que como señalan Hiernaux *et al.* (2002) su apreciación es paralela a la declinación de la calidad ambiental general ligada a la vida cotidiana en particular. “La valoración de los elementos y atributos naturales se vincula desde el vivir el paisaje, hasta la simple observación de sus elementos que implica estar ligado al mismo sólo por su percepción exterior” (Bertoni, 2004: 5). Esto se ve reflejado en el lugar que ocupan los atractivos caracterizados por estos componentes en la elección de los cruceristas, siendo los que obtuvieron la mayor valoración, en primer lugar, la fauna marina (4.45) seguida por la avifauna (4.28) y en tercer lugar las montañas/sierras (4.08). Schiwy (2002 en: Kuper, 2009) plantea que el turista que opta por esta elección busca adentrarse al entorno natural con un deseo de conservación y protección que lo desprendan de su rutina.

La oportunidad de vivir una experiencia con la naturaleza prístina o escasamente alterada son cualidades especialmente valoradas por los países con altos niveles de urbanización (Boller *et al.*, 2010, en: Vereda y Jensen, 2014), pues permite contrarrestar el alto nivel de estrés propio de la vida urbana. Atravesados por una tendencia relacionada con la posmodernidad, se configura un escenario en donde las actividades turísticas se modifican y construyen en base a un turista incentivado por la necesidad de encontrar nuevas prácticas y experiencia, marcadas por el contacto directo con la naturaleza (Cohen, 2005).

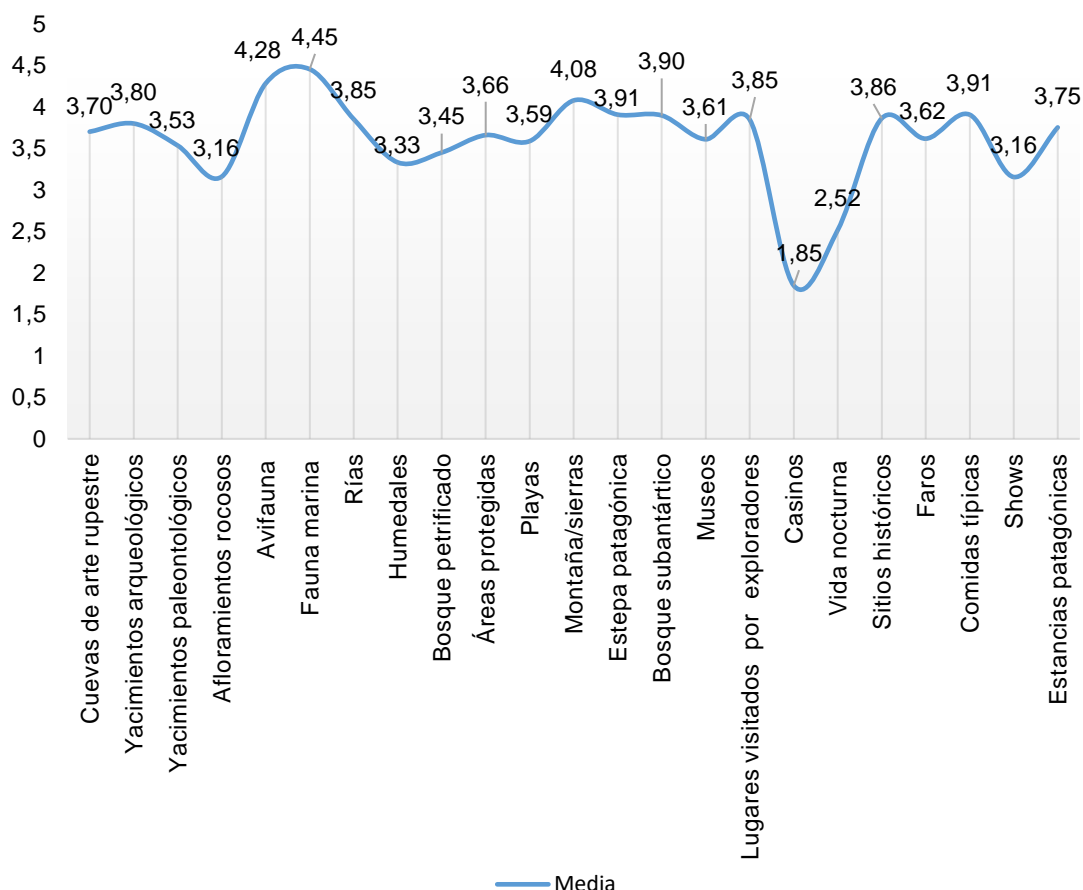


Figura 25: Valoración de los atractivos presentes en la Patagonia

Fuente: Cohen (2018)

Del total de atractivos propuestos se concentró la atención en aquellos que se ubican en los extremos de los cuartiles (Figura 26). Los atractivos menos valorados agruparon a las opciones “casino”, “vida nocturna”, “shows”, “afloramientos rocosos”, “humedales” y “bosque petrificado”; mientras que los que obtuvieron mayor valoración correspondieron a “Bosque subantártico”, “comidas típicas”, “estepa patagónica”, “montaña/sierra”, “avifauna” y “fauna marina”. En ellos se observa que para el caso de los que revisten interés más alto, el mayor número de atractivos se ubica por encima del valor central, reflejando una distribución concentrada en la mitad superior del conjunto. Así mismo, se destaca una valoración más homogénea en este grupo, siendo la distancia entre su máximo y su mínimo ligeramente superior a medio punto.

Los atractivos que revisten menor interés, por su parte, se comportan en sentido inverso del grupo anterior, esto significa que se ubican mayormente por debajo del valor central. Sumado a ello, para este grupo de atractivos se observa una valoración más

heterogénea pues la amplitud de los datos es tres veces mayor que el observado en el conjunto anterior.

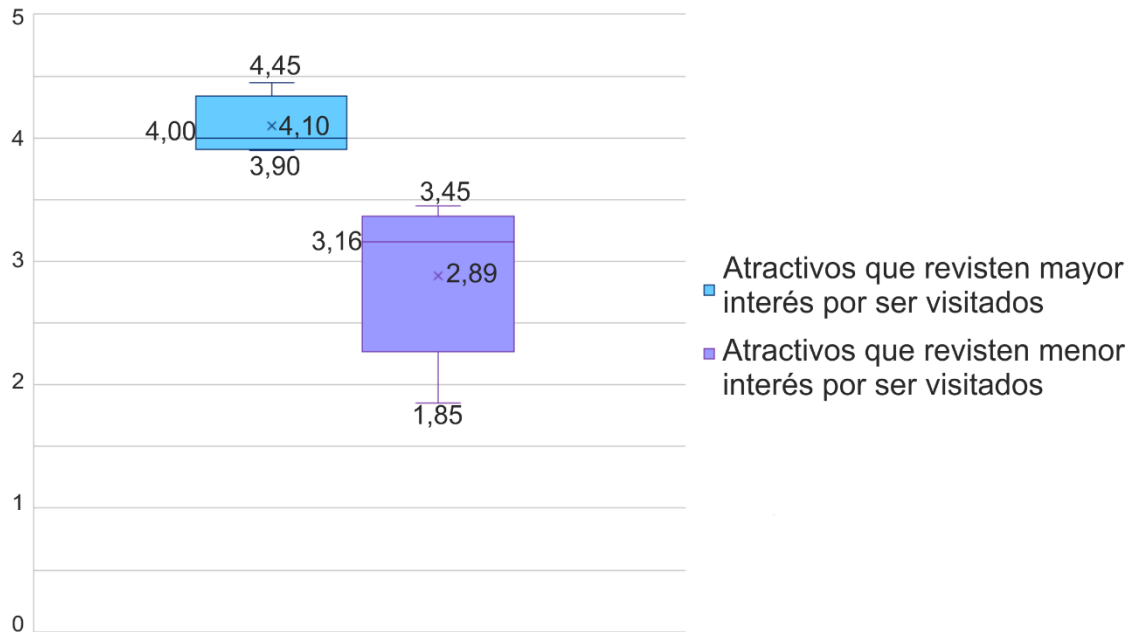


Figura 26: Comparación de los atractivos que revisten mayor y menor interés por ser visitados

Fuente: Cohen (2018)

6. 4. 2. Las actividades valoradas por los cruceristas

A diferencia de otros medios de transporte, los cruceros consideran a los puertos como un elemento más dentro de su itinerario (Losano, Trifaro, Arevalo y Taliorette, n.d.), por lo cual se espera que durante la visita a los mismos se cumplan con las diversas demandas y expectativas que los cruceristas posean. En este sentido, asociado a la potencialidad de los puertos de Puerto Deseado y Camarones se indagó en relación a las actividades que los cruceristas estarían interesados en realizar. La pregunta planteó, que expresen su interés por llevar a cabo diferentes actividades en un destino visitado en cruceros. Se propuso una pregunta de múltiple respuesta en donde los encuestados debían calificar las opciones según su grado de importancia, siendo 1= poco relevante; 2= relevante y 3= muy relevante, obteniendo un total de 1922 respuestas.

Las actividades son un punto importante en la potencialidad de las localidades pues como expresa Boullón (2006) dentro de las motivaciones que impulsan a viajar a una persona se encuentra la posibilidad de realizar otras actividades, que les permita distinguirse de las cotidianamente llevadas a cabo. En este sentido una mayor oferta

acorde a los intereses expresados por los cruceristas podría potenciar las posibilidades de inclusión de los puertos patagónicos al Turismo de Cruceros.

En función de los resultados obtenidos actividades estereotipadas.

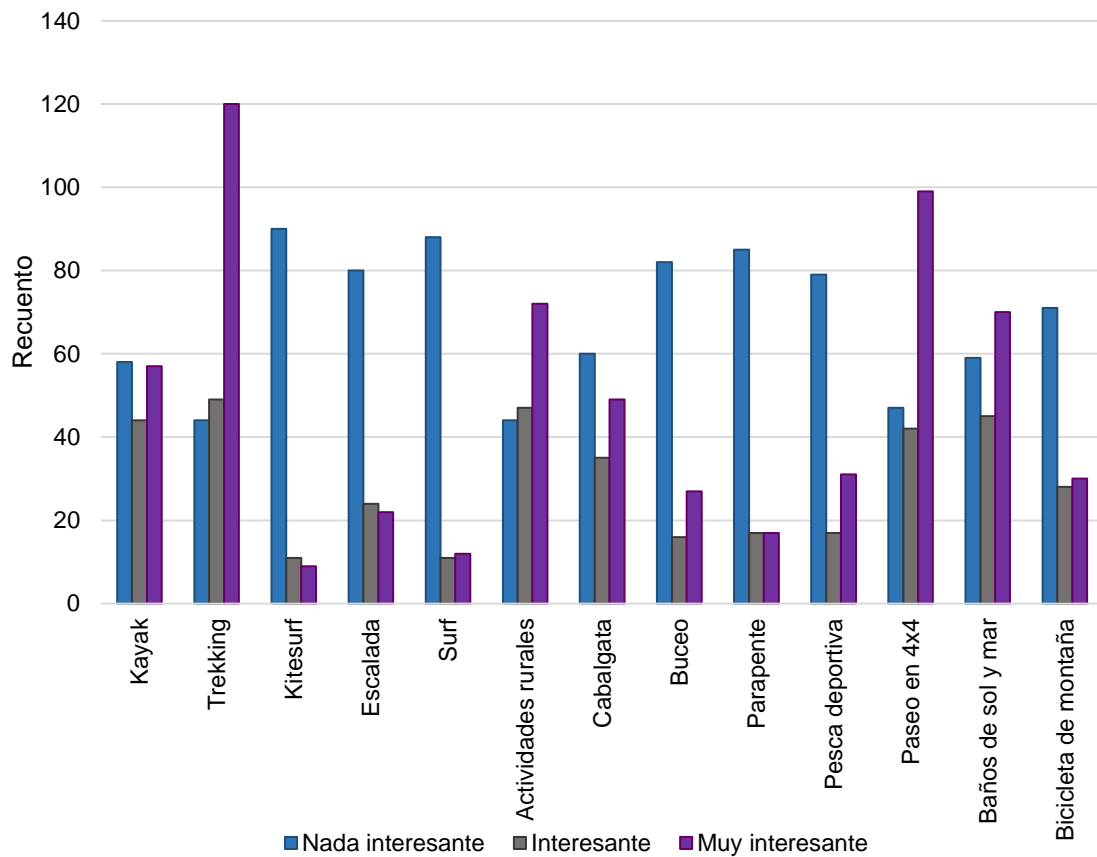


Figura 27) del total de respuestas generadas, la opción “nada interesante” fue la que mayor cantidad de veces se eligió con el 47% y solo el 33% correspondió a una valoración asociada a un interés muy alto. De las 13 actividades propuestas, *trekking*, actividades rurales, paseo en 4x4 y baños de sol y mar, posicionaron en primer lugar a la opción “muy interesante”. *Trekking* fue la que mostró mayor interés, e incluso obtuvo una valoración más alta que el resto de las actividades. Le sigue el paseo en 4x4, pero con un número menor de respuestas. Incluso para esta actividad, al igual que para baños de sol y mar, es la opción “nada interesante” la que se ubica en segundo lugar.

Por su parte, para aquellas que fueron mayormente valoradas como “nada interesante” la actividad kayakismo fue la única en reflejar una distribución de respuestas homogénea, expresa una escasa diferencia entre las opciones, estando el mayor y menor interés diferenciados por solo un punto. *Kitesurf*, surf y parapente manifestaron los valores más altos en relación al desinterés por realizar estas actividades. Esta última muestra un número mayor de respuestas asociadas a las opciones “interesante” y “muy interesante” pero no llegan a superar ni la cuarta parte.

Los resultados aquí expresados llevan a reflexionar en relación a la manera en que los cruceristas prefieren vincularse con los atractivos. Patagonia preserva aún su singularidad en cuanto a su naturaleza prístina y diversa y es reconocida, como un destino de naturaleza por excelencia. Sin embargo y como plantea Bertoni (2004), son muchas las modalidades turísticas recreativas que pueden desprenderse del mismo. En este sentido podría pensarse que es intención de los cruceristas desarrollar actividades que impliquen el contacto de los atractivos a través de la contemplación, aferrándose aún al perfil que busca una oferta de productos consolidados, basados en una demanda con motivaciones más estandarizada y prácticas estereotipadas.

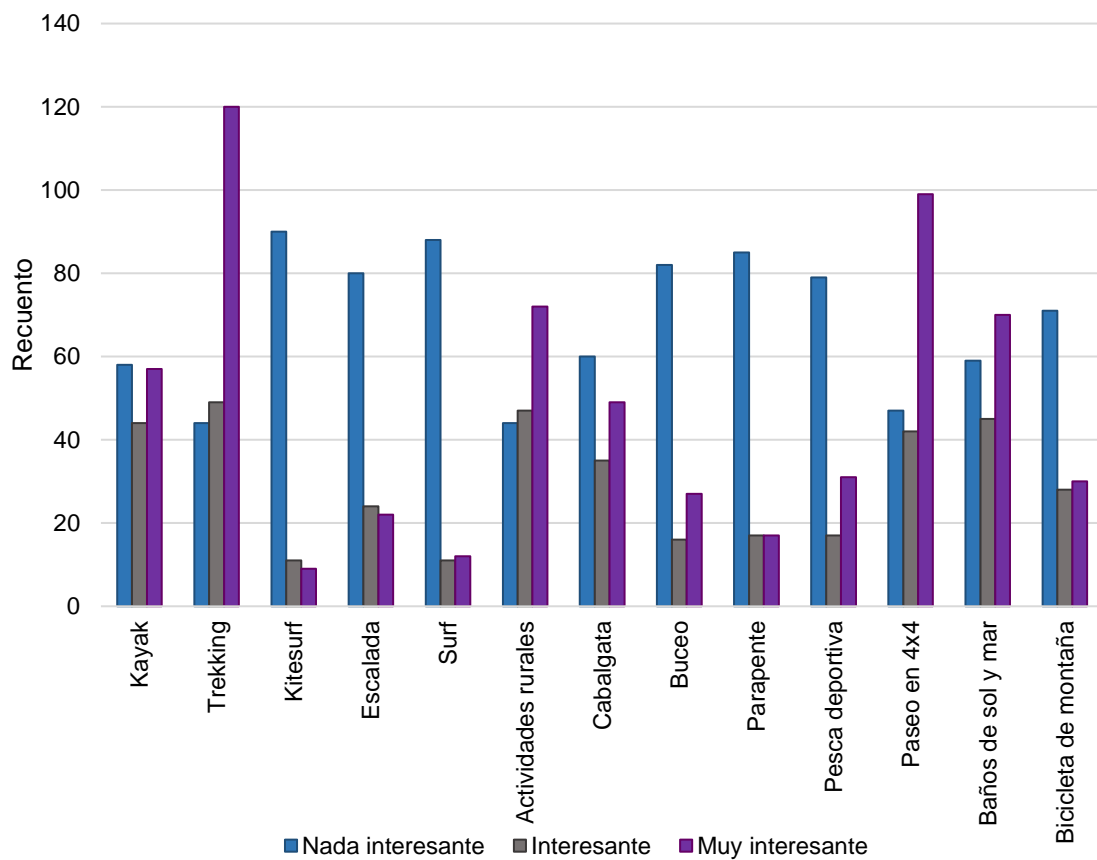


Figura 27: Opinión de las actividades que le interesaría realizar en un destino de cruceros

Fuente: Cohen (2018)

Resulta de interés analizar algunas de las actividades en relación al perfil socio-demográfico del crucerista, particularmente en función a su edad. Para el caso de *Trekking* y paseo en 4x4 (Figura 28), que fueron las actividades que reflejaron el mayor número de respuestas en la opción “muy interesante”, en relación con la edad de los cruceristas, es posible observar algunos de sus comportamientos. Según el porcentaje de respuestas visualizadas para cada opción “nada interesante”, “interesante” y “muy

interesante” se destacan comportamientos similares en algunos casos y diferentes en otros.

Para alternativa “nada interesante” se observa que los cruceristas ubicados hasta los 64 años reflejan un comportamiento similar entre ambas actividades. El pequeño grupo que representa a los de entre 18-24 años, no figura en ninguna de las propuestas, mientras que el correspondiente a 25-44 años manifiesta una diferencia insignificante de solo un punto y quienes conforman al grupo 45-64 comparten el mismo porcentaje de respuestas. Para esta opción, los mayores contrastes se observan en el grupo de 65 o más años, donde la actividad *trekking* fue alcanza el mayor porcentaje de selección.

En el caso de la opción “interesante” para el grupo etario más joven, el comportamiento es igual al expresado anteriormente, pero no sucede lo mismo cuando se observa al resto. Para los encuestados de entre 25-44 años, la opción elegida en más oportunidades fue actividad *trekking*, mientras que el paseo en 4x4 fue mayor veces elegido por los grupos que se ubican entre los 45-64 y los 65 o más años. De estos últimos las mayores diferencias se observan en los visitantes de entre 45-64 años, siendo mínima para el caso de los que representan a los de mayor edad.

Por último, la elección “muy interesante” refleja una ligera diferencia en el grupo de edad más joven que hasta entonces no se había manifestado. El siguiente (25-44 años) tiene más respuesta referidas a *trekking*, mientras que los cruceristas de entre 45-64 expresa el mismo porcentaje de elecciones para ambas actividades. Por su parte, para el grupo 65 o más años se observa un alto porcentaje de respuestas en el interés por realizar paseos en 4x4. Se destaca, además, que en esta opción hay también mayor número de afirmaciones que corresponde a los cruceristas que no quisieron manifestar su edad con un porcentaje considerablemente más alto en relación al resto de las opciones.

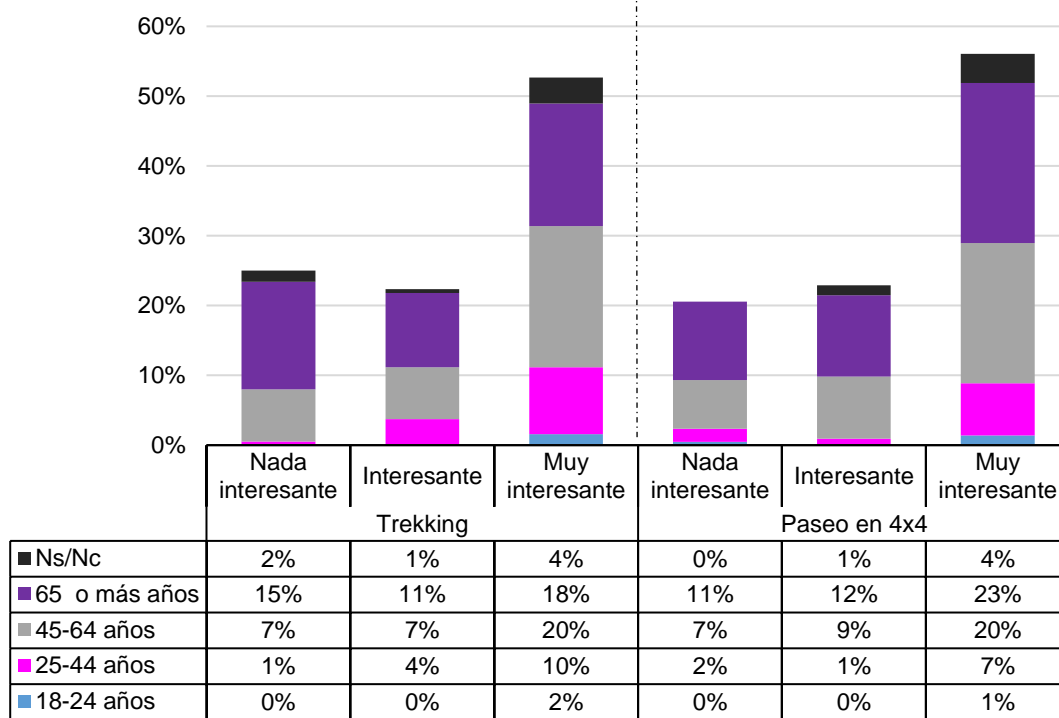


Figura 28: Interés por realizar trekking y paseos en 4x4 según la edad

Fuente: Cohen (2019)

Referido a las actividades que manifestaron ausencia de interés como característica principal se destacan los casos de *kitesurf* y surf para ser analizados junto con la edad de los visitantes (Figura 29). En las respuestas expresadas para cada opción se observa un comportamiento similar que no varía mucho al interior de cada una de ellas.

La similitud en las respuestas se expresa claramente en la opción “nada interesante” donde el porcentaje afirmaciones expresadas por los cruceristas no refleja grandes diferencias entre una y otra actividad. El grupo más joven se ve representado por el mismo porcentaje en ambas actividades y las diferencias aumentan, ligeramente, a medida que se avanza en los grupos etarios. Quienes presentan las mayores diferencias son los cruceristas de 65 o más años, pero la variación en respuesta continúa siendo mínima.

Para la opción “interesante” las diferencias en sus afirmaciones tampoco son considerables. Los cruceristas más jóvenes expresan el mismo porcentaje de interés para ambas actividades, mientras que los ubicados entre los 25-44 años, solo distan en un punto. En el caso de los visitantes que corresponden a los últimos rangos etarios (45-64 y 65 o más años) se observa que en relación a la actividad *kitesurf* la misma fue más veces elegidas por el grupo de entre 45-64 años, en cambio, surf agrupa sus mayores respuestas tanto en este grupo etario como en el siguiente (65 o más años).

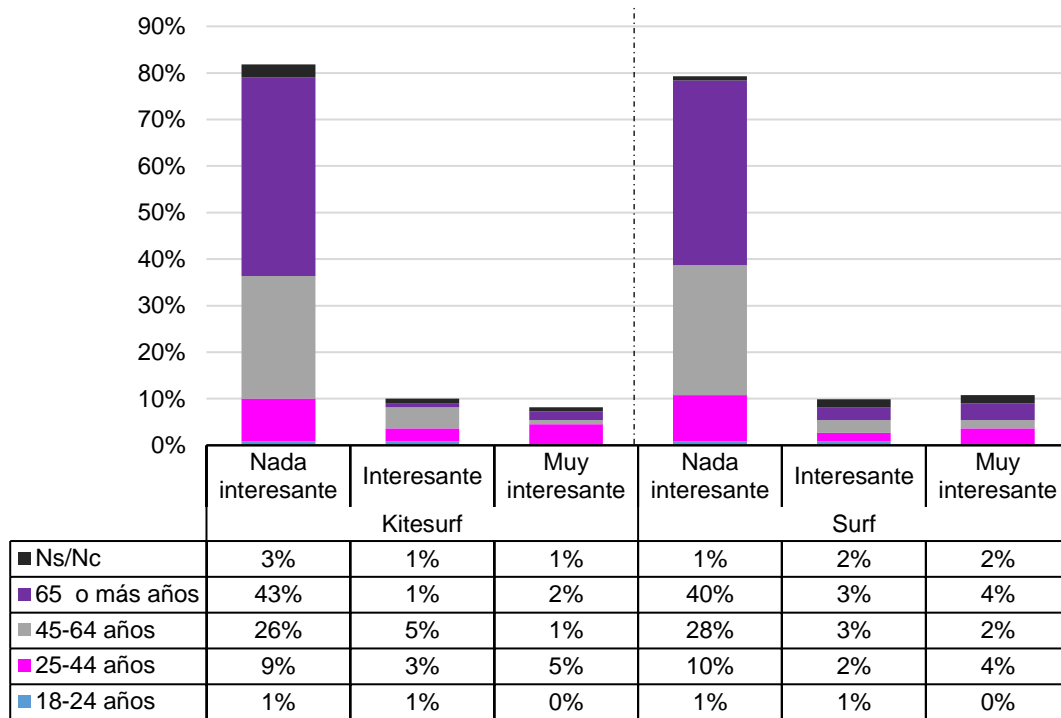


Figura 29: Interés por realizar kitesurf y surf según la edad

Fuente: Cohen (2019)

6. 4. 3. La importancia de los servicios desde la opinión de los cruceristas

Un modelo de red turística requiere asumir un tejido que de sostén a las expectativas y actividades de los turistas a través de una malla de oportunidades, espacios y servicios generados por los residentes y operadores (Mantero, 1999). Por ello se analizaron los servicios que son, a criterio de los cruceristas, importantes considerar al momento de visitar otro puerto de cruceros de la costa patagónica. Las preguntas realizadas a los cruceristas plantearon que manifiesten la relevancia de los servicios con los que debe contar un destino de cruceros a través de una pregunta de respuesta múltiple donde los encuestados debían calificar las opciones según su grado de importancia, siendo 1= poco relevante; 2= relevante y 3= muy relevante.

De todo lo necesario para la permanencia del visitante en el lugar y para que el consumo turístico se genere, los servicios cumplen un rol fundamental. Forman parte del espacio complementario a partir del cual el espacio turístico asume una función productiva (Almirón, 2004). La fuerza que el visitante posee sobre el espacio turístico se expresa en relación a sus exigencias sobre el consumo que realiza, asegura Hiernaux (1996). Por ello, al centrar el análisis según su opinión es posible observar la mirada que tienen en relación a la presencia de los servicios que debe poseer un destino de cruceros

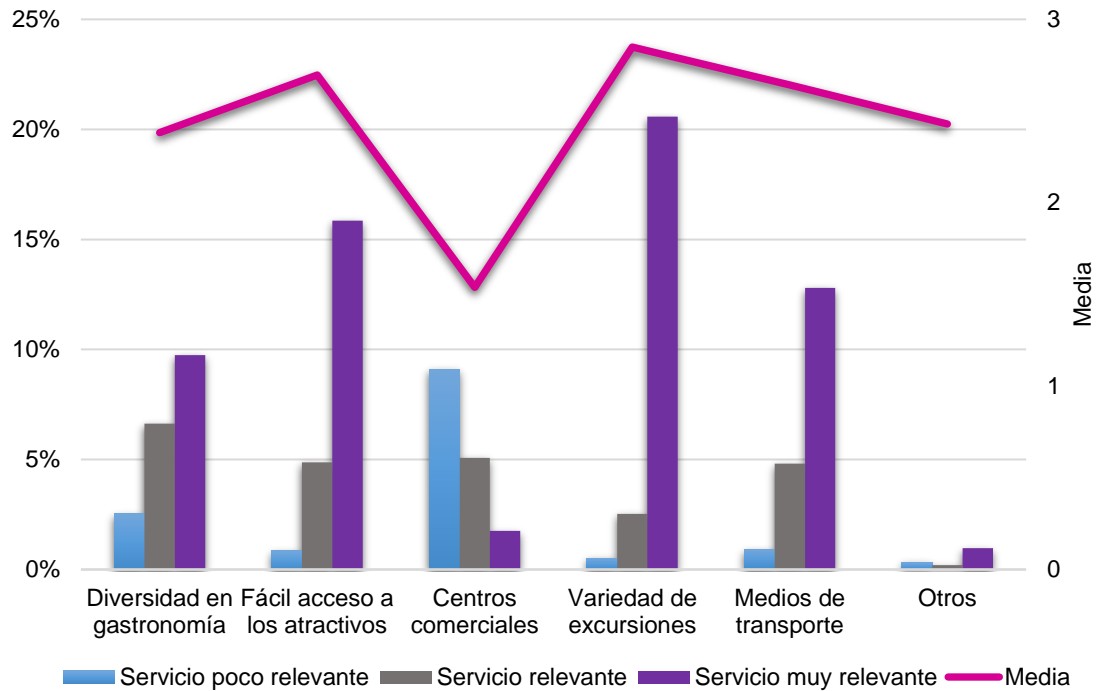


Figura 30).

Como plantea Silveira (2011) la producción eficiente y eficaz de servicios pueden impactar positivamente en la construcción y reconstrucción de interdependencias en los lugares, pero para ello es necesario conocer como son valorados los mismos, que importancia despiertan para aquellos que harán uso de los mismos. A partir de la media obtenida para cada servicio se observa que todos fueron valorados por encima de ella, solo la opción referida a la presencia de centros comerciales obtuvo el valor más bajo, pero incluso en este caso el mismo fue mayor a 1,5. Esta respuesta puede asociarse con la diversidad de oferta que los buques ya poseen en relación a este grupo. Si recordamos que el crucero no se considera solo un medio de transporte, sino que además es planteado como un “*all inclusive*” en movimiento, se entiende como el mismo está asociado una variedad de oferta en entretenimiento donde los centros comerciales son uno de los componentes principales.

En contraposición con esta afirmación se encuentra el alto valor manifestado por la importancia otorgada a la variedad de excursiones, y la accesibilidad a los atractivos. En menor medida fueron valorados los medios de transporte y la diversidad en gastronomía, pero incluso en ellos su media supera los 2 puntos. La valoración de estos servicios coincide con la afirmación realizada por Esteve Pérez *et al.* (2014), donde plantean que los servicios forman parte de la definición de la experiencia y actividades susceptibles de ser realizadas.

Al interior de cada uno de los servicios propuestos se destaca que en todas las opciones es el ítem “muy relevante” el que mayor porcentaje obtuvo, con excepción de

los centros comerciales, que fue el único cuyas respuestas fueron mayormente asociadas a una escasa relevancia. El servicio más valorado por los cruceristas es aquél asociado a las excursiones ofrecidas por las empresas, expresando que es sumamente relevante que los puertos de destino tengan a disposición una gran oferta de excursiones para realizar durante su visita. En este sentido, el 87% de los encuestados respondió otorgándole la mayor relevancia al mismo y menos del 15% planteo este ítem como poco importante.

El acceso a los atractivos y los medios de transporte para poder visitarlos fueron las siguientes opciones más valoradas. Ambos superan el 50% de respuestas asociadas a una gran relevancia para estos servicios, e incluso la opción que corresponde a una baja relevancia no llega a superar el 5% en ninguno de los ítems. La valoración otorgada a los mismos no es menor si se tiene en cuenta, como plantea Pearce (2013), que tener buenos accesos y servicios de transporte es de especial importancia en las regiones *hinterland* para apoyar el crecimiento de la actividad y proporcionar una experiencia de calidad a los visitantes.

Por último, la diversidad gastronómica, del conjunto de servicios que fueron positivamente valorados para ser consumido en el puerto de visita, este fue el que obtuvo la menor valoración. Las distribuciones de las respuestas son relativamente más homogéneas para este caso, a pesar de ello el 52% de los encuestados aseguró que encontrar variedad de lugares y opciones de comida es un servicio muy importante. Esta respuesta puede asociarse a lo planteado por Otero (2000) quien explica que si bien cuando un visitante llega a un destino lo hace por razones que van más allá del consumo de determinados servicios, no debe dejarse de lado todas las necesidades de escala que son definidas por Maslow (1970) como Jerarquía de Necesidades Humanas, entre ellas la provisión de servicios de alimentación.

La opción “otros” fue escasamente elegida, pero a pesar de ello quienes la seleccionaron lo hicieron, en su mayoría para plantearla como muy relevante. Entre los servicios que fueron detallados es la conexión a *wifi* gratis y la calidad de guías de turismo las opciones más mencionadas, seguida por contar con variedad de comercios destinados a la venta de suvenires y excursiones que permitan establecer un contacto directo con la comunidad local. Considerar el valor que se le asigna a los servicios para ser utilizados durante la visita al destino, no es menor si se tiene en cuenta que través de la opinión de los cruceristas se pueden pensar estrategias que permitan potenciar la competitividad de los puertos patagónicos. En este sentido, es interesante destacar cómo algunos puertos de la Patagonia chilena atendiendo a la demanda expresada por los cruceristas han comenzado a ofrecer excursiones que tienen como fin último

establecer un contacto directo con la comunidad local, a través de la degustación, pero también producción de comida local.

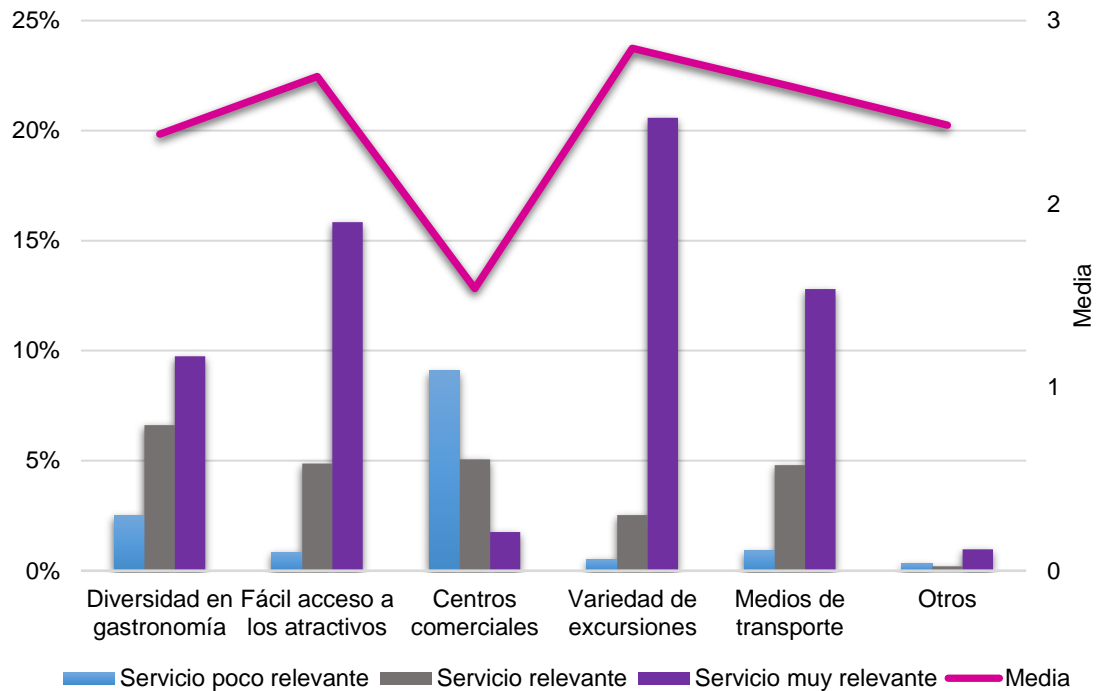


Figura 30: Opinión sobre la importancia de contar con servicios en un destino de cruceros

Fuente: Cohen (2019)

6. 5. APORTES DE ESTE CAPÍTULO A LA INVESTIGACIÓN

¿Cómo interviene la mirada del visitante en las posibilidades de desarrollo de los puertos a través del Turismo de Cruceros?

El Turismo de Cruceros es planteado como una actividad dinámica y cambiante, atravesado por la competitividad del mercado y las exigencias de la demanda, expresan Sheller y Urry (2006). En este sentido, su producción es resultado de diferentes formas de apropiación, siendo múltiples las manifestaciones que se superponen en el territorio. Sin embargo, es indiscutido que para que el mismo adquiera identidad real debe responder como objeto de interés. Cohen (2005) postula como el turismo, desde su condición de práctica socio-espacial, expresa un mapa geográfico, con diferentes zonas coloreadas. Esta representación manifiesta como asegura Callizo Soneiro (1991) que si bien todo espacio posee condiciones que permitirían posicionarlo como potenciales turísticos, no necesariamente llegarán a serlo.

La producción turística responde, además, a un proceso de valoración, transformación y re-funcionalización del territorio que se va definiendo en relación a los intereses y acciones de los actores involucrados. Implica e interrelaciona dos sociedades, las motivaciones y experiencias de los turistas y las expectativas y los ajustes hechos por los residentes del área receptora (Santana Talavera, 2002 en: Almirón, 2004). En este sentido, como expresa Troncoso (2008) un lugar turístico es más que el simple ámbito de interacción entre turistas y población local, implica un proceso de valoración del espacio a partir de una práctica social específica que dará lugar a una serie de actividades económicas.

Desde este marco se reconoce el papel que juegan los cruceristas en la construcción territorial del turismo, quienes a través de su imagen y representación pueden influir en la consecución de un destino. Conforman ese grupo de actores extraños que, manifiestan su impacto de múltiples maneras “no es una mercancía, es un representante de otra sociedad, cargado de actitudes, información, subjetividad (...)” (Bustos Cara, 2001: 3). Caracterizar las dimensiones materiales y subjetivas que intervienen en el territorio desde la mirada del visitante permite entender qué valoraciones revisten y potencian al mismo y sobre qué aspectos deben concentrarse las localidades estudiadas para que el Turismo de Cruceros se establezca como una actividad con posibilidad de potenciar al máximo sus capacidades territoriales. Se trata de posicionar a estos puertos desde la idea de espacio como una concepción socio-espacial, explicitando las interrelaciones entre ambos y destacando que no puede existir uno sin el otro (Ortega Valcárcel, 2000).

La experiencia se plantea, entonces, como una de las múltiples razones que lleva a que los individuos opten por un destino, evidenciando los aspectos que más valor adquieren y cuáles deben ser trabajados y reforzados para que el destino, no solo continúe en el mercado, sino que, además fortalezca su rol en el itinerario. Se observó en los puertos analizados, la íntima relación que se manifiesta entre el interés por conocer el sur de Sudamérica y la Patagonia, así como los paisajes que caracterizan a los mismos, posicionándose ambas variables como factores claves en la potencialidad que poseen las localidades objeto de estudio. Esto responde a la postura de construcción social de la realidad turística la cual implica, como afirma Vereda (2007), entender a la misma a partir de la relación que tiene con el territorio, donde las condiciones espaciales, pero también sociales permean su producción.

Es la motivación un detonante de la conducta humana turística (Fernández *et al.*, 1997) y describe las fuerzas que actúan sobre o dentro de un organismo para iniciar y dirigir su acción (Palmero, 2008). En este sentido, la Patagonia, como marca turística reconocida a nivel mundial, ofrece la oportunidad de que el visitante pueda encontrarse

con experiencias diferentes a las ofrecidas en el buque, diversificando las propuestas y propiciando la valoración de lo auténtico. Como plantea Bertonecello (2006) la dimensión subjetiva como motivadora de la práctica turística otorga sentido y junto a la conformación de connotaciones mercantiles de la promoción turística sobre el espacio (Cammarata, 2006) se construyen y generan vivencias que se traducirán a experiencias.

En Ushuaia la experiencia, como término que cubre los varios modos en que una persona conoce y construye una realidad (Tuan, 2001), evidenció los aspectos que más valor adquirieron y sobre cuáles se observa un potencial componente para fortalecer el rol de la localidad en el itinerario. La misma según Sharpley y Stone (2011) resulta del significado que le otorga el turista en relación con su entorno y contexto, por lo tanto la percepción atraviesa un marco referencial. De esta manera, la imagen percibida relacionada con la belleza del paisaje, la sensación de un destino agradable y un lugar seguro y único en el itinerario se plantearon como factores que conforman los juicios de valor o preferencias que realizan los propios visitantes enriqueciendo la potencialidad de la localidad.

Comprender como un un viaje puede resultar placentero en un momento dado, pero no cumplir las expectativas en otro, forma parte de la experiencia y da resultado a un mayor o menor grado de satisfacción hacia el destino. Se trata de un juicio de naturaleza cognitiva o de carácter afectivo que deriva de las experiencias del individuo (Fernández *et al.*, 1997). En este sentido, las diferentes valoraciones en relación al nivel de satisfacción alcanzado demuestran como el tiempo es uno de los factores más mencionados. Tener una buena experiencia en un puerto determinado puede influir en la probabilidad de una visita de regreso, como plantea Cammarata (2006), pone en conocimiento que quienes se relacionan, apropian y consolidan el territorio responden a necesidades cambiantes y dinámicas. Por ello, satisfacer las expectativas del visitante durante su visita en la ciudad, con el fin de ofrecer experiencias más positivas que otros puertos, afianza la permanencia de los mismos dentro de los itinerarios de las líneas de cruceros y da lugar a fortalecer la actividad turística y optimizar los recursos empleado para su desarrollo.

Así como Ushuaia se aborda desde las opiniones que tienen los cruceristas para destacar su rol como puerto de cruceros, Puerto Deseado y Camarones se posicionan desde la potencialidad de incluirse en este mercado. Aunque el crucero es en sí mismo una atracción, las posibilidades de consumir bienes patrimoniales asociados a los destinos también se relacionan con las motivaciones del viaje (Vereda y Daverio, 2011). Los visitantes buscan participar y relacionarse con el entorno de manera tal que incorporen un conjunto de experiencias que les produzcan beneficios personales (Brown *et al.* 2007 en: Daverio *et al.*, 2007). En esta búsqueda el turismo se mundializa y genera

cambios que lo van configurando y reconfigurando a lo largo del tiempo y el espacio dando origen a mudanzas en el mapa del turismo (Vera *et al.*, 1997).

Desde el Turismo de Cruceros, el puerto actúa en un doble sentido, como infraestructura, pero también como destino, reflexionan (Yepes *et al.*, 2000) y como tal conlleva un proceso de construcción social. En él se delimita lo que puede ser visitado a través de su *hinterland* turístico enmarcando las áreas de visita y la infraestructura disponible para que la actividad se desarrolle, en otras palabras, enmarca las experiencias y actividades susceptibles de ser realizadas (Esteve Pérez, 2014). Esta dinámica permite posicionar constantemente nuevos destinos en el mercado, pero ello requiere un interés y valoración.

Desde esta postura, uno de los componentes que reviste a las localidades, en su potencial desarrollo de la actividad, son sus atractivos turísticos. Para que los mismos adquieran tal significado deben responder como objeto de interés turístico, no alcanza solo con poseer una serie de recursos, sino además que los mismos se hagan efectivos. Los atractivos forman parte de un proceso de construcción social (Bertoncello, 2006b) lo que implica entenderlos desde su significado dinámico y como resultado de un proceso de valoración. La “mirada del turista” analizada por Urry (2004 [1990]) destaca como varían las formas de apropiación del espacio según la sociedad, el grupo social y el período histórico.

La Patagonia, es reconocida a nivel mundial por ofrecer destinos donde la naturaleza prístina y la escasa modificación del paisaje se observan en su máxima expresión. Esta característica que fue altamente valorada por los cruceristas, aporta a la comprensión de la potencialidad de los puertos Puerto Deseado y Camarones como destino de cruceros, que tienen para ofrecer la oportunidad de vivenciar cosas, visitas y culturas diferentes enriqueciendo la experiencia generada durante su viaje.

Con una demanda cada vez más específica, marcada por nuevas exigencias, productos, imaginarios y espacios, el turista se impone como un determinante para que el destino pueda desarrollarse (Hiernaux, 2008). Los mismos, no forman parte *per se* del territorio, pero a través del poder de apropiación simbólica que poseen, los valores y el comportamiento del turista son determinantes en el mercado competitivo (González y Mendieta, 2009). Así, además de la valoración de los atractivos como puntos focales de la potencialidad de Puerto Deseado y Camarones, las actividades y servicios requeridos también reflejan la posible activación de la práctica turística.

En la consecución del viaje una persona busca realizar actividades que le permitan distinguirse de las cotidianamente llevadas a cabo (Boullón, 2006). El turismo como un mecanismo compensatorio de las insatisfacciones que se encuentran en la base de la vida moderna (MacCanell, 1973; 1976 en: Cohen, 2005). Se valoraron aquellas

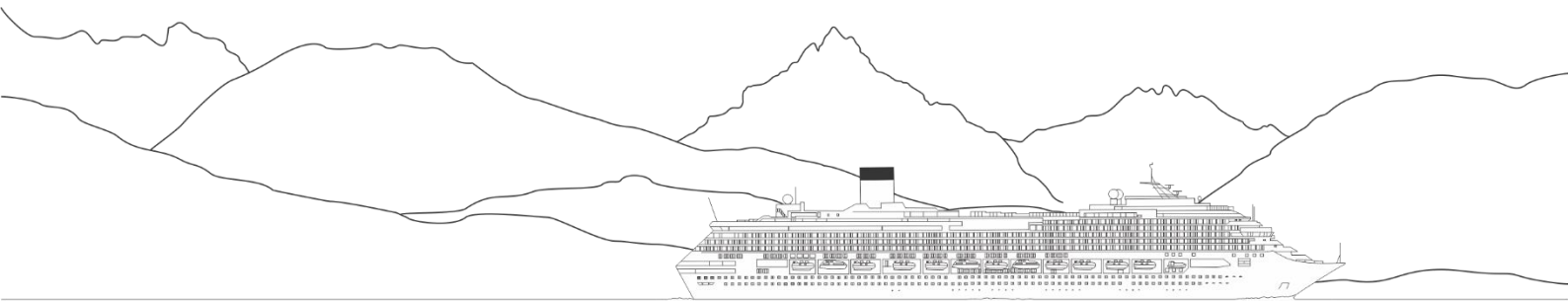
actividades que, si bien no demanda mayores esfuerzos físicos, permiten el contacto directo con la naturaleza, planteando la importancia de que el destino logre combinar una oferta de productos consolidados y estandarizados, pero manteniendo su esencia natural.

Como reflexiona Blanco (2001), el territorio actúa como resultado de un conjunto de redes. Esto implica que al momento de analizar la potencialidad de los puertos centrar la atención solo en los atractivos o solo en las actividades y servicios que son de interés para el crucerista, plantearía una mirada fragmentada de sus requerimientos. La concreción de la visita exige de un conjunto de servicios y su producción eficiente y eficaz pueden impactar positivamente en la construcción y reconstrucción de interdependencias de los lugares (Silveira, 2011), Ello requiere, sin embargo, conocer sobre qué aspectos se debe centrar la atención, para que tanto el puerto como su *hinterland* puedan aprovechar este posicionamiento para potenciar las capacidades propias del territorio y trabajar en aquellos que sean susceptibles de formar parte de la experiencia.

Todos los servicios son altamente importantes para los cruceristas, pero fundamentalmente aquellos que les asegure que podrán realizar la visita a los atractivos que ofrezcan las localidades. En este sentido, la variedad de excursiones y los medios de transporte son los que mayor interés representan para los cruceristas.

Superar las limitaciones territoriales y maximizar las ventajas competitivas que el mismo brinda, permite construir una propuesta que tenga por objetivo endogeneizar los efectos positivos que derivan de la actividad, actuando como medio para el desarrollo territorial. No todos los espacios son capaces de consolidarse como destinos turísticos, su activación depende fuertemente de la subjetividad social que los atraviese. En relación a la mirada que tienen los cruceristas sobre los puertos objeto de estudio es posible pensar que en los tres casos se destacan componentes latentes de ser aprovechados para el Turismo de Cruceros.

CAPÍTULO 7. LOS PUERTOS Y ÁREAS DE INFLUENCIA DE USHUAIA, PUERTO DESEADO Y CAMARONES PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO DE CRUCEROS



7. 1. DESCRIPCIÓN DEL CAPÍTULO

El Turismo de Cruceros está comúnmente asociado a una práctica exógenamente determinada, sin embargo y como expresa Moscoso (2013), el mismo como práctica social, se emplaza en un espacio cargado de connotaciones sociales y culturales; hace uso de un territorio construido socialmente. Desde esta mirada, no es posible desvincular su dimensión territorial, pues la decisión de optar por este tipo de actividad es tomada teniendo en cuenta un conjunto de elementos que va más allá de las características del buque. Las capacidades territoriales que poseen los puertos localizados en la ruta como destinos reales o potenciales pueden desempeñar un rol estratégico en la consolidación de los mismos.

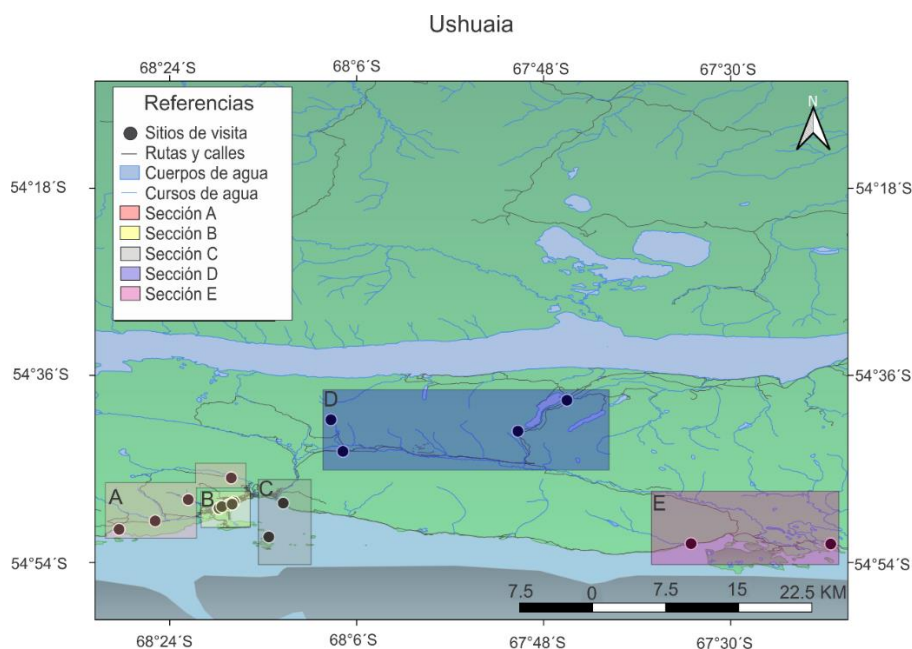
Para que esto ocurra, los territorios en cuestión deben poseer una serie de condiciones que resulten favorables para su competitividad, fundamentalmente asociadas a la presencia de recursos naturales y culturales que conforman la oferta de sitios potenciales de visita, para conocer y recorrer, y la prestación de servicios, tanto para los visitantes como para los buques. Estos factores forman parte de las competencias territoriales que posean los destinos y pueden actuar como elementos que favorezcan y potencien sus ventajas competitivas, endogeneizar una demanda que está fuertemente condicionada por factores externos. Sin embargo, no alcanza con conocer las características que poseen los territorios para proponer el desarrollo de una práctica turística, también es necesario considerar a la sociedad local como factor estructurante.

La práctica turística como creadora de imágenes y representaciones impregnan no sólo al mercado, sino también a la sociedad de acogida (Bustos Cara, 2001). Desde esta mirada, el actor local se posiciona como un componente clave, que permite entender de qué manera se visualizan los distintos componentes territoriales y cómo los mismos se articulan con el Turismo de Cruceros. En este marco, se propone conocer el posicionamiento de los puertos objeto de estudio y sus áreas de influencia para el desarrollo del Turismo de Cruceros, reconociendo las capacidades territoriales que los caracterizan, pero también la opinión de los actores clave en relación a su potencialidad.

7. 2. LA POTENCIALIDAD DE LOS SITIOS DE VISITA PARA EL TURISMO DE CRUCEROS

Una vez conocida la opinión de los cruceristas en relación a la visita que realizan en el puerto de Ushuaia, así como también la potencialidad de otros puertos de la Patagonia para frecuentar, resulta de interés fundamental para la investigación realizar

un relevamiento de los componentes del paisaje de cada uno de los puertos objeto de estudio y sus áreas de influencia (Ver anexo 3 – Caracterización de los sitios de visita). El relevamiento de los mismos se llevó a cabo tomando en consideración aquellos que son actualmente ofrecidos por las localidades. Se realizó un trabajo que combinó el relevamiento *in situ* y el análisis textual de contenido de los sitios web pertenecientes a los entes públicos de turismo, municipales y provinciales, y a las empresas de turismo de cada localidad. Sumado a ellos se recurrió a la información proveniente del Plan Estratégico de Turismo Sustentable (PETS) (InFueTur, 2010). Se aplicó la metodología propuesta por Varisco *et al.* (2014) sobre identificación de atractivos y se mapeó la información a través del software libre QGis 3.4. Para que los sitios de visita puedan ser visualizados con claridad, fueron diferenciados en hasta cinco secciones, facilitando la lectura y análisis (Figura 31).



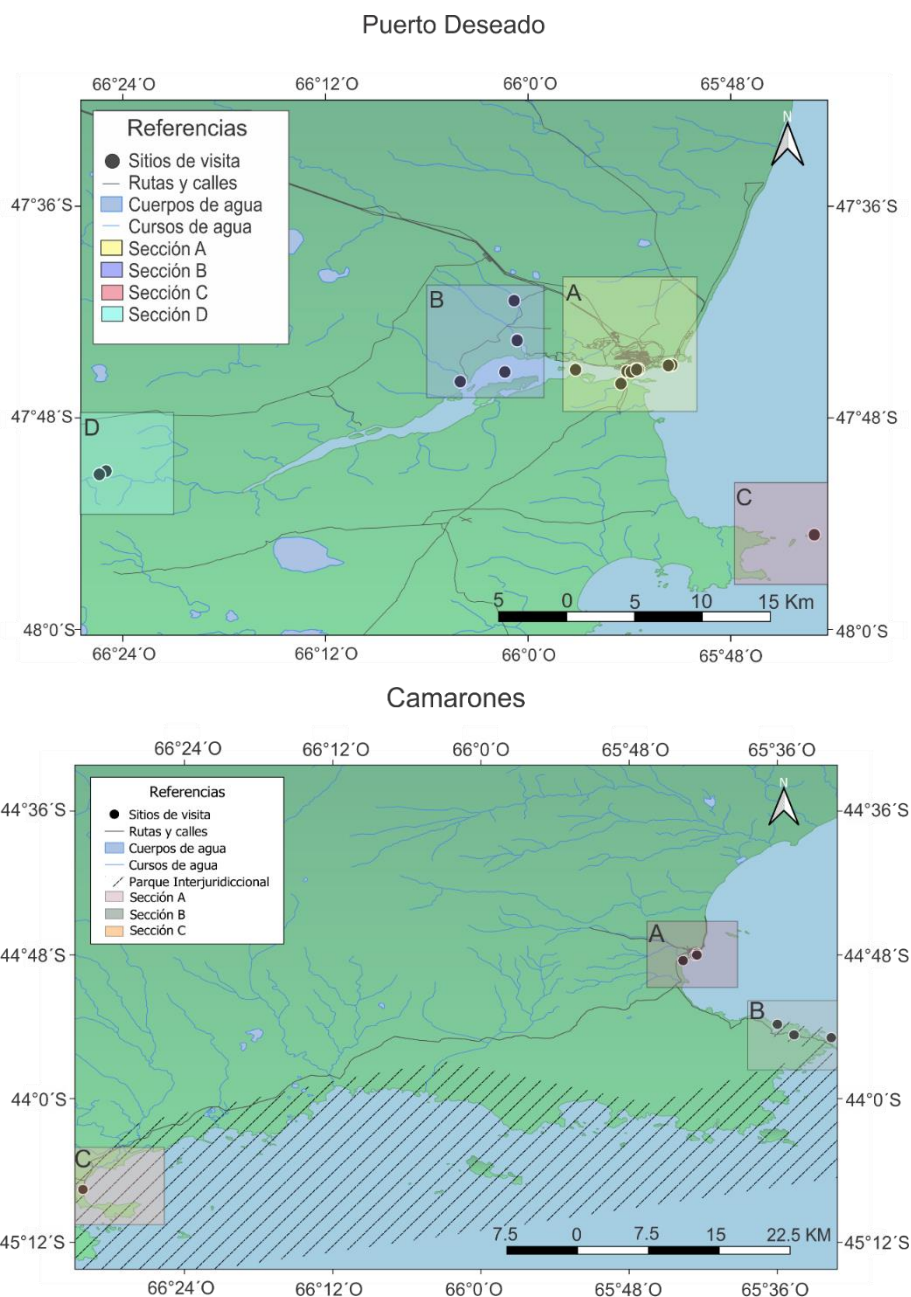


Figura 31: Distribución de los sitios de visita en cada localidad según secciones de referencia

Fuete: Cohen (2019)

La práctica turística como gran consumidora de espacio, actúa como un importante factor de transformación espacial y social (Vera *et al.*, 1997; Bertonecello, 2002; entre otros). En este sentido, no alcanza solo con conocer que particularidades posee cada puerto sino, además, es necesario considerar la opinión de la población local para poder pensar al Turismo de Cruceros como una actividad generadora de desarrollo. Al respecto, Bustos Cara (2004, en Pinassi, 2013) asegura que es necesario superar la

dicotomía entre la sociedad de origen del turista y la sociedad de destino, pensar su interacción desde la producción de valores de los atractivos turísticos que ambos generan, reconociendo que la población local produce valores que son territorializados y que pueden alimentar los buscados o reconocidos por la sociedad de origen.

La caracterización de los sitios de visita que poseen los puertos se complementó con entrevistas a actores claves, a fin de conocer la opinión que tienen sobre sus localidades como puertos de cruceros y sobre sus capacidades territoriales para que esta actividad se potencie. Las mismas fueron de carácter semiestructuradas y se seleccionó un conjunto de actores claves que sean representativos de sus áreas y permitan dar una opinión fundada sobre el problema estudiado.

7. 2. 1. Los sitios de visita y su atraktividad para insertarse en el Turismo de Cruceros

Acorde a las características propias de cada una de las localidades seleccionadas, las tres proponen una interesante cantidad y diversidad de sitios de visita. Ushuaia posee un mayor desarrollo en el tema de turismo, y es un puerto consolidado para el Turismo de Cruceros; en cambio, Puerto Deseado y Camarones actúan como un espacio periférico con significativa potencialidad pero también con un medio natural frágil en su diversidad (Schweitzer, 2008). En los tres casos hay una interesante oferta que permitiría, por un lado, diversificar la tradicionalmente propuesta por la localidad de Ushuaia y, por el otro posicionar a los potenciales puertos en el Turismo de Cruceros.

Desde el puerto de Ushuaia se argumenta que es inminente lograr diversificar la oferta. Su concentración en los atractivos asociados al Parque Nacional de Tierra del Fuego, Isla de los Lobos y en menor medida Lagos, comienzan a requerir estrategias que les permitan continuar siendo competitivos, no solo en relación al resto de los puertos de escala, sino también al interior de él. Esta observación planteada por los entrevistados no es menor si se tiene en cuenta que, como expresa Albuquerque (2007), la competitividad territorial no consiste solamente en buscar la diversificación del sistema productivo o la creación de nuevas empresas, sino también una mayor valoración de los recursos endógenos y el aprovechamiento de oportunidades, muchas veces generadas a partir de una dinámica externa.

Había mucho parque, lagos, navegación combinada, que es la parte de Parque; en Lapataia hacen el recambio, navegación y hoy ya tenemos muchas más cosas (...). Nosotros como empresa hemos desarrollado nuevos productos, no sé, tenés un *trekking* al Martial con meditación, Almanza, que no se hacía, el tema de la pesca con centolla. (PST-3, Ushuaia).

Villar (2012) asegura que el turismo es un sector que contribuye fuertemente al crecimiento económico, no solo por su inserción en el mercado internacional, sino además por la expansión que permite generar a escala nacional. Esta idea es compartida por la mayoría de los informantes clave, quienes expresan la importancia que significaría que las localidades puerto pudieran incorporarse al Turismo de Cruceros en su sistema productivo. Puerto Deseado y Camarones, encuentran en él una posibilidad de diversificar su economía local.

A nosotros nos daría una apertura de difusión muy importante. Vos no te olvides que todo el agente que es visitante, que van a cualquier lugar, son unos receptores del boca en boca en otro lado. (OP-4, Puerto Deseado).

Sí, a veces la distribución de lo que deja el turismo no es directa, pero sí genera una cadena de valor, que va más allá del estar en contacto directo con el turista. (PST-4, Puerto Deseado).

(...) Sería buenísimo que se desarrolle esa actividad porque promueve al turismo en la localidad (...) para un área chica que tiene mucho para ofrecer. (OM-3, Camarones).

Las tres localidades poseen un conjunto patrimonial cultural y natural relevante desde la opinión local y son reconocidos como potenciales activadores del Turismo de Cruceros (Figura 32). La valoración de los componentes patrimoniales que caracterizan a las localidades no es menor si se considera como, plantea Bertonecello (2010), al patrimonio como un atributo diferencial de los lugares que contribuye a la creación de destinos mediante acciones de interés y de relaciones sociales que se activan a múltiples escalas territoriales. Es en esta diversidad que descansa gran parte de las fortalezas destacadas por los entrevistados, quienes manifiestan la importancia de los recursos naturales y culturales que los revisten.

El hecho de que vos vas para un lugar en donde no es Disney. Entonces, vos vas en un Tren en donde te va llevando, y el río es río, la montaña es montaña, ingresás al Parque Nacional. Entonces, eso el extranjero lo pone de manifiesto y te lo reconoce. (PST-2, Ushuaia).

El producto natural e histórico que nosotros tenemos, yo creo que muy pocas ciudades en la Patagonia lo tienen (...) acá está el campamento de Darwin, está intacto (...) fue un peregrinar de exploradores y aventureros de todo el mundo. (OP-4, Puerto Deseado).

Desde lo cultural tiene cosas muy interesantes para mostrar, está plasmado en las construcciones la llegada de los españoles (...) y ahora se está trabajando con las culturas pre-hispánicas (...) Creo que el patrimonio natural es muy rico, con cabo Dos Bahías hay un montón de ventajitas, es cerca, todavía poco conocido, tiene mucha diversidad y el entorno del Parque Marino Costero (...). (OP-7, Camarones).

Esta valoración responde en gran parte al imaginario social que representan los recursos naturales y culturales. Consecuencia de la posmodernidad, dirigida por las fuerzas de globalización, que desdibujan los límites entre culturas y concibe a la era de la simulación (Cohen, 2005). En este marco, la búsqueda de lo auténtico y único entre los elementos que componen al espacio geográfico resurge con un recargado significado social, pues es lo que les permite distinguirse del resto, es así como el “turismo como fenómeno contemporáneo, que involucra al conjunto de la sociedad significa la búsqueda permanente de lo exótico (...) mostrar, proponer y proponerse como objeto diferenciado” (Bustos Cara, 2001, p. 6).

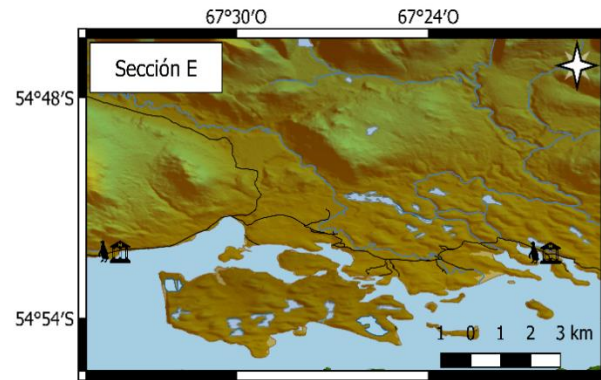
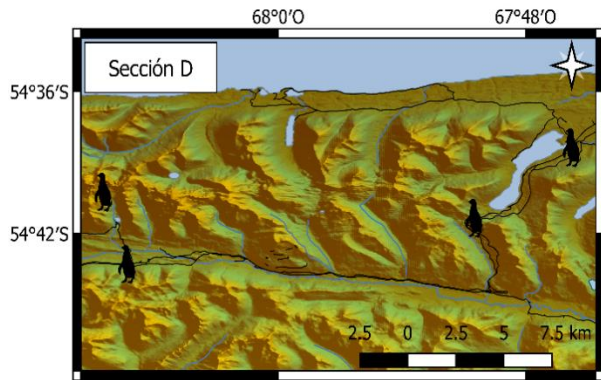
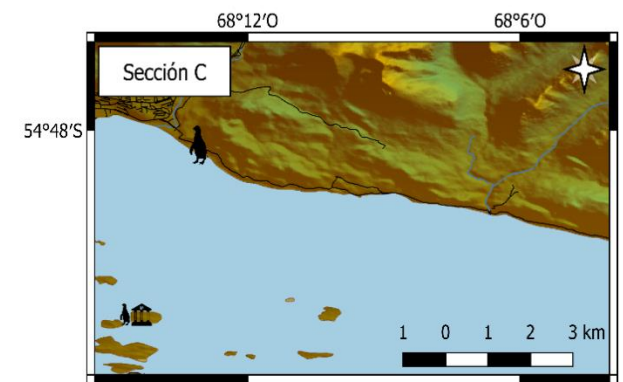
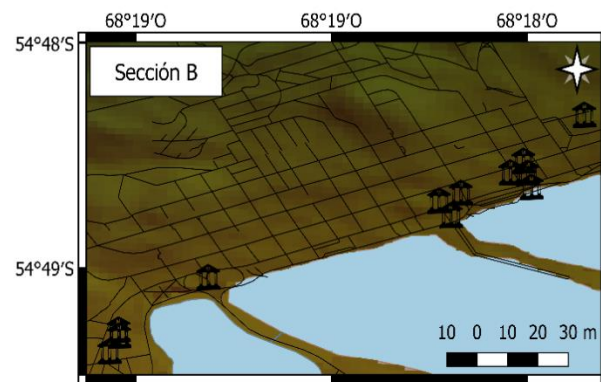
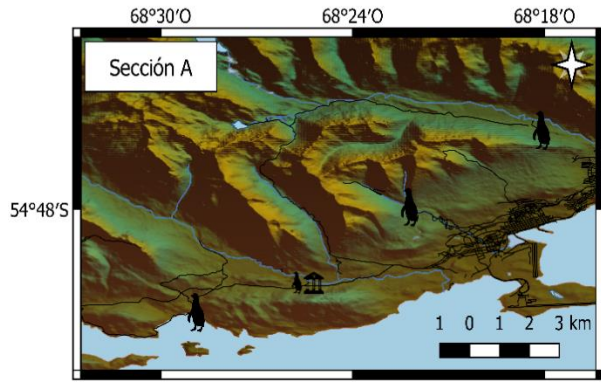
Sumado a la diversidad que ofrecen los puertos, Puerto Deseado y Camarones cuentan con una ventaja que les permitiría potenciar aún más el desarrollo de esta actividad, la presencia de sitios de visita que revisten de singularidad y atractividad, en relación con los otros puertos de cruceros de la Patagonia y de la región. Puerto Deseado, con sus visitas por la Ría y por el Cañadón del puerto, ofrece la oportunidad de avistar al Cormorán Gris (*Phalacrocorax gaimardi*) cuyas colonias se localizan, en Argentina, solo en la provincia de Santa Cruz, con 13 colonias de nidificación y una población estimada en 900-1100 parejas reproductivas (Frere, Quintana y Gandini, 2005). Además, adentrándose a la Ría es posible replicar la ruta realizada por el explorador Charles Darwin en 1833 y llegar hasta el punto exacto donde el mismo estableció su campamento. Por su parte, Bahía Bustamante ubicada en las cercanías de Camarones fue considerada por el *New York Times*³² como “La Galápagos Argentina”, otorgando la oportunidad de visitar y recorrer un espacio cargado de naturaleza prístina o escasamente alterada.

(...) lo que estamos potenciando, qué es el Campamento de Darwin; Darwin pasa al promediar en 1833 y está documentado y está reflejado en los dibujos de Martens. (OM-2, Puerto Deseado).

³²<https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/turismo/9-2129-2011-08-14.html> consultado el 01/08/2019

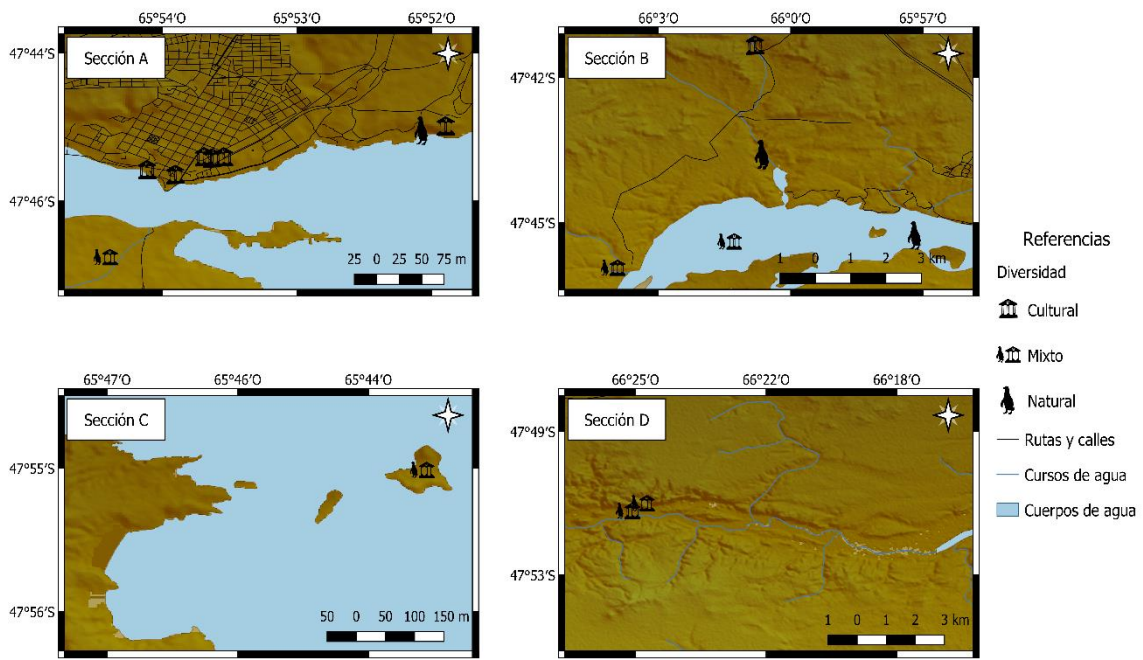
Bustamante tiene un buen equilibrio, tiene una historia que es rica, tiene flora y fauna que es muy rica también, y después como que no es un lugar de lujo, que vos vayas, no sé, pones un hotel nuevo en la península, sino que tiene toda una historia (...), se come bien, el restaurant es muy bueno, (...), los guías, el personal. Es como que se mantiene un equilibrio bueno. (PST-5, Camarones).

Ushuaia



- Referencias
- Diversidad
 - Rutas y calles
 - Cursos de agua
 - Cuerpos de agua
 - Cultural
 - Mixto
 - Natural

Puerto Deseado



Camarones

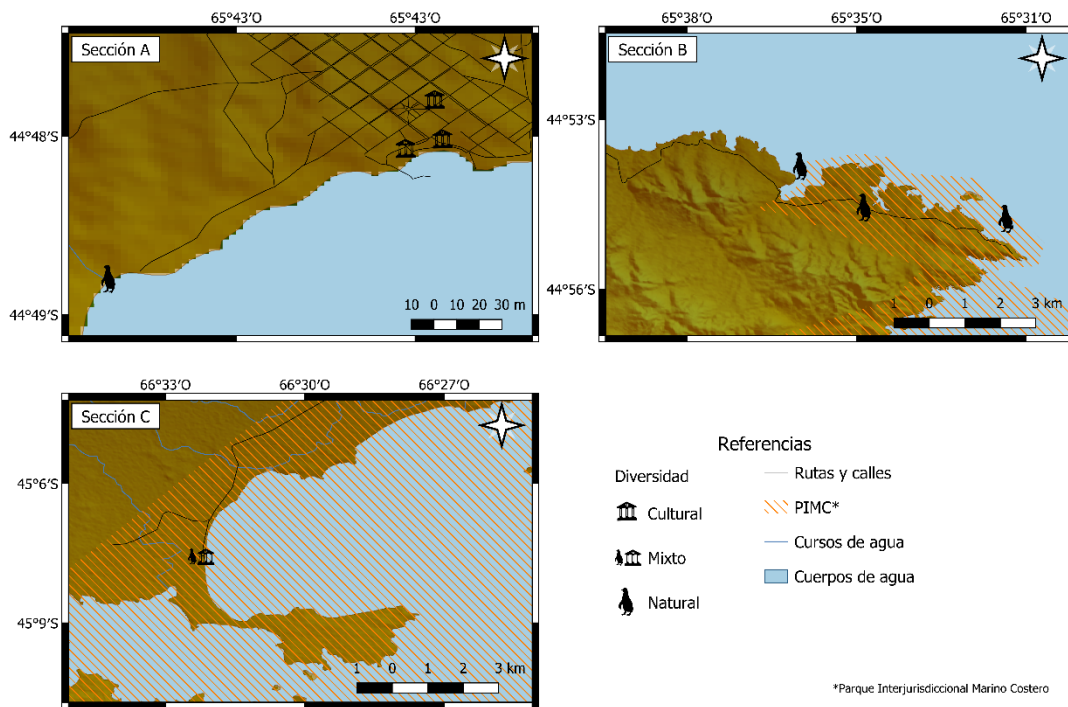


Figura 32: Diversidad de los sitios de visita para cada puerto, según los atractivos que los integran

Fuente: Cohen (2019)

En este marco es interesante destacar la información suministrada por un actor clave perteneciente al grupo de Prestadores de Servicios Marítimos en la localidad de Ushuaia, quien aseguró que Puerto Deseado será incluido en el itinerario de viaje del crucero Hanseatic Nature. Para la temporada 2019-2020 se prevé una escala en dicha localidad proponiendo como principal atractivo la Ría del Deseado y la ruta de Darwin. Al respecto, la compañía expresa en su itinerario la recalada en la localidad como una propuesta que permitirá recorrer y disfrutar de la naturaleza y el paisaje, “Observa numerosas aves marinas, como cormoranes y garzas, (...). Descubre la naturaleza pura en la Ría Deseado, su zona de protección, un hábitat para los delfines y otras criaturas. Siga los pasos de Charles Darwin y localice los guanacos, las rías americanas y las rías de Darwin en el interior de la Patagonia” (HANSEATIC Nature, 2019)³³.

La presencia de áreas protegidas, es otro de los factores que incide positivamente en la atraktividad. Las mismas actúan como un instrumento estratégico para las tres localidades; en palabras de Vereda (2004: 103) “las áreas protegidas de un destino se erigen como un fuerte referente que genera desplazamientos especialmente vinculados a prácticas de turismo de naturaleza y particularmente de ecoturismo”. Tanto Ushuaia como Puerto Deseado y Camarones poseen sitios de visita incluidos en áreas protegidas y, si bien reflejan diferentes jurisdicciones, en todos los casos son propuestos como espacios altamente valorados y con gran potencial para la actividad turística (Figura 33).

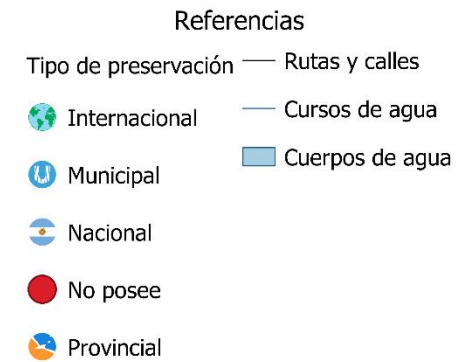
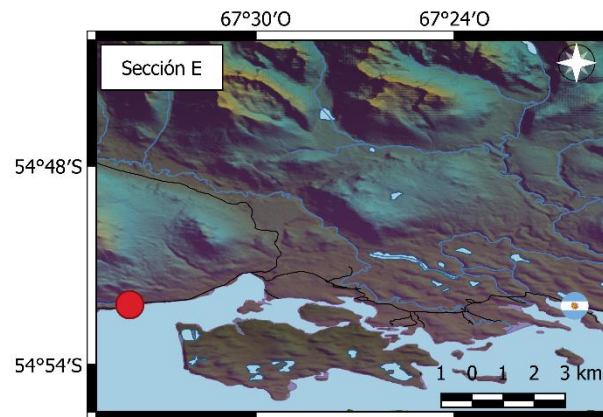
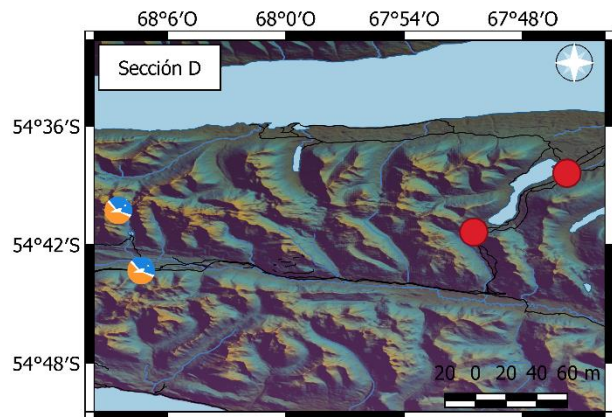
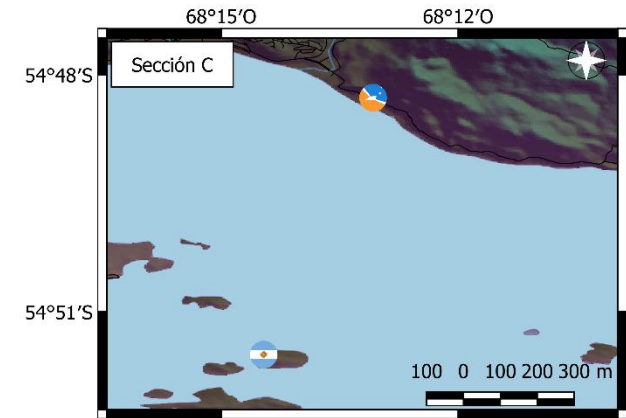
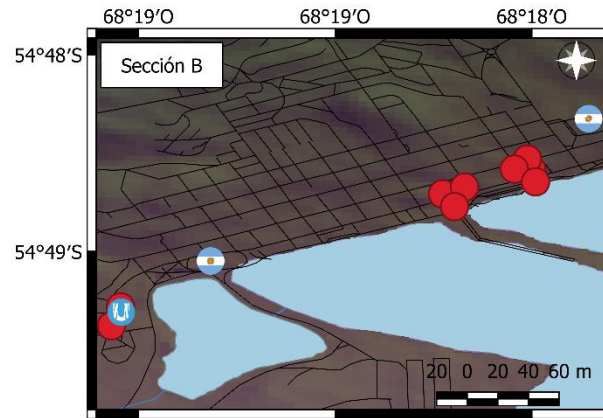
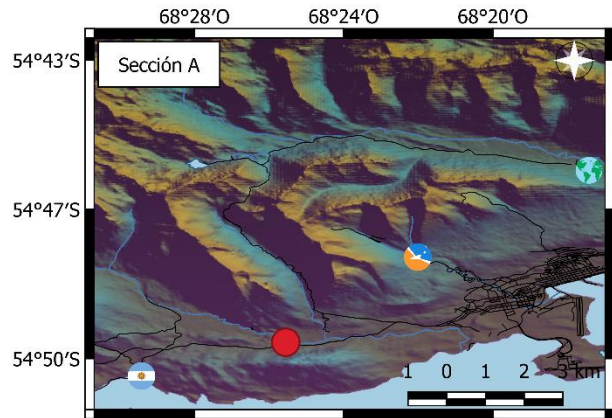
(...) como fortaleza yo veo que es uno de los atractivos, (...) uno de los mayores atractivos que tenemos en la provincia y puntualmente está muy cerca a lo que es la localidad de Ushuaia. (...) y al estar tan cerca y al estar tan vinculado, creo que cualquier decisión de manejo que se tome dentro del Parque va a afectar directamente al turismo local. (ON-1, Ushuaia)

Nosotros tenemos acá el Parque Nacional Interjurisdiccional Marino, Isla Pingüino. Entonces, donde nos pongan el logo de “Parque” ya cambiamos la situación. Por eso te digo, son hechos (...). (OP-4, Puerto Deseado)

Es un área poco visitada... entonces la actividad de cruceros creo que también lo pueden disfrutar... lo pueden disfrutar los turistas, eh... el sendero es elevado, o sea que no hay que ceder el paso cuando ellos pasan y eso hace que el pingüino no se estrese, por más que tenga gente... va a tener gente arriba, otra fortaleza... mmm no se me ocurre ahora. (OP-6, Camarones)

³³ <https://www.hl-cruises.com/cruisefinder/NAT1917#/> consultado el: 02/07/2019

Ushuaia



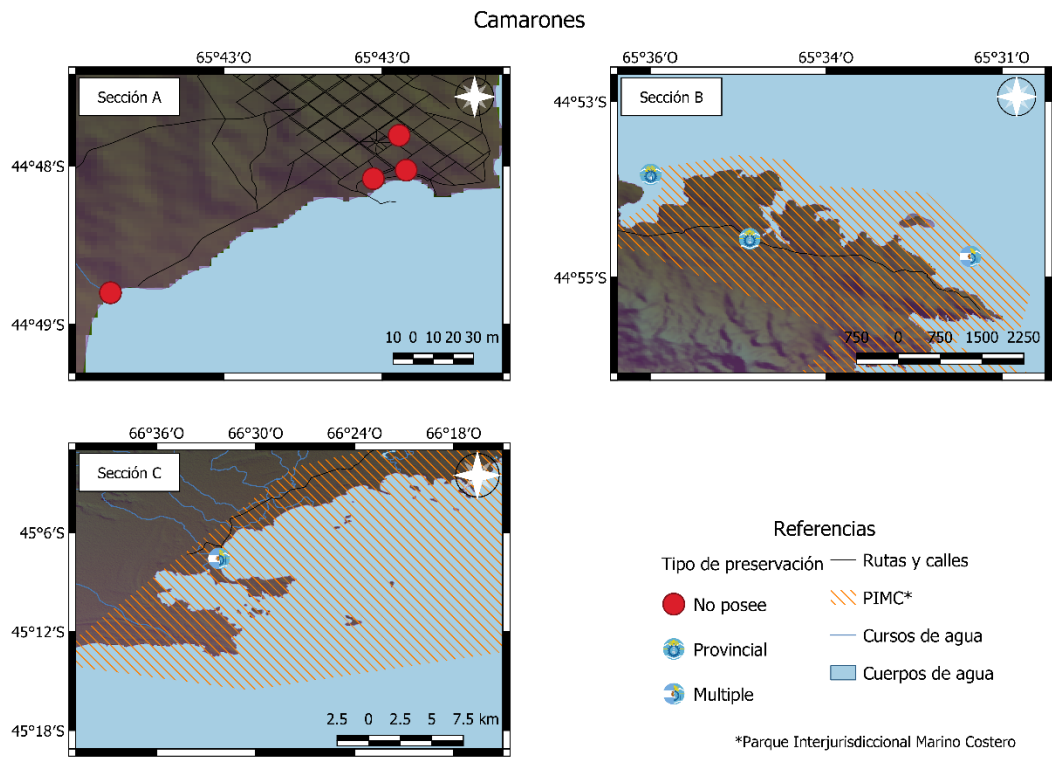
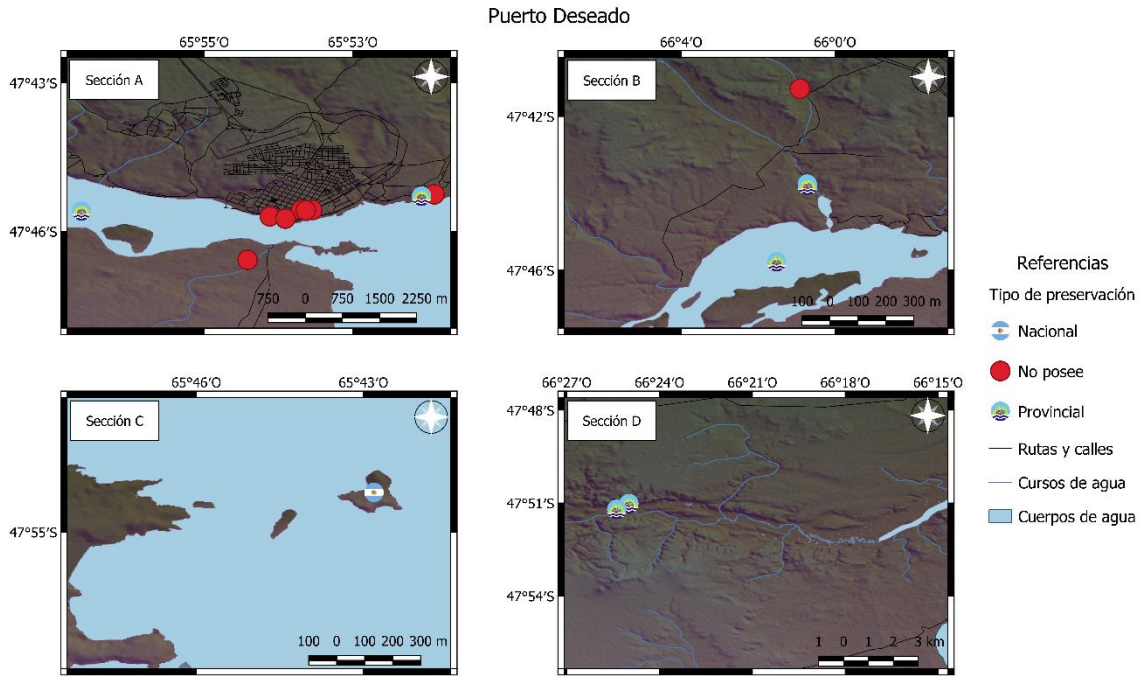


Figura 33: Grado de preservación de los sitios de visita según jurisdicción y localidad

Fuente: Cohen (2019)

7. 2. 2. *La aptitud de los sitios de visita para el desarrollo del Turismo de Cruceros*

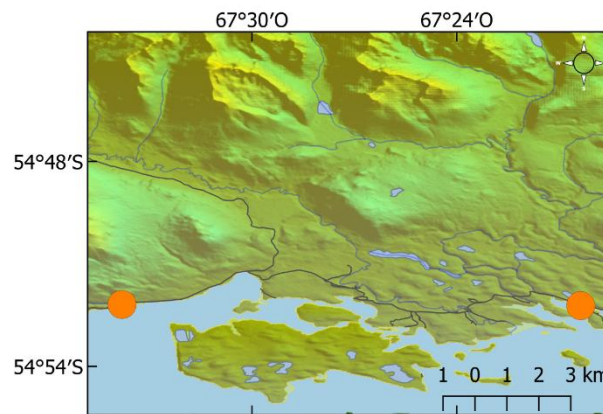
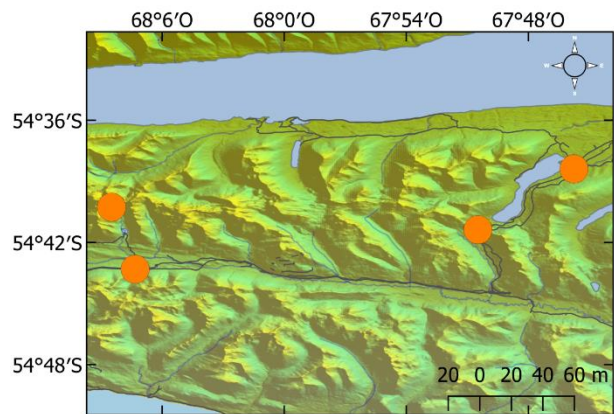
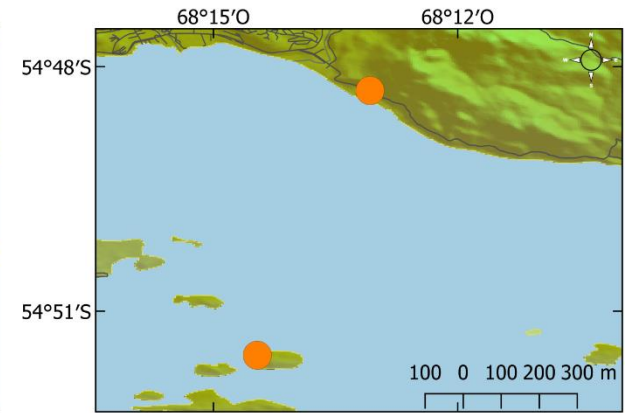
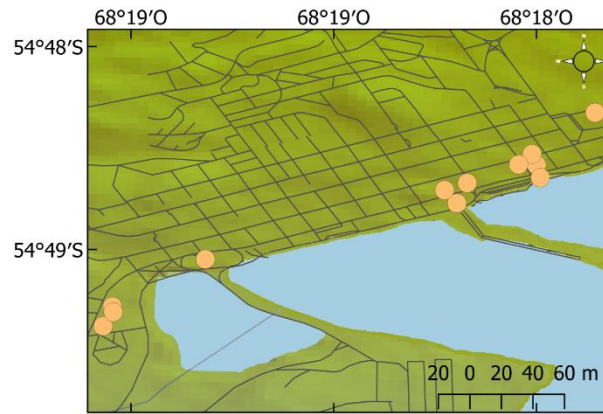
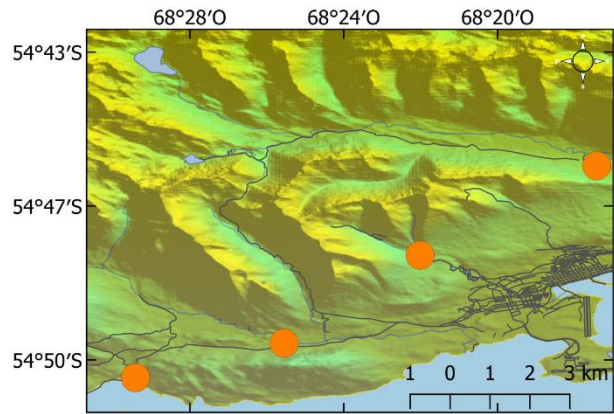
Con las nuevas formas de elegir y reconstruir los lugares con atractivos, se participa de la apropiación de territorios que se despegan del lugar para transformarse en símbolos de consumo y focos de atracción social, expresa Cammarata (2006). Sin embargo, para que los mismos puedan ser incorporados en la práctica turística en general y en el Turismo de Cruceros, es necesario reconocer la aptitud que poseen. La diversidad de atractivos que ofrecen los sitios de visitas en las tres localidades podría favorecer el desarrollo de nuevas dimensiones de la actividad, enriqueciendo las actividades turísticas que pueden desarrollarse a través de nuevas propuestas de turismo.

Yo creo que hay mil quinientas cosas para hacer. Pero bueno, siempre como que vos le proponés a la empresa, este año no se vende, pero ya al año siguiente es como que ahí empieza la venta también. (PST-3, Ushuaia).

Tenemos un lugar paisajísticamente privilegiado, porque la variedad que vos ves, si has tenido la oportunidad de recorrer las playas, la variedad de playas y numerosas y una es más bonita que la otra, o sea paisajísticamente lo mires por donde lo mires es un espectáculo, tiene un valor histórico muy importante, que es por muchos desconocidos. (PST-7, Camarones).

Los recursos naturales y culturales que distinguen a las tres localidades dan a su vez la posibilidad de realizar una interesante variedad de actividades, asociándose a diferentes tipos de turismo. Desde el relevamiento realizado a través de las páginas web, junto con la información brindada por los entrevistados y sumado a la propuesta del PETS (InFueTur, 2010) se planteó la variedad de tipos de turismo que pueden realizarse durante la visita a las localidades (Ver anexo 3 – Caracterización de los sitios de visita. Tipos de turismo). Cada localidad refleja las posibilidades de combinar los diferentes tipos de turismo: sol y playa; activo; cultural; científico; de salud; de deporte; intereses especiales y convencional, “La región cuenta con muchos otros atractivos vinculados a la naturaleza que favorecen el desarrollo de nuevas dimensiones de la actividad, tales como el turismo de intereses especiales, científico, cultural y de aventura” (Schinelli y Vacca, 2007: 212). Trabajar en la búsqueda y consolidación de actividades que permitan disfrutar de la visita en más de un sentido, otorgaría la posibilidad de demostrar la versatilidad que tienen los destinos frente a una demanda que es cambiante y dinámica (Figura 34).

Ushuaia



Referencias

Tipos de turismo

- Entre 1 y 4
- Entre 5 y 8
- Rutas y calles
- Cursos de agua
- Cuerpos de agua

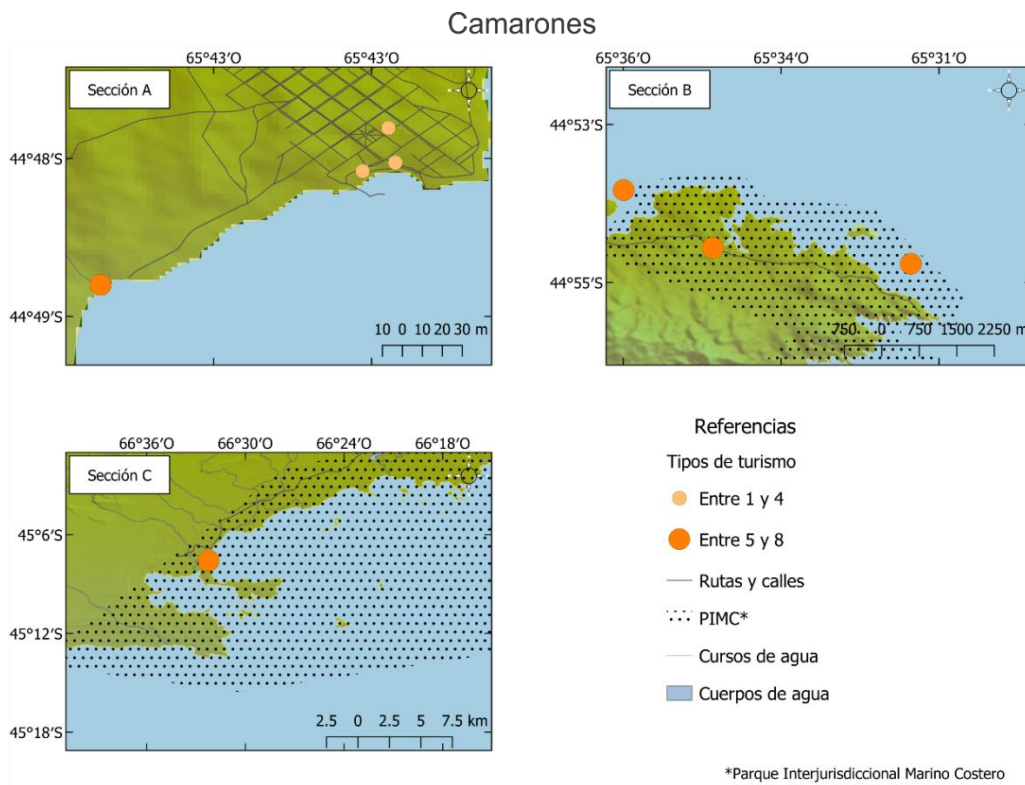
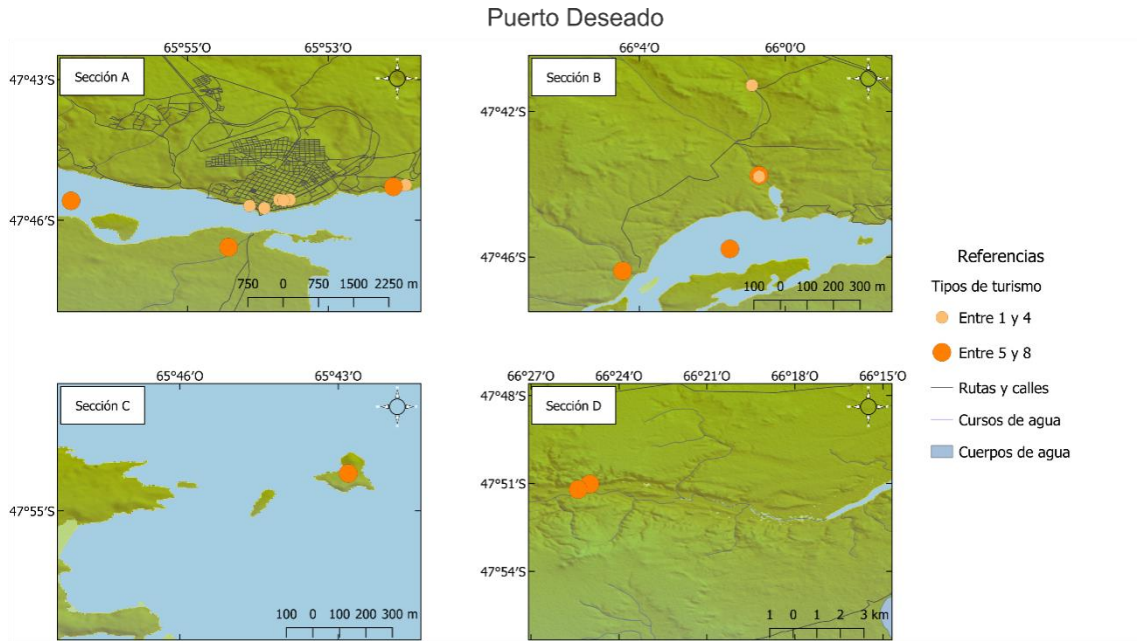


Figura 34: Tipos de turismo que pueden desarrollarse en cada puerto según los sitios de visita

Fuente: Cohen (2019)

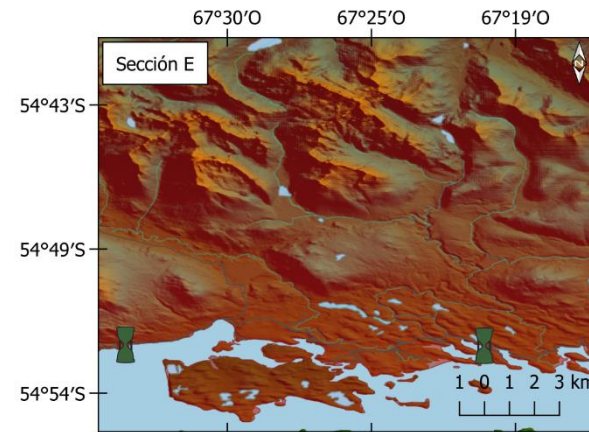
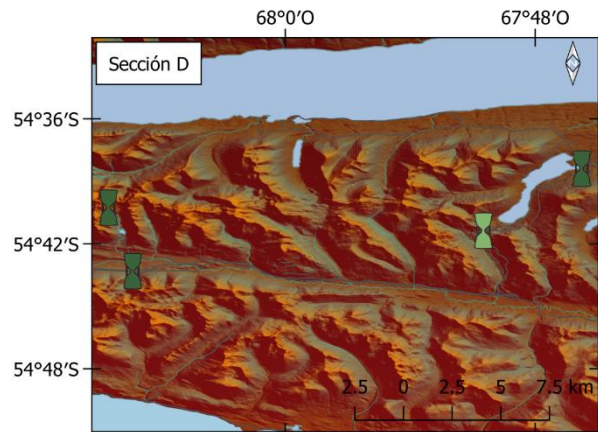
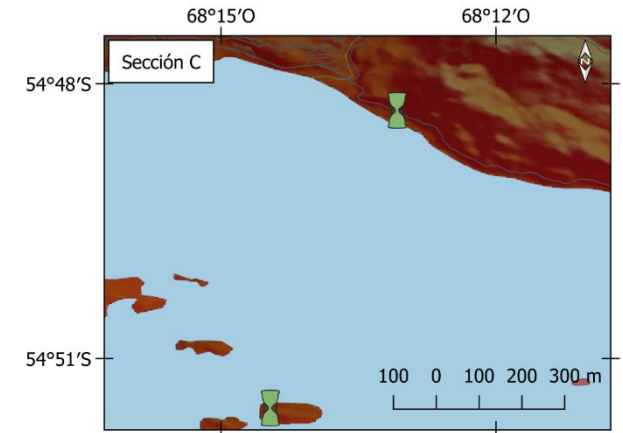
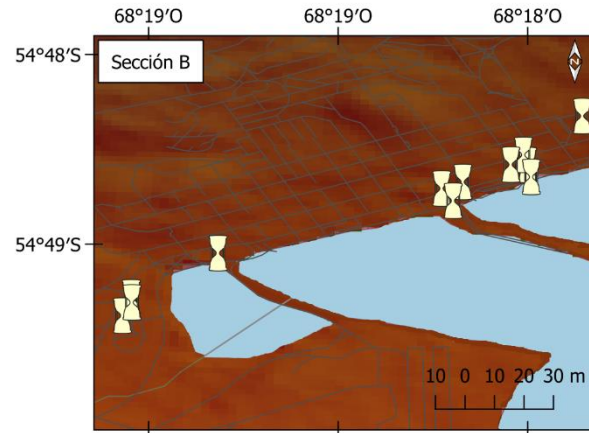
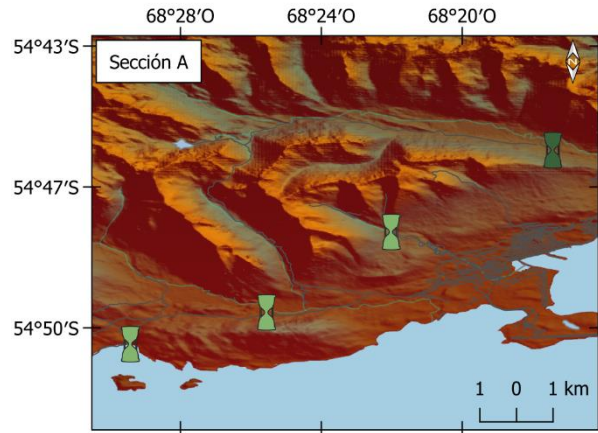
Un factor clave para poder comprender la posición que tienen los sitios de visita para incluirse en el Turismo de Cruceros es el tiempo. Pensar el mismo implica analizarlo no solo en relación a la duración de la visita en los sitios propuesto (tiempo de percepción), sino también en función de cuánto se demora en llegar y regresar del mismo (tiempo de traslado) (Figura 35). Este dato no es menor si se tiene en cuenta un factor fundamental en el desarrollo de la actividad; cuánto tiempo tiene el buque pautado permanecer en puerto.

La estadía es un limitante y es indispensable considerarla. Ushuaia, por ejemplo, es la que registra el menor tiempo de estadía promedio para los itinerarios pendulares, reclamo permanente del sector turístico y del comercio de la ciudad, dado que a más permanencia más posibilidades de concretar ventas y/o servicios (Jensen y Daverio, 2004). Puerto Deseado y Camarones destacan que, en sus esporádicos arribos siempre buscaron coordinar el tiempo de visita con la permanencia del buque.

Mientras más larga es la estadía, más libertad tenés para acomodar las excursiones. Pero, además, cada barco tiene una idiosincrasia muy diferente, es decir, no es el mismo segmento de mercado. No es lo misma la gente que viene arriba de un Princess, un Celebrity o un Royal Caribbean. (PST-1, Ushuaia).

No, nosotros es como que lo vas orientando. Vos le ofrecés lo que sabés que va a andar. Y era una excursión donde no había desembarco, para que sea más ágil, pero se ve todo, (...) Pero también hay otra con el desembarco, en una isla que se llama Isla de los Pájaros y bueno se ven también ahí pingüinos. Pero bueno, eso te demandaría mucho tiempo. Entonces le dábamos la opción sin el desembarco. (PST-4, Puerto Deseado).

Ushuaia

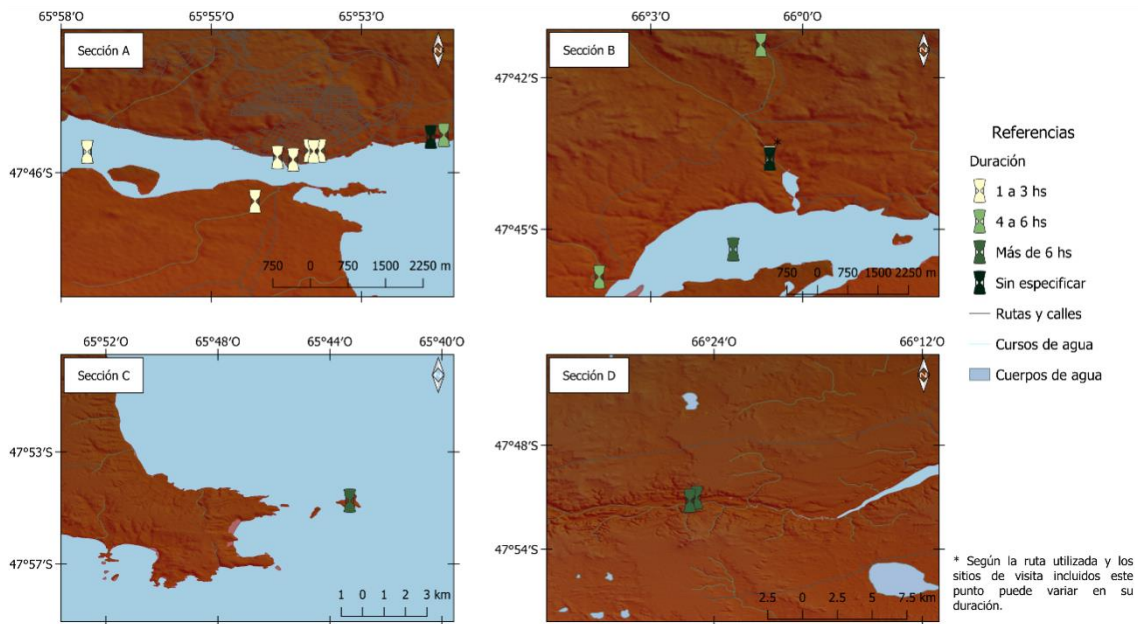


Referencias

Duración

- 1 a 3 hs
- 4 a 6 hs
- Más de 6 hs
- Sin especificar
- Rutas y calles
- Cursos de agua
- Cuerpos de agua

Puerto Deseado



Camarones

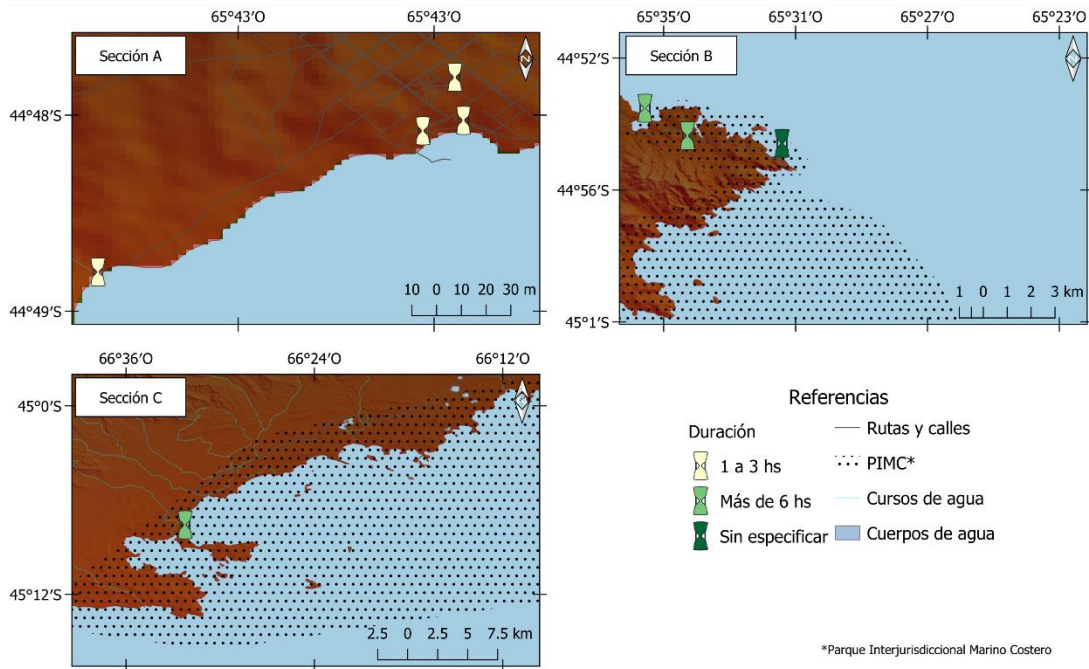


Figura 35: Tiempo promedio para recorrer los sitios de visita

Fuente: Cohen (2019)

El crecimiento de la actividad debe acompañarse de un incremento significativo de la oferta de servicios vinculados al sector, aseguran Schinelli y Vacca (2007). En este sentido, la comunicación, la inclusión de los sitios de visita en excursiones regulares y la presencia de equipamiento turístico-recreativo pueden actuar como ventajas competitivas que posicionen a las localidades. En relación a la comunicación, si bien, en las tres localidades se observa que el servicio se concentra en los sitios de visita ubicados en la zona céntrica, esta variable fue particularmente destacada en Camarones, quienes aseguran que, al ser una localidad pequeña, con escaso desarrollo en turismo, su ausencia es un factor que no favorece la consolidación del destino. Al referirse a la misma se plantea una mirada general sobre la localidad y las posibilidades de visualización que les daría.

Internet (...) es un medio de comunicación muy importante y por ahí para nosotros es un poco escaso, no todo el pueblo tiene. Entonces por ahí mucha gente llega acá sin saber que es Camarones y después cuando se va, se va con cosas que no sabía que tenía esto, que tenía lo otro. (OM-3, Camarones).

Así como el tiempo se plantea como un factor fundamental en la concreción de los sitios de visita, que los mismos estén incluidos en la oferta de las páginas oficiales de turismo y en las empresas de turismo, puede influir significativamente en su consolidación, pues en última instancia les da visibilidad y oportunidad de reconocimiento. Las localidades plantean en relación a ello, cuestiones diferentes que acuerdan, a su desarrollo como destinos turísticos.

Ushuaia y Puerto Deseado ofrecen como excursiones regulares aquellos sitios de visita que están ya posicionados en los destinos. En Ushuaia, son las definidas por los entrevistados como “clásicos”, sin embargo, si bien el mayor número de los sitios de visita relevados corresponde a excursiones regulares, aquellas propuestas que son actualmente planteadas como opciones para diversificar la actividad no se incluyen bajo este ítem. Esto implica que las mismas solo serán tomadas si las empresas explicitan la opción lo que puede influir en la continua concentración de las visitas. En Puerto Deseado, en cambio, se destaca que la organización permite aprovechar sin inconveniente todos los atractivos que en esos sitios se encuentran y, favorecidos por la menor concentración de visitantes, consideran que son espacios que aún tienen mucho potencial para aprovechar.

Cuando vos armás la operatoria de un barco grande, la experiencia es que toman excursiones, más o menos, un cincuenta por ciento de los pasajeros del barco. El

resto no baja, o camina por la ciudad o se arregla por su cuenta. Entonces, vos ofertás entre un sesenta y un setenta por ciento de la capacidad del barco en excursiones. Y ofertás cuatro, cinco excursiones. (PST-1, Ushuaia).

No. Se diversificaba. Se hacía terrestre, entonces era rotativo. Mientras unos iban por tierra, otros navegaban y así. El terrestre, en esa época se hizo a Miradores de Darwin, con distintas traffics, se los llevaba y no, bien. Digamos, en conjunto porque por ahí no había muchos guías, pero más o menos que hablen, sobre todo bilingüe. Salía bien. (PST-4, Puerto Deseado).

En Camarones, por su parte, no se ha logrado aún posicionar excursiones regulares como parte de su oferta turística, con excepción de la visita a la Reserva Provincial Cabo Dos Bahías. Si bien, hay una empresa habilitada para brindar el servicio, la falta de promoción estatal como así también de inversión conlleva a depender fuertemente de otras localidades para poder dar respuesta a una posible demanda. De esta manera, la falta de promoción dificulta la posibilidad de concretar los sitios de visitas y sus atractivos como parte de las riquezas del destino.

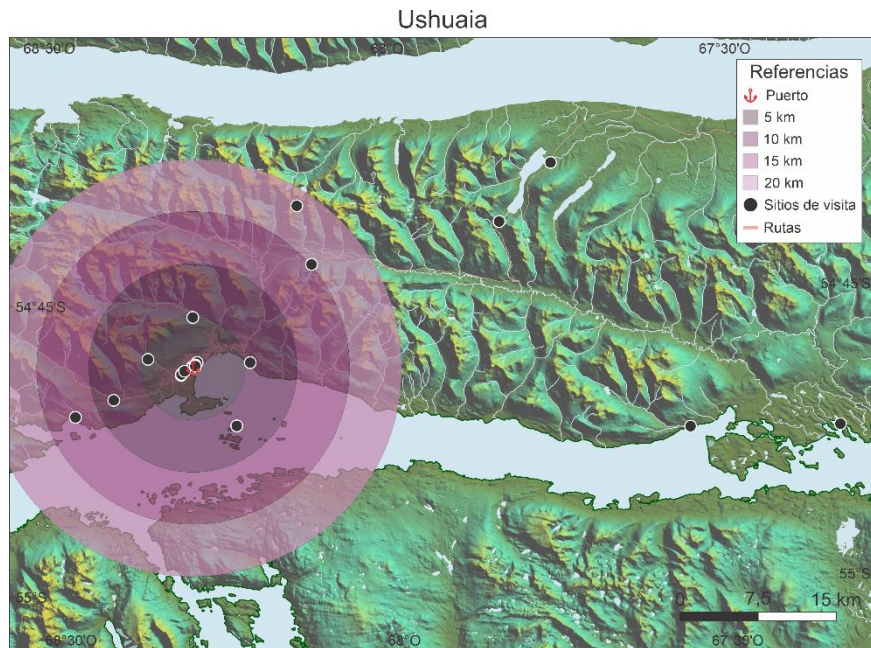
Compramos una embarcación nueva, moderna, de última generación hecha acá en el país, pero tampoco dio resultado... y bueno hacemos excursiones las que llegan para hacerlo. Además, no está promocionado y la gente que viene acá no viene con la intención de ver fauna porque no se ha promocionado. (PST-6, Camarones).

7. 2. 3. La accesibilidad de los sitios de visita en el marco del Turismo de Cruceros

Cuando se considera la potencialidad que reviste a los sitios de visita que ofrecen las localidades es necesario considerar también su accesibilidad. Muchos de ellos son de carácter libre y gratuito si se llevan a cabo por cuenta propia. Sin embargo, en el contexto de una visita resultado del arribo de cruceros a las localidades, en donde se debe tener en cuenta la dependencia que poseen al itinerario de viaje del buque, la mitad de ellas debería pagarse para que puedan llevarse a cabo, en tiempo y forma. Esto representa situaciones distintas en cada localidad, pues para el caso de Ushuaia y Puerto Deseado, la ganancia es absorbida por empresas locales, en cambio en Camarones, muchas veces son empresas que provienen de otras localidades las que concretan las visitas, quedando los trabajadores locales ajenos a ella.

El crucerismo como está viniendo en este momento, amarra en la dársena, vienen los colectivos de AV, los guías de AV, los bajan, los suben, los llevan al área protegida, los traen y los suben otra vez, eso no sirve. (PST-7, Camarones).

Sumado a ello, su accesibilidad en relación al transporte también responde en el mayor porcentaje a la necesidad de contratar el servicio. En las tres localidades el recorrido del transporte público no incluye a los sitios de visita ofrecidos, con excepción de aquellos que se ubiquen en el centro. Las distancias y el tiempo con el que cuentan los cruceristas conllevan, entonces, la necesidad de recurrir a la contratación del transporte para realizar el recorrido. Al considerar que los sitios de visita se ubican a distancias que llegan a superar los 20 km (Figura 36) se destaca la importancia de contar con transporte que asegure un tiempo de traslado prudencial para apreciar el atractivo y regresar al buque en el horario fijado.



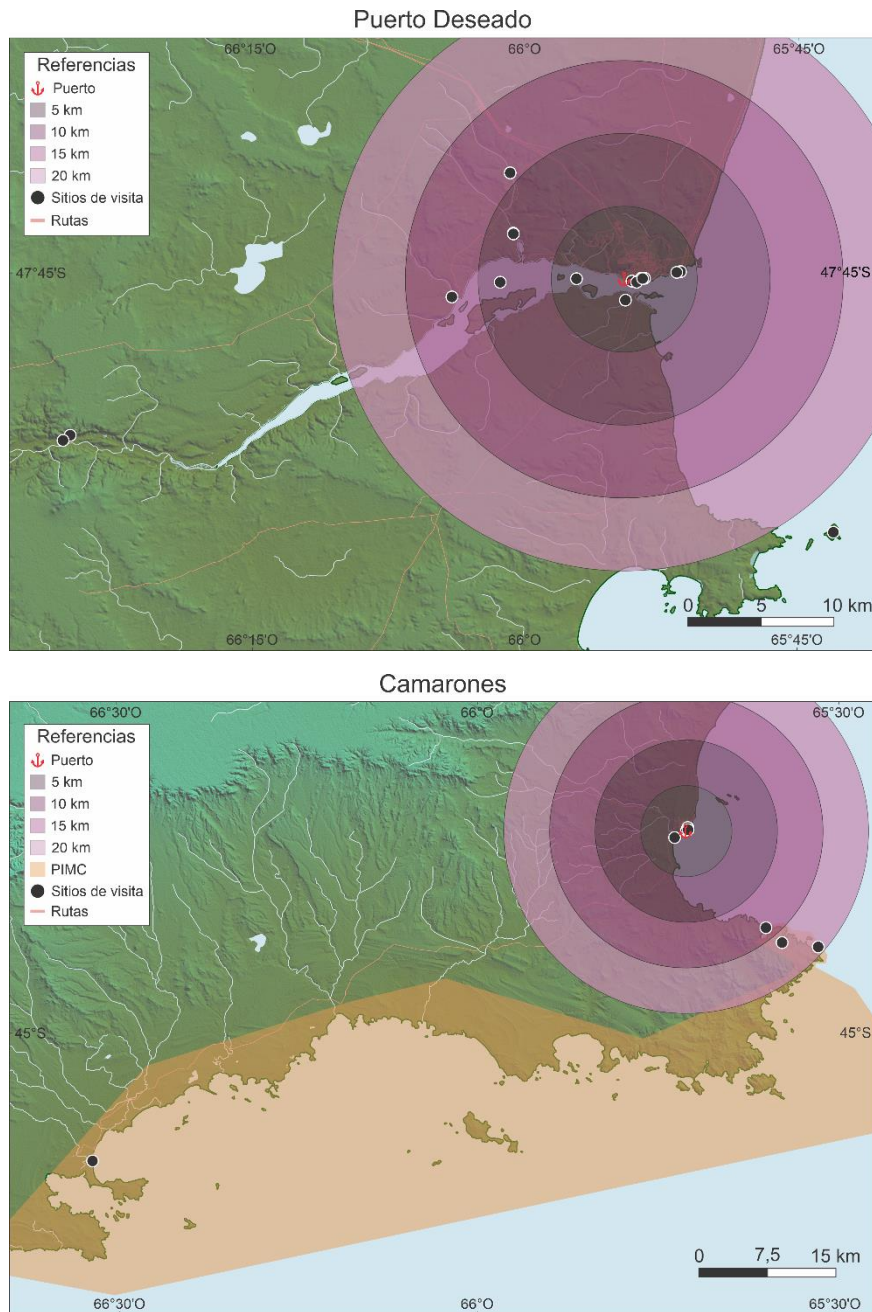


Figura 36: Distancia estimada hacia los sitios de visita

Fuente: Cohen (2019)

La interseccionalidad del turismo y la especial característica de cadena de valor le permite actuar como multiplicador económico aseguran Schinelli y Vacca (2007), sin embargo para que esto genere un desarrollo real y genuino los resultados deben verse en el propio territorio y esta situación no se refleja por igual desde los actores claves que participan en la actividad turística de cada localidad. Ushuaia, no posee grandes complicaciones, su trayectoria en la actividad de cruceros le ha permitido organizarse y complementarse cuando lo consideran necesario. En Camarones, en el otro extremo,

no logran posicionarse como empresas competitivas y con capacidad de responder a la demanda, siempre están a la sombra de empresas que se encuentran en otras localidades y no consolidan un trabajo en conjunto que les permita generar beneficios mutuos.

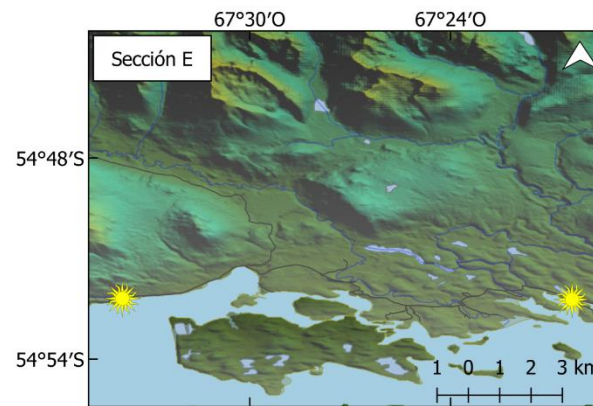
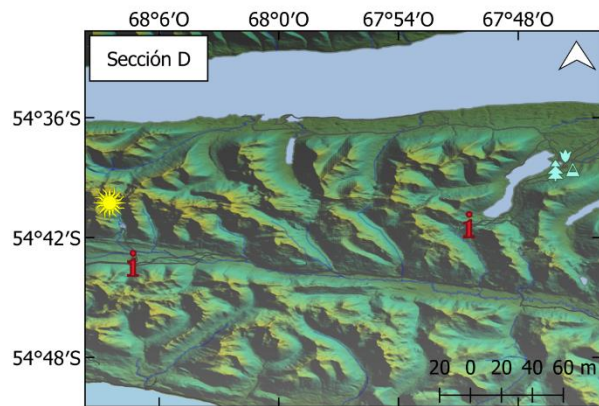
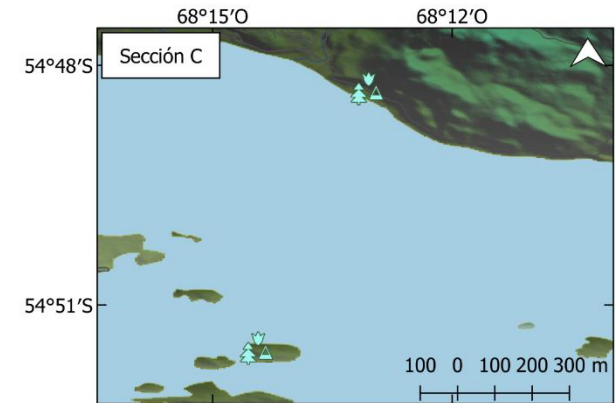
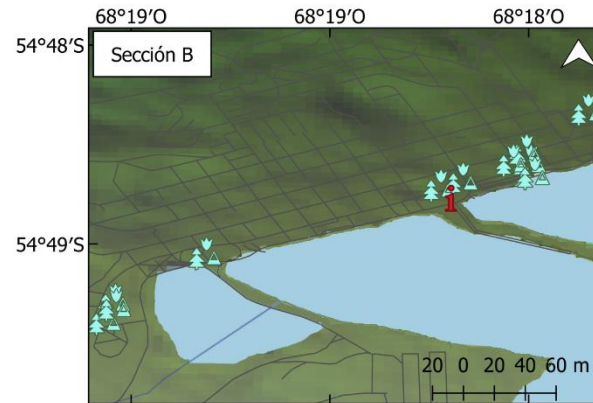
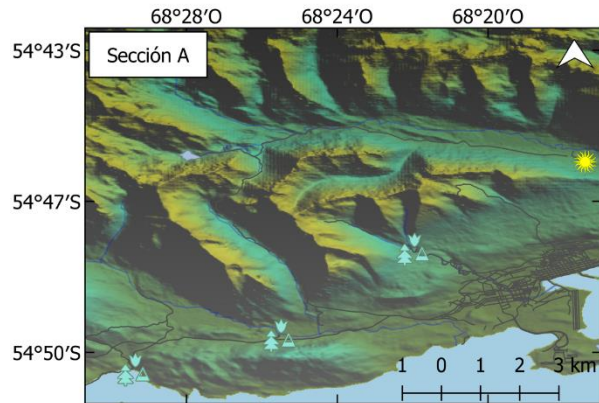
Existe a nivel mesa operativa (...), No a nivel de gerencias. Yo la llamo a A porque es mi referente en RS y le digo: “che, tengo Princess mañana”. “Sí, vi que tenés diez buses mañana”, “decime vos cómo vas a hacer y yo hago de tal manera”, “¿te parece si...?”, “sí, hagámoslo así” o “no, pará, ¿por qué no mandás primero ese para allá?”, “listo, dale”. Se trata de trabajar de esa manera. El producto es uno solo y hay que optimizarlo lo mejor que se pueda. (PST-3, Ushuaia).

Los capturaban en los muelles, los subían a los colectivos y salían todos en caravana, regresaban y los embarcaban, calcula que el crucero llegaba a las 6 de la mañana y a las 4 de la tarde ya se iba, entonces eso no. Les sirve a ellos, a nosotros no. (PST-7, Camarones).

Por último, pero fundamental, es la relación que existe entre la accesibilidad temporal de los sitios de visita y la temporada de cruceros (Figura 37). En las tres localidades se destaca que los sitios de visita son compatibles con la temporada de cruceros, pues el mayor porcentaje de los mismos son accesibles en temporada de verano o bien durante todo el año. Este dato no es menor si se tiene en cuenta como expresa Vejsbjerg (2013) que para que un turista potencial elija un destino, requiere en primera instancia un atractivo inicial, accesibilidad y servicios. Este argumento puede ser rápidamente aplicado al Turismo de Cruceros el cual exige de destinos que les ofrezcan a los cruceristas experiencias que enriquezcan el itinerario.

El fuerte es enero, febrero un poco. (...) Son seis meses y bueno, estaría muy bueno. Para la localidad, ¿no? Ni hablar para nosotros. Ya tenemos experiencia en cruceros hemos atendido más o menos unos cinco cruceros en distintas temporadas. (PST-4, Puerto Deseado).

Ushuaia



Referencias

Periodo del año

Anual

En Temporada

Restringida a otras condiciones

Rutas y calles

Cursos de agua

Cuerpos de agua

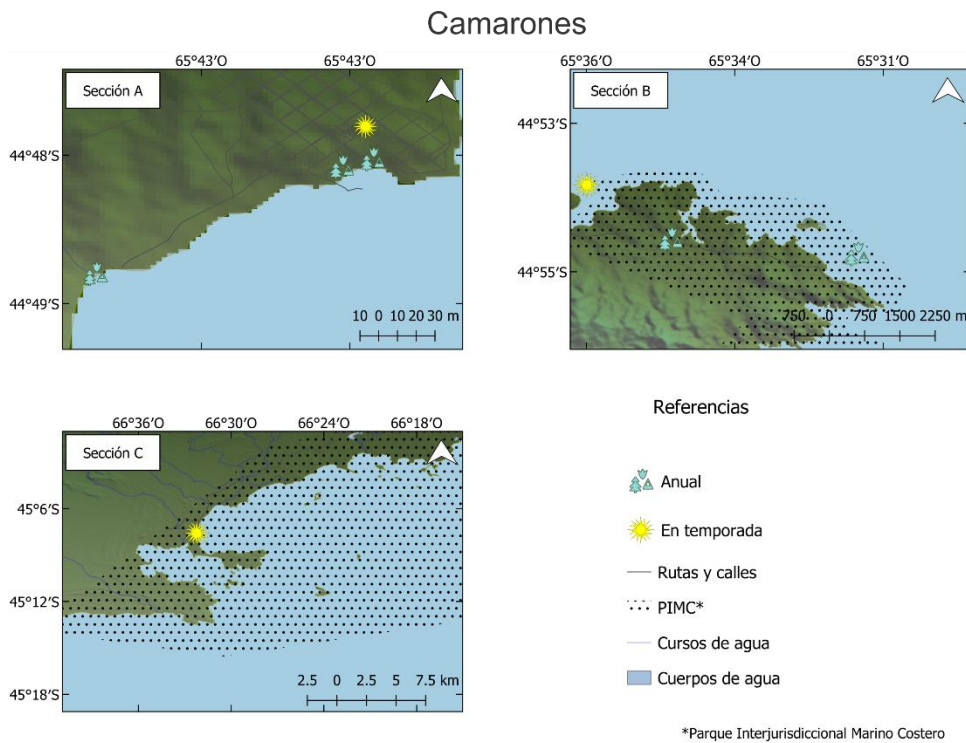
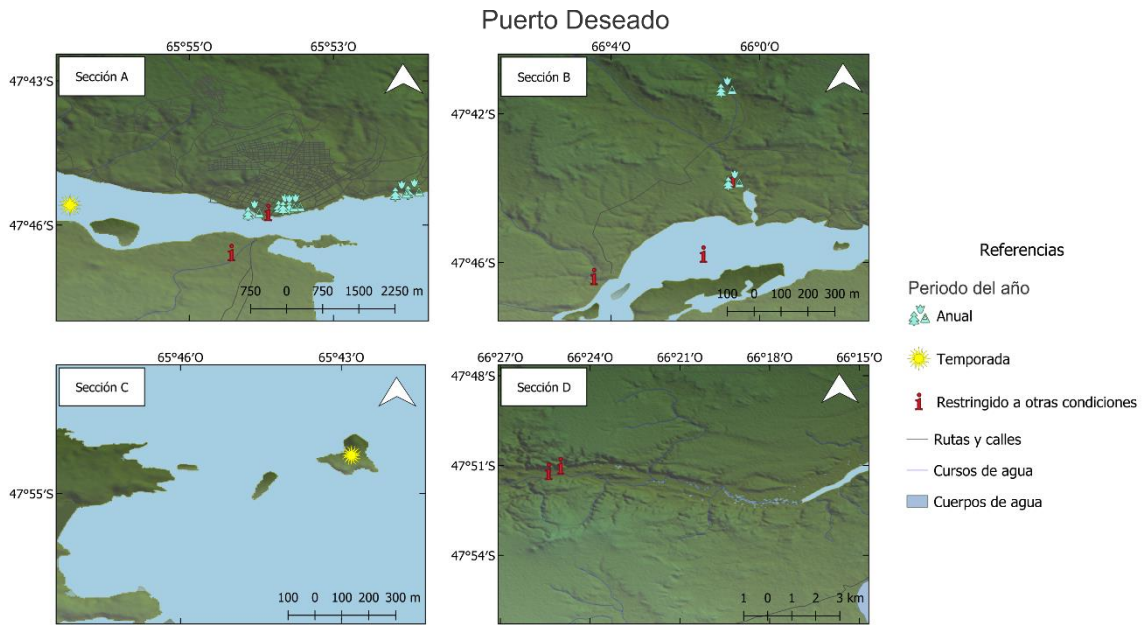


Figura 37: Período del año en el cual los sitios de visita pueden ser frecuentados

Fuente: Cohen (2019)

7.3. LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS EN LOS PUERTOS PATAGÓNICOS

Los servicios que posee un destino son de suma importancia para su desarrollo, pues para que el mismo pueda insertarse en un entorno de gran competitividad, como lo es el Turismo de Cruceros, debe poder responder a los elementos básicos del sistema turístico. Vera *et al.* (1997) aseguran que todo destino debe tener una oferta de servicios que responda a la demanda turística. En este sentido, se realizó el relevamiento de los servicios que poseen cada puerto de análisis, tomando como base dos ítems equipamiento e infraestructura. Para los primeros la atención se centró sobre aquellos que previamente fueron valorados por los cruceristas, permitiendo la generación de una tabla que exprese las siguientes categorías: restauración, agencias de viaje, prestadores de servicios, guías de turismo y transporte.

Los correspondientes a la infraestructura se centraron en las características portuarias, a fin de conocer las herramientas que dispone cada localidad para responder a una potencial o real demanda de cruceros. La información fue generada a través del relevamiento *in situ* y el análisis de contenido de las páginas oficiales de los organismos públicos de turismo, prefectura y puerto y los documentos elaborados por los mismos. Sumado a ello, se indagó a través de las entrevistas en relación a las fortalezas y debilidades que encuentran los actores claves respecto a los servicios disponibles para responder a la demanda de los cruceristas.

El equipamiento que reviste a las localidades objeto de estudio cumple un rol fundamental en la cadena de servicios que genera esta práctica. Como plantea González y Mendieta (2009) el éxito de un sector turístico se basa en poder proporcionar experiencias positivas y ello requiere de un sistema de servicios que lo asegure. En concordancia con Vera *et al.* (1997) el sistema de engranajes, componentes y partes que caracterizan al espacio turístico con el fin de satisfacer al turista implica considerar no solo el tipo de equipamiento que están en condiciones de brindar los puertos, sino también la calidad que los reviste. Restauración, prestación de servicios, recursos humanos formados (guías de turismo) y transporte harán posible que la práctica se desarrolle y, según como se gestione, permitirá endogeneizar los beneficios sociales y económicos (Tabla 9).

Al respecto, se observan dos realidades asociadas a este segmento, en función a las estrategias que deben considerarse para el desarrollo del Turismo de Cruceros. En Ushuaia, como ciudad con historia turística y consolidada en la actividad de cruceros, gran parte de los entrevistados manifiestan una actitud positiva vinculada al tema. En Puerto Deseado y Camarones, por el contrario, los mismos aseguran que la escasez de

equipamiento se presenta como una gran limitante. La potencial competitividad del destino decae cuando se aborda la prestación de servicios. Se establece aquí un doble discurso, por un lado, la necesidad de demanda para que sea justificada la inversión, pero por el otro la falta de oferta como un factor que disminuye el interés por conocer estos puertos.

Y hemos demostrado, este año, una vez más, de que podemos (...) Sí, durmiendo en los camarotes, pero que bajaron a la ciudad y usaron todos los servicios de la ciudad; de gastronomía, excursiones, comercios, todo eso. Entonces, estamos, no te digo de diez, pero no tengo ninguna duda de que estamos en 9,50. (OM-1, Ushuaia).

Nosotros estamos muy faltos de servicios (...) no hay un acompañamiento, no hay un concepto de trabajo en equipo, de trabajo en cámara, de trabajo asociado (...). (OM-1, Puerto Deseado).

Al no tener infraestructura (...) te baja un crucero con 300 personas no más y ya te colapsa todo, no tenés para abastecer (...) si acá tenían que salir y hacer todo caminando porque no tenían ni vehículos para poder trasladarlos. (ON-1, Camarones).

Tabla 9: Equipamiento que poseen los puertos para ofrecer Turismo de Cruceros

Categoría		Ushuaia (año 2019)	Puerto Deseado (año 2018)	Camarones (año 2018)
Restauración (incluye toda la oferta gastronómica disponible)		69	25	12
Prestadores de servicios		61	3	2 - Solo uno ubicado en la localidad de Camarones.
Guías de turismo		205 guías habilitados	Se conocen programas de capacitación, pero no hay información específica del número de guías habilitados	5 - Guías de sitio provinciales 1 - Guía de Pesca
Transporte	<i>Contratación de transporte privado</i>	12	Sin información del número exacto	3 - de vía terrestre 1- de vía acuática

	<i>Alquiler de automóviles</i>	13	La localidad no cuenta con empresas que se dediquen al alquiler de automóviles. En caso de ser necesario debe realizarse en una localidad cercana.	La localidad no cuenta con empresas que se dediquen al alquiler de automóviles. En caso de ser necesario debe realizarse en una localidad cercana.

Fuente: Cohen (2019)

En estos dos puertos, la escasa cantidad de equipamiento lleva a depender fuertemente de los centros urbanos más cercanos para poder responder a la demanda que realizan las empresas de cruceros. Esto conlleva a que las ganancias generadas, los nexos con las empresas, los recursos humanos empleados, entre otros, sean exógenos a sus localidades produciéndose un vacío en las ventajas competitivas que las mismas podrían aprovechar.

Hay muchas cosas que hace falta trabajar para que la localidad pueda valorarse como destino turístico. Desde los horarios de apertura (...) el trato, la cordialidad (...) la oferta de excursiones (...) esto es muy difícil porque por un lado hay que aumentar la oferta, pero por el otro necesitamos demanda para que esto sea posible (...) hay que trabajar mucho en los servicios. (OP-2, Puerto Deseado).

El acceso a las redes de transporte y comunicación, el equipamiento receptivo y la estructura de servicios en general encuadran las formas técnicas del desarrollo turístico-recreativo, pero además conforman una nueva territorialidad con nuevas formas de sociabilidad y división espacial del consumo (Cammarata, 2006). Cuando de equipamiento se refiere surgen algunas particularidades que refieren no solamente a su presencia física, sino también a las estrategias que cada localidad debería aplicar para potenciar la actividad. En este sentido, las tres localidades deben trabajar para fortalecer el sector y el sentido turístico, especialmente en los puertos donde la actividad aún no se ha consolidado.

Esta cuestión de los horarios, de la apertura de comercios; por ahí los turistas no tienen mucho que hacer en la ciudad un domingo a la mañana (...). Entonces, son

cosas que hay que mejorar, que hay que tratar de ayudar para que el turista se vaya satisfecho, pero, digo, son procesos. (OP-1, Ushuaia).

Este año se hizo un curso de guías, hay como una camada de doce guías nuevos. El problema que tenemos ahora es el guía bilingüe, digamos. Y la falta de una continuidad. Al no ser un destino de mucho turismo, es como que, al perder la continuidad, la gente que por ahí quiere trabajar de guía, termina trabajando de otra cosa, que le dé una seguridad, una estabilidad económica. (PST-4, Puerto Deseado).

Nosotros servicios de transporte no tenemos (...), hoy por hoy creo que hay uno... bueno siempre fue ese el tema, ¿no cierto? El traslado de acá a Cabo dos Bahías y bueno en esa época contrataban autos particulares, eran como más de 30 autos que se hicieron su changuita como quien dice y bueno todo el mundo chocho. (OM-3, Camarones).

Respecto al desarrollo de infraestructura, si bien las características naturales de abrigo y profundidad de aguas y sus ubicaciones geográficas conforman ventajas comparativas con las que pueden contar los puertos, las obras de mejoramiento, así como la organización y gestión del mismo expresan las ventajas competitivas (Tabla 10). Este dato no es menor especialmente para Puerto Deseado y Camarones los cuales cuentan con particularidades naturales, dadas por su geomorfología y la amplitud de mareas, situación que debe tenerse en cuenta para que sus puertos puedan insertarse en la actividad de cruceros. “El espacio turístico es un espacio productivo. Una vez que los atractivos turísticos son puestos en valor (...), es necesario en mayor o menor medida la implantación de instalaciones, equipamientos e infraestructura que posibiliten la oferta de servicios a partir de ellos” (Otero, 2000: 1).

Tabla 10: Infraestructura e instalaciones portuarias de las localidades Ushuaia, Puerto Deseado y Camarones

Infraestructura portuaria e instalaciones	Ushuaia	Puerto Deseado	Camarones
Longitud del muelle (actual)	520 m para los sectores 1, 2 y 3. 164 m para el sector 4	739,11 m	9 m
Profundidad	10,70 m para los sectores 1, 2 y 3,4 m para el sector 4	Para los sitios 1 y 2 de 11 m, sitio 3 y 4 de 9 m, sitios 5 y 6 de 10,5 m	5 m
Sistemas de defensas	Defensas dispuestas en	Escudos metálicos recubiertos con	Defensas dispuestas en

	forma alternada, una vertical y otra horizontal, separadas 12,9 m. entre sí	material antifricción y defensas elásticas con un diámetro de 800 mm a 1000 mm y con bitas de 30 t, 60 t, 80 t y 100 t; en ambos casos según el sitio	forma alternada en posición vertical
Condición general	Estructura de hormigón que opera con transporte naval, barcos comerciales, turísticos y científicos y tráfico de contenedores	Estructura de hormigón donde se opera con cargas de pesca, carga general, carga frigorífica y contenedores.	Estructura de hormigón donde se opera con carga de pesca
Terminal de depósito para contenedores	Superficie fiscal de 8351 m ² . Capacidad de espacio y conexión para 90 unidades refrigeradas con disponibilidad de provisión eléctrica a buques 220/380 V 50 Hz 50 kw/h	Plazoleta fiscal para contenedores, pavimentada y con cerco perimetral, de 5.095 m ² .	Sin información
Sistema de amarre	Bolardos separados entre sí cada 25,80 m. fundidos en hierro gris, diseñados para una carga de trabajo segura de 80 toneladas. Anclajes diseñados para permitir una carga de 800 kN, sin exceder el límite elástico de los bulones de anclaje, con rotura prevista bajo una carga de 1000 kN en las peores condiciones	Consta de 4 frentes operativos, con anchos para las operaciones que van de los 17 m a los 30 m, con una superficie operativa total de 15.000 m ² .	Un frente de amarre dispuesto en la bahía, con ancho para operaciones de hasta 26 m. Barrera de contención en el sector sudeste.

Fuente: Cohen (2019) en base a: www.marinetraffic.com; www.dpp.gob.ar; www.uneposc.com.ar;

Relacionado a la operatividad del puerto y complementada a la infraestructura, se destacan los servicios marítimos que los puertos ofrecen (Tabla 11). Reconocer el rol que tienen los indicadores muellaje, practicaje, mercadería, estiba, residuos, combustible y agua, desde la mirada de los actores claves, permite entender la capacidad de respuesta que tienen los puertos ante el arribo de buques de cruceros, pero además y fundamentalmente esboza la posición competitiva que los diferencia. Un puerto, en el marco de la globalización, debe revalorizarse como espacio asegura Martner Peyrelongue (1999), pues el mismo debe ser pensado como un lugar, como una región atravesada por los movimientos y por la velocidad del tiempo, con capacidad de marcar diferencias entre lo interno y lo externo.

En este sentido, las tres localidades esbozan opiniones asociadas a sus capacidades portuarias que concuerdan con el grado de desarrollo que tienen en relación a la actividad de cruceros, pero también a las actividades económicas que la revisten. Ushuaia, explícita, por un lado, la necesidad de fortalecer algunos aspectos asociados a los servicios portuarios, para de esta manera continuar siendo competitivos en el mercado. Por el otro, la fortaleza de siempre haber logrado responder a la demanda. Puerto Deseado, destaca que los servicios portuarios consolidados son consecuencia de su trayectoria en la economía pesquera y que debería trabajar en aquellas áreas o ítems que impliquen una necesidad directa con el Turismo de Cruceros. Por su parte Camarones denota una incipiente capacidad portuaria, asociada a su actividad pesquera, pero sin proyectos que tengan en vista fortalecer el sector.

Tabla 11: Opinión de los entrevistados sobre los servicios portuarios que cada localidad puede brindar

Servicios portuarios	Ushuaia	Puerto Deseado	Camarones
<i>Muellaje</i>	Responde en puntualidad y duración del servicio. La infraestructura y las condiciones de seguridad son dos ítems que deben trabajarse para mantener la competitividad.	Si bien en términos técnicos cuenta con los servicios necesarios, no tiene la capacitación ni experiencia requerida para hacer frente a la demanda.	No expresa información.
<i>Practicaje</i>	El servicio opera adecuadamente en relación a la demanda actual, pero se destaca que debe trabajarse en los cargos que se cobran por los mismos.	No poseen prácticos permanentes, requieren de la colaboración de localidades más grandes, en	No poseen prácticos, requieren de la colaboración de localidades más grandes.

		ocasiones provienen de Ushuaia.	
Mercadería	Puntualidad y organización de los proveedores marítimos, capacidad de coordinación con otros operadores portuarios y profesionalismo.	Los proveedores marítimos pueden responder a la potencial demanda para el abastecimiento de víveres.	No expresa información.
Estiba	Hay disidencia en relación a los actores que la evaluaron, quienes forman parte del ámbito privado destacan que son muchos los ítems que deben mejorarse, entre ellos la seguridad, los costos y la coordinación con otros operadores portuarios. Desde el ámbito público se considera que este indicador no reviste de debilidades que deban ser trabajadas para fortalecer la competitividad	Poseen 129 estibadores que trabajan de forma permanente en el puerto, dependiendo de la operatoria se pueden tomar temporales.	La estiba funciona acorde a la demanda actual del puerto, contando en el 2016 con un total de 40 estibadores.
Residuos	El manejo y tratamiento de residuos no reviste de complicaciones. Certificación de disposición final por parte de la municipalidad.	La municipalidad da la disposición final de residuos.	El retiro y tratamiento de residuos no representa problemas en términos de la demanda actual, pero no especifica quien actúa como responsable de la disposición final.
Combustible	Planta de YPF de combustible que descarga en los tanques de almacenamiento para luego abastecer a los buques a través de camiones.	Cuenta con una planta de YPF de combustible. Descarga del buque tanque a los tanques y hay un almacenamiento de 5 millones de litros. Después por cañería al muelle, es decir por ducto.	El aprovisionamiento depende de Comodoro Rivadavia.

Agua	Si bien destacan que son pocos los barcos que actualmente requieren de aprovisionamiento de agua, si fuera necesaria puede responderse sin mayores inconvenientes. En algunos casos se destaca la necesidad de fortalecer la atención al cliente y la seguridad.	A partir de la planta de osmosis pueden hacer frente a la provisión de agua sin inconveniente.	Depende de las localidades aledañas, principalmente Comodoro Rivadavia.
Taller de reparación naval	No posee talleres de reparación naval, dependiendo de Punta Arenas para responder a la demanda.	Cuenta con 4 talleres de reparación naval privados que están operativos todo el año, expresando su máximo durante los meses de verano, cuando los buques pesqueros entran en reparación.	Destaca la falta de un taller de reparación naval, dependiendo de las localidades aledañas para dar respuesta a esta demanda.

Fuente: Cohen (2019)

Los puertos juegan un rol fundamental en la concreción del Turismo de Cruceros no solo por ser receptores del arribo de los buques sin además porque los mismos actúan como nexos con el *foreland* e *hinterland* turístico, y cuando esta relación no es lo suficientemente fuerte se genera un espacio de desvinculación que caracteriza a los territorios como puntos de quiebre, dificultando el desarrollo de la actividad. En este marco, cada puerto expresa realidades completamente diferentes. Ushuaia, posee todos los servicios necesarios para que la actividad se desarrolle y ha logrado adaptarse a las demandas realizadas por las compañías de cruceros, sin embargo, destacan que es necesario e inminente la inversión en infraestructura portuaria para mantenerse competitivos.

En estructura está muy venido abajo, hay veces que desde la parte privada le pones más voluntad de lo que verdaderamente tiene el puerto en sí. Como puerto en general de servicios, sí está consolidado. Está consolidado en lo que es prestación de servicios, servicios en general. (PSM-1, Ushuaia).

En opinión de los entrevistados, Puerto Deseado posee los servicios e infraestructura necesarios para responder al Turismo de Cruceros. Su experiencia y trayectoria en la

actividad pesquera ha permitido equipar y fortalecer al puerto con las instalaciones necesarias. Si bien destacan que la importancia de reparar y/o mejorar algunas secciones del puerto porque fueron hechas en épocas diferentes, lo que se plantea como limitante, no responde a la falta de servicios portuarios, sino a la posibilidad de compatibilizar ambas actividades, cruceros y pesca, considerando que ante el arribo de buques de pasajeros podrían generarse tensiones en la operatividad y logística del puerto.

Si tengo que optar, elijo pesca porque es lo que nos mantiene todo el tiempo. Si tengo que actuar, por lo que dice la Ley, siempre le tengo que dar prioridad a la gente. Por lo tanto, tengo que desplazar, (...) o sea, la actividad pesquera le tiene un rechazo. No son compatibles una actividad con la otra. El pueblo, el puerto de acá de Puerto Deseado es un pulmón económico hacia la localidad y hay que ver qué hace el turismo. (PO-3, Puerto Deseado)

En Camarones, en cambio, si bien la actividad permitiría un cambio en la localidad, otorgaría diversificación y “vida” al pueblo, en términos de capacidad de respuesta del puerto se destaca que aún no tienen las herramientas necesarias para hacer frente a buques de pasajeros. Las posibilidades de responder ante la demanda de cruceros dependen fuertemente de las grandes localidades que se encuentran aledañas a ella, las cuales estarían en condiciones de abastecer al puerto con los servicios necesarios.

No hay contingencia por temas de derrame... El puerto debería ser más grande, no está habilitado. No tiene para incendio, combustibles, solo cuando Prefectura Naval Argentina (PNA) habilita el camión, tiene hasta dos andenes para carga de combustible (...). (ON-3, Camarones).

7.4. APORTES DEL CAPÍTULO A LA INVESTIGACIÓN

¿Cuáles son las competencias territoriales que poseen los puertos objeto de estudio para el desarrollo del Turismo de Cruceros y cómo se visualizan las mismas desde la mirada de sus actores claves?

Ser competitivo en un contexto de globalización, donde los territorios afrontan constantemente la incertidumbre y la velocidad del cambio, implica centrarse en los sistemas productivos locales y en sus posibilidades de incrementar la producción, la generación de empleo y la mejora de calidad de vida de su población, asegura Silva-Lira (2005). Refiere a las condiciones que tiene un territorio, como papel activo y con materialidad, para hacer frente a las dinámicas socio-territoriales de un mundo

globalizado. Como expresa Albuquerque (2007) cuando se habla de este concepto se plantea la capacidad para diversificar el sistema productivo, crear nuevas empresas, generar empleo, entre otros.

Desde esta mirada se propone pensar al concepto en estrecha relación con el desarrollo al aprovechar las oportunidades que la dinámica externa plantea para favorecer, fortalecer y valorizar los recursos endógenos de un territorio. Se trata de construir de “abajo hacia arriba” pero sin olvidar el contexto globalizado que rodea. El Turismo de Cruceros se produce en un entorno de constante competencia y el arribo de sus buques a una localidad portuaria es sinónimo de grandes expectativas en relación a las posibilidades de desarrollo que el mismo podría generar, para ello es necesario considerar las capacidades territoriales que poseen los puertos que se ubican en la ruta como destinos reales o potenciales como componentes estratégicos para su consolidación. No alcanza simplemente con posicionarse como un destino de interés, la importancia radica en entender cómo se relacionan y se ponen en marcha las fortalezas territoriales que poseen estas localidades a fin de lograr una participación activa, endogeneizando y aprovechando las externalidades que conlleva la actividad.

En este marco se piensa el puerto como zona de operaciones, como un recorte espacial que involucra una gran diversidad y complejidad de actividades, no actúa solo como soporte de las dinámicas territoriales, sino como un recinto mayor, más complejo y polivalente. Son promotores de crecimiento de las áreas en las que están emplazados, promoviendo el tráfico mismo, generando ingresos, creando empleo, entre otros (Rúa Costa, 2006). La posibilidad de competir extendida al marco territorial expresa la capacidad que muestran los países, regiones o localidades en incrementar la disponibilidad de bienes y servicios a sus habitantes (Fernández, 2010: 1 en: Ruiz-Velazco Castañeda, 2015). Esto significa que los factores sociales, económicos y ambientales se desenvuelvan en armonía y con capacidad de distribución a todos los actores del territorio, porque si la competitividad territorial es desequilibrada entonces no existe (Mazzonis, 2006).

Desde el Turismo de Cruceros la competitividad territorial se plantea como un componente clave en las posibilidades de consolidación y desarrollo de la actividad. No alcanza simplemente con posicionarse como un destino de interés, la importancia radica en entender cómo se relacionan y se ponen en marcha las fortalezas territoriales que poseen estas localidades a fin de lograr una participación activa. Berumen (2006b), explica que para poder ser competitivos los territorios deben buscar estrategias que les permitan diferenciarse, pues así serán capaces de enfrentarse a las fuerzas que intervienen en el sistema productivo.

La valoración producida por agentes externos al territorio, pero con capacidad de influencia sobre él permite considerar las potencialidades de los recursos endógenos para ser aprovechados desde sus ventajas comparativas y competitivas. Desde este marco, la diversidad y cantidad de sitios de visita se plantean como uno de los elementos que podrían influir positivamente en el Turismo de Cruceros. Los componentes que los conforman, altamente valorados por los cruceristas, se caracterizan por su escasa alteración humana, su impronta prístina y en muchos casos por su condición de ser área protegida, factores que engrandecen a los puertos y región de influencia.

La producción turística es resultado de diferentes formas de apropiación del territorio manifiesta Cammarata (2006), donde las dimensiones materiales pero también las subjetivas los crean, transforman y valorizan diferencialmente. Esto se ve reflejado en Puerto Deseado y Camarones que plantean la ventaja de poseer entre sus sitios propuestas que se definen por su singularidad, tanto en relación al resto de los puertos patagónicos como a los que conforman el circuito. Estas características favorecen la consecución de la atractividad de los sitios de visita, posicionando a las localidades como espacio con condiciones territoriales de interés para el desarrollo del Turismo de Cruceros.

Entender al territorio como un papel activo, de materialidad y de vida social y que presenta una circularidad dialéctica con las sucesivas obras humanas, las acciones e intencionalidades de los propios actores (Santos, 2000), permite pensar su competitividad como un proceso que se construye. Por ello, los componentes de atractividad no es lo único que debe considerarse para pensar la competitividad; la aptitud asociada a las posibilidades de visitar las propuestas ofrecidas, juega un rol importante. En este sentido, la cantidad de actividades asociadas a los diferentes tipos de turismo que cada sitio de visita permitiría desarrollar expresa una interesante variedad y diversidad de propuestas. Las mismas son incluso pensadas en los tres casos en relación al tiempo con el que cuentan, o contarían, con el buque en puerto. Este dato no es menor, pues en el Turismo de Cruceros el tiempo de permanencia es un factor determinante.

En las ciudades puerto analizadas se destacan características que los reviste de fortalezas para posicionarse como territorios competitivos, pero también se plantean debilidades que deben trabajarse para que las mismas se transformen en un sentido positivo. Los territorios pueden adquirir el carácter competitivo si logran conjugar la demanda que expresa la economía global con las necesidades a escala local. Proponer, como plantea el Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural (RIMISP) (2011 en: ILPES, 2012), políticas de cohesión y reducción de los desequilibrios espaciales, basadas en el desarrollo endógeno de los territorios y la construcción de “redes” que

faciliten un mayor acceso integrado a activos como la tierra, la infraestructura y el capital humano, la movilidad laboral, entre otros.

Los países adquieren competitividad participando en el mercado con aquellos bienes que producen en forma eficiente y esa eficiencia estará determinada por la dotación de factores humanos y naturales especialmente (Varisco, 2008). La aptitud asociada a las posibilidades de visita propuestas juega entonces un rol fundamental, pensando la misma no solo en relación a la capacidad de respuesta sino también desde las oportunidades que brinda para el desarrollo territorial. Como plantea Boisier (2003) aprovechar las ventajas de cada territorio implica sustentar “buenos negocios”. En Ushuaia, se destaca la necesidad de concretar mayores ofertas de excursiones regulares que le permitan diversificar las tradicionalmente propuestas. Se cuenta con el servicio y equipamiento necesario, pero no hay una oferta constante que agilice la posición de los sitios de visita concentrando las actividades en los atractivos clásicos sin lograr consolidar las otras propuestas. En Camarones, asociada a su falta de desarrollo general y desde el turismo en particular, para responder a la demanda siempre han intervenido localidades aledañas, generando una disputa en relación a donde quedan los beneficios que la actividad genera. Esta situación se manifiesta no solo en la presencia o no de servicios e equipamientos, sino también en la falta de promoción de sus sitios de visita.

Porter (1990) plantea que la competitividad no se hereda, se crea y está en función de la capacidad de un territorio de aportar innovación tecnológica en la productividad. Esto instala una mirada que concentra la atención no solo en los factores físicos y sociales del territorio, sino además en su capacidad de obtener calidad e innovación productiva. Esta no se genera espontáneamente, se crea y se mantiene a través de un proceso localizado, afirma Sobrino (2005), que permita el incremento del conocimiento e información, así como el establecimiento de la infraestructura y servicios de fomento de la actividad (Albuquerque, 1994).

El carácter sistémico de la competitividad permite pensarlo como un verdadero tejido de agentes que conforman una malla donde cualquier característica susceptible de ser apropiada por el territorio y diferenciarlo de otro puede proponerse como una ventaja competitiva (Monfort, 1999). Así, la accesibilidad es también planteada como un componente fundamental y se destaca como la misma está presente en las tres localidades, pero debe fortalecerse en algunos aspectos. pues como expresa Boisier (2003) cuando se plantea un sistema productivo el mismo no puede generarse “a tontas y a locas”, se debe proponer valorizando y haciendo un profundo análisis sobre sus factores, cuáles de ellos revisten de ventaja y cuáles requieren mayor trabajo.

Así como los sitios de visita son puesto en discusión como componentes territoriales que demuestran la competitividad de los puertos, la prestación de servicios y equipamiento turístico y portuario también influyen para que los mismos se inserten en este marco. La actividad portuaria y los servicios prestados por el puerto han ido cambiando a lo largo del tiempo, pero siempre se han ajustado a las necesidades que se imponen a fin de responder a las exigencias de sus usuarios y clientes (Estrada Llaquet, 2007). No son un mero eslabón más en la cadena del transporte sino que conforman un entorno productivo y logístico de gran importancia para el desarrollo de las actividades en sus localidades, se han convertido en verdaderos centros de valor añadido (Rúa Costa, 2006).

Ushuaia, como la localidad que mejor y mayores herramientas posee para responder al Turismo de Cruceros, si bien debe trabajar para continuar respondiendo a una demanda cada vez más exigente, hasta el momento asegura que ha podido hacer frente a los diferentes desafíos que le presenta la actividad. Lo mismo ocurre con los servicios portuarios, con excepción de algunos ítems que se consideran necesarios repensar. Sin embargo, no se observa esta seguridad para el caso del equipamiento portuario en donde se destaca que resulta fundamental avanzar en obras de infraestructura a fines de responder al crecimiento de la actividad que ya está asegurado.

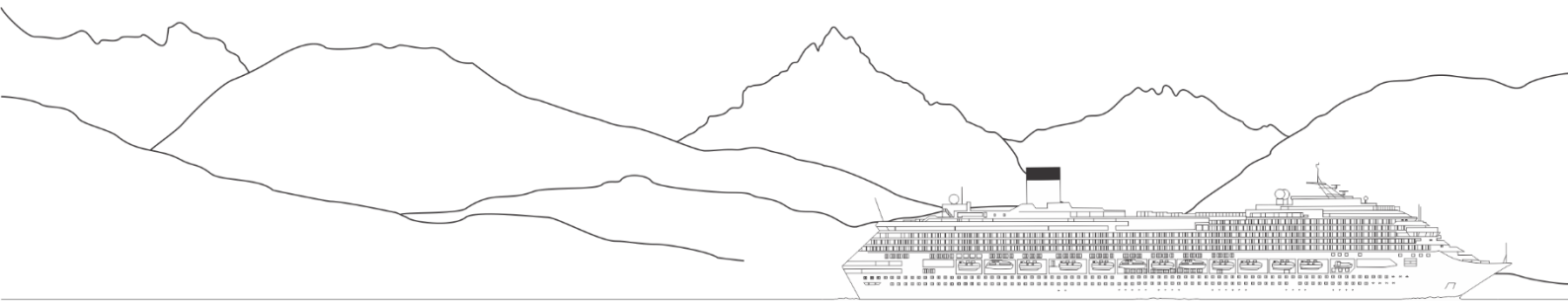
Desde el modelo de competitividad propuesto por Porter (1990) se destaca que hay factores que pueden ser tomados como instrumentos que permiten consolidar este proceso, sin embargo, lo interesante del esquema no son estos factores *per se*, sino como se relacionan entre ellos. Esto plantea desde la mirada de Ushuaia como puerto de cruceros que, si bien posee diferentes niveles de competitividad, como los mismos logren articularse es fundamental para que se mantenga en el mercado.

En el puerto de la globalización las ventajas comparativas dadas por la posición geográfica o sus características físicas siempre están presentes en la decisión de incluir o no a una localidad en el itinerario de cruceros. Sin embargo, las ventajas competitivas son las que efectivamente distinguirán al puerto, pues difícilmente serán incluidos al circuito si los mismos no pueden responder a las necesidades que sean demandadas por las empresas de cruceros. En este sentido, no todos los nodos juegan el mismo rol y en ocasiones quedan zonas que, si bien forman parte de la red, están imposibilitadas de participar en ella, generándose un “efecto túnel”, que plantean espacios donde no hay paradas ni puntos de acceso a la red aunque esta pase por ese territorio (Blanco, 2007). Para que esto no ocurra cada territorio debe lograr fortalecer y articular “las puntas del diamante de competitividad” a fin de posicionarse como un territorio competitivo en su conjunto.

La condición de puerto competitivo se plantea no desde la necesidad de conseguir más tráfico, sino de alcanzar un grado sostenible de valor añadido, en relación con los recursos y con el esfuerzo incorporado (Estrada Llaquet, 2007). En Puerto Deseado y Camarones esta característica no pudo aún ser consolidada, la falta de equipamiento se expresa como un limitante para el desarrollo de la actividad. Puerto Deseado con un desarrollo más claro y consolidado que Camarones ha logrado responder a una demanda esporádica de cruceros sin inconveniente, pero asegura que la localidad requiere de inversión y proyección para que la actividad turística se consolide. A favor de la localidad se destaca la presencia de servicios y equipamientos portuarios que superan en algunos casos, incluso a Ushuaia. Su tradición en la actividad pesquera le permite posicionar al puerto como un factor competitivo y en condiciones de hacer frente a la demanda de cruceros.

Para que un puerto se posicione como parte de un itinerario, la presencia de infraestructura portuaria, la ausencia de congestión e interrupciones, así como eficaz y eficiencia en los servicios portuarios, son elementos claves (Esteve Pérez *et al.*, 2016). Sobre ellos debe trabajar fuertemente Camarones, pues no posee aún las condiciones necesarias para responder por cuenta propia al arribo de cruceros. Tanto servicios como equipamientos turísticos y portuarios no tienen el desarrollo suficiente para asegurar la concreción de la actividad, debiendo contar con la participación de localidades aledañas para abastecer a las demandas esporádicas.

CAPÍTULO 8. REPERCUSIONES TERRITORIALES DEL TURISMO DE CRUCEROS



8.1 DESCRIPCIÓN DEL CAPÍTULO

El turismo es uno de los motores mundiales para el desarrollo, asegura la OMT (2005), su intervención en la dinámica territorial ha sido ampliamente estudiada y hoy se reconoce la impronta que el mismo deja en el espacio. Sin embargo, para concebir al turismo como un factor con capacidad de desarrollo es necesario plantear a este no como una corriente ajena a los problemas de los territorios, sino como una herramienta que concentre sus esfuerzos hacia el interior de las economías. Cuando el sistema de producción está dispuesto a aumentar la productividad de la economía, pero debilita el Estado, las ciudades reducen el número de empleos y se agrava el problema de la pobreza (Santos, 1972), no se trata entonces de un polo de Desarrollo.

Asimismo, el dinámico crecimiento que ha presentado la actividad genera repercusiones directas sobre el territorio. De las estrategias que pongan en marcha y lleven a cabo los mismos, dependen los beneficios que el Turismo de Cruceros puede dejar. Como una actividad exógena, hacia el interior de cada localidad deben articularse una serie de medidas y acciones concretas que permitan activar y favorecer al proceso de desarrollo, maximizando las potencialidades de cada territorio Boisier (1997).

En este sentido, resulta interesante adentrarse al proceso de decisiones que deben considerarse para generar impulsos que permitan posicionar a los territorios desde una perspectiva competitiva y con miras al desarrollo. Como plantea Vázquez Barquero (2005), establecer un proceso que inserte a los territorios en un entorno competitivo, potenciando y fomentando la innovación y conocimiento en las empresas y la sociedad. Esto no significa realizar grandes proyectos, sino más bien impulsarlos en las dimensiones apropiadas. Desde este marco, se propone conocer el posicionamiento que tienen los actores claves que participan directa o indirectamente en el Turismo de Cruceros, así como también las repercusiones que el mismo puede generar sobre los territorios objeto de análisis.

8.2 EL POSICIONAMIENTO DE LOS ACTORES LOCALES ANTE EL DESARROLLO DEL TURISMO DE CRUCEROS EN SUS LOCALIDADES

Como se mencionó en el Capítulo 6 y 7, las opiniones generadas por los cruceristas, así como las características territoriales que poseen Ushuaia, Puerto Deseado y Camarones, plantean las posibilidades que dispone cada puerto para el desarrollo del Turismo de Cruceros, ya sea como potenciales localidades de interés o bien, como espacio con capacidad de diversificación. Sin embargo, la actividad turística es un proceso de valoración, transformación y re-funcionalización del territorio y, como tal, se va definiendo en relación a los intereses y acciones de la sociedad y los agentes

económicos, por lo tanto, si se espera proponer esta práctica con capacidad para generar desarrollo territorial, conocer el posicionamiento de la población local es un factor fundamental. Las opiniones de los actores claves de cada localidad permiten articular sus necesidades con las representaciones dominantes, pensando a la práctica desde el lugar de las personas y haciendo énfasis en los factores internos de cada territorio para generar un cambio en su estructura económica y social (González Arencibia, 2006).

En este sentido, se llevaron a cabo entrevistas semiestructuradas en Ushuaia, Puerto Deseado y Camarones, a actores que participan de la actividad turística, directa e indirectamente, y cuyo conocimiento o trayectoria en el área permitiría aportar información relevante asociada al Turismo de Crucero. Una vez completadas las mismas, se realizó el análisis textual de contenido mediante el método ALCESTE, el cual permite la interpretación de las entrevistas a través de las representaciones sociales que cada actor tiene sobre el tema en estudio. Plantea que el discurso expresa un sistema de “mundos lexicales” que le dan coherencia a lo que el locutor enuncia expresando la información a través de un análisis estadístico de los usos discursivos o más precisamente, de los usos del vocabulario en uno o más textos (de Alba, 2004). Para su desarrollo se utilizó el software libre IRAMUTEQ en el cual se cargaron las entrevistas y se llevó a cabo el procesamiento de datos.

El análisis se realizó bajo la distribución de datos que el programa genera por defecto, previa clasificación de la información según la similaridad de las unidades de contexto. En este sentido se generaron dos matrices de datos, la primera correspondiente al puerto de Ushuaia y la segunda a Puerto Deseado y Camarones. Las mismas se compartimentaron siguiendo la codificación planteada para el análisis de las entrevistas, obteniendo una distinción en relación al rol y actividad desempeñada por los actores.

8. 2. 1. Ushuaia y el Turismo de Cruceros desde las representaciones sociales de sus actores locales

Desde un enfoque general, en donde se tiene en cuenta la totalidad de las entrevistas, es posible apreciar cómo se vinculan las palabras que componen a los discursos de los entrevistados (Figura 38). A través de una selección de las formas, teniendo en cuenta su frecuencia de aparición en un mínimo de 20 veces, se observa que las mismas se relacionan a partir de cinco nodos: más, ir, decir, hacer y puerto, mostrando estas últimas dos una superposición nodal. Este análisis plantea como cada núcleo se conforma por un conjunto de palabras que le dan estructura e identidad y permite tener una primera aproximación a los temas que concentran la atención de los entrevistados.

Asociada a la palabra **más** se ubican formas que permiten esbozar la cuestión económica que caracteriza al Turismo de Cruceros. En este sentido, “costo”; “vender”; “pagar”; “cobrar” y “barco” son algunas de las ocurrencias más marcadas. **Hacer** se expresa como una palabra fuerte y recurrente que engloba un mensaje relacionado a la intensidad de la actividad, siendo expresiones como “temporada”; “turismo” y “trabajar” algunos de sus componentes. A ella, se le superpone el nodo **puerto** observándose por un lado la importancia que remiten en las representaciones sociales las responsabilidades que revisten al puerto como agente directamente vinculado a la actividad y, por el otro, su posición estratégica como nexo con el *hinterland* turístico.

Ir y **decir** conforman los nodos restantes, la primera plantea, en el discurso que producen los entrevistados, el lugar que tiene Ushuaia en la actividad, su impronta como ciudad de cruceros y la temporalidad que la reviste como factores fundamentales siendo las palabras como “ciudad”; “antártico”; “crucero”; “hoy” y “ahora” las que se destacan. Para el caso de “decir”, se asocia a las características que revisten a la actividad, así “muelle”; “guía”; “servicio” y “ depender” se ubican en este núcleo.

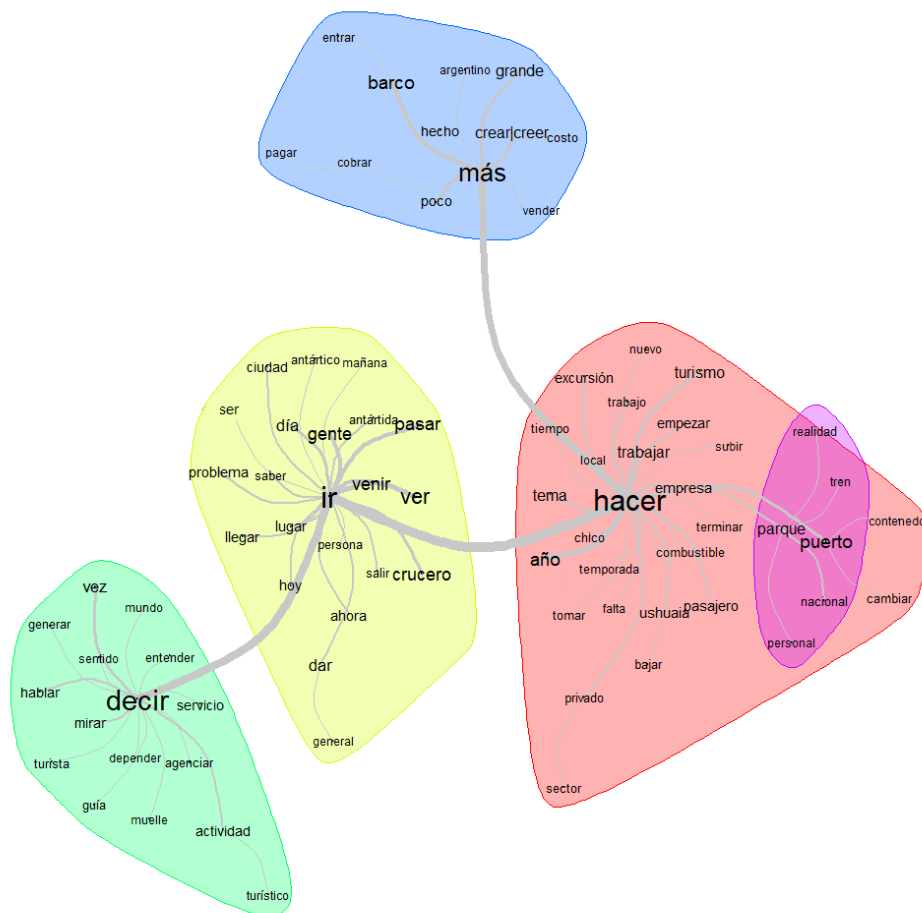


Figura 38: Análisis de similitud de palabras de las entrevistas realizadas en Ushuaia

Fuente: Cohen (2019)

Al centrar la atención en las Unidades de Contexto Específicas y en los sujetos entrevistados son cuatro las clases que surgen. Allí se observan los temas que revisten de interés para los actores en relación al Turismo de Cruceros (Figura 39). Al observar las divisiones se puede realizar una distinción según los criterios de agrupación generados y proponer una denominación a cada clase acorde a las representaciones sociales que la revisten.

- Clase 1: Gestión de políticas públicas
- Clase 2: Temporalidad de la actividad
- Clase 3: El rol del puerto
- Clase 4: Diversidad de actividades para ser desarrolladas en la visita

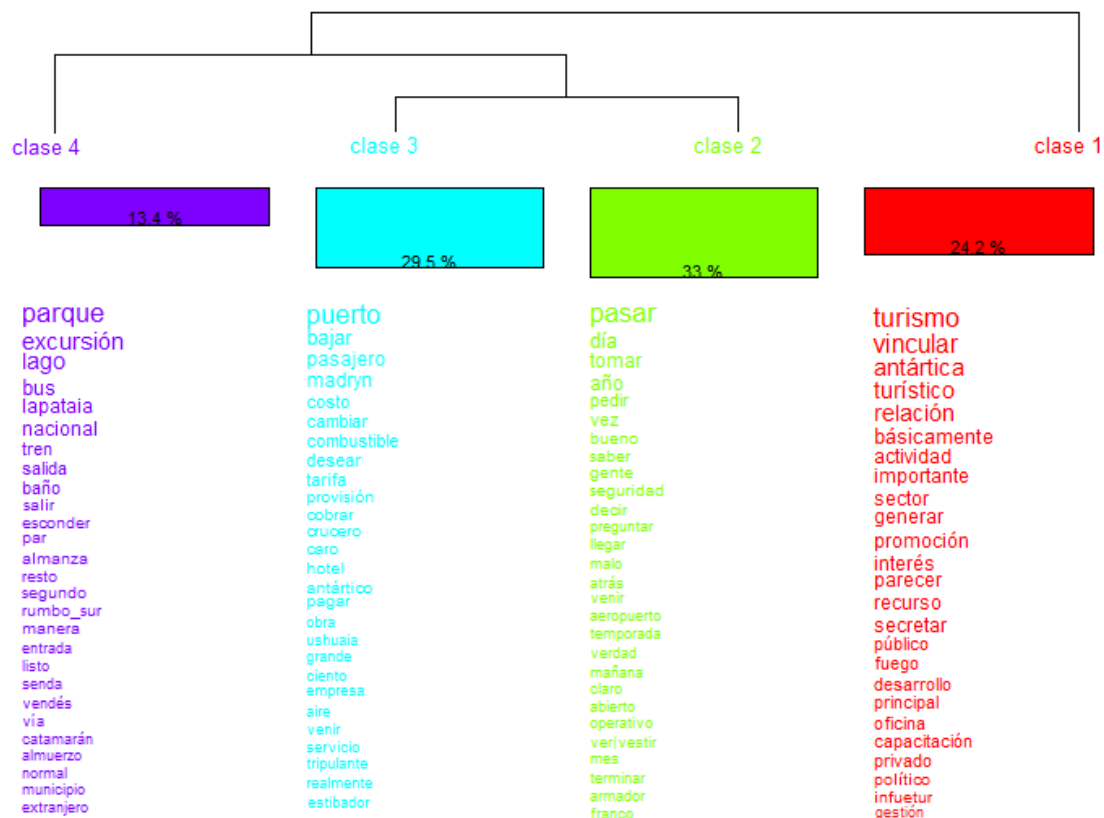


Figura 39: Clasificación jerárquica descendente de palabras para Ushuaia como puerto de cruceros

Fuente: Cohen (2019)

Desde el punto de vista territorial y como plantea Bustos Cara (2001), el turismo es un gran consumidor de espacio y de las transformaciones sociales que en él se producen. Como tal implica cambios ligados, no solo a la evaluación económica sino

también en relación a otros requerimientos propios de su actividad. Esto alega la necesidad de trabajo conjunto de los actores que intervienen en la comunidad, empresas privadas, sociedad receptora y Estado. Sobre este último actor las representaciones sociales esbozadas plantean una responsabilidad fundamental asociada a su capacidad de gestión. Al interior de las entrevistas, cuando se profundiza en el tema, se destaca que el mismo refiere al desarrollo de políticas públicas y voluntad para generar cambios cualitativos en el modelo propuesto, y a proyectos que permitan adaptar institucional y legalmente sus competencias.

(...) creo que tenemos para muchos años más de turismo de cruceros. Por un montón de ventajas digamos, ¿no? Pero, ¡ajo!, no nos quedemos con que vienen nada más, porque tenemos que hacer muchísimo de este lado. (OM-1, Ushuaia).

Desde el punto de las políticas públicas, se destaca la importancia de trabajar con la población local el sentido turístico y de afianzar las relaciones con las empresas locales y con las navieras. Para estas últimas, medidas asociadas al costo de combustible y la separación de las actividades pesqueras y de contenedores de la de cruceros, surgen en algunos comentarios. En cuanto a los proyectos para mantenerse competitivos en el mercado se hace fundamental hincapié en la necesidad de avanzar en el desarrollo de infraestructura principalmente portuaria, pero también aquella que posicione a la ciudad como un destino turístico de excelencia.

(...) tratar de bajar un poco la burocracia que tiene toda la operatoria de cruceros. Cuando un crucero llega se suben diez personas arriba el barco a firmar y sellar papelitos. (...) Y del lado del sector del privado, bueno, hay una presión, desafío, de traer las inversiones necesarias en infraestructura para poder atender a los barcos. (PST-1, Ushuaia).

El caso del precio del combustible hicimos una gestión, ahora mismo hicimos una gestión con las autoridades nacionales, con las petroleras para bajar el combustible se pudo hacer; entonces, el combustible hoy está a precio competitivo para las navieras. (OP-1, Ushuaia).

Nosotros, esta temporada lo pudimos sortear bien porque la obra del puerto se frustró, no vamos a tener más obra de ampliación, pero, bueno, había barcos grandes que ya se los había comprometido. Por eso digo que la decisión política es muy importante en todo esto. (...) Acá con el tema del dragado salieron a pegar y a hablar lo que se te ocurra. (...) Yo recién me fui a mirar la entrada del barco este, que está medio complicado con la maniobra y el viento y, bueno, hoy, gracias al

dragado, te da una amplitud de maniobra del barco que antes no lo tenía. (OP-2, Ushuaia).

La dimensión política es uno de los ejes que estructura el desarrollo de un territorio y referirse a la misma como tal implica abordarla desde todos sus niveles y en todos sus ámbitos. Su eficiencia y efectividad se dará en la medida en que exista una marcada congruencia entre la sociedad, las empresas y el Estado, y éstas, a su vez, abarquen de manera uniforme los niveles nacional, provincial y municipal (Ballarre, Borthiry Loreficchi, Gorza, Maglione y Vellenich, 2001). Por ello, al interior de la Clase 1 se manifiestan palabras como “relación”; “actividad”; “generar”; “promoción” que permiten destacar el vínculo y la importancia del tema en el contexto de un Turismo de Cruceros que permita el crecimiento y fortalecimiento de la localidad en todos sus ámbitos.

La Clase 2 esboza con claridad uno de los temas más importantes al momento de analizar el Turismo de Cruceros, la temporalidad que lo reviste. La temporada de cruceros dura aproximadamente seis meses y se corresponde con el período estival abarcando desde mediados de octubre/noviembre a fines de marzo/principios de abril. La estacionalidad conlleva una concentración e intensidad de la actividad, por ello se vuelve recurrente en el discurso palabras que dan cuenta de esta dinámica “día”, “llegar”, “gente”, “abierto”, “operativo” “temporada”.

(...) nosotros corremos mucho de noviembre a marzo, un poquito a abril, hay, pero no tanto, y después como que hacemos la plancha el resto del año, más relajados. Trabajo más de oficina, se prepara antes, marzo, abril y junio, julio ya se pasaron las tarifas, se pasaron tiempos de excursión, mucho trabajo antes de que venga el barco, pero es más de oficina. (PST-3, Ushuaia).

Hacia el interior de las entrevistas se destacan algunos temas que nuclean a la variable, el tiempo de estadía es uno de ellos. Como se mencionó previamente Ushuaia es uno de los puertos del itinerario en donde el buque recala por un rango de tiempo acotado, entre 6 y 8 horas dependiendo la naviera, pero los entrevistados aseguran que esta situación está mostrando leves modificaciones. Estos cambios deben, sin embargo, ir acompañados por una capacidad de respuesta acorde a la demanda si se espera mantenerse competitivos.

Cada vez se están quedando más tiempo porque, por ejemplo, el Eclipse llega a las ocho, siete de la mañana y después se va a las nueve de la noche (...). Norwegian es siempre todo lo mismo, seis, siete de la mañana a dos, tres de la tarde. Pero Princess si está alargando un poquito más (...). (PST-3, Ushuaia).

(...) hay como todavía una gimnasia que la ciudad tiene que hacer para acostumbrarse y para adaptarse a recibir estos cruceros. Sobre todo, por ahí tenemos algunas quejas los fines de semana, los días feriados que los comercios están cerrados, o que, digamos, hay algunas actividades que no se pueden realizar. Entonces, bueno, todavía eso va a ameritar un trabajo. (OM-1, Ushuaia).

Otro de los temas que concentra la atención de los entrevistados es el rol del puerto. El mismo juega un papel fundamental, es la conexión inmediata con el destino y debe, además, tener la capacidad suficiente de responder a la demanda de las navieras, “costo”, “combustible”, “precio”, “servicio”, “estibador” son algunas de las palabras que lo enmarcan, pues como puerto de cruceros “requiere de condiciones técnicas u operativas que faciliten el embarque y desembarque de pasajeros así como la prestación de servicios técnicos y de aprovisionamientos básicos e imprescindibles” (Yepes *et al.*, 2000: 6). Cuando se indaga al interior de las entrevistas un tema recurrente es la infraestructura portuaria. Esta cuestión no es menor si se tiene en cuenta que es la dimensión económica una parte fundamental de la “columna vertebral del desarrollo” (Villar, 2012). Al hablar de ella no se hace referencia únicamente al crecimiento y acumulación de capital, sino además y fundamentalmente a las posibilidades de inversión y perfeccionamiento de los bienes y servicios de la localidad. Desde esta mirada, los entrevistados destacan el crecimiento de la actividad y la necesidad de actualizar y modernizar el puerto para poder continuar en el mercado.

Por algún lado tenemos que arrancar. Lo ideal sería tener las dos cosas, es decir, este año, a pesar de lo que yo les decía de que no hubo gran amontonamiento de barcos, este año ya tuvimos varios días con serios problemas operativos en el puerto por la cantidad de barcos. (PST-1, Ushuaia).

Sin embargo, para modernizar la infraestructura portuaria y adaptar y re-adaptarse a las exigencias externas, como plantea Doer (2011), son variados los ámbitos y medidas que se deben considerar y su definición depende de un proceso complejo que requiere un amplio diagnóstico y consenso donde concurren el gobierno, el sector privado, los operadores y los usuarios. Esto conlleva posicionamientos diferentes en relación a la definición de los proyectos y en el marco de esa disputa poder asegurar, de igual manera, el arribo de los cruceros en tiempo y forma.

La ciudad, la provincia, el Estado en general, no pueden darse el lujo de tener el puerto seis meses desocupado, ocioso. Entonces, me parece que amerita por ahí un trabajo y un análisis un poquito más profundo. (OP-1, Ushuaia).

La última Clase que surgió corresponde a las actividades que pueden desarrollarse durante la visita. En este grupo se destaca como son las excursiones clásicas y sus atractivos conforman las representaciones sociales de las entrevistas, “parque”, “lago”, “Lapataia”, “catamarán” son algunas de las palabras expresadas y permiten pensar en relación a la mirada se tiene sobre la diversificación del producto. Para que esto sea posible es necesario aportar innovación que marcará una verdadera diferencia cuando se ofrezcan productos que generen vivencias únicas y distintas a las que pueden desarrollarse en los otros puerto, en palabras de Ávila Bercial y Barrado Timón (2005: 30) “el territorio y sus cualidades, así como las relaciones que establezca con el sistema productivo-turístico, es uno de los referentes fundamentales de la calidad turística”.

Al interior de las entrevistas se observa que este tema es recurrente entre los diferentes actores. La diversificación puede aportar al desarrollo de la localidad porque permite establecer nuevas relaciones con el sistema productivo-turístico, pero para ello es necesario generar acciones que posibiliten la construcción de nuevos productos y al respecto hay dos argumentos expresados por los entrevistados. Por un lado, algunos aseguran que son las excursiones denominadas clásicas las que resultan rentables en la actividad y, por otro lado, quienes plantean que es necesario ofrecer nuevas alternativas en el marco de un Turismo de Cruceros cada vez más exigente.

Hoy en dos años ya lo vendés al producto, el segundo año ya lo vendés más al producto. El año pasado nos pasaba con el de meditación que lo preparábamos todo y hacían el *trekking* y no terminaban en la meditación, se iban a tomar el té y no querían hacer la meditación. Este año quince personas haciendo meditación. (PST-3, Ushuaia).

Ahí tenemos un problema, porque siempre el caballito de batalla es el Parque Nacional. El Parque, el Parque, el Parque..., y cuesta muchísimo diversificar eso. Eso es lo que más sale, el Parque. Después, Tren, Lobos, Lago Escondido, *trekking*, alguna excursión 4x4. (PST-1, Ushuaia).

Tal como expresan Schinelli y Vacca (2007: 212-213), “El turismo se caracteriza por el encadenamiento de actividades necesarias para la producción del servicio (...). Estos encadenamientos se explican por las características propias de la actividad, que generan la necesidad de diversos procesos ‘en línea’ para que se perfeccione la

capacidad de oferta del servicio". De esta manera, una vez destacados los temas que concentran atención en los entrevistados se observa cómo se vinculan las clases a través de las proyecciones sobre los ejes tanto de las formas activas como las formas suplementarias, cuanto mayor coincidencia presenten mayor será la relación entre clases (Figura 40). Las Clases 2 y 3 expresan un vínculo directo al coincidir ambas en el mismo eje, le sigue a este nivel de relación la Clase 4 que manifiesta coincidencia en un eje y por último la Clase 1 que se ubica en los ejes opuestos.

La estrecha relación entre las Clases 2 y 3, permiten demostrar cómo se vincula el puerto con la temporada de cruceros en una sinergia que requiere considerar ambos factores en conjunto para poder apuntar al desarrollo de la actividad. En relación a esta cuestión, las entrevistas destacan dos miradas, por un lado, la del sector privado, que expresa la necesidad de reformar la acción que lleva a cabo el puerto para que la temporada pueda desarrollarse armónicamente. Por el otro, la postura de los organismos y de la Dirección Provincial del Puerto principalmente, quienes aseguran estar realizando todas las acciones posibles.

Lo que pasa es que uno va de la mano del otro. Porque, a nivel privado, ya sabíamos, hace tres años atrás, que la expansión de cruceros para la temporada '19, '20 y '21 era confirmada, era factible e iba a ser así. El puerto no se aggiornó. Hubo una intención de prolongar el puerto, con todo lo que la obra fue, no se dio y eso complica a futuro. (PSM-1, Ushuaia).

Hoy, a futuro, ya para la próxima temporada, vamos a andar arriba de las cuatrocientas veinte recaladas, la necesidad de infraestructura, o sea, necesitás frente de atraque, porque también parece muy fácil de afuera entrar a un barco. Sí, pero nosotros para que entre el barco tenemos que hacer toda una proyección. (OP-2, Ushuaia).

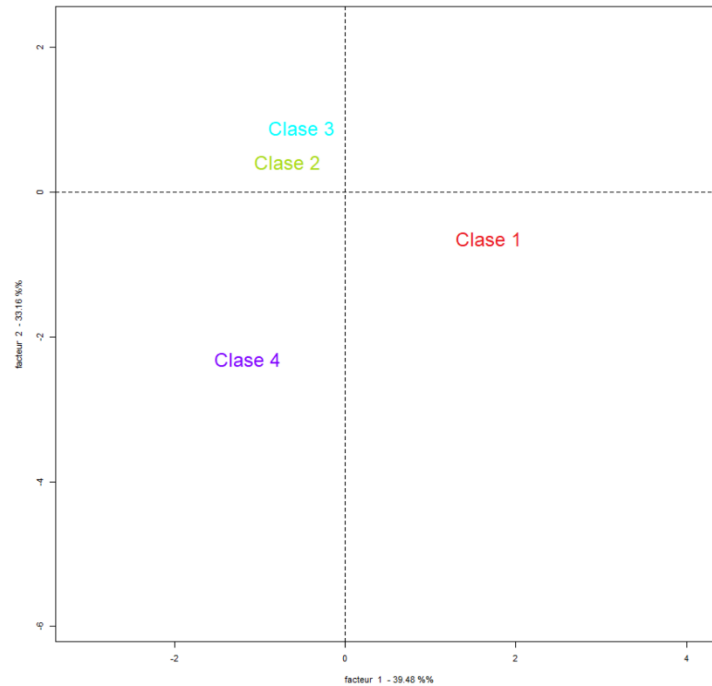


Figura 40: Vinculación entre las clases que conforman las representaciones sociales del Turismo de Cruceros en Ushuaia

Fuente: Cohen (2019)

En el análisis factorial de co-ocurrencia de palabras se observa en detalle este vínculo esbozando un entramado continuo de sus palabras que manifiesta su constante interacción en los discursos generados. Esta característica, sin embargo, no se refleja con las clases correspondientes a las políticas públicas y las actividades que pueden desarrollarse en el territorio, se ubican cercanas, pero no establecen una conexión directa (Figura 41). Para el caso de la clase que involucra las actividades que pueden desarrollarse durante la estadía de los cruceristas, si bien la misma se vincula en un segundo nivel con las Clases 2 y 3 en la gráfica se observa como la distribución de palabras no se vincula explícitamente, incluso, la misma se caracteriza por reflejar una menor proximidad entre sus palabras.

La Clase 4 por su parte, es la última en integrarse a la dinámica relacional. Su distribución refleja una mayor concentración de palabras, lo que permite afirmar la relación entre ellas, pero las mismas se vinculan al resto de las clases en el último nivel de relación. Esta situación llama la atención si se tiene en cuenta que el tema que engloba es considerado como uno de los ejes que estructura no solo a la actividad específicamente, sino también a las posibilidades de desarrollo territorial. En

concordancia con la línea de pensamiento de Ivars Baidal (2001: 8), “Las políticas públicas y la evolución del mercado turístico obligan a un equilibrio irrenunciable entre el crecimiento económico, la preservación ambiental y la equidad social”, por lo tanto, la reorientación de los vínculos que expresan los discursos, permitiría una revalorización de la planificación y gestión turística.

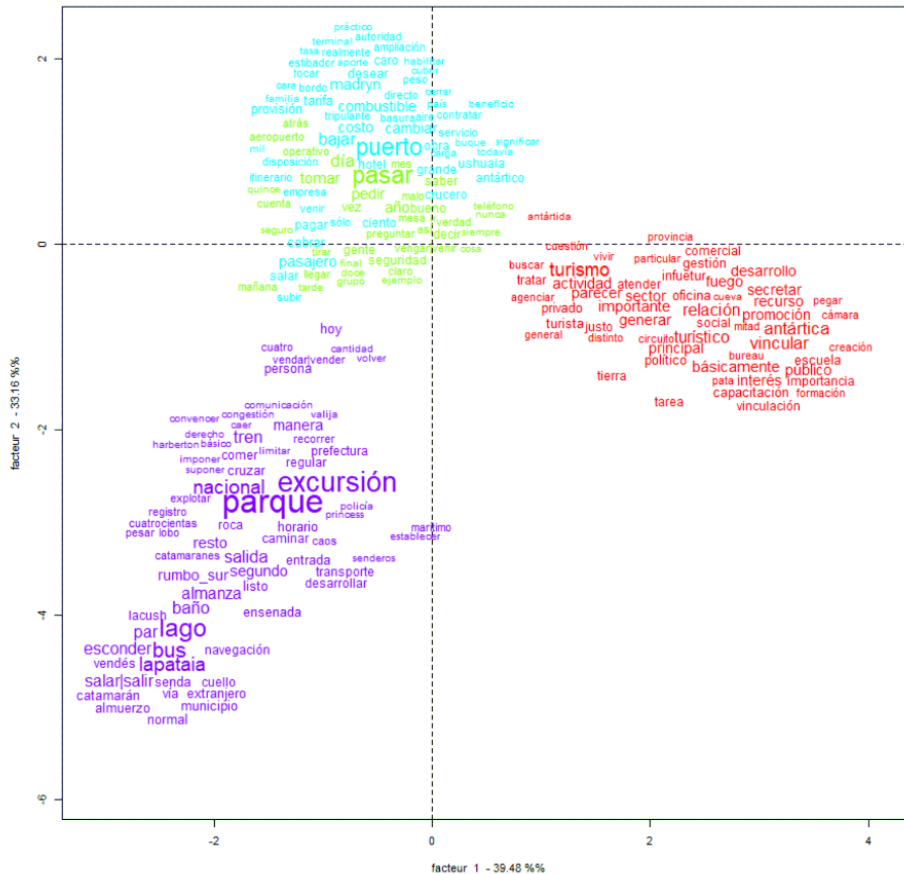


Figura 41: Análisis factorial de Co-ocurrencia de palabras

Fuente: Cohen (2019)

8. 2. 2. Las representaciones sociales de los actores locales sobre el Turismo de Cruceros en Puerto Deseado y Camarones

El posicionamiento que los actores tienen en relación al Turismo de Cruceros puede analizarse en una primera aproximación considerando el total de entrevistas realizadas (Figura 42). En su composición se seleccionaron las palabras que presentan una frecuencia de aparición igual o mayor a 20 veces para luego dar paso a la generación del resultado. De esta manera, se observa que las relaciones entre las mismas se conforman a través de doce nodos, los cuales agrupan en su interior palabras que los

estructuran y le otorgan una identidad diferente, en algunos casos con mayor número de conexiones que en otros.

Es interesante destacar como el nodo **hacer** actúa como un elemento que nuclea al resto. El mismo conforma las opiniones en relación a los factores sobre los cuales deben trabajar las localidades y sus posibilidades de respuesta hoy. En este sentido, “depender”; “trabajo”; “problema”; “temporada”; “actividad” y “producto” son algunas de las palabras que lo conforman. A partir de él se desprenden el resto, lo que permite reflexionar en relación a la importancia que tiene la acción en las representaciones sociales de los entrevistados.

Tres nodos podrían definirse como núcleos de segundo nivel, por la cantidad de palabras y conexiones que en ellos se observa: **acá**, **ahí** e **ir**. Si bien se disponen inconexos unos de otros, con excepción de su convergencia en el núcleo “hacer”, cuando se observan sus componentes se destaca que un discurso similar los estructura. El rol de las localidades como ciudades puerto, puede plantearse como una representación que domina el discurso en estos nodos manifestándose, desde diferentes miradas, esta posición.

El primer nodo, asociado a “pesquero”; “puerto”; “Camarón” y “pasar” esboza el lugar que tienen los puertos como espacios productivos, en el imaginario de los entrevistados. El nodo que corresponde a “ahí” ubica, además, a la forma “más” como un elemento clave y permite expresar la posición de los actores respecto al puerto y su conexión, pero también, su dependencia con localidades con mayor desarrollo, siendo “político”; “proyecto” y “Comodoro” algunas de las formas que comprende. El tercer núcleo incluye palabras como “agua”; “cruceiro”; “trabajar” y “servicios” destacando un discurso asociado a la necesidad de generar cambios para que los puertos formen parte de la actividad de cruceros de forma regular.

Por último, se observan nodos menores que se conectan directamente al principal y en su composición se caracterizan por presentar menos conexiones de palabras. En ellos se observan posiciones claras del discurso asociadas al turismo, la dinámica portuaria y sus espacios naturales.

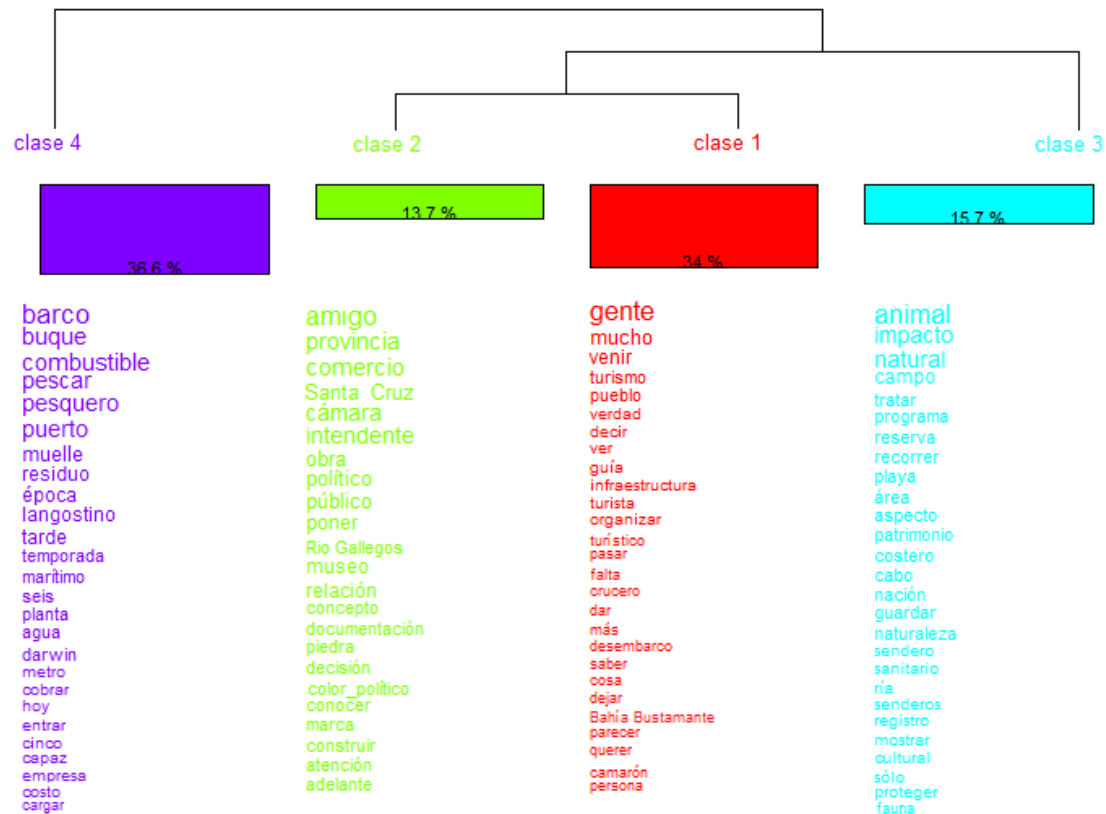


Figura 43: Clasificación jerárquica descendente de palabras para Puerto Deseado y Camarones como puertos de cruceros

Fuente: Cohen (2019)

La Clase 1 refleja la mirada de los entrevistados en relación a la práctica turística en sus territorios. El mismo, como un espacio individualizado por un tejido sociocultural y formas económicas propias, es un espacio que evoca pertenencia y permanencia, proximidad social, historia y valores compartidos (Rojas López y Gómez Acosta, 2010). Una de sus formas de apropiación se genera a través del turismo sobre el cual intervienen dimensiones materiales y subjetivas que crean, transforman y valorizan diferencialmente el territorio. Desde el Turismo de Cruceros, las representaciones sociales de los entrevistados reflejan un posicionamiento de las localidades que, si bien valoran positivamente la actividad, encuentran importantes debilidades para que la misma se concrete, así palabras como “turismo”; “pueblo”; “infraestructura” y “organizar”, conforman esta clase poniendo en discusión de qué manera están posicionados los territorios para responder a esta actividad.

Boisier (1997) plantea que para el desarrollo territorial se produzca es necesario que las actividades que allí se generen se constituyan “de abajo hacia arriba”, es decir, que sean pensadas y aplicadas en beneficio de la localidad. Si la actividad de cruceros no puede ser gestionada en equilibrio con las características propias de cada territorio y

aprovechando sus ventajas comparativas y competitivas, difícilmente pueda producir cambios positivos. Desde esta mirada, cuando se recurre al análisis de cada entrevista se observa, particularmente en Camarones, que en la poca experiencia que han tenido con el arribo de algún buque, no tuvieron la repercusión esperada en relación con la localidad porque los cruceristas estuvieron poco tiempo o porque fueron rápidamente dirigidos a distintos espacios de visita con escasa influencia de los actores locales, demostrando una preocupación por la distribución de los recursos provenientes de la actividad en el territorio.

Es una potencialidad que sería interesante que se pudiera llegar a explotar, pero a explotar que económicamente a la localidad le rindiera algo, porque el crucerismo como está viniendo en este momento, amarra a la dársena, vienen los colectivos de V, los guías de V los bajan, los suben, los llevan al área protegida, los traen y los suben otra vez, eso no sirve (...). (PST-7, Camarones).

A mí me parece interesante dependiendo que es lo que se quiera hacer. Acá hubo una experiencia hace algunos años de un crucero y en realidad, vinieron, bajaron fueron a la pingüinera y se fueron y acá en el pueblo no dejaron nada. (ON-3, Camarones).

Ante esto, se advierte como plantea Goded Slato (2002), que la posibilidad de cosechar beneficios con esta opción de desarrollo depende de las condiciones que reúna el destino y además del modelo turístico que implemente según sus circunstancias particulares, pues a cada beneficio derivado de la actividad se le contrapone un costo. Como plantea (Bustos Cara, 2001) el actor local engloba una de las miradas más relevantes en la definición y configuración del espacio turístico y a través de sus objetivos, intereses e ideologías interviene el proceso de definición de la práctica turística más adecuada. En este sentido, los entrevistados expresaron los problemas que se observan asociados a la falta de recursos humanos y de comunicación como cuestiones que dificultan poder brindar los servicios turísticos de excursionismo adecuadamente.

En este tipo de embarcaciones la gente por lo general sale sola. No es que los meten en un micro y los llevan, vos los ves por la ciudad, hacen compras; ellos buscan mucho la seguridad también (...) El problema es que la gente que hizo toda la acción no comunicó (...). (OP-4, Puerto Deseado).

Acá se desarrolló el Turismo de Cruceros (...) en el 2000 creo que fue el primero hasta el 2010 y siempre digamos lo que ellos dejaban era el café que tomaba el chofer (...) en el 2006/2007 quisimos cambiar un poco esta historia así que nos contactamos con turismo de provincia (...) y logramos tener contacto con la agencia marítima que nos iba informando cuantos cruceros iban a tener en la temporada y en base a eso nosotros armamos unos volantitos (...) hablamos con las personas... armamos ferias artesanales (...) los informantes ejercían como guías (...). (OM-4, Camarones).

Pensar el Turismo de Cruceros como potencial generador de otras formas de producción requiere del involucramiento de los diferentes actores y agentes que intervienen en el territorio y entre ellos el Estado juega un rol fundamental. En el discurso de los entrevistados se observa el posicionamiento que tiene la gestión de políticas públicas en el tema, palabras como “Santa Cruz”; “obra”; “decisión” y “color político” son algunas de las formas que revisten a la Clase 2, generando una reflexión en relación a las características que revisten a esta dimensión. Monfort Mir (2000) plantea que toda política tiene su cimentación en la teoría económica de la cual se nutre, por lo tanto, sus postulados siempre tendrán relación con el sistema económico en el que se aplica. Esta particularidad es especialmente relevante cuando se requieren medidas que no admiten suspensión y, para el caso del turismo, su oferta se construye a través de determinadas condiciones, entre ellas las pautas claras de gestión.

Al profundizar aún más en la información otorgada por los entrevistados la ausencia de políticas públicas concretas destinadas a potenciar la práctica turística es un tema recurrente en el discurso, no solo de los organismos privados sino incluso desde las mismas instituciones públicas. La planificación, contrasta con la tendencia imperante de obtener desarrollo a corto plazo, dando como resultado una acumulación de iniciativa sin articulación.

Y después tenés los problemas internos de la localidad, de las cuestiones políticas que muchas veces con cuatro años no te alcanzan. Porque no hay una programación, porque no hay un Plan de Desarrollo Estratégico. (OM-2, Puerto Deseado).

Acá lo que pasa es que no hay una política desarrollada para el tema de turismo (...) nosotros hicimos mucho, sacamos propagandas (...) por televisión estuvimos saliendo un año, fuimos a la feria rural dos o tres veces (...) después desistimos de tanto empuje porque realmente no tuvimos asistencia para nada. (PST-6, Camarones).

Junto con esta debilidad se menciona también la escasa difusión y divulgación en relación con los puertos como destinos turísticos. El turismo en la costa patagónica ha venido incrementándose en los últimos años logrando consolidar algunos destinos más que otros y generando una concentración de los flujos turísticos (Frere, 2011). Puerto Deseado y Camarones han recibido cruceros en alguna oportunidad, incluso desde el PFETS (2015) se ha propuesto a ambas localidades como territorios con potenciales características para incluirse en esta actividad, pero, no logran aún consolidar arribos regulares.

En un contexto de globalización y diversificación de la oferta y demanda, se requiere de una constante intervención en el mercado. Generar estrategias de marketing que permitan diferenciarse de los productos tradicionales y/o concebir nuevas oportunidades de consumo en concordancia con la modalidad turística que se quiera brindar. Desde el sector privado se enfatiza la escasa presencia del sector público en temas de promoción del destino en ferias, agregando, además, que la selección de materiales no se centra en los recursos del territorio sino en fotografías más vinculadas con las operaciones portuarias. Por su parte, desde el sector público se observa que la promoción a nivel nacional no se ocupa de incluir las localidades de referencia, no se encuentran en el “mapa” turístico de Argentina; por otro lado, los actores locales expresan que no cuentan con posibilidades concretas de inserción en los circuitos de promoción debido a factores tales como: la lejanía, falta de conexión, entre otros.

Falta esto de marketing y de la difusión, que no nos incluyen y nunca se incluyó (...) nos incluyen muy por arriba. Ni siquiera estamos complementados con la cartelería que está en la ruta. (OP-4, Puerto Deseado).

Acá no se maneja mucho el tema de la promoción, más que nada por redes sociales, todo el tema de internet, aviso en los diarios, por televisión, pero bueno (...) está medio apartado del tema de la promoción porque acá no tenemos internet (...) es una debilidad el tema de la promoción, pero porque no está conectada. (OM-4, Camarones).

Otro de los temas que se desprende de las representaciones sociales de los entrevistados se observa en la Clase 3 y corresponde al patrimonio natural y cultural con el que cuentan. Se plantean como una fortaleza que reviste a los territorios con gran potencialidad para el Turismo de Cruceros debido a la complementación de factores naturales y culturales en un espacio poco alterado e intervenido, encontrando en la clase palabras como “animal”; “natural”; “reserva”; “patrimonio” entre otras. La valoración de

estos componentes se destaca claramente al interior de las entrevistas, las cuales lo manifiestan como un atributo diferencial.

Yo pienso que la Ría o Isla Pingüino, la naturaleza que tenemos, los animales, es una cosa que no se ve en otro lado... acá te haces una excursión en la Ría no más, en dos horas y media ves todo. (PST-4, Puerto Deseado).

Desde lo cultural tiene cosas muy interesantes para mostrar, está plasmado en las construcciones la llegada de los españoles (...) y ahora se está trabajando con las culturas pre-hispánicas (...) Creo que el patrimonio natural es muy rico, con cabo Dos Bahías hay un montón de ventajas, es cerca, todavía poco conocido, tiene mucha diversidad y el entorno del Parque Marino Costero (...). (OP-6, Camarones).

Consecuencia de la posmodernidad, dirigida por las fuerzas de la globalización, los espacios naturales y culturales adquieren un significado único entre los elementos que componen al espacio geográfico. Se recargan de significado social distinguiéndose del resto, así afirma Bustos Cara (2001: 6) “el turismo como fenómeno contemporáneo, que involucra al conjunto de la sociedad significa la búsqueda permanente de lo exótico (...) mostrar, de proponer y proponerse como objeto diferenciado”.

A pesar de la actitud positiva en relación al potencial desarrollo que podrían brindar los bienes naturales y culturales de la localidad, es claro que su concreción implica, además, considerar las posibilidades de complementarse con las actividades económicas que erigen a las localidades. Desde esta mirada la Clase 4 expresa el rol del puerto en ambas ciudades y destaca la influencia e importancia que tiene la actividad portuaria en las economías locales siendo: “pescar”; “pesquero”; “langostino” y “temporada”, algunas de las palabras que forman parte de este grupo. Jensen y Daverio (2004) afirman que el rol de todos los agentes que intervienen en el territorio es fundamental, pues son quienes posibilitan la optimización de un destino. En este marco, y particularmente para el caso de Puerto Deseado, las entrevistas plantean la función del puerto en el Turismo de Cruceros desde dos posturas, por un lado, un grupo de actores que asegura la factibilidad de responder a la demanda y, por el otro, quienes cuestionan la posibilidad de que se lleve a cabo sin interferir con la actividad pesquera.

Si un crucero viene a interferir con la actividad portuaria, yo creo que por más que hagamos una movida... creo que va a ser imposible porque hay que ver eso; que no interfiera con la actividad que le da de comer al puerto. (OM-2, Puerto Deseado).

Vos pones el crucero donde está hoy el contenedor y de ahí para adelante pones los pesqueros y haces un vallado...los pasajeros te responden bien (...) y ahí tenés tres salidas en el puerto (...) para mí es una cuestión de criterio y política. (...). (PSM-3, Puerto Deseado).

Un lugar turístico es más que un simple ámbito de interacción asegura Troncoso (2008), implica además un proceso de valoración del espacio y vinculación de prácticas sociales. Por ello, luego de analizar cómo se conforman cada una de las clases que expresan el posicionamiento de los actores claves sobre el Turismo de Cruceros en Puerto Deseado y Camarones es interesante destacar la relación que entre ellas se genera (Figura 44). A través de su posición en los ejes se refleja la relación directa que existe entre las Clases 2 y 1, seguida por la Clase 3 y, por último, la 4, que se ubica en los ejes opuestos a estos, reflejando menor vínculo de palabras.

Como se planteó en capítulos precedentes, la construcción territorial del turismo implica la formación de una imagen y representación en todos los grupos sociales que intervienen. Es a través de la vinculación directa que manifiesta el turismo en la localidad con la gestión de políticas públicas que se destaca como el Estado es posicionado como un factor que estructura y condiciona las posibilidades de desarrollo.

Y bueno, históricamente, nosotros estamos olvidados, por lo que sería la Secretaría de la Provincia, abandonados, totalmente. En el último período, el último secretario que teníamos no vino nunca, de la provincia. No vino nunca; se lo invitó obviamente. (PST-4, Puerto Deseado).

Al ser un lugar chico van a necesitar tiempo, organización, planificación, concientización de localidad turística. Hoy Camarones tiene una gran ausencia de servicios propios, entonces hay que ser cuidadoso como invertir sobre esos servicios. Controlar la demanda, para evitar que colapsen y por otro lado ver sobre qué servicios se va a priorizar. (...). (OP-6, Camarones)

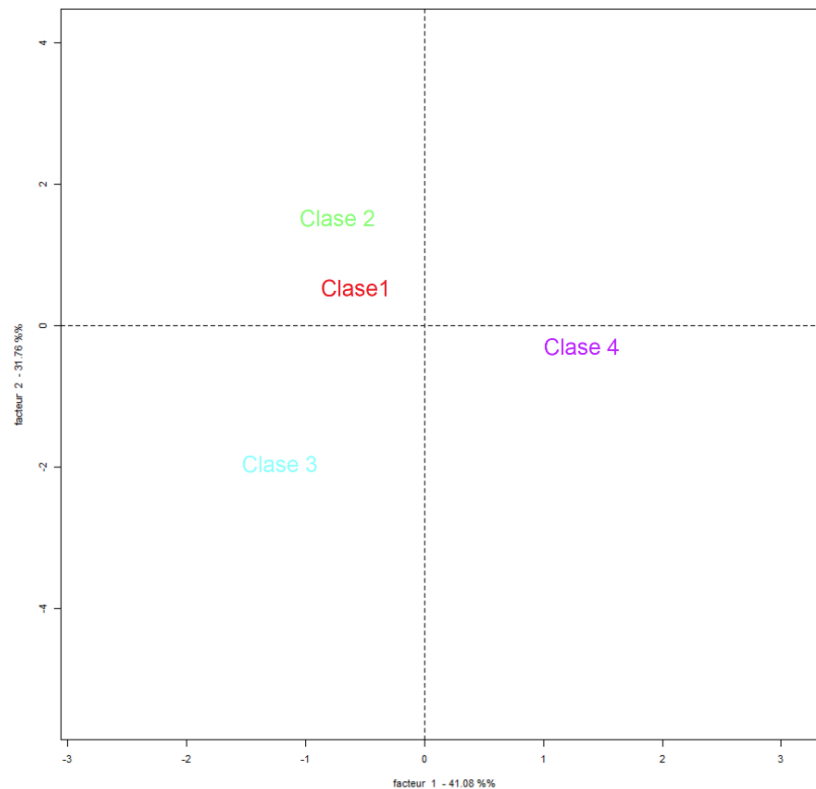


Figura 44: Vinculación entre las clases que conforman las representaciones sociales del Turismo de Cruceros en Puerto Deseado y Camarones

Fuente: Cohen (2019)

La relación que caracteriza a las Clases 1 y 2 es visualizado con claridad en el análisis factorial de co-ocurrencias (Figura 45), donde las palabras que conforman a cada una se vinculan proyectando un entramado único. La Clase 3 se dispone en un sentido más disperso interactuando con las anteriores, pero en un porcentaje mucho menor de palabras, mientras que la Clase 4 no establece una conexión directa con ninguna de ellas. Si bien se ubica cercana a las dos primeras su distribución se concentra en los ejes que no son alcanzados por ninguna de las tres clases restantes.

La distribución de las palabras en relación a los ejes, permite expresar el grado de relación que tienen los temas planteados como centrales por los entrevistados. Así se destaca una inconsistencia en la articulación de planes y proyectos para posicionar a las localidades en el Turismo de Cruceros. Como plantea Boisier (2010) la especificidad espacial que implica el concepto de desarrollo conlleva a entenderlo como un proceso que debe incluir todas sus derivaciones y trabajarlas en forma conjunta y

complementada, de lo contrario se seguirá expresando en el territorio la ausencia de un trabajo en pos del beneficio local.

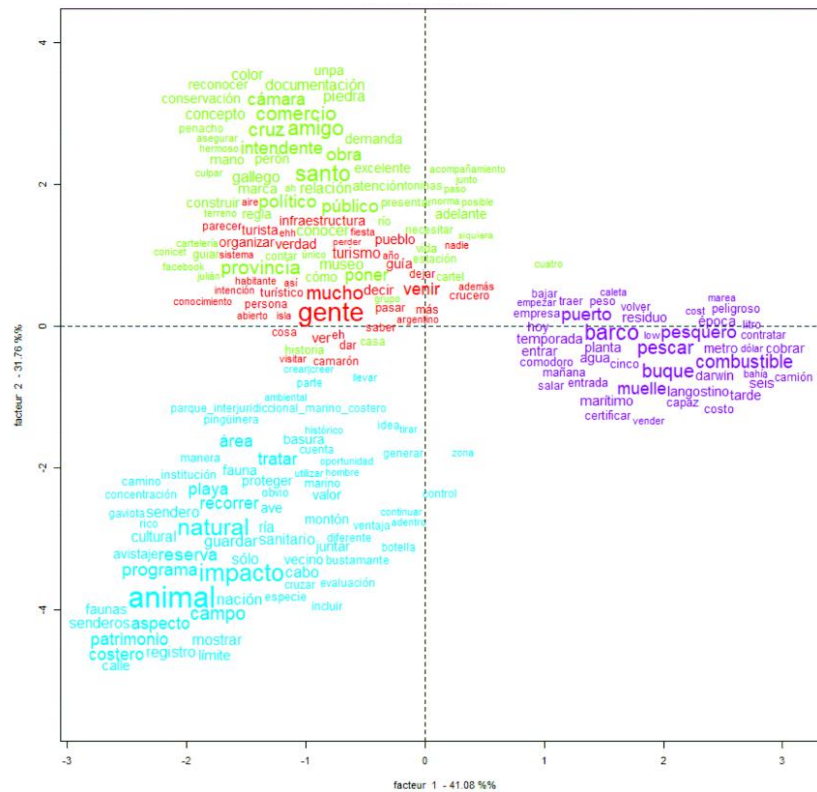


Figura 45: Análisis factorial de Co-ocurrencia de palabras para los puertos Puerto Deseado y Camarones

Fuente: Cohen (2019)

8.3 INDICADORES PARA EL DESARROLLO DE LAS LOCALIDADES A PARTIR DEL TURISMO DE CRUCEROS

Se reconoce la mirada tradicional que sobre el Turismo de Cruceros se tiene, como una actividad exógenamente determinada, se ha relacionado al mismo con las repercusiones negativas que puede generar en relación al impacto ambiental ocasionado por las emisiones aéreas, la alta concentración y congestión en los sitios de visita (Daverio *et al.*, 2007; Obreque *et al.*, 2010) y baja retribución económica. Sin embargo, en la actualidad nuevas prácticas y formas de ver y pensar al mismo pueden recomponer la mirada sobre este tema. En este marco se considera que es el territorio quien debe tener la capacidad de endogeneizar su contribución a la comunidad receptora de estos flujos turísticos, potenciando las características territoriales que lo

distingan, permitiendo así generar impactos positivos y posicionándose como un espacio competitivo y con capacidad de desarrollo. Los antecedentes previamente mencionados, junto con la mirada actual en relación a esta actividad y la posibilidad que brindaría el turismo en términos de diversificación de la matriz productiva, han puesto en discusión la capacidad que pueden tener las localidades para el desarrollo del Turismo de Cruceros.

En este sentido, a partir de la opinión que los actores tienen en relación a esta actividad, sumado al posicionamiento de sus puertos desde sus capacidades territoriales, abordado en el capítulo anterior, se propone la consideración de un sistema de indicadores que contribuya al conocimiento y evaluación de las repercusiones del Turismo de Cruceros. Esta herramienta es ampliamente utilizada en el ámbito del turismo, se presenta como un componente fundamental del turismo sostenible y como un instrumento que puede dar respuesta a los problemas que se observan en los destinos turísticos (OMT, 2005). Definida como “el conjunto de medidas que proporcionan la información necesaria que permite comprender mejor los vínculos y los impactos de la actividad objeto de estudio con respecto a su entorno” (Blancas Peral *et al.*, 2007: 2), puede ser propuesto como una alternativa para el análisis del desarrollo de las localidades puerto.

En esta oportunidad se toma en consideración la Guía Práctica de Desarrollo Sostenible para los Destinos Turísticos de la OMT (2005) y los aportes de la investigación realizada por Vereda (2004) en donde se plantea el impacto del turismo antártico en el desarrollo local, a partir del estudio y análisis de indicadores socio-económicos. Para la propuesta de indicadores se trabajó a través de un abordaje cualitativo. Mediante entrevistas semiestructuradas realizada a los actores claves que intervienen directa o indirectamente en la práctica turística, se indagó sobre la opinión que tienen en relación a los efectos que el Turismo de Cruceros puede generar sobre el territorio y sus repercusiones en el desarrollo y a partir de ellas se propuso una distinción en tres dimensiones que estructuran el tema para luego analizar en qué situación se encuentra cada territorio.

8.3.1. Los efectos del Turismo de Cruceros en la comunidad

Asociada a la dimensión socio-cultural los resultados demuestran que para poder entender las repercusiones territoriales del Turismo de Cruceros los entrevistados consideran que es necesario tener en cuenta cómo el mismo interviene en la dinámica de la comunidad, es decir cómo influye en los **cambios de vida de la sociedad**. La satisfacción de los residentes con el turismo es fundamental para que el mismo pueda desarrollarse desde la sostenibilidad (OMT, 2005), pero para que esto ocurra

previamente debe darse una construcción social en relación a la actividad que beneficie la consolidación de la práctica. Así la generación de *sentido turístico* debe pensarse como una categoría que permite enmarcar el interés de la comunidad por responder a la dinámica y exigencia propia del Turismo de Cruceros.

En relación a ella se observa como las localidades manifiestan que aún se debe trabajar en este tema. Quienes están en el ambiente, o bien conocen del tema, aseguran que es fundamental el trabajo consciente en perspectiva turística, para así lograr maximizar los beneficios de la práctica, pero quienes se encuentran ajenos a él no incorporan a este proceso como un elemento clave para pensar el Turismo de Cruceros en perspectiva de desarrollo. Aun reconociendo cómo las externalidades configuran a estos territorios, en palabras de Vereda (2004), el poder de decisión de la comunidad local actúa como eje para pensar en el desarrollo.

Todos los territorios poseen un conjunto de ventajas comparativas que les posiciona positivamente, pero sin la construcción de un sentido turístico se corre el riesgo que otras localidades se apropien de los beneficios. Desde el ámbito local es preciso contemplar el escenario global para determinar cuál es el modelo de desarrollo turístico que se quiere generar y cómo se pueden valorar las especificidades que presenta el territorio, plantea la mencionada autora. Si los destinos sólo confían en las ventajas dadas desaprovechan posibilidades frente a otros destinos que se apropian de rentas de localización similares.

Hay muchas cosas que hacen falta trabajar para que la localidad pueda valorarse como destino turístico. Desde los horarios de apertura, que acá por ser un lugar chico muchas veces pasa que los turistas quieren ir a comprar y los locales están cerrados o, nos podría pasar que llegue el crucero y no haya locales abiertos. El trato, la cordialidad con el turista. Hay que trabajar sobre la oferta de excursiones, alojamiento (...). (OP-6, Camarones).

La actividad turística es un agente que interviene activamente en la dinámica de las relaciones sociales influyendo en la producción de territorialidad (Carvalho, 2011 en: Moscoso, 2013). Asociada a esta dimensión es necesario tener en cuenta cuáles son los **beneficios sociales** que el Turismo de Cruceros puede dejar. *Generación de trabajo y formación de Recursos Humanos* son los elementos que se destacan en las entrevistas y a partir de ellas se observa de qué manera consideran los actores que interfiere la actividad en el desarrollo de las localidades. Para que el turismo se concentre en impactos positivos asociados a la inclusión y equidad social, como expresa Villar (2012), es necesario que los actores intervinientes se posicionen desde un papel

activo. Este proceso, sin embargo, debe incluir no solo un conjunto de actores dispuestos a responder a la demanda turística, sino además con intenciones reales de especialización del producto.

Los entrevistados aseguran que, si bien se trata de una actividad que requiere de la capacitación y formación profesional en muchos de sus ámbitos, lo fundamental radica en la intención de formar parte del producto. Como fuente de trabajo esta actividad puede adquirir dos caminos, el primero ampliando y fortaleciendo el conocimiento endógeno; el segundo favoreciendo la consolidación del capital humano externo. Dar cuenta de la cadena de innovación y especialización que puede derivarse del Turismo de Cruceros implica que sus agentes trabajen en pos de evitar que esto último ocurra. Las tres localidades manifiestan acciones que han apuntado a mejorar la posición de sus recursos humanos en el marco de la actividad turística, pero así también consideran que son acciones que aún deben profundizarse y mejorarse.

Cada territorio debe tener la capacidad de generar sus propios impulsos de desarrollo atendiendo a modificar de forma cualitativa, y no solo cuantitativa, el sistema en el que está inserto. En Ushuaia no es la ausencia de recursos humanos el problema sino el ritmo de trabajo que tienen incorporado. Muchos de los entrevistados hacen hincapié en los guías de turismo, quienes cumplen un rol fundamental en la actividad. De los mismos se destaca su profesionalidad y habilidad, pero así también la inmediatez y espontaneidad, lo que los dificulta poder retenerlos más allá de la temporada. Para el caso de Puerto Deseado y Camarones, en cambio, se menciona la necesidad de trabajar fuertemente en la formación de personal para así evitar tener que recurrir a las localidades aledañas para dar respuesta a la demanda.

Para nuestro campo tampoco se requiere mucho más que muchas ganas de aprender el trabajo, voluntad e idioma, después no se requiere mucho más. Este año nosotros descubrimos que un armador creó su propia escuela de staff (...) ¿Por qué no lo hacemos en Ushuaia? ¿Por qué no tenemos el curso de staff en Ushuaia? si hay, tenemos todo para hacerlo, entonces cuando te fijas en esas cosas decís, pero estos flacos tienen un negocio en una oficina a 10.000 km del lugar de donde se lleva adelante el negocio, dónde se opera, lo hacen ellos, ¿no podemos nosotros hacerlo? (PSM-2, Ushuaia).

Nosotros teníamos guías de turismo que hacían el curso de guía hedónico por amor al arte, pero si a ese amor al arte vos lo incentivas, o en una tarde te ganaste mil pesos. Nosotros el año pasado, después de ocho años, dimos el curso nuevamente, adecuado a nuestra ciudad. (OM-2, Puerto Deseado).

(...) ahí estamos con los limitantes, muy mal se puede ofrecer acá un guía de cruceros cuando no tenés manejo de idioma... es un condicionamiento más que importante. (PST-7, Camarones).

La toma de conciencia de la especificidad o identidad que caracteriza a cada territorio debe ir acompañada por **actitudes comunitarias** que apunten a modificar aquellos aspectos que consideren negativos. Si no hay un plan de acción claro y coherente a las necesidades del territorio difícilmente pueda el mismo generar desarrollo, por ello las *prácticas político-institucionales* se proponen como un componente fundamental en el entendimiento del Turismo de Cruceros como factor de desarrollo. “El desarrollo local es una construcción política en donde el Estado en sus distintos niveles, pero particularmente en el local, cumple un rol central” (Villar, 2012: 48).

A partir de las entrevistas se observan que han sido varias y diversas las acciones generadas en pos del crecimiento y consolidación de la actividad. Sin embargo, se destaca también que falta una actuación sinérgica en donde se consideren los intereses y necesidades de todos los actores involucrados. Como factor de Desarrollo, Boisier (1997) considera que la gestión que se lleva a cabo y las formas de actuación del gobierno pueden ser determinantes en la estimulación de este proceso, pero para eso se requiere de proyectos y escalas de intervención acordes a las necesidades de cada territorio.

En relación a esto, Ushuaia manifiesta que un factor fundamental para que el Turismo de Cruceros continúe es indispensable avanzar en proyectos y acciones relacionadas al puerto focalizando la atención en tres cuestiones, la necesidad de ampliar su capacidad; la modificación en el precio del combustible y la separación de actividades. Consideran que concretar políticas que permitan solucionar estos temas favorecería el desarrollo territorial. Esta mirada condice con lo expresado por Estrada Llaquet (2007), quien asegura que para que un puerto sea considerado como parte de una ruta de crucero, en cualquiera de sus niveles, debe poseer activos tangibles, como la infraestructura y superestructura, pero también activos intangibles.

(...) al ser un puerto público, provincial, es necesario la decisión política, porque en muchas de las cosas, diría en casi todas, vos necesitás un acompañamiento y una decisión política que sea importante para potenciar este tipo de actividades (...). (OP-2, Ushuaia).

Puerto Deseado en relación al puerto manifiesta una posición ventajosa, gracias a la infraestructura y dinámica que la actividad pesquera les dio, pero exponen que aún

tienen que continuar trabajando con habilitaciones y permisos que no fueron aprobados, como es el caso del Código Internacional para la Protección de los Buques y de las Instalaciones Portuarias (código PBIP) que rige bajo la Ley Nacional 26108/2006. La atención de las políticas públicas debe, entonces, concentrarse en planes y proyectos que focalicen en la capacidad de respuesta de la localidad. Camarones por su parte tiene todo por hacer, como localidad pequeña con una actividad concentrada en el empleo público y en la pesca no ha generado políticas concretas que tengan como objetivo fortalecer el turismo. La mayoría de las acciones llevadas a cabo influyen indirectamente en el turismo, pero no es un eje principal.

(...) te encontrás con muchas cosas que no dependen solamente del área de Turismo, sino del área de Planificación y Programación municipal, que también muchas veces te pasa en la gestión lo diario te come. Lo social te pasa por arriba; las demandas sociales, y que el Intendente como funcionario político tiene que distraer su atención (...). (OM-2, Puerto Deseado).

Acá lo que pasa es que no hay una política desarrollada para el tema de turismo y bueno, ese es el problema que tenemos. Nosotros hicimos mucho, sacamos propaganda, por televisión estuvimos saliendo un año, fuimos a la feria de la rural dos o tres veces por Camarones, pero después desistimos de tanto empuje porque realmente no tuvimos asistencia para nada. (PST-6, Camarones).

8. 3. 2. *La retribución económica del Turismo de Cruceros*

Referida a la dimensión económica el Turismo de Cruceros requiere un conjunto de servicios que, aplicados correctamente pueden retribuir positivamente en las localidades. El turismo puede atraer inversiones y oportunidades laborales a un destino, así como puede favorecer el crecimiento de inversiones en infraestructura del sector público y privado (OMT, 2005). Es, por lo tanto, fundamental que las localidades consideren la rentabilidad de sus territorios, a través de, por ejemplo, las posibilidades de creación de empleo directo e indirecto que la actividad puede generar, o la retribución percibida por los impuestos obtenidos con la actividad pública. Cómo la sociedad se posiciona frente a asuntos tales como los estímulos económicos, contratos, riesgos, innovaciones, etc., intervendrá en las posibilidades de desarrollo de sus territorios (Boisier, 1997).

En relación a los **beneficios económicos** derivados de la actividad los entrevistados concentran la atención en los *ingresos portuarios y marítimos* y en los *ingresos turísticos*. Los primeros corresponden a las ganancias que la actividad deja al hacer uso

del puerto. Tanto Ushuaia como Puerto Deseado realizan un cobro por el servicio brindado en relación a tasa de pasajeros, muellaje, rentas, provisión de agua y maquinaria. En cuanto a los ingresos marítimos, ambas localidades cuentan con empresas privadas, con domicilio en esas ciudades, que aseguran el aprovisionamiento y abastecimiento de diferentes servicios, practicaje, sereno de planchada, estiba, provisión de agua y combustible, recepción y tratamiento de residuos, son los mencionados.

Lo que el puerto cobra y qué servicios brinda es: el frente de atraque, la asignación de sitio, la provisión de agua potable, la provisión de maquinaria si tienen que hacer algún tipo de logística. Y el resto de los servicios lo brindan empresas privadas. La mayoría, ya sean los estibadores, el tratamiento de residuos, el servicio de amarre, provisión de combustible, todo eso corre por la empresa privada. (OP-2, Ushuaia).

Uso de puerto, que es la tarifa que en líneas generales regula (...) El servicio de uso de puerto tenés: agua, combustible, hay proveedores marítimos, en el caso de que quieran abastecerse acá a las personas (...) El servicio de la estiba, el Sindicato Unido de Estiba de la Patagonia (SUEP), es local, que trabaja con tres empresas de estiba más grande (...). (OP-3, Puerto Deseado).

Camaroneros en cambio, manifiesta estar fuertemente condicionado a la intervención de empresas y agentes radicados en otras localidades. Las condiciones de infraestructura y reglamentación portuaria que hoy posee implican que los barcos queden en rada y deban ser asistidos por terceros ante cualquier requerimiento que puedan tener. El posicionamiento de los puertos en relación a los ingresos que genera no es menor si se tiene en cuenta que, como expresan Jensen y Daverio (2004) la retribución que dejan las navieras en las localidades proviene fundamentalmente de la tarifa que se le cobra durante su recalada.

En cuanto a los ingresos turísticos en los tres puertos se reconocen los beneficios que la actividad puede generar, siempre y cuando haya una predisposición positiva a su desarrollo. Se destaca en reiteradas oportunidades como muchas veces la población manifiesta que el Turismo de Cruceros no deja ganancias o que las mismas se concentran en determinadas áreas, pero así mismo aseguran que en estos reclamos y argumentos no se logra ver la cadena de servicios que demanda. No se trata solo de los ingresos que el buque deja en puerto, sino además de las múltiples actividades que se ponen en marcha a partir de su arribo; excursiones, gastronomía y comercio son los ejemplos más mencionados.

Lo que nos derrama, inmediatamente, apenas sale el pasajero del ámbito provincial a la ciudad, derrama un sinfín de divisas que, después, ese derrame que hay en la ciudad, va por distintos sectores. Cuando hablamos de alguna unidad móvil, una camioneta puede ser, esa camioneta después carga combustible, después hace arreglar la cubierta, después hace el mantenimiento. Y fijate que ya estamos en una concesionaria y que todos derramen del turismo. El kiosco del barrio, es decir, todo. Si empezamos, y si empezás a hacer una lista como el árbol genealógico, de lo que significa cuando baja un turista. (OM-1, Ushuaia).

8. 3. 3. Limitación del impacto ambiental del Turismo de Cruceros

Correspondiente a la dimensión ambiental el **manejo y gestión de los residuos** generados por la actividad, así como la **protección de sus recursos** se plantean como ejes fundamentales al momento de analizar las repercusiones del Turismo de Cruceros en las localidades. Estos temas son claramente abordados por los entrevistados quienes explican su dinámica de actuación y respuesta para mantener la cuestión ambiental en equilibrio. Preservar y potenciar la diversidad y complejidad de los ecosistemas, su productividad, los ciclos naturales y la biodiversidad, significa optimizar el uso de sus recursos minimizando los impactos y garantizando la continuidad para las generaciones futuras (Sánchez, 2011).

En cuanto al tratamiento de residuos, siguiendo a Vereda (2004) dos clasificaciones se diferencian, *basura domiciliaria* y *basura no domiciliaria*. Para el primer grupo, tanto Ushuaia como Puerto Deseado cuentan con la Dirección de Ambiente de la Municipalidad que realiza la inspección para que luego se traslade al relleno sanitario. Ellos son los responsables de realizar la certificación de Disposición Final de Residuos y si bien en ambas localidades se destacan que actualmente trabajan sin mayores inconvenientes, se asegura que es necesario continuar avanzando en proyectos que permitan mejorar la operatividad del área. Se mencionan entre los más inmediatos la clasificación de residuos, acciones que tengan por objetivo aumentar la eficiencia en el área no es menor si se tiene en cuenta que “los buques de mayor envergadura descargan un promedio de basura domiciliaria de aproximadamente 20 m³ y las embarcaciones menores dejan en el puerto unos 3 m³. Esta basura es depositada en contenedores que proveen las empresas que se dedican a la recolección de residuos” (Vereda, 2004: 129).

En cuanto a la basura no domiciliaria, asociada a los buques Obreque *et al.* (2010) expresan que los más comunes corresponden a residuos de limpieza en seco (contienen percloroetileno), los residuos de impresión de fotografía (hidrocarbonatos,

hidrocarbonatos clorados y metales pesados), los cartuchos de impresoras láser y fotocopiadoras, los solventes, las pinturas y thinners (contienen tolueno, xylenos, benceno, trementina, metiletilcetona, etc.), los remedios usados o vencidos, las cenizas de incineración, entre otros. Ambas localidades se rigen bajo sus leyes provinciales de tratamiento de residuos peligrosos, Ley Provincial N° 105/1993 para Ushuaia y N° 2567/2000 para Puerto Deseado y el tratamiento se realiza a través de horno pirolítico o autoclave. Camarones, por su parte, es una localidad ausente en el tema de manejo y tratamiento de residuos, en las entrevistas se comenta que es la municipalidad la responsable pero no detallan la existencia de un área ni si tienen incorporado un sistema de trabajo que esté en condiciones que responder a la demanda de los buques.

Estamos bien con nuestra capacidad (...) a veces se dificulta cuando vienen muchos buques seguido que puede ser que la planta se tapa por los residuos y esté un poco saturada (...) si, hay algunas inquietudes por parte de los armadores de que el tratamiento que ellos hacen a bordo, separar botellas de plástico o de vidrio separados de alimentos y cartones y otras cosas se continúe eso de poder reciclar plástico y botellas de vidrio y que no termine todo junto como termina en la planta. (PSM-2, Ushuaia).

El residuo sólido urbano, hoy por hoy, nos estamos organizando. Tenemos una tarifaria municipal, aprobada por el Consejo, el cual destina el uso de vertedero, (...). Deseado aproximadamente está generando 18 toneladas diarias de residuos sólidos urbanos. Esto se va a un vertedero, semi-controlado, con fosas de aproximadamente de seis metros. (OM-3, Puerto Deseado).

Respecto a la protección de sus recursos, como se observó en los capítulos anteriores las tres localidades poseen recursos naturales y culturales altamente valorados. Para evitar que el Turismo de Cruceros impacte negativamente, los entrevistados aseguran que trabajar constantemente en la *congestión de áreas*, la *intensidad de uso* y en la *educación ambiental*, puede favorecer el desarrollo de la actividad sin perjudicar su conservación. Considerar estos factores permite abordar el tema desde una perspectiva que considere el rol del subsistema social, muchas veces dejado de lado cuando se propone abordar el tema de protección. La problemática ambiental no puede ser analizada exclusivamente desde la perspectiva clásica positivista, sin embargo, una de las limitaciones más importantes derivado de este concepto definido como la conjunción naturaleza-sociedad, en la práctica muchas veces solo se considera la parte correspondiente al subsistema natural (Serrano Barquín *et al.*, 2011).

En este sentido, las tres localidades aseguran tener organizados los espacios para que el impacto de uso no revista de complicaciones a largo plazo. Ushuaia es tal vez la localidad que manifiesta mayor urgencia, especialmente en relación al Parque Nacional, que como se expresó anteriormente es uno de los principales atractivos. Los responsables del área aseguran que se trabaja en conjunto con las empresas para evitar la congestión del espacio y controlar la intensidad de uso, pero afirman que muchas veces es difícil lograrlo, en especial los días en donde convergen varios buques de gran porte. Hay proyectos y planes de acción en desarrollo que esperan poder concretarlo en las temporadas próximas, considerando el aumento de arribos y cantidad de pasajeros por buques que se espera, pero ante ello aseguran que en muchos casos se depende de la aprobación a nivel nacional, limitando sus posibilidades de responder con rapidez ante las necesidades inmediatas.

Por ahí cuando se presentan algunos problemas, sobre todo de congestión o sobre todo desde la recepción del turista, se trata de que las excursiones regulares que van al Parque por ahí no sean tomadas por estas excursiones que hacen los cruceros, entonces por ahí estamos tratando de trabajar en conjunto de que las empresas traten de ir a la tarde o cuando no hay crucero, entonces se fomenta eso también. (ON-1, Ushuaia).

Sí, se han pensado muchas alternativas, lo que pasa es que muchas por ahí no se pueden tratar a nivel local; hay que tratarlo a nivel nacional, en la administración. Por ejemplo, había dos ideas: una de ellas, que sí se va a hacer, es la de habilitar una senda que vincule lo que es la cascada (...). De esta manera, se abre por ahí un poco la oferta de que la gente pueda llegar a ese lugar caminar, y desde la oferta por ahí ofrecer algo distinto. Y después, por otro lado, también se había pensado hacer algún tipo de descuento para que la gente local o cualquier visitante que tengamos en el Parque pueda acceder a un descuento para el horario de la tarde. (ON-1, Ushuaia).

En Puerto Deseado y Camarones, tomando en consideración las visitas que actualmente tiene y basándose en sus experiencias con los esporádicos arribos de cruceros, se considera que la congestión y la intensidad de uso ha sido manejado siempre satisfactoriamente. Hacen hincapié, sin embargo, en un dato no menor, la capacidad de respuesta de sus recursos no se verá afectada siempre y cuando el grupo de cruceristas sea bajo, en ocasiones manifiestan no mayor a 100 o 150 visitantes. Esto implica una organización y redistribución de los visitantes ante recalada de cruceros que propongan el arribo de un masivo número de pasajeros.

No. Yo diría que nunca, y menos si no haces desembarco. ¿Viste que, si haces desembarco, bueno, hay que ver la carga, pero si no haces desembarco? La verdad que no se me ocurre. Ahí la debilidad sería el desembarco. Como dijimos antes, hablamos de personas mayores, que, con ciertas dificultades de movilidad, entonces, es complicadito eso. Incluso, bueno, la caminata, dentro de la Isla también. (PTS-4, Puerto Deseado).

Tienen que planificarlo bien pero no es que se va a un solo lugar, está la pingüinera, pero hay otros sectores donde se puede ir a caminar o llegar con el colectivo y todo eso, entonces por ahí se puede descongestionar. No es como la mayoría de las áreas de Chubut que vas ahí, ves y te vas, acá vas ahí, pero tenés cuatro o cinco sectores que podés distribuir en una hora cada uno en un lugar. (ON-3, Camarones).

Camarones presenta además una situación particular, con la formación del Parque Interjurisdiccional Marino Costero (PIMC) se da inicio a una nueva forma de organizar y gestionar su principal sitio de visita, la pingüinera y las nuevas áreas que quieran incorporar como parte de la visita al PIMC. Hasta entonces la reserva provincial contaba con planes de manejo en desarrollo, pero su organización y gestión debe afrontar una nueva política de acción que combine los intereses y necesidades de todos los actores involucrados. Si bien, no manifiestan un malestar en relación a ellos, si se destaca, desde todas las partes, que aún hoy el trabajo realizado es incipiente.

Considerar la educación ambiental es el último ítem que se propone y en relación a ello las tres localidades expresan que trabajan continuamente en la concientización con la población local. Desde diferentes ámbitos y con distintas propuestas, tanto en Ushuaia como en Puerto Deseado y Camarones se proponen acciones concretas que permitan instaurar una conciencia social en relación a la preservación y conservación ambiental.

8.4 APORTES DEL CAPÍTULO A LA INVESTIGACIÓN

¿Qué mirada tienen los actores locales en relación al Turismo de Cruceros y su repercusión en los territorios?

El espacio, como expresa Santos (1972), se ve afectado por enormes disparidades geográficas e individuales que influyen su comportamiento, su estructura no puede ser modificada sin tener en cuenta todos los factores que intervienen en él. Solo entendiendo la relación que existe entre los distintos elementos que los componen será posible concretar la realidad (Santos, 1986). Esta postura expone que, al momento de abordar el desarrollo, posicionarlo como un proceso que refiere a un crecimiento

netamente económico, significaría darle una mirada fragmentada y sin considerar el accionar y magnitud de su concepto. Este implica considerar a la sociedad como un elemento clave del proceso. Actuar en base a este concepto involucra reconocerlo por su capacidad de mejorar las condiciones de la sociedad en la que se inserte (ILPES, 2012), pero también como un objetivo sujeto a intereses y necesidades.

Si bien cuando se habla de Turismo de Cruceros es imposible desprenderse de los factores exógenos que intervienen en su consolidación, para que efectivamente se pueda pensar en el mismo como un fenómeno capaz de generar desarrollo es necesario recurrir al interior de cada territorio. Esto significa adentrarse en su estructura económica y social, plantea González Arencibia (2006). Por ello, el posicionamiento de los actores que participan directa o indirectamente en la actividad permite comprender no solo la mirada que tienen en relación a esta actividad, sino y fundamentalmente, en que factores centran la atención y de qué manera se articulan sus acciones e intereses para que la misma se genere con miras a beneficiar a sus localidades.

El proceso de desarrollo posee un carácter complejo y sistémico y depende del accionar de un conjunto de dimensiones que se relacionen e interaccionen en forma coordinada. Esta característica se observa en el turismo, el cual se reconoce como un agente polifacético y con capacidad de transformación territorial. Desde la opinión de los actores se destaca como el mismo interviene sobre diversos factores territoriales, lo que permite reflejar la pluridimensionalidad que lo reviste. Esta realidad acuerda con el concepto de desarrollo asociado a su complejidad y magnitud, en donde se plantea que el mismo no puede ser solo local, así como no puede ser únicamente humano, sustentable o endógeno, la especificidad espacial implica considerarlo no como algo externo e independiente, sino como un proceso influenciado por la subjetividad y como tal construye realidades diferentes (Boisier, 2005; Boisier, 2010).

El turismo es sin duda un agente con capacidad de transformación y como tal requiere de un abordaje sistémico, sin embargo, para el posicionamiento de la actividad algunas aristas se manifiestan con más fuerza que otras. A pesar de la intensidad con la que se plantean cuestiones como la dimensión política o ambiental, es la vinculación entre ellas las que permitirá consolidar la práctica en un marco de desarrollo territorial. Esta realidad no se observa en el conjunto de clases generado por los entrevistados, destacándose que no se logra consolidar un abordaje sinérgico y complementario de la actividad.

En su convergencia visualiza que los vínculos de las representaciones sociales no expresan una articulación equilibrada en cada parte. Se reproduce un turismo que no toma como unidad de actuación el territorio sino, acciones parciales que intervienen, por lo tanto, parcialmente en él. Se aborda como un espacio fragmentando en vez de ser

propuesto como un sistema global en donde coexisten múltiples procesos que lo atraviesan en el tiempo y el espacio.

Si se tiene en cuenta que como expresa Santos (2000) las partes que forman la totalidad no bastan para explicarla, sino que es la totalidad la que explica las partes, es posible afirmar que, las acciones aisladas no alcanzan si se espera a partir de ellas la obtención de desarrollo. Como se planteó. para pensar el Turismo de Cruceros como una práctica capaz de generar desarrollo es necesario pensarlo en de un sistema complejo atravesado y relacionado con las diversas dimensiones que lo componen.

Es el territorio en su complejidad y completitud quien debe generar la capacidad endogeneizar y aprovechar los beneficios derivados del Turismo de Cruceros. Potenciar las características territoriales que lo distinguen y generar impactos positivos que lo posicionen como un espacio competitivo y con capacidad de desarrollo. Se trata de posicionar al espacio desde su significado de construcción social, considerando como sus prácticas sociales varían geográfica e históricamente (Sánchez, 1991 en: Madoery, 2016).

El movimiento de la totalidad debe entenderse desde dos momentos propone Santos (2000), uno es el integral que muestra a la totalidad como algo único y, el otro, es el diferencial que expresa las manifestaciones particulares de formas, función y valor que adquiere cada parte. De igual manera ocurre con el desarrollo el cual permite, por un lado, ser pensado como un concepto integral, y por el otro ser especificado el interior de cada territorio. Así, se destaca que en cada localidad la actividad interfiere y se vincula con su dinámica local de forma diferente, pero ello no implica que la sociedad local se posicione desde un rol pasivo ante la actividad.

Una serie de factores deben considerarse para que el proceso de desarrollo se consolide, no se trata solo de su presencia sino de la articulación que logren generar, cuanto más densa, inteligente y clara sea mayores serán las posibilidades de obtenerlo (Boisier, 1997). Hacia el interior de cada territorio se observan los factores que intervienen en el proceso de desarrollo. Asociado a los actores el concepto de capital social es tomado por Alvarez Sousa (2005) y hace hincapié en las relaciones entre personas y las redes de conexión que establecen. Se plantea esta matriz relacional como un elemento clave, pues de ella depende el sentido que adquirirá el territorio Boisier (1997).

Desde el Turismo de Cruceros su participación se ve reflejada en tres ejes que permiten plantear como deben articularse sociedad y actividad para que a través de la misma se generen repercusiones que favorezcan a la comunidad local. Cada territorio debe tener la capacidad de generar sus propios impulsos de desarrollo atendiendo a modificar de forma cualitativa, y no solo cuantitativa, el sistema en el que está inserto.

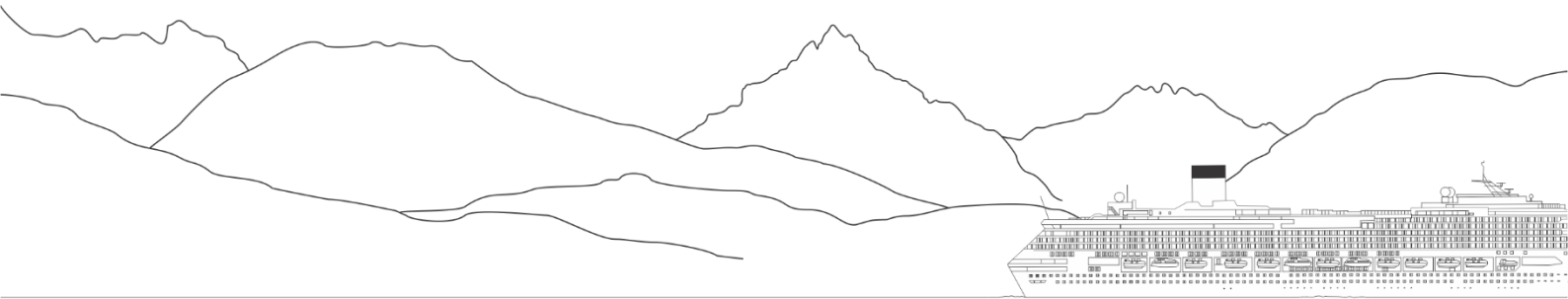
El desafío es conseguir establecer un proceso de desarrollo de los territorios insertos en un entorno competitivo, potenciando y fomentando la innovación y conocimiento en las empresas y la sociedad (Vázquez Barquero, 2005). Por ello resulta tan importante el vínculo que la comunidad local establezca con la actividad y las oportunidades que aproveche en relación a ella, como la generación de empleo o bien la formación de recursos humanos.

Sumado a lo anterior, el Estado y sus políticas es también un agente indispensable en la organización espacial. Como factor de desarrollo, Boisier (1997) considera que es necesario tener en cuenta la gestión que lleva a cabo, es decir, las formas de actuación del gobierno con el fin de estimular este proceso. Esto se relaciona con los proyectos que se proponen y su escala de intervención, no se trata de realizar grandes proyectos, sino más bien impulsarlos en las dimensiones apropiadas para cada territorio.

El desarrollo implica también considerar la perspectiva económica y como la dinámica local se vincula con ella. La sociedad debe autoorganizarse con el fin de producir bienes y servicios de la forma más eficiente, que le permita hacer aflorar una economía de red en el territorio, para contribuir a su desarrollo (Lévy, 2006). En este sentido, los beneficios que puede dejar la actividad se visualizan desde dos líneas las cuales no solo reflejan la participación del Turismo de Cruceros en la economía local, sino también en qué áreas deben seguir trabajando para evitar la fuga de rédito.

Por último, se destaca la importancia que reviste tener capacidad de manejo y organización de sus recursos naturales. Su presencia no asegura que el proceso de desarrollo se lleve a cabo, la dimensión relacional es fundamental asegura Madoery (2007). Por ello cuando los mismos son dispuestos desde el manejo y organización que la comunidad local realiza se observan las fortalezas y debilidades que poseen los territorios en relación a su capacidad de respuesta. Klein (2006) expresa que no hay que limitarse a los recursos propios del territorio, sino lograr una acción colectiva ascendente entre lo local y lo global, porque en el fondo lo que importa no es el origen de los recursos sino la dinámica social que permita movilizarlos en beneficio de la población local.

DISCUSIONES



Posicionar al turismo como una práctica social con connotación espacial implica entender al mismo como un producto resultado de la intervención de múltiples agentes individuales y colectivos, modelados por aspectos materiales, discursivos y perceptuales. Todo territorio esconde en su interior capacidades que le permitirían posicionarse en la práctica turística pero, como plantea Callizo Soneiro (1991), solo su presencia no significa que efectivamente lo concrete. Muchas variables y factores influyen en su posicionamiento, especialmente si se espera con la misma aportar al desarrollo territorial aprovechando las capacidades competitivas que posean las localidades.

En la presente tesis tres ejes sustentan la investigación a partir de los cuales se observa la complejidad de factores que intervienen en la construcción de un destino de cruceros competitivo:

- La opinión de los cruceristas sobre el interés de consumir una oferta diversificada.
- La situación que reviste a cada territorio para responder a una demanda dinámica y en constante crecimiento.
- El posicionamiento de la población local en relación al Turismo de Cruceros y sus posibilidades de desarrollo territorial.

Ushuaia como el destino consolidado y con experiencia en el tema se encuentra atravesado por una realidad territorial diferente a los casos de Puerto Deseado y Camarones quienes aún no se han incorporado al itinerario de cruceros. Se discute entonces qué situaciones debe enfrentar para mantenerse competitivo en el mercado de cruceros.

Los cruceristas aseguran que es un destino altamente valorado, que posee cualidades únicas dado por sus componentes materiales y simbólicos, sin embargo, hay una cuestión que es reiteradamente mencionada, el tiempo de estadía. Se reconoce la dificultad que significa para la localidad poder modificar un itinerario que se organiza y prevé exógenamente, pero se observa que este factor es un elemento recurrente en el pensamiento del crucerista, lo que permite manifestar la importancia que significaría para la localidad generar estrategias que permitan proponer la extensión del tiempo del buque en puerto.

La localidad cuenta con características territoriales que la insertan en el mercado de cruceros con una postura competitiva, los sitios de visita, así como también su equipamiento e infraestructura poseen las condiciones necesarias para responder a la demanda que actualmente tiene. Sin embargo, reconociendo el dinamismo que atraviesa esta actividad, así como la intensa competencia a la que se ve sometida ponen en foco la importancia de desarrollar y ejecutar acciones concretas que le permitan al destino continuar en el mercado. Algunos problemas fueron mencionados

oportunamente, dando cuenta de la necesidad de evitar caer en una oferta con capacidad de respuesta, pero sin estrategias de crecimiento y mejoramiento.

En base a una demanda que ya anunció el crecimiento en cantidad y tamaño del buque, y en número de pasajeros para la próxima temporada, los actores locales plantean como acciones prioritarias la diversificación de los sitios de visita y el mejoramiento y actualización de la infraestructura portuaria principalmente. Estas, sin embargo, no puede darse espontáneamente requieren de proyectos y planes que lo prevean. Por ello, de la mano de esta situación se destaca el posicionamiento que se tiene en relación a la actividad y cuáles son los factores que más peso tienen en el desarrollo de la misma.

Hay una representatividad lógica de los componentes territoriales que intervienen en la concreción del Turismo de Cruceros expresada a través de la conformación de “clases”, sin embargo, se destaca que los mismos no logran complementarse en su totalidad, las acciones aisladas son advertidas incluso por los propios actores. Si se tiene en cuenta la afirmación que sostiene Santos (2000) en donde se asegura que las partes que forman la totalidad no bastan para explicarla, sino que es la totalidad la que explica las partes, es posible afirmar que, las acciones aisladas no alcanzan si se espera a partir de ellas la obtención de desarrollo, lo que implica reconsiderar la forma en la que éstas se ejecutan. Se trata de potenciar las características territoriales que lo distinguen y generar impactos positivos que lo posicionen como un espacio competitivo y con capacidad de desarrollo.

El sentido en el cual se logren las articulaciones influirá en las repercusiones territoriales del Turismo de Cruceros. Reconocido como una práctica que poco le deja a la población local, el mismo puede repensarse y reposicionarse como elemento de desarrollo si se tienen en cuenta las diversas dimensiones que lo atraviesan, pero, además cómo las mismas permiten la participación activa de sus actores en el territorio. En este sentido se destaca que, si bien es necesario continuar trabajando en pos de visualizar los efectos positivos que puede dejar en la localidad, se reconoce el aporte que ésta genera en relación a la creación de empleo, la formación de recursos humanos y en la obtención de mayores ingresos económicos a través del uso de los servicios portuarios, marítimos y turísticos. Se hace mención además a la cuestión ambiental y se reconoce que corresponde a un tema complejo que requiere de la participación de múltiples agentes, pero también se asegura que existen propuestas concretas y planes que prevén la continuidad de la actividad sin repercutir negativamente sobre el ambiente.

Puerto Deseado y Camarones, son propuestos como potenciales localidades que pueden incorporarse al Turismo de Cruceros y si bien las mismas comparten similitudes

en relación a la mirada del crucerista, al interior de cada territorio manifiestan realidades diferentes. Su posición geográfica en relación a la ruta que realizan los cruceros pendulares se considera una ventaja comparativa, al coincidir espacialmente con el recorrido que estos realizan. A ellos se suman sus características físicas donde la diversidad y variedad de recursos escasamente modificados permiten considerarlos como una clara expresión de la Patagonia prístina. Este factor es altamente valorado por los cruceristas quienes expresan el alto grado de interés por conocer otros puertos de la región, así como también los atractivos que ellos poseen.

Además del interés por conocer a los destinos, otros componentes influyen en la potencialidad de las localidades como puerto de cruceros. Las actividades que los puertos tienen para ofrecer son otro de los puntos importantes desde la opinión de los cruceristas, quienes esperan disfrutar del contacto directo de los atractivos, pero sin que ello implique un esfuerzo físico. También se valoran los servicios con los que cuentan las localidades y se destaca que son aquellos que aseguran la concreción de la visita los que mayor valoración presentan.

Estas características de la demanda conllevan pensar en qué situación se encuentra cada puerto para poder responder a este mercado y es allí donde comienzan a visualizarse las diferencias que revisten a ambos casos. Puerto Deseado presenta componentes territoriales competitivos que podrían posicionarlo en el Turismo de Cruceros. Tanto los sitios de visita que tiene para ofrecer, como el equipamiento e infraestructura local, cuentan con particularidades que pueden influir positivamente en el desarrollo de la actividad. En cuanto a sus atractivos turísticos no solo han sido muy bien valorados por los potenciales visitantes, además, se destacan en algunos casos por su singularidad posicionándose como un elemento estratégico del territorio en caso de que la actividad se instaure.

Así mismo su historia portuaria atravesada fuertemente por la actividad pesquera le ha permitido desarrollar un conjunto de infraestructura y servicios portuarios y marítimos que pueden ser aprovechados para el Turismo de Cruceros. La correspondiente a la esfera turística es más escasa y limitante pero aun así cuenta con una variedad suficiente para responder a las necesidades de un moderado grupo de cruceristas, gracias a la leve experiencia que han adquirido a partir de las recaladas esporádicas que se dieron en diferentes temporadas.

En este sentido, su principal limitación no se asocia tanto a los componentes territoriales que poseen, sino más bien al posicionamiento que tienen los actores locales en relación a la actividad y a su falta de acuerdo e interacción sobre los beneficios que la misma podría dejar. En Puerto Deseado se observan claramente dos discursos que refieren a las representaciones sociales que se tiene en relación al Turismo de Cruceros.

Por un lado, quienes manifiestan que no quieren que haya competencia con la actividad pesquera que es la que sustenta a la localidad. Reconocen que sería interesante diversificar la actividad, pero argumentan una posible incompatibilidad de actividades si las mismas fueran operativas en los mismos meses. Por el otro lado, se observa un discurso completamente diferente, los que plantean que el turismo y particularmente el de cruceros es una alternativa que la localidad debe considerar como estrategia para incentivar su desarrollo.

La discrepancia en los discursos se manifiesta claramente en la conformación de clases que refieren al posicionamiento que tienen los actores sobre la actividad y así, se observa cómo a pesar de reconocerse la multiplicidad de factores que intervienen en su desarrollo, no hay un plan que vincule los intereses y necesidades de cada grupo social. Si no hay sinergia en cuanto a las acciones que se deben generar, difícilmente pueda proponerse al Turismo de Cruceros como un factor de desarrollo, pues como expresa Boisier (2003) cuando se plantea un sistema productivo, se debe proponer valorizando y haciendo un profundo análisis sobre sus factores, cuáles de ellos revisten de ventaja y cuáles requieren mayor trabajo. Las acciones fragmentadas dan como resultado repercusiones territoriales que no se encauzan hacia un mismo fin, son absorbidas por el territorio, pero no logran ser aprovechadas al máximo dando como resultado un parcial desarrollo, que se mantendrá así en tanto y cuanto los actores que intervienen en la toma de decisiones no logren aunar fuerzas e interés en pos de mejorar el posicionamiento de su territorio para consolidar el Turismo de Cruceros.

Por último, Camarones, acarrea consigo un conjunto de limitaciones que se plasman en el territorio y en el discurso de sus actores, dificultando la posibilidad de proponer al Turismo de Cruceros como una estrategia para incentivar el desarrollo de la localidad. Desde sus sitios de visita, al igual que Puerto Deseado se destaca que sus atractivos revisten de valoración para los cruceristas, si bien posee un número considerablemente menor de propuestas, las mismas no solo se posicionarían a partir de sus características *per se*, sino que además en algunos casos estarían acompañados por un conjunto de particularidades que los ubicaría estratégicamente en el Turismo de Cruceros. Sin embargo, no es suficiente contar con atractivos de interés, Berumen (2006b) explica que para poder ser competitivos los territorios deben buscar estrategias que le permitan diferenciarse, pues así serán capaces de enfrentarse a las fuerzas que intervienen en el sistema productivo.

Camarones no ha logrado una participación activa de sus actores en las esporádicas recaladas que han realizado los cruceros. Una escasa presencia de equipamiento e infraestructura en todas las áreas relevadas conlleva que, ante la posible demanda derivada de la actividad de cruceros, sea necesario la intervención y participación de las

localidades aledañas de mayor tamaño. Esta situación es reconocida y manifestada por todos los actores, si bien reconocen que sería positivo para su crecimiento, desarrollo y consolidación regional, en la actualidad no cuentan con las herramientas necesarias para posicionarse en la actividad.

No solo la falta de una oferta turística reviste la realidad territorial de la localidad, la ausencia de acciones concretas que permitan fortalecer al territorio también se observa. El posicionamiento de los actores en relación a la actividad es positivo, destacando que si ello se lograra le permitiría a Camarones diversificar su principal actividad y además abriría las puertas a nuevas posibilidades de crecimiento. Sin embargo, el área pública no se siente acompañada ni respaldada para hacer frente a las exigencias que implicaría un desarrollo turístico y los actores privados aseguran que la localidad no está en el centro de atención de los planes políticos a nivel provincial.

En todos los casos se manifiesta que la localidad no tiene las herramientas necesarias para responder por sí sola lo que se traduce a un vacío de acciones y estancamiento local. Este contexto influye fuertemente en las posibilidades de desarrollo de la localidad, especialmente porque las repercusiones territoriales que de la actividad puedan derivarse retribuirán no a Camarones, sino a aquellas localidades mayores que ven en el destino la oportunidad de obtener un rédito ante su escasa posibilidad de respuesta. Sin demasiadas restricciones, los agentes exógenos intervienen sobre el territorio y así, los recursos humanos, las rentas, las posibilidades de empleo y la participación local se ve frenada y atravesada por la intervención de agentes externos que derivan los beneficios y posibilidades de desarrollo a sus localidades. En manos de Camarones solo queda la cuestión ambiental que, si bien hasta ahora se ha sorteado sin dificultades, se reconoce que en caso de instalar una actividad como la de cruceros un plan de manejo e intervención activa y directa de todos los actores que intervienen en la práctica será fundamental.

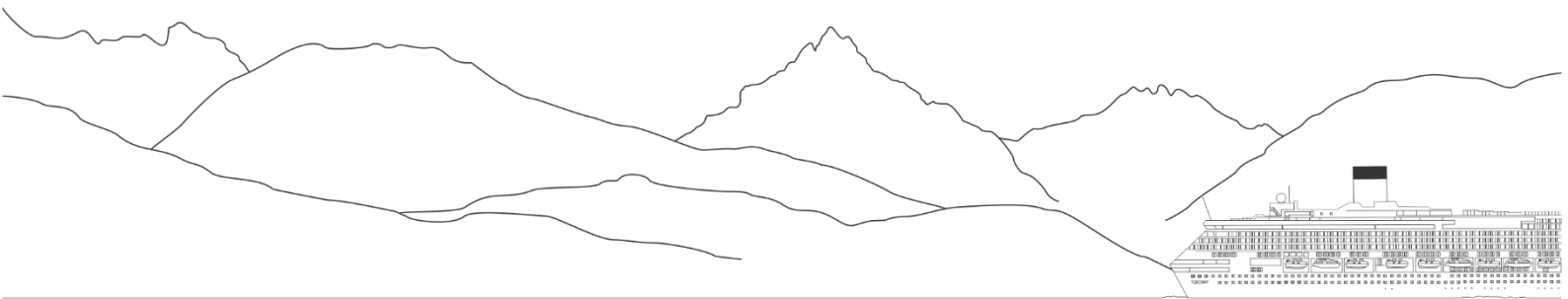
Los resultados generados explicitan que la producción turística responde a un proceso de valoración, transformación y re-funcionalización del territorio que se va definiendo en relación a los intereses y acciones de los actores involucrados y así permite atender al Turismo de Cruceros a partir de tres grandes temas. Desde los cruceristas se destaca que, en su recorrido por el sur de Sudamérica, les interesaría aprovechar con mayor profundidad su estadía en Ushuaia y, además, tener la posibilidad de conocer otros puertos de la Patagonia que actualmente no están incluidos como sitios regulares de la visita. Se reconoce así el rol que tiene la región como marca turística a nivel mundial, la cual ofrece la oportunidad de que el visitante pueda encontrarse con experiencias diferentes propiciando la valoración de lo auténtico.

La intencionalidad de la visita no alcanza para consolidar los destinos, se requiere además una serie de componentes territoriales que permitan su concreción de forma eficiente y eficaz. Entender a la competitividad de los mismos a partir de las capacidades que poseen para facilitar que las actividades económicas que se desarrollen sean en pos del beneficio local (González y Mendieta, 2009). En este sentido, los sitios de visita que ofrecen y su equipamiento e infraestructura, son propuestos como factores fundamentales para entender el posicionamiento de las localidades, porque revelan las competencias con las que cuentan para responder a un mercado dinámico y en constante crecimiento. Las tres ciudades manifiestan que estas características territoriales que las posiciona positivamente en el Turismo de Cruceros, pero también, expresan realidades y limitaciones diferentes en función de sus particularidades.

A las competencias territoriales se les suma el posicionamiento de los actores que intervienen directa o indirectamente en la práctica turística como componentes fundamentales para potenciar, afianzar y aprovechar las posibilidades de desarrollo derivadas del Turismo de Cruceros. Desde este análisis se destaca que, para la construcción y consolidación de un destino, algunos factores son mencionados con mayor fuerza que otros y, sobre todo, que los mismos no se proponen desde una propuesta sinérgica, sino que, actúan como acciones aisladas. Esto interviene en el sentido en que las repercusiones son internalizadas, si bien se reconoce en varias oportunidades que es necesario romper con el pensamiento de que el Turismo de Cruceros solo deja ganancia a agentes que son ajenos al territorio, la falta de una organización y complementación del mismo dificulta que los beneficios se manifiesten claramente.

Desde una mirada general se destaca que tanto Ushuaia como Puerto Deseado y Camarones cuentan con factores materiales y simbólicos que permitirían el desarrollo del Turismo de Cruceros a través de sus capacidades competitivas. Sin embargo, como explica Cammarata (2006) la producción turística es resultado de diferentes formas de apropiación del territorio, donde las dimensiones materiales y subjetivas los crean, transforman y valorizan diferencialmente. Es cada territorio en su complejidad y completitud quien debe generar las capacidades de endogeneizar y aprovechar los beneficios que el Turismo de Cruceros puede generar, por ello resulta interesante diferenciar las realidades que reviste a cada una de las localidades para posicionarse como territorios competitivos en el Turismo de Cruceros.

CONCLUSIONES



A través de la presente investigación se han estudiado las localidades Ushuaia, Puerto Deseado y Camarones como territorios con característica de interés para el Turismo de Cruceros. A partir del análisis de su competitividad como ciudades puerto se indagó sobre las posibilidades de desarrollo territorial desde tres perspectivas: la mirada de los cruceristas; las capacidades competitivas de los territorios y la opinión de los actores claves en relación a su posicionamiento sobre el desarrollo de la actividad y las repercusiones que ésta puede dejar.

Los objetivos propuestos fueron respaldados por el paradigma humanista, se consideró que todo acto realizado posee una intencionalidad propia y como tal existen múltiples realidades que intervienen y construyen la problemática. Por ello, para abordar la investigación se seleccionó la combinación de técnicas cuantitativas y cualitativas, permitiendo la complementación de resultados de diferente índole y logrando una investigación que aborda la problemática desde una propuesta holística, pero también precisa a sus objetivos. Esto permitió una descripción ideográfica en profundidad donde los objetos estudiados quedaron claramente individualizados. Sumado a ello, la investigación de carácter exploratoria – descriptiva permitió, explorar sobre un tema poco estudiado especificando la problemática, detallando sus propiedades relevantes y sometiéndolas a su análisis.

Para su desarrollo se propuso un aporte teórico que aborde y vinculen los ejes que guiaron la investigación. En este sentido, en primer lugar, se presentó una aproximación al concepto de espacio geográfico para luego construir su vínculo con el turismo, considerando, al mismo, como una práctica social de característica espacial con gran capacidad de transformación territorial. Esto permitió posicionar a los lugares turísticos como resultado de un proceso de valoración, transformación y re-funcionalización del espacio a partir de una práctica social específica que dará paso a una serie de actividades económicas.

El Turismo de Cruceros desde su dinámica y movilidad territorial fue planteado también en el marco teórico que estructura la tesis y permitió poner en juego las oportunidades y particularidades de cada territorio para posicionarse en la actividad. Desde esta mirada, se propuso como un factor generador de oportunidades para el desarrollo de los territorios, reconociendo el contexto de fuerte competitividad e intensa concentración empresarial que lo caracteriza. En este sentido, no todos los territorios se incorporarán por igual, para el presente caso de estudio se identificaron las características que revisten a Ushuaia, Puerto Deseado y Camarones.

Se consideró la competitividad de cada territorio en relación a las capacidades que tienen para, a través de sus sistemas productivos locales y sus posibilidades de producción, favorecer la calidad de vida de su población. Por ello, no alcanzó con solo

posicionarlos como un destino de interés, sino que la importancia radicó en entender cómo se relacionan y se ponen en marcha las fortalezas territoriales que posee cada localidad, explicando los factores por los cuales se diferencian y las estrategias que deben desarrollar para ser capaces de enfrentarse a las fuerzas que intervienen en el sistema productivo.

Desde esta mirada se pensó el concepto en estrecha relación con el desarrollo, posicionándolo como el último eje teórico. Al considerar las oportunidades que la dinámica externa plantea para favorecer, fortalecer y valorizar los recursos endógenos de un territorio; competitividad y desarrollo se abordaron como una construcción social que concentra la atención no sólo en los factores físicos y sociales sino también desde la relación que entre ellos se genera. En este sentido, el proceso de desarrollo se abordó a través de su carácter sistémico y complejo, donde depende del accionar de un conjunto de dimensiones que se relacionen e interaccionan en forma coordinada.

Si bien competitividad y desarrollo se abordan desde las capacidades endógenas de cada territorio, al postular el turismo como una construcción social en el cual interviene y responde a los intereses de diversos agentes y actores, los cruceristas como ese grupo social extraño y externo al territorio influyen en la consecución de los destinos manifestando su impacto de múltiples maneras. Su opinión en relación a la experiencia en Ushuaia permitió reconocer el rol de la localidad en la ruta de cruceros pendulares, caracterizando las dimensiones materiales y subjetivas que intervienen en el territorio desde la mirada del visitante y entendiendo qué valoraciones la revisten y potencian como destino de cruceros, pero así también qué aspectos deben considerarse desde la localidad para que se aprovechen al máximo sus capacidades territoriales. En este sentido, las motivaciones asociadas a recorrer el sur de Sudamérica y la Patagonia, así como conocer sus paisajes, posicionaron positivamente a Ushuaia como parte del itinerario de cruceros.

Esta valorización fue respaldada por la percepción que se tiene sobre la localidad donde la imagen percibida, relacionada con la belleza del paisaje, la sensación de un destino agradable y un lugar seguro y único en el itinerario son factores que conformaron los juicios de valor o preferencias de los propios visitantes enriqueciendo la potencialidad de la localidad. Así también ocurrió con la satisfacción alcanzada en su visita demostrando el interés que reviste visitar el destino en el recorrido que realiza el buque. De esta última variable se destacó, sin embargo, que el limitante tiempo influyó en el grado de satisfacción alcanzado en algunos casos, demostrando que es un ítem aún latente en el comportamiento de la localidad como destino de cruceros.

Así como Ushuaia se abordó desde las opiniones que tienen los cruceristas para destacar aquellos puntos que revisten de potencial en relación a su rol como puerto de

cruceros, Puerto Deseado y Camarones se analizaron desde la potencialidad para incluirse en este mercado. A la ya mencionada motivación por recorrer el Sur de Sudamérica y la Patagonia, se le sumó el interés por conocer y visitar otros puertos durante su itinerario, permitiendo considerar que ambas localidades como nuevas propuestas para conformar la oferta de destinos. Además, se observó que en el conjunto de atractivos que caracterizan a los puertos patagónicos fueron positivamente calificados aquellos que pueden ser ofrecidos por las localidades propuestas, aportando a su potencialidad como destinos de cruceros.

Las actividades y servicios requeridos también reflejaron la posible activación de esta práctica turística. A partir de su análisis se definió cuáles son los que revisten de mayor interés para ser consumidos observándose que para el caso de las actividades, aquellas que no demanden esfuerzo físico y que permitan el contacto con la naturaleza fueron las mejores posicionadas. Mientras que, para los servicios la variedad de excursiones y la accesibilidad a los atractivos fueron los más destacados.

La opinión de los cruceristas fue complementada con un análisis de las capacidades territoriales de las tres áreas de estudio propuestas, centrando la atención en los atractivos que son ofertados y el equipamiento e infraestructura que poseen. A través de ellas se expresaron las posibilidades de competir en el mercado de cruceros desde estrategias locales que le permitan diferenciarse. Desde este marco, las características que revisten a los sitios de visitas de Ushuaia, Puerto Deseado y Camarones se plantearon como elementos que influyen positivamente en el Turismo de Cruceros al conformarse de componente que fueron altamente valorados por los cruceristas. Puerto Deseado y Camarones, particularmente, manifestaron entre sus propuestas opciones que se definen por su singularidad favoreciendo la atractividad y posicionando a las localidades como espacios con condiciones territoriales de interés únicas.

La aptitud asociada a las posibilidades de visita también se propuso como parte de las oportunidades competitivas de los territorios, planteando las condiciones que poseen para insertarse en el mercado. A partir de ella se plasmaron las posibilidades de concretar el recorrido y visita de los atractivos propuestos y si bien se observó como en la mayoría de los casos esta se adecua a la demanda del Turismo de Cruceros, hacia el interior de cada localidad se detallaron los factores que aún se deben trabajar. En Ushuaia, la diversificación de oferta de excursiones regulares que permita ampliar la propuesta que actualmente se desarrolla se planteó como un aspecto fundamental, para que la localidad se adecue y se mantenga competitiva a la dinámica del mercado de cruceros. Se manifestó cómo a pesar de contar con el servicio y equipamiento necesario para que la visita se concrete, no hay una oferta constante que agilice la posición de los sitios concentrándose las actividades en los atractivos clásicos sin lograr consolidar las

otras propuestas. En Camarones, asociada a su falta de desarrollo general y desde el turismo en particular, se destacó cómo para responder a la demanda siempre han intervenido localidades aledañas, generando una disputa en relación a dónde quedan los beneficios que la actividad genera. Esta situación se observó en toda su oferta turística.

Se analizó también la accesibilidad de los sitios de visita, considerando que cualquier característica susceptible de ser apropiada por el territorio puede diferenciarlo y posicionarlo competitivamente. En las tres localidades se puso en discusión como factor competitivo y a partir de ello se observó que, si bien todas ellas cuentan con estrategias para asegurar que el recorrido se realice, es necesario trabajar en relación a dónde se derivan los beneficios. Ushuaia y Puerto Deseado, reflejaron la mejor situación, ya que son las empresas locales quienes absorben esta responsabilidad, pero para el caso de Camarones, especialmente, muchas veces se recurre a empresas exógenas a su territorio.

Así como los sitios de visita se propusieron como parte de los componentes competitivos que revisten a los puertos, también lo fueron la prestación de servicios y equipamiento turístico y portuario, como factores que influyen para que los mismos se inserten en el mercado. A partir de este análisis, Ushuaia se posicionó como la localidad que mejor y mayores herramientas posee para responder al Turismo de Cruceros, si bien debe trabajar para continuar respondiendo a una demanda cada vez más exigente, hasta el momento asegura que ha podido hacer frente a los diferentes desafíos que le presenta la actividad. Lo mismo ocurre con los servicios portuarios, pero no así con su equipamiento en donde se destacó que resulta inminente avanzar con obras de infraestructura para responder a un crecimiento de la actividad que ya está asegurado.

Puerto Deseado y Camarones reflejaron que estas características requieren mucho trabajo por delante, donde a la falta de equipamiento para el desarrollo de la actividad se le suma la ausencia de estrategias que permitan adecuarse a la demanda de cruceros. Puerto Deseado, sin embargo, manifestó que ha respondido satisfactoriamente a las demandas esporádicas de cruceros que han tenido, expresando que con mayor inversión y proyección la actividad podría consolidarse. Camarones, en cambio, reflejó la situación más desfavorable al no contar aún con las condiciones necesarias para responder por cuenta propia al arribo de cruceros. Tanto servicios como equipamientos turísticos y portuarios no tienen el desarrollo suficiente para asegurar la concreción de la actividad, debiendo contar con la participación de localidades aledañas para abastecer a las demandas esporádicas.

En las ciudades puerto analizadas se destacaron, entonces, características que los reviste de fortalezas para posicionarse como territorios competitivos, pero también se

plantearon debilidades que deben trabajarse para que las mismas se transformen en un sentido positivo. Para ello, considerar a la sociedad local, fue en esta tesis un elemento clave. Si bien cuando se habla de Turismo de Cruceros el factor exógeno impera, para que efectivamente se pueda proponer como un fenómeno capaz de generar desarrollo es necesario recurrir al interior de cada territorio, en su más amplio sentido.

En el posicionamiento que los actores tienen en relación a la actividad se identificó al turismo como una práctica que intervienen en el territorio a través de múltiples dimensiones, pero también se destacó que algunas aristas se arraigan con más fuerza que otras. Los factores políticos, ambientales, sociales y económicos se observaron cómo componentes que caracterizan a la actividad, sin embargo, no es sólo el peso que tiene cada dimensión sino, y fundamentalmente, como se vinculan. Esta característica no se plasmó en el conjunto de clases que se generaron para describir el rol del turismo en los territorios propuestos. Las representaciones sociales asociadas a la actividad expresaron que la articulación entre las dimensiones territoriales no se produce desde un sentido coordinado, dando paso a un abordaje fragmentado y asegurando que hoy el turismo no toma como unidad de actuación el territorio sino, acciones parciales que actúan, por lo tanto, parcialmente en él.

Asociado a los factores que intervienen en el proceso de desarrollo se propusieron los indicadores que permitan indagar sobre las repercusiones territoriales que esta actividad genera. Los tres ejes resultantes expresaron la importancia que tienen las dimensiones socio-políticas, económicas y ambientales en el entendimiento del Turismo de Cruceros como actividad con posibilidad de generar desarrollo y visualizaron cómo se manifiestan cada una de ellas en los territorios analizados.

El primero asociado a la comunidad local y la relación que establece con la actividad, planteó la importancia de ser capaces de aprovechar las oportunidades que el Turismo de Cruceros puede generar, obteniendo tres categorías que pueden aportar a la comprensión en el vínculo entre la sociedad local y la actividad turística: sentido turístico; beneficios sociales y actitudes comunitarias. El segundo correspondiente a la perspectiva económica centró la atención en los ingresos que la actividad puede dejar, distinguiéndose en marítimos, portuarios y turísticos. El último abordó la cuestión ambiental, especificado en la capacidad de manejo y organización de sus recursos y en la educación ambiental. El análisis propuesto a través de estas categorías permitió conocer cualitativamente las repercusiones que el Turismo de Cruceros puede dejar en los territorios, demostrando que cuanto mayor sea la articulación entre las dimensiones que lo atraviesan mejores serán los beneficios obtenidos.

Los resultados obtenidos permitieron cumplimentar los objetivos propuestos y así dar a conocer y analizar las posibilidades de desarrollo territorial de las localidades Ushuaia,

Puerto Deseado y Camarones a partir de su competitividad como ciudades puerto del Turismo de Cruceros. El abordaje propuesto permitió la corroboración de las hipótesis planteadas al inicio de la investigación y en este sentido se destaca:

Hipótesis 1:

Las ciudades puerto de Ushuaia, Puerto Deseado y Camarones disponen de recursos con alto valor ecológico y simbólico con capacidad de atracción para el segmento de Turismo de Cruceros.

Se corrobora. Al considerar al crucerista como un componente fundamental en la concreción de la actividad, sus deseos, valoraciones e intenciones se posicionan como factores claves para el desarrollo del Turismo de Cruceros. Los resultados obtenidos demostraron la valoración e interés que despiertan las tres localidades puerto para atraer a este segmento, en relación a su posición geográfica pero también por el conjunto de componentes materiales y simbólicos que los caracteriza.

Hipótesis 2:

Las localidades presentan condiciones favorables, en tanto destinos especializados en este segmento de la demanda turística, dado por las ventajas comparativas vinculadas a su localización en la ruta de cruceros y por las ventajas competitivas que poseen.

Se corrobora parcialmente. A partir del relevamiento y análisis de las características territoriales que poseen las localidades se reflejó como las mismas disponen de un conjunto de elementos que las posiciona como territorios estratégicos para el Turismo de Cruceros. Tanto su ubicación en la ruta de cruceros ya establecida por los agentes turísticos, como así también sus particularidades asociada a sus atractivos, servicios e equipamiento permitieron entender su capacidad de respuesta ante el crecimiento o consolidación de esta actividad. A pesar de dar cumplimiento a las condiciones que favorecen al Turismo de Cruceros, no se debe olvidar que al interior de cada localidad se reflejan realidades diferentes, siendo necesario en todos los casos, pero en distinta perspectiva y profundidad, continuar construyendo e invirtiendo en pos de mantener y/o mejorar la competitividad territorial.

Hipótesis 3:

El Turismo de cruceros contribuye significativamente con el desarrollo territorial de las áreas litorales consolidadas, como es el caso de Ushuaia y genera expectativas en los diferentes actores territoriales sobre los aportes de este segmento de la demanda en el crecimiento del destino turístico.

Se corrobora parcialmente. Desde el posicionamiento de los actores como así también en relación al análisis cualitativo de las repercusiones territoriales que el Turismo de Cruceros genera en el territorio, se identificó como una práctica exógenamente determinada que puede ser apropiada y aprovechada por los territorios en beneficio propio. Sin embargo, al ser el desarrollo un proceso que se manifiesta diferencialmente al interior de cada territorio, se entiende que cada uno presenta realidades distintas en relación a su capacidad de coordinación y articulación de las dimensiones que la atraviesan y a partir de ello, en cada caso se visualizaron aspectos que deben trabajarse para fortalecer este proceso.

Hipótesis 4:

La articulación de localidades del litoral atlántico patagónico y de la margen norte del Canal Beagle conforman una región de cruceros, complementándose a partir de su oferta turística, generando una oportunidad para la competitividad regional.

Se corrobora. El estudio de las tres localidades demostró que, si bien cada una de ellas se caracteriza por presentar realidades territoriales diferentes, en su conjunto pueden ofrecer una oferta complementada que permita enriquecer el recorrido y la visita por la Patagonia. Cada territorio posee elementos que le permiten insertarse estratégicamente en el mercado, pero es en estas particularidades que se fortalecen las posibilidades de articulación como región.

A razón de lo planteado y con la intención de aportar al enriquecimiento de la problemática, como así también a futuros estudios se esbozan algunas recomendaciones que se especifican al interior de cada territorio:

- *Ushuaia*

- Reconocer sobre qué factores localizan los cruceristas su atención para determinar su experiencia en la localidad demuestra que el tiempo de estadía es un limitante. Los responsables de gestionar la actividad, podrían aprovechar la intencionalidad de los cruceristas de permanecer más tiempo a través de planes y

acciones que tengan por objetivo incentivar la extensión de la estadía del buque en el puerto. En algunos puertos propuestas como, precios competitivos o bonificaciones asociadas a la cantidad de horas que se encuentra en recalada el buque han revertido positivamente esta realidad.

- Entender la dinámica que caracteriza al Turismo de Cruceros refleja la importancia de contar constantemente con propuestas que permitan mantener a la localidad en el mercado. La diversificación de su actual oferta, asociada principalmente a los sitios de visita, permitiría responder a una demanda de cruceros cada vez más exigente y diversificada. Las propuestas expresadas por los entrevistados se han planteado como exitosas en algunos casos demostrando la potencialidad que reviste este factor en el Turismo de Cruceros.

- La funcionalización del espacio con base en el uso turístico implica escuchar aquellas advertencias que son planteadas por los actores locales que forman parte de la actividad. Generar acciones que respalden el crecimiento y fortalecimiento en términos de infraestructura y equipamiento permitiría una articulación entre las necesidades locales y el escenario global.

- Abordar el turismo a través de un trabajo concertado entre todos sus agentes, permitiría posicionar en el mismo marco los intereses y necesidades que cada uno de ellos presenta. Actuar con planes y proyectos que focalicen en un objetivo común y totalizador.

- *Puerto Deseado y Camarones*

- Reconocer las intenciones de los cruceristas en relación a visitar otros puertos de la Patagonia les otorga a las localidades la posibilidad de aprovechar sus componentes territoriales para insertarse en el mercado de cruceros. Políticas públicas concentradas en la promoción y consolidación de los destinos podrían beneficiar su posicionamiento en el mercado global.

- La potencialidad que demostraron sus recursos territoriales para el desarrollo del Turismo de Cruceros, manifiesta la necesidad de invertir y mejorar las obras de infraestructura turísticas y portuarias, para fortalecer su capacidad de respuesta. Como así también trabajar en las habilitaciones portuarias que se deben cumplir para posicionarse en el mercado global, tal como es el caso del código internacional para la protección de buques e instalaciones portuarias.

- La intensa intervención de actores exógenos en los territorios, especialmente en Camarones, conlleva la necesidad de generar programas de formación y capacitación de recursos humanos que beneficie a los profesionales locales. Así como también

establecer regulaciones que aseguren la participación e intervención activa de sus actores.

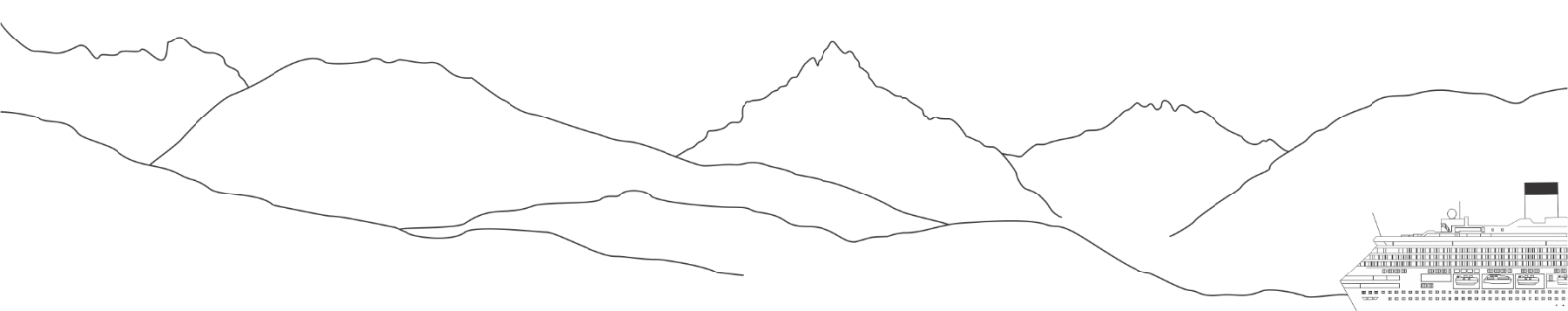
- La escasa vinculación de los actores para definir las mejores alternativas que posicionen a las localidades en el Turismo de Cruceros demuestra la necesidad de trabajar con políticas que incentiven el sentido turístico. En Puerto Deseado, particularmente, destacar la complementariedad que puede generarse entre su principal actividad y la turística.

Como cierre, a los criterios de la doctoranda, resulta interesante destacar que se entiende a la investigación como un proceso constante, donde a medida que se avanza y se resuelven los interrogantes que la persiguen, nuevas preguntas y problemas se desglosan. Esta tesis ha logrado cumplir sus objetivos, pero sería inoportuno que por ello se considere como un tema resuelto y acabado, de ella se desprenden nuevas preguntas que despiertan la atención para continuar develando la potencialidad que reviste al Turismo de Cruceros en términos de desarrollo territorial. Por ello, se espera que estos resultados no solo se conviertan en un documento de consulta, base y reflexión del tema sino, además, y fundamentalmente, que actúe como un disparador para que nuevos objetivos y propuestas se lleven a cabo. Pues, como dice el escritor Lewis Carroll

“Es un tipo de memoria muy pobre la que solo funciona hacia atrás”

Lewis Carroll

BIBLIOGRAFÍA



- Administración de Parques Nacionales. Parque Nacional de Tierra del Fuego. *Plan de manejo. Parque Nacional de Tierra del Fuego*. (2007). Ushuaia.
- Albuquerque, F. (1994). La necesidad de una estrategia de desarrollo alternativa al neoliberalismo. *América Latina Hoy: Revista de Ciencias Sociales*, 7, 31–38.
- Albuquerque, F. (2007). Teoría y práctica del enfoque del desarrollo local. *OIDLES*, 1(0).
- Alcerreca Molina, L. y Salazar Estrada, A. (2014). Turismo de cruceros, propuesta para la diferenciación de la oferta turística en Puerto Porgreso, Yucatán por medio de la puesta en valor de la identidad cultural de la comunidad receptora, en beneficio de la misma. En *Congreso de Investigación Turística Aplicada*, México.
- Almirón, A. V., Bertoncetto, R. y Troncoso, C. A. (2006). Turismo, patrimonio y territorio. Una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina. *Estudios y Perspectiva En Turismo*, 15, 101–124.
- Almirón, A. V. (2004). Turismo y espacio. Aportes para otra geografía del turismo. *GEOUSP. Espacio e Tempo*, (16), 166–180.
- Alvarez Sousa, A. (2005). La contribución del turismo al desarrollo integral de las sociedades receptoras . Aspectos teórico-metodológicos. *Política y Sociedad*, 42 (1), 57–84.
- Ander Egg, E. (1995). Metodología, método y técnica. El método científico. El abordaje científico de la realidad. En: *Técnicas de investigación social* (pp. 37–54). Buenos Aires: LUMEN.
- Andriotis, K. y George, A. (2010). Cruise Visitors ' Experience in a Mediterranean port of call. *International Journal of Tourism Research*, (12), 390–404.
- Argentina, Tierra del Fuego Antártida e Islas del Atlántico Sur, InFueTur. (2010). *Plan Estratégico de Turismo Sustentable (PETS) de la Provincia de Tierra del Fuego*.
- Argentina, Tierra del Fuego Antártida e Islas del Atlántico Sur, InFueTur. (2015). *Informe de Cruceros Turísticos*. (Puerto de Ushuaia. Año 2014 y temporada 2014/2015. Instituto Fueguino de Turismo) Tierra del Fuego.
- Argentina, Tierra del Fuego Antártida e Islas del Atlántico Sur, InFueTur. (2016). *Informe de Cruceros Turísticos*. (Puerto de Ushuaia. Año 2015 y temporada 2015/2016) Tierra del Fuego.
- Argentina, Tierra del Fuego Antártida e Islas del Atlántico Sur, InFueTur. (2017). *Informe de Cruceros Turísticos*. (Puerto de Ushuaia. Año 2016 y temporada 2016/2017) Tierra del Fuego.
- Argentina, Tierra del Fuego Antártida e Islas del Atlántico Sur, InFueTur. (2018a). *Principales indicadores de turismo*. (Temporada estival 2017-2018). Tierra del Fuego.

- Argentina, Tierra del Fuego Antártida e Islas del Atlántico Sur, InFueTur. (2018b). Informe Turismo de Cruceros. (*Turismo de cruceros 2017 y primer semestre 2018*). Tierra del Fuego.
- Arocena, J. y Marsiglia, J. (2017). *La escena territorial del desarrollo*. Uruguay: Taurus.
- Artesi, L. (2003). Desarrollo turístico en Ushuaia. *CEPAL - SERIE Estudios y Perspectivas*, (18), 5–59.
- Ávila Bercial, R. y Barrado Timón, D. A. (2005). Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: Marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión. *Cuadernos de Turismo*, 15, 27–43.
- Baker, D. M. y Fulford, M. D. (2016). Cruise passengers' perceived value and willingness to recommend. *Tourism & Management Studies*, 12 (1), 74–85. doi: 10.18089/tms.2016.12108
- Ballarre, M. P., Borthiry Loreficchi, N., Gorza, L., Maglione, P. y Vellenich, J. (2001). Diagnóstico y Políticas Turísticas para la ciudad de Mar del Plata. En: *3 Congreso Latinoamericano de Investigación Turística*. Valdivia.
- Barrado Timón, D. A. (2004). El concepto de destino turístico. Una aproximación geográfico-territorial. *Estudios Turísticos*, 160 (160), 45–68. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2140762&info=resumen&idioma=SPA>
- Barrado Timón, D. A. (2011). Recursos territoriales y procesos geográficos : el ejemplo de los recursos turísticos. *Estudios Geográficos*, LXXII, 35–58. doi: 10.3989/estgeogr.201102
- Batthyány, K. y Cabrera, M. (2011). *Metodología de la investigación en Ciencias Sociales. Apuntes para un curso inicial*. Montevideo: Universidad de la República Uruguay .
- Benedetti, A. (2011) Territorio: Concepto de la geografía contemporánea. En: P, Souto (Coord.). *Territorio, lugar, paisaje. Prácticas y conceptos básicos en geografía (pp. 11-82)*. Buenos Aires: Editorial de la Facultad de Filosofía y otras. UBA.
- Bertoncello, R. (2002). Turismo y territorio. Otras prácticas otras miradas. *Aportes y Transferencias*, 29–48.
- Bertoncello, R. (2006a). Los imaginarios de espacios distantes a partir del turismo. En: A. Lindón y D. Hiernaux (Eds.), *Geografías de lo imaginario* (pp. 205–222). Madrid: ANTROPOS.
- Bertoncello, R. (2006b). Turismo, territorio y sociedad. El mapa turístico de la Argentina. En: Geraiges de Lemos, Amalia Inpes; Arroyo, Monica y Silveira, M. L. (Ed.), *América Latina: cidade, campo e turismo* (pp. 317–335). San Pablo: CLACSO. Recuperado de:

- <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/edicion/lemos/18berton.pdf>
- Bertoncello, R. (2008). *Turismo y geografía. Lugares y patrimonio natural-cultural de la Argentina* (1a ed.). Buenos Aires: CICCUS.
- Bertoncello, R. (2010). Investigación en Turismo. Logros y Desafíos desde una Perspectiva Latinoamericana. *Aportes y Transferencias*, 1 (14), 11–21.
- Bertoncello, R. y Troncoso, C. (2014). la ciudad como objeto de deseo turístico renovación urbana cultural y turismo en BsAs y Salta. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, (9), 4–26.
- Bertoni, M. (2004). *La potencialidad del turismo basado en la naturaleza en centros urbanos del interior bonaerense*. En: VI Jornadas Nacionales de Investigación-Acción en Turismo, Ushuaia.
- Berumen, S. A. (2006a). *Competitividad y desarrollo local en la economía global*. Madrid: ESIC.
- Berumen, S. A. (2006). Una aproximación a los indicadores de la competitividad local y factores de la producción. *Cuadernos de Administración*, 19 (31), 145–163. doi: 10.1016/j.estger.2013.09.005
- Berumen, S. A. (2011). Determinantes de la competitividad. *Papeles de Europa*, 22, 1–2.
- Biondi, E. L. (2001). *Plan de desarrollo de destinos de cruceros en la provincia de Santa Cruz*. (Informe del Consejo Federal de Inversiones, Documento 1). Recuperado de: http://negocios.cfired.org.ar/servlets/textserver?document_id=778&piece_number=5&language_code=1
- Blancas Peral, F. J., González Lozano, M., Guerrero Casa, F. M. y Lozano Oyola, M. (2010). Indicadores sintéticos de turismo sostenible: Una aplicación para los destinos turísticos de Andalucía. *Revista Electrónica de Comunicaciones y Trabajos de ASEPUMA*, 11 (85–118).
- Blancas Peral, F. J., Lozano Oyola, M., Pérez García, F., Gonzalez Lozano, M., Molina Luque, J. y Guerrero Casas, F. M. (2007). Un estudio de los indicadores sintéticos de sostenibilidad como instrumentos de planificación. En: *XV Jornadas de ASEPUMA y III Encuentro Internacional*, Palma.
- Blanco, J. (2007). Las geografías de las redes. En: M. V. Fernández Caso, R. Bertoncello, J. Blanco, P. J. Ciccolella y C. Natenzon (Eds.), *Geografía y territorios en transformación* Buenos Aires: NOVEDUC.
- Bogdan, R. y Taylor, S. J. (1987). La entrevista en profundidad. En: *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados* (pp. 100–132). España: Paidós Básica.
- Bogetti, R. (2009). *Relevamiento turístico de la comarca atlántica del Río Deseado*.

- Buenos Aires: Ediciones culturales El orden.
- Boisier, S. (1996). Modernidad y Territorio. *Cuadernos de ILPES 42* (42). Recuperado de: <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/9712>
- Boisier, S. (1997). El vuelo de una cometa. Una metáfora para una teoría del desarrollo territorial. (*Documento 97/37*) Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social. Serie Ensayos.
- Boisier, S. (1998). Post-scriptum sobre desarrollo regional: Modelos reales y modelos mentales. *EURE*, 24 (72), 3–38. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/196/19607203.pdf>
- Boisier, S. (2003). *El desarrollo en su lugar (El territorio en la sociedad del conocimiento)*. Santiago: SERIE GEOLIBROS.
- Boisier, S. (2005). Hay espacio para el desarrollo local en la globalización. *Revista de La Cepal*, (86), 1–22. Recuperado de: https://doi.org/http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/11068/08604706_2_es.pdf;jsessionid=15A208144E97C99954A3ADCD55AECAPFD?sequence=1.
- Boisier, S. (2006). Algunas reflexiones para aproximarse al concepto de ciudad-región. *Revista Estudios Sociales*, 14 (28), 163–190.
- Boisier, S. (2010). Descodificando el desarrollo del siglo XXI: subjetividad, complejidad, sinápsis, sinergia, recursividad, liderazgo y anclaje territorial. *Semestre Económico*, 13 (27), 11–37. Recuperado de: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=165016946001>.
- Borla, M. L. y Vereda, M. (2011). *Explorando Tierra del Fuego. Manual del viajero en el Fin del Mundo* (3a ed.). Ushuaia: Utopías.
- Boullón, R. C. (2006). *Planificación del espacio turístico* (4ta. ed.). Mexico: Editorial Trillas. Recuperado de: http://www.aptae.pe/archivos_up/0107-planificacion-del-espacio-turistico-roberto-c-ballon.pdf.
- Brida, J. G., Bukstein, D., Garrido, N., Tealde, E. y Zapata Aguirre, S. (2010). *Impacto económico del turismo de cruceros: un análisis del gasto de los cruceristas que visitan el Caribe colombiano* (Documento de investigación n° 58). Universidad ORT, Uruguay.
- Brida, J. G., Zapata Aguirre, S. y Giraldo Velásquez, C. M. (2010). Análisis del perfil y satisfacción de los pasajeros de cruceros que visitan el puerto de Cartagena de Indias. *TUR y DES. Revista de Investigación En Turismo y Desarrollo Local*, 3 (8), 1-16.
- Bustos Cara, R. (2001). Identidad, turismo y territorios locales. *Aportes y Transferencias*, 1(5), 11–28.
- Butler, M. (2008). *Turismo de cruceros. Situación actual y tendencias*. España:

- Organización mundial del turismo.
- Callizo Soneiro, J. (1991). *Aproximación a la geografía del turismo*. España: Editorial Síntesis.
- Cammarata, E. B. (2006). El turismo como práctica social y su papel en la apropiación y consolidación del territorio. En: A. I. Geraiges de Lemos, M. Arroyo, y M. L. Silveira (Eds.), *América Latina: cidade, campo e turismo* (pp. 351–366). San Pablo: CLACSO. Recuperado de: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/edicion/lemos/20cammar.pdf>
- Campos Martínez, S. y Yague Guillen, M. J. (2007). Efectos de las promociones en precios sobre la satisfacción del turista: Examen de la relación entre precio y la satisfacción. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 5 (Nº2), 139–148.
- Capece, G. R. (2012). Espacio, tiempo y productos. En: *Turismo: gestión de la complejidad*. Buenos Aires: Fundación proturismo.
- Capel, H. (1981). *Filosofía y Ciencia en La Geografía Contemporanea. Una interroducción a la geografía*. España: Temas Universitarios.
- Capel, H. y Urteaga, L. (1984). *Las Nuevas Geografías*. Barcelona: Aula abierta salvat.
- Cárcamo Vásquez, H. (2005). Hemenéutica y análisis cualitativo. *Cinta Moebio*, 23 (2), 204–216. doi: 10.1177/0160597614543741
- Carvajal Burbano, A. (2009). ¿Modelos alternativos de desarrollo o modelos alternativos al desarrollo? *Prospectiva. Revista de Trabajo Social e Intervención Social*, (14), 237–254. doi: 10.1007/978-1-84628-919-4_12
- Carvalho, D., Guzmán, M. y Jacobo, S. (2011). El turismo en la dinámica territorial ¿Lógica global, desarrollo local? *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 20 (2), 441–461.
- Cazau, P. (2006). *Introducción a la investigación en ciencias sociales*. Buenos Aires: Tercera edición.
- Christaller, W. (1963). Some considerations of tourism location in europe: The peripheral regions-underdeveloped contries-recreation areas. *Regional Science Association*, XII, 95–105.
- CLIA (2015). (Informe de impacto del turismo de cruceros 2015). *Cruise industry outlook. Cruising to New Horizons and Offering Travelers More*. Recuperado de: https://www.cliadeutschland.de/pdf/2015/21_Grafik_Outlook2016.pdf?m=1449055034
- CLIA (2019). (Informe impacto del turismo de cruceros 2019) *Cruise trends & industry outlook*. Recuperado de: <https://cruising.org/news-and-research/-/media/CLIA/Research/CLIA%202019%20State%20of%20the%20Industry.pdf>.
- Cohen, E. (2005). Principales tendencias en el turismo contemporáneo. *Política y*

- Sociedad*, 42 (1), 11–24.
- Coles, T., Duval, D. T. y Michael, H. C. (2005). Sobre el trismo y la movilidad en tiempos de movimiento y conjetura posdisciplinar. *Política y Sociedad*, 42 (2), 181–198.
- Coronato, A., Mazzoni, E., Vázquez, M. y Coronato, F. (2017). *Patagonia una síntesis de su Geografía Física*. Río Gallego: Universidad Nacional de la Patagonia Austral
Recuperado de: http://www.unpa.edu.ar/sites/default/files/publicaciones_adjuntos/PATAGONIA_una_sintesis_de_su_geografia_fisica_web_0.pdf.
- Correa, M. (2004). Globalización y subdesarrollo. *Compendium*, 6 (12), 51–57.
Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88001204>
- Crouch, G. I. (1999). Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity. *Journal of Business Research*, 44, 137–152.
- Dann, G. M. (1981). Tourist motivation. An appraisal. *ANNALS OF TOURISM RESEARCH*, VIII (2), 187–219.
- Daverio, M. E., Mosti, P., Malmierca, L., Arcos, A. y Arias, M. (2007). Relaciones entre motivaciones de visita, expectativas y percepción de congestión y las actividades que realizan los visitantes en el Parque Nacional Tierra del Fuego, Argentina. En: *Jornadas Nacionales de Investigación y Acción en Turismo*. Posadas: UNAM.
- de Alba, M. (2004). El método ALCESTE y su aplicación al estudio de las representaciones sociales del espacio urbano: el caso de la Ciudad de México. *Papers on Social Representations*, 13 (2), 1.1-1.20. doi: 10.1016/j.appet.2008.11.008
- De los Reyes Cruz Ruiz, E. (2014a). *El turismo de cruceros en el mundo: análisis de las tipologías de cruceristas en el puerto de Málaga según la percepción de la imagen, satisfacción y lealtad al destino turístico de la capital*. (Tesis doctoral) Universidad de Málaga. Recuperado de: <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/11262>
- De los Reyes Cruz Ruiz, E. (2014b). Pasajeros de cruceros turísticos: Los parámetros que definen la ciudad del buque. *Revista Iberoamericana de Organización de Empresas y Marketing*, 1, 1–12.
- Doer, O. (2011). *Política portuarias. Recursos naturales e infraestructura*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Dollfus, O. (1990). *El espacio geográfico*. España: Oikos-tau. Recuperado de: <http://books.google.com.co/books?id=6Aq4bwAACAAJ>
- Domareski-Ruiz, T. C., dos Anjos, F. A. y Gadotti dos Anjos, S. J. (2013). Competitividad de destinos turísticos. Estudio de Caso de Foz do Iguaçu (Paraná, Brasil). *Cuadernos de Turismo*, 31, 83–103.

- Estepa Montero, M. (2012). El régimen jurídico y el tráfico de los cruceros marítimos. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, XLV, 133–154.
- Estepa Montero, M. (2013). Los puertos del Estado y el tráfico de cruceros marítimos. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, XLVI, 325-44.
- Esteve Pérez, J., García Sánchez, A. y Romero Gutiérrez, E. J. (2016). Dinamismo del turismo de cruceros en el Mediterráneo Occidental. En: *XIX Congreso AECIT. Tiempos de cambio en el turismo*. Adeje - Tenerife.
- Esteve Pérez, Jerónimo A. (2014). *El tráfico de cruceros en el mediterráneo español y los agentes terrestres y marítimos relevantes para los itinerarios*. (Tesis soctoral). Universidad Politécnica de Cartagena. Recuperado de: <http://repositorio.upct.es/handle/10317/4587>.
- Esteve Pérez, Jerónimo Antonio, García Sánchez, A. y Gutiérrez Romero, J. E. (2014). Agentes asociados a la configuración de un itinerario de cruceros, hinterland turístico y puertos de crucero en España. *Anuario Jóvenes Investigadores*, (1), 42–44.
- Estrada Llaquet, J. L. (2007). *Mejora de la competitividad de un puerto por medio de un nuevo modelo de gestión de la estrategia aplicando el cuadro de mando integral*. (Tesis doctoral). Universidad Politécnica de Madrid. Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/148652230.pdf>.
- Fernández, M., García, M. y Picos, A. (1997). Motivación , satisfacción y lealtad en el turismo : el caso de un destino de interior. *Revista Electrónica de Motivación y Emoción*, 13 (35–36), 22.
- Fernández Pita, S. y Díaz Pértegas, S. (2002). Investigación cuantitativa y cualitativa. *Atención Primaria En La Red*, (9), 76–78. Recuperado de: www.fisterra.com
- Frere, E. (2011). *Evaluación ambiental estratégica de corredores turísticos. Corredor de Costa Patagónica*. (Informe MINTUR-BID, AR-L1071).
- Frere, E., Quintana, F. y Gandini, P. (2005). Cormoranes de la costa patagónica: Estado poblacional, ecología y conservación. *El Hornero*, (20), 35-52.
- Garay Tamajón, L. A. y Cánoves Valiente, G. (2012). Turismo de cruceros en Barcelona. De la marginalidad al liderazgo internacional. *Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles*, (60), 253–272.
- Geisse, C., Winkler, A., Musalem, L., Runin, E., Barría Bustamante, J., Mansilla Veásquez, M., Ricciardolo, H. L, De Bunder, D. E, Rodríguez, J., Murcia, R. y Echazu, M. (2012). Informe de fuerza sobre turismo de cruceros. *Patagonia destino de cruceros*.
- Ghisolfo, F. (2001). Cruceros turísticos en América del Sur: Nuevas oportunidades y desafíos. *CEPAL - Boletín FAL*, (176), 1–6.

- Ghisolfo, F. (2006). La industria de cruceros turísticos y su impacto en América del Sur. *CEPAL - Boletín FAL*, (192) 1-6.
- Gnoth, J. (1997). Tourism motivation and expectation formation. *Annals of Tourism Research*, 24 (2), 283–304. doi: 10.1016/s0160-7383(97)80002-3
- Goded Slato, M. (2002). La promoción de la actividad turística: ¿Una política de desarrollo acertada? *REVISTA DE ECONOMÍA MUNDIAL*, 7, 112–133.
- Gomes de Maraes, A. (2006). Competitividade e sustentabilidade: é possível as cidades turísticas serem sustentáveis e competitivas ao mesmo tempo? *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 4 (3), 443–446.
- Gómez-Mendoza, J., Muñoz-Jiménez, J. y Ortega-Cantero, N. (1982). *El pensamiento geográfico. estudio interpretativo y antología de textos: de Humboldt a las tendencias radicales*. Madrid: Alianza Editorial.
- Gómez, A. L. (1983). La geografía humana: ¿Ciencia de los lugares a ciencia social? *Cuadernos Críticos de Geografía Humana*, (48), 1–40. doi: 10.1111/bdi.12039
- González Arencibia, M. . (2006). *Una gráfica de la teoría del desarrollo: Del crecimiento al desarrollo humano sostenible*. Habana: eumed. Recuperado de: www.eumed.net/libros/2006/mga-des/
- González, R. (2011). Los procesos de migración de amenidad y la competitividad de destinos turísticos de montaña del Oeste Canadiense y de la Norpatagonia Argentina Amenity Migration and Mountain Tourist Destinations competitiveness in Western Canada and Northern Patagonia, Arg. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 20 (5), 1102–1122.
- González, R. C. y Mendieta, M. D. (2009). Reflexiones Sobre La Conceptualización De La Competitividad De Destinos Turísticos. *Cuadernos de Turismo*, 23 (23), 111–128.
- Guyot, S. (2013). La construcción territorial de cabezas de puente antárticas rivales: Ushuaia (Argentina) y Punta Arenas (Chile). *Revista Transporte y Territorio*, 9, 11–38.
- Hall, J. A. y Braithwaite, R. (1990). Caribbean cruise tourism. A business of transnational partnerships. *Tourism Management*, 1 1(4), 339–347. doi: 10.1016/0261-5177(90)90069-L.
- Harvey, D. (1990). *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Harvey, D. (2007). *Espacios del capital. Hacia una geografía crítica*. España: Ediciones Akal, S.A.
- Helmsing, B. y Ellinger Fonseca, P. (2011). La economía política institucional del desarrollo local : dos cuentos de turismo en Brasil. *EURE*, 37 (110).

- Hernández Sampieri, R., Frenández-Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw-Hill Interamericana
- Hiernaux, D. (1996). Turismo e geografía. Reflexoes teóricas e enfoques regionais. En: A. Rodríguez (Ed.), *Elementos para un analisis sociogeografico del Turismo*. (pp. 39–54). Sao Pablo: Editora Hucitec.
- Hiernaux, D. (2008). Una década de cambios: La geografía humana y el estudio del turismo. *Scripta Nova. Revista Electronica de Geografía y Ciencias Sociales*, *XII*(87), 741–798. Recuperado de: https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/45147550/Una_dcada_de_cambios_la_Geografa_Humana_20160427-7163-arl0c7.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1501952149&Signature=4xZU%2FZQ7hTKGtgk%2FF1dlJq23nz0%3D&response-content-disposition=inli
- Hiernaux, D., Cordero, A. y Duynen Montijn, L. Van. (2002). *Imaginario sociales y turismo sostenible. Cuadernos de ciencias sociales*. Costa rica: FLACSO.
- Hiernaux, D. y Lindón, A. (2006). *Tratado de geografía humana*. Barcelona: Anthropos.
- Huijbens, E. H. (2015). Cruise tourism in iceland and the north atlantic: Gateways to the arctic and the challenges to port readiness programs. *Tourism in Marine Environments*, *10* (3–4), 241–254. doi: 10.3727/154427315X14181438892928
- ILPES. (2012). Panorama del Desarrollo Territorial en América Latina y el Caribe Panorama del Desarrollo Territorial. *Publicaciones CEPAL*, 1–145. doi: 10.1007/s11356-018-1920-7.
- Ingham, R. J. y Summers, D. (2002). Falkland Islands cruise ship tourism: An overview of the 1999-2000 season and the way forward. *Aquatic Conservation: Marine and Freshwater Ecosystems*, *12* (1), 145–152. doi: 10.1002/aqc.484.
- Ivars Baidal, J. A. (2001). *Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: Una propuesta para la creación de un sistema de indicadores* (Proyecto METASIG. Referencia 1FD97-0403, documento N° 1).
- Jensen, M. y Daverio, E. (2007). *Ushuaia, Argentina: 50 años como puerta de entrada marítima al continente antártico*.
- Jensen, M. y Daverio, M. E. (2004). Los cruceros turísticos en Ushuaia, Argentina. *Relaciones Buque-Destino. Aportes y Transferencias*, *1* (8).
- Jensen, M. y Vereda, M. (2013). *Análisis del turismo Antártico a través del puerto de Ushuaia desde una perspectiva diacrónica (1958-2013)* (Proyecto de Investigación N° 898) Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco.
- Jensen, M. y Vereda, M. (2016). *La competitividad de Ushuaia como puerta de entrada marítima del turismo antártico. Posibilidades para el desarrollo local a partir de la*

- especialización del destino* (Proyecto de investigación PIDUNTDF A 06/2016). Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Atnártida e Islas del Atlántico Sur.
- Jiménez-Baños, P. y Aquino-Jiménez, F. K. (2012). Propuesta de un modelo de competitividad de destinos turísticos. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21, 977–995. Recuperado de <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v21n4/v21n4a10.pdf>
- Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, James, C., García de Madariaga, J. y Flores Zamora, J. (2011). *Marketing turístico*. Madrid: Pearson.
- Kottek, M., Grieser, J., Beck, C., Rudolf, B. y Rubel, F. (2006). World Map of the Köppen-Geiger climate classification updated. *Meteorologische Zeitschrift*, 15 (Nº3), 259–263. doi: 10.1127/0941-2948/2006/0130.
- Kuper, D. (2009). Turismo y preservación ambiental : el desarrollo turístico de Península. *PASOS. Revista de turismo y patrimonio cultural*, 7 (1), 85–97.
- Lash, S. y Urry, J. (1998). Movilidad, modernidad y lugar. En *Economías de signos y espacio. Sobre el capitalismo de la posorganización* (pp. 339–371). Buenos Aires: Amorrortu editores.
- Leal García, C. (2015). *Hacia un análisis integral de la competitividad territorial: el caso del estado de Querétaro, México*. (Tesis doctoral). Universidad de Deusto.
- Lefebvre, H. (2013). *La producción del Espacio*. Madrid: Capitan Swing. Recuperado de http://www.recolecta.net/buscador/single_page.jsp?id=oai:raco.cat:article/52729
- Lobato Corrêa, R. (1995). Espaço: um conceito-chave da Geografia. En I. Elias de Castro, P. C. da Costa Gomes y R. L. Corrêa (Eds.), *Geografia: conceitos e temas* (pp. 1–16). Rio de Janeiro: Bertrand. Recuperado de [http://pdfhumanidades.com/sites/default/files/apuntes/Lobato Corrêa %281995%29 %28en español%29.pdf](http://pdfhumanidades.com/sites/default/files/apuntes/Lobato_Corrêa_%281995%29_%28en%20espa%C3%B1ol%29.pdf).
- López Guevara, V. M. (2011). La reorientación del ciclo de vida del área turística. El caso de Bahías de Huatulco, Oaxaca (México). *Investigaciones turísticas*, 107–121.
- Losano, P. M., Trifaro, N. B., Arevalo, A. M. y Taliolette, A. R. (s/f). *Implicancias económicas, sociales y ambientales derivadas de la actividad de los cruceros turísticos en la ciudad de Puerto Madryn, Chubut, Patagnia Argentina* (Proyecto de investigación) Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco.
- Losano, P. y Tagliorette, A. (2013). El turismo de cruceros en la Ciudad de Puerto Madryn, Chubut, Patagonia Argentina. En: *5º Congreso Latinoamericano de Inverstigación Turística*, Sao Paulo. 1–11.
- Losano, P. y Torrejón, C. (2006). El Turismo de Cruceros. *Boletín Electrónico Intercambio*, 2 (5).
- Lozato-Giotart, J.-P. (1990). *Geografía del turismo. Del espacio contemplado al espacio consumido*. Barcelona: Masson. S.A.

- Lück, M., Maher, P. T. y Stewart, E. J. (2010). *Cruise Tourism in Polar Regions*. earthscan. Reino Unido: earthscan. Recuperado de www.earthscan.co.uk
- Madoery, O. (2007). *Otro desarrollo. El cambio desde las ciudades y regiones*. Argentina: UNSAM EDITA.
- Madoery, O. (2016). *Los desarrollo latinoamericanos y sus controversias*. Ushuaia: Ediciones UNTDF.
- Mantero, J. C. (1999). Actividad turística y desarrollo local. En E. Amadasi (Ed.), *Política turística argentina. Bases para su reformulación* (pp. 63-92). Buenos Aires: Ladevi Ediciones.
- Marti, B. E. (1990). Geography and the cruise ship port selection process. *Maritime Policy & Management: The flagship journal of international shipping and port research*, 17 (3), 157–164. doi: 10.1080/03088839000000023.
- Martínez, C. I. (2012). Perspectivas del turismo de cruceros en Argentina en el marco de las tendencias mundiales. *Notas en Turismo y Economía*, (III), 44–71.
- Martínez, J. (2011). Métodos de investigación cualitativa. *Silogismo*, (8). doi: 10.1093/intqhc/14.4.329.
- Martner Peyrelongue, C. (1999). El puerto y la vinculación entre lo local y lo global. *EURE*, 25 (75), 103–120. doi: 10.4067/s0250-71611999007500005.
- Matesanz, T. (2015). *State of cruise industry: 2015 to see robust growth*. (Informe: Seven Cruise Industry Outlooks for 2015). Cruise Lines International Association (CLIA).
- Mazzonis, D. D. (2006). *Competitividad local y desarrollo territorial*. (Informe de la Agencia para el Desarrollo Económico). Córdoba.
- Ministerio de Turismo de la Nación. (2015). *Plan Federal Estratégico de turismo Sustentable*. doi: 10.1161/01.STR.32.1.139.
- Monfort Mir, V. M. (1999). *Competitividad y factores críticos de éxito en los destinos turísticos mediterráneos Benidorm y Peñíscola*. (Tesis Doctoral). Universitat de Valencia. Recuperado de: <http://www.cervantesvirtual.com/downloadPdf/competitividad-y-factores-criticos-de-exito-en-los-destinos-turisticos-mediterraneos-benidorm-y-peniscola--0/>
- Montañez Gómez, G. y Delgado Mahecha, O. (1998). Espacio, Territorio y Region: Conceptos Basicos Para Un Proyecto Nacional. *Cuadernos de Geografía*, VII (1–2), 120–135.
- Mora Elizondo, M. L. (2013). El impacto social y económico generado por el turismo de cruceros que visitan la ciudad de Punta Arenas. *Dialogos. Revista electrónica de Historia, volumen especial*, 91-111.
- Morales, E. (2014). La dimensión territorial de la competitividad. *Economía y Desarrollo*, 151 (1), 71–84.

- Morales Yago, F. J. (2012). La geografía de la percepción: Una metodología válida aplicada al caso de una ciudad de tipo medio-pequeño. El ejemplo de Yecla (Murcia). *Papeles de geografía*, (55–56), 137–152. Recuperado de <https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/7713?show=full%0A>
- Morello, J., Matteucci, S. D., Rodriguez, A. F. y Silva, M. E. (2012). *Ecorregiones y complejos ecosistémicos argentinos*. Buenos Aires: FADU.
- Moscoso, F. V. (2013). El papel de los actores territoriales en la definición y configuración de modelos de desarrollo turístico. En *Congreso de Turismo: “El Turismo y los Nuevos Paradigmas Educativos”* (pp. 1–18). Ushuaia, Tierra del Fuego.
- Mosti, P. A. (2010). El alcance de las actividades turísticas y recreativas en los espacios naturales del hinterland de ushuaia. *Estudios y perspectiva en turismo*, 19, 516–533.
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Cuardenos de Turismos*, (35), 335–357. doi: 10.6018/turismo.35.221641
- Nogué i Font, J. (1992). Turismo, percepción del paisaje y planificación del territorio. *Estudios Turísticos*, (115), 45–54.
- Nogué, J. y Vela, J. de S. E. (2011). La dimensión comunicativa del paisaje. Una propuesta teórica y aplicada. *Revista de Geografía Norte Grande*, 49, 25–43.
- Norwegian Cruise Line. (2016). Sur América. Itinerario de viaje. Recuperado de: <https://www.ncl.com/ar/es/Puertos-de-cruceros/Buenos-Aires-Argentina-qhft/>
- Obreque, M., Daverio, M. E. y Vereda, M. (2010). Efectos ambientales potenciales derivados de la actividad de los cruceros turísticos antárticos en la ciudad de Ushuaia, Argentina. En: *Actas IV Congreso Latinoamericano de Investigación Turística*. Montevideo.
- Oliveira, B. (2011). Determinantes de la satisfacción del turista. Un estudio en la ciudad de Guarujá-Brasil. *estudios y Perspectivas en Turismo*, 20, 229–242. Recuperado de <http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V20/v20n1.pdf>
- OMT. (2005). *Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos. Guía práctica*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Ortega Valcárcel, J. (2000). *Los horizontes de la geografía. Teoría de la geografía*. Barcelona: Editorial Ariel S. A.
- Oslender, U. (2002). Espacio, lugar y movimientos sociales: Hacia una “Espacialidad de resistencia”. *Scripta Nova Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, VI (115), 1–16.
- Osorio Osorio, J. A. (2013). El contenido histórico y la puesta en valor en los productos

- turísticos ¿realidad o ficción? En J. Osorio y E. Rozo (Eds.), *Turismo y cultura. Retos y perspectivas en América Latina* (p. 513). Colombia: Universidad Externado de Colombia.
- Otero, A. M. (2000). Planificación y manejo de atractivos turísticos culturales. En: *VI Seminario Internacional de Arquitectura Paisajista Patrimonio Paisajista: Turismo y Recreación*. La Plata.
- Otero, A. M. (2007). La importancia de la visión de territorio para la construcción de desarrollo competitivo de los destinos turísticos. *Cuadernos de Turismo*, (19), 91–104.
- Padilla, N. (2017). *Repercusiones e impactos territoriales del turismo en pequeñas localidades balnearias. El caso de Mar del Sud, Buenos Aires, Argentina*. (Tesis doctoral). Universidad Nacional del Sur.
- Palafox Muñoz, A., Aguilar Aguilar, A. y Escalera Briceño, A. (2014). El turismo de cruceros en la región de el caribe. *Revista Iberoamericana de turismo*, 4 (Nº2), 40–53.
- Palmero, F. (2008). El proceso de motivación. En *Motivación y emoción* (pp. 1–26). Madrid: McGraw-Hill. Recuperado de <http://novella.mhhe.com/sites/dl/free/8448161017/591840/Capitulo1.pdf>.
- Papathanassis, A., Lukovic, T. y Vogel, M. (2012). *Cruise tourism and society. A socio-economic perspective*. Berlin: Springer.
- Pascarella, R. y Fontes, J. R. (2010). Competitividad de los destinos turísticos: Modelo de evaluación basado en las capacidades dinámicas y sus implicancias en las políticas públicas. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 19, 1–17.
- Pearce, D. (2013). Gestión De Destinos Turísticos En Hinterlands. *Rev. geogr. Valpso.*, (48), 57–73. Recuperado de http://www.rgv.ucv.cl/articulos/48_5.pdf
- Pillet Capdepón, F. (2004). La Geografía y las distintas acepciones del Espacio Geográfico. *Investigaciones geográficas*, (34), 141–154.
- Pinassi, A. y Ercolani, P. (2015). Geografía del turismo: análisis de las publicaciones científicas en revistas turísticas. El caso de Argentina. *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, 24 (1), 213–230. doi: 10.15446/rcdg.v24n1.47778
- Pinassi, C. A. (2013). Reflexiones en torno al trinomio: patrimonio, turismo y territorio. En *II JORNADAS LATINOAMERICANAS PATRIMONIO Y DESARROLLO* (pp. 1–6). Universidad Católica de La Plata - ICOMOS Argentina.
- Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. New York: The free press.
- Prebisch, R. (1963). *Hacia una dinámica del desarrollo latinoamericano. Con un apéndice sobre el falso dilema entre desarrollo económico y estabilidad monetaria*.

- México: Fondo de cultura económica.
- Ramos, A. G. y Fernández, G. (2002). El turismo desde la geografía. *Revista bibliográfica de geografía y ciencias sociales*, VII (N°13), 1–4.
- Rezende, S. y Duran, J. (2005). Los cruceros turísticos y el comercio de Servicios : tendencias recientes en los países de la cuenca del Caribe. *CEPAL - Boletín FAL*, (223), 8–11.
- Riley, M. (1995). Tourism development under close control: the case of the Falkland Islands. *Tourism Management*, 16 (6), 471–474. doi: 10.1016/0261-5177(95)00057-U
- Ritchie, J. R. B. y Crouch, G. I. (2003). *The competitive destination. A sustainable tourism perspective*. London: CABI Publishing.
- Rivera González, J. G., Vázquez Solís, V., Reyes Hernández, H., Reyes Pérez, Ó. y Carette, M. N. (2012). Potencialidades y desafíos del Turismo y ecoturismo en el estado de San Luis Potosí , México: Retos y expectativas para alcanzar el desarrollo regional. *Paso. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10, 289–301.
- Roccatagliata, J. A. (2008) *Argentina. Una visión actual y prospectiva desde la dimensión territorial*. Buenos Aires: Emecé Editores.
- Rodrigue, J.-P., Comtois, C. y Slack, B. (2013). *The geography of transport systems*. New York: Routledge.
- Rodrigue, J.-P. y Notteboom, T. (2013). The geography of cruises: Itineraries, not destinations. *Applied Geography*, 38, 3142.
- Rodríguez Domínguez, M. M. (2001). La Creación De Clusters Turísticos Como Instrumento Para La Mejora Competitiva De Los Destinos: Una Aplicación a Las Rías Bajas Gallegas. *Investigaciones Europeas*, 7(3), 119–138. Recuperado de: file:///C:/Users/rayma/Downloads/Dialnet-LaCreacionDeClustersTuristicosComoInstrumentoParaL-206176 (1).pdf
- Rodríguez Valbuena, D. (2010). Territorio y territorialidad Nueva categoría de análisis y desarrollo didáctico de la Geografía. *Unipluriversidad*, 10 (3), 12. doi: 1657-4249
- Rojas López, J. J. y Gómez Acosta, E. C. (2010). *Tiempos del pensamiento geográfico*. Venezuela: Archivo arquidiocesano de Mérida-AAM.
- Romano, S. A. (2017). *El rol de la universidad en los procesos de desarrollo territorial . Experiencias comparadas y aportes para la UNTDF*. (Tesis doctoral). Universidad de Deusto.
- Rúa Costa, C. (2006). *Los puertos en el transporte marítimo* (Informe de investigación IOC-DT-P-2006-8). Universitat Politècnica de Catalunya.
- Ruiz-Velazco Castañeda, A. H. (2015). La competitividad territorial y el potencial socioeconómico urbano. *Revista Lider*, 26 (33), 39–59.

- Ruiz Quesada, S. C. y Parada Gutierrez, O. (2013). El turismo de crucero: Una alternativa para el desarrollo local. *Investigación y saberes, II* (2), 49–58.
- Sánchez, D. C. (2011). Indicadores turísticos en la Argentina: Una primera aproximación. *Investigaciones Turísticas*, (2), 29–65.
- Sancho, A. (Dir.). (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Sancho Pérez, A. y García Mesanat, G. (2006). ¿Qué indica un indicador? Análisis comparativo en los destinos turísticos. *Revista de Análisis Turístico*, (2), 69–85.
- Santana Talavera, A. (2002). Mirar y leer: autenticidad y patrimonio cultural para el consumo turístico. En: *6º ENCONTRO NACIONAL DE TURISMO COM BASE LOCAL* (pp. 1–22). Campo Grande.
- Santarelli de Serer, S. y Campos, M. (2002). *Corrientes epistemológicas, metodología y prácticas en geografía. Propuestas de estudio en el espacio local*. Bahía Blanca: EdiUNS.
- Santos, M. (1972). Subdesarrollo y polos de crecimiento económico y social. *Revista Latinoamericana de Estudios Urbano Regionales*, (1960), 105–115. Recuperado de http://www.eure.cl/wp-content/uploads/2010/07/Doc0004_____pdf.
- Santos, M. (1986). Espacio y Método. *Cuadernos críticos de geografía humana*, (XII 65), 1–43.
- Santos, M. (2000). La naturaleza del espacio. Técnica y tiempo. Razón y emoción. Barcelona: Editorial Ariel S. A.
- Santos Solla, X. (2008). Paisaje e identidad en la promoción de la imagen de los destinos turísticos. En Ivars Baidal, J y Vera Rebollo, F (eds.). *Espacios turísticos, mercantilización paisaje e identidad*. España: Universidad de Alicante.
- Schinelli, D. y Vacca, C. (2007). Hacia una transformación económica de la Patagonia Austral : La actividad turística en la nueva dinámica productiva y su impacto en el empleo. *Revista de estudios regionales y mercado de trabajo*, (3), 211–234.
- Schlüter, R. (1996). *Chubut. Turismo, hábitat y cultura*. Buenos Aires: Universidad nacional de la Patagonia San Juan Bosco.
- Schneider Gosende, E. E. (2009). *Metodología de la investigación y estadística descriptiva*. Bernal: Universidad Virtual de Quilmes.
- Schweitzer, A. (2008). Otra Patagonia Austral es posible . Proyectos de territorio entre la emergencia y la urgencia. *Revista Proyección*, 2 (5).
- Schweitzer, A., Ampuero, C. y Godoy, P. (2010). Desarrollo territorial y desigualdades regionales en la provincia de Santa Cruz. *Boletín geográfico*, (32), 81–98. Recuperado de <http://www.cmic.org/comisiones/Sectoriales/vivienda/memoriasRNV09/Panel2/Sar>

aTopelson.pdf

- Schweitzer, A. F. (2004). La patagonia, la crisis y el des-ordenamiento de los territorios. *Parrafod Geográficos*, (III), 117–128.
- Serrano Barquín, R., Serrano Barquín, C. y Osorio García, M. (2011). *Turismo, desarrollo y sustentabilidad*. Alemania: Editorial Académica Española.
- Sharpley, R. y Stone, P. (2011). *Tourist experience. Contemporary perspective*. USA: Routledge.
- Sheller, M. y Urry, J. (2006). The new mobilities paradigm. *Environment and Planning A*, 38, 207–226. doi: 10.1068/a37268.
- Silva-Lira, I. (2005). Desarrollo económico local y competitividad territorial en América Latina. *Revista de la CEPAL*, (85), 81–100.
- Silveira, M. L. (2011). Territorio y ciudadanía : reflexiones en tiempos de globalización. *Uni-pluri/versidad - Versión Digital*, 11 (3), 1–23.
- Sobrino, J. (2005). Competitividad territorial: ámbitos e indicadores de análisis. *Economía, Sociedad y Territorio*, 123–183.
- Sosa Velásquez, M. (2012). *¿Cómo entender el territorio?*. Guatemala: Cara Parens.
- Tagliorette, A., Guarino, V., Janeiro, C. y Lozano, P., Caille, G. (2008). *Relevamiento de usos turísticos y recreativos en la zona costera patagónica* (Informe técnico). Puerto Madryn: Fundación Patagonia Natural.
- Tamayo Tamayo, M. (2003). *El proceso de la investigación científica. Incluye evaluación y administración de proyectos de investigación*. Mexico. España . Venezuela. Colombia: Limusa Noriega Editores.
- Troncoso, C. A. (2008). *Creando un lugar turístico y patrimonial: Las transformaciones en la Quebrada de Humahuaca a partir de los procesos de construcción de atraktividad turística y patrimonialización*. (Tesis doctoral). Universidad de Buenos Aires.
- Tuan, Y.-F. (2001). *Sapce and place. The perspective of experience*. Minneapolis: Uniiversity of Minnesota Press.
- Uriely, N. (2005). The tourist experience. Conceptual developments. *Annals of Tourism Research*, 32 (1), 199–216. doi: 10.1016/j.annals.2004.07.008.
- Urry, J. (2004 [1990]). *La mirada del turista*. Lima, Perú: Universidad Nacional de San Martín de Porres.
- Vacca, C. y Schinelli, D. (2015). *Reestructuración productiva en Patagonia Austral . Alternativas de desarrollo en Santa Cruz y sus mercados de trabajo*. (Proyecto de investigación ICT-UNPA-130-2015). Universidad Nacional de la Pataonia Austral. Río Gallegos.
- Valcárcel, M. (2007). *Desarrollo y desarrollo rural: Enfoques y reflexiones*. Perú: Potífica

- Universidad Católica del Perú.
- Valdés, A. S., Vargas Martínez, E. E. y Castillo Nechar, M. (2017). Origen , concepción y tratamiento de los destinos turísticos : Una reflexión en torno al modelo de Butler. *Compendium*, 20 (38).
- Valenzuela, C. O. (2006). Contribuciones al análisis del concepto de escala como instrumento clave en el contexto multiparadigmático de la Geografía contemporánea. *Investigaciones geográficas, Boletín del Instituto de Geografía, UNAM*, (59), 123–134.
- Varisco, C. (2008). *Desarrollo turístico y desarrollo local: La Competitividad de los Destinos Turísticos de Sol y Playa*. (Tesis Maestría). Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Varisco, C., Castellucci, D., González, M. G., Muñoz, M. J., Padilla, N., Campoliete, L. y Benseny, G. (2014). El relevamiento turístico: de Cicatur a la planificación participativa. En: *VI Congreso Latinoamericano de Investigación Turística*. Nauquén.
- Vázquez Barquero, A. (2005). *Las nuevas fuerzas del desarrollo*. Barcelona: Antoni Bosch Editor. Recuperado de http://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=JMkGugzxmD0C&oi=fnd&pg=PA71&dq=Las+nuevas+fuerzas+del+desarrollo&ots=f_634-WGiH&sig=MRfNx116riEAP3ulg5el-WVxlQc
- Vejsbjerg, L. (2013). La importancia científica en la selección de atractivos turísticos patrimoniales. Una visión desde la espacialidad social. *Scripta Nova. Revista electronica de Geografía y Ciencias Sociales*, XVII (433), 1–13.
- Vera, J. F., López Palomenque, F., Marchena, M. J. y Antón, S. (1997). *Análisis territorial del turismo*. Barcelona: Ariel Geografía.
- Vereda, M. (2004). *El desarrollo de Ushuaia como puerta de entrada del turismo antpartico. Tendencias y competitividad*. (Tesis Maestría). Universidad Internacional de Andalucía. Sede Iberoamericana de la Rábida.
- Vereda, M. (2007). Análisis de la relación de Ushuaia con el turismo Antártico desde su rol de puerta de entrada marítima. Una aproximación desde los indicadores socio-económicos para la temporada 2005/2006. En: *Actas VIII Jornadas Nacionales y II Simposio Internacional de Investigación - Acción en Turismo* (pp. 7–9). Posadas.
- Vereda, M. (2008). Tierra del Fuego y Antártida. Un inventario de recursos turísticos desde la idea de complementariedad. *Estudio y perspectiva en turismo*, 17, 199–225.
- Vereda, M. y Daverio, M. E. (2011). Áreas de intrés turístico temporada 2010/2011. Región de la Península Anártica e Islas Orcadas del Sur. *Aportes y Transferencias*,

- 1 (15), 83–106.
- Vereda, M. y Jensen, M. (2014a). *La configuración del espacio turístico Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur. El rol de Ushuaia como puerta de entrada a la Antártida*. (Proyecto de Investigación 197/2011). Ushuaia: Universidad nacional de la San Juan Bosco.
- Vereda, M. y Jensen, M. (2014b). Territorios remotos del turismo: la articulación de espacios turísticos asociados en el atlántico sur meridional. En: *VI Congreso Latinoamericano de Investigación Turística* (pp. 1–18). Neuquén.
- Vereda, M. y Jensen, M. (2015). Comportamiento del turismo antártico que operó en el puerto de Ushuaia. Temporadas 2008/2009 a 2014/2015. En: *VII Simposio Internacional y XII Jornadas Nacionales de Investigación - Acción en Turismo CONDET Congreso Internacional de Turismo – ANET Facultad de Turismo* (pp. 1–14). Neuquén.
- Villanueva, N. S. y Schinelli, D. (2012). *Investigación económica y laboral del mercado turístico de la provincia de santa cruz* (Proyecto de Investigación: ICT-UNPA-39-2012). Universidad Nacional de la Patagonia Austral. Río Gallegos.
- Villar, A. (2012). Turismo y desarrollo en la argentina. Una mirada global. *Segunda epoca. Revista de ciencias sociales*, (4), 7–26.
- Wallingre, N. (2004). El turismo como factor de reconversión productiva local en la ciudad de Ushuaia, República Argentina. *Anuario Turismo y Sociedad*, V (3), 86–95.
- Wallingre, N. (2017). *Desarrollo del turismo en América Latina. Fases, enfoques e internalización*. Buenos Aires: Universidad Virtual de Quilmes.
- Whyte, L. (2016). *Cruise tourists' perceptions of destination: Exploring push and pull motivational factors in the decision to take a cruise vacation*. (Tesis Maestría). The University of Queensland. Recuperado de https://espace.library.uq.edu.au/view/UQ:410276/s4134557_phd_thesis.pdf
- Wood, R. (2000). Caribbean cruise tourism: Globalization at sea. *Annals of Tourism Research*, 27 (2), 345–370.
- Wood, R. (2004). Cruise ships: Deterritorialized destinations. En L. Lumsdon y S. J. Page (Eds.), *Tourism and Transport. Issues and agenda for the new millennium* (p. 196). Amsterdam – Boston – Heidelberg – London – New York – Oxford Paris – San Diego – San Francisco – Singapore – Sydney – Tokyo: Elsevier.
- Yepes, V., Esteban, V. y Serra, J. (2000). Tráfico de Cruceros en el Mercado Turístico Mediterráneo. En: *IV Congreso de Ingeniería del Transporte*. Valencia.

PÁGINAS WEB CONSULTADAS

AGENCIA DE VIAJE:

- Darwin expeditions: <http://darwin-expeditions.com/>
- Los Vikingos: <http://losvikingos.com.ar/es/>
- Puerto penacho: <http://www.puertopenacho.com.ar/>
- Tolkeyen: <https://tolkeyenpatagonia.com/>
- Rumbo Sur: <https://rumbosur.com.ar/>

ORGANISMOS:

- Página oficial de Turismo de la Provincia de Tierra del Fuego: <https://infuetur.gob.ar/>
- Página oficial de Turismo de la Municipalidad de Ushuaia: <https://www.ushuaia.gob.ar/turismo>
- Página oficial de Turismo de la Municipalidad de Puerto Deseado: <https://deseado.gob.ar>
- Página oficial del Programa Nacional Pueblos Auténticos: <https://www.argentina.gob.ar/turismo/pueblos-autenticos>
- Página oficial de Turismo de la Municipalidad de Camarones: <https://www.camarones.gob.ar/>
- Página oficial de la Dirección Provincial de Puerto de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur: <https://www.dpp.gob.ar/web/>
- Página oficial de la Unidad Ejecutora Portuaria de la provincia de Santa Cruz: <http://www.uneposc.com.ar/web/ptodeseado.php>
- Proyecto comunitario Marine Traffic: <https://www.marinetraffic.com>

COMPAÑIAS NAVIERAS:




- Hanseatic nature: <https://www.hl-cruises.com/cruisefinder/NAT1917#/>
- Norwegian: “Sur América desde Buenos Aires” <https://www.es.ncl.com>

ARCHIVOS PERIODÍSTICOS:

- Artículo periodístico Página/12: www.pagina12.com.ar

ANEXOS

ANEXO 1 – MODELO DE ENCUESTA

  	<p>Estimado visitante, Este cuestionario forma parte del trabajo de campo de mi Tesis Doctoral realizada en el marco de la beca de investigación CONICET. Muchas gracias por su cooperación</p> <p style="text-align: right;">Lic. Carolina Cohen</p>
<p>Nombre del crucero: _____</p> <p>Lugar de residencia: _____ Edad: 18-24 <input type="checkbox"/> 25-44 <input type="checkbox"/> 45-64 <input type="checkbox"/> +65 <input type="checkbox"/></p> <p>Estudios: Sin estudios <input type="checkbox"/> Primarios <input type="checkbox"/> Secundarios <input type="checkbox"/> Terciarios/Universitarios <input type="checkbox"/> Posgrado <input type="checkbox"/></p> <p>Sexo: Masculino <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/></p> <p>Ocupación: Empleado <input type="checkbox"/> Desempleado <input type="checkbox"/> Independiente <input type="checkbox"/> Jubilado <input type="checkbox"/> Ama/o de casa <input type="checkbox"/></p> <p>Estudiante <input type="checkbox"/></p> <p>Estado civil: Soltero <input type="checkbox"/> Casado <input type="checkbox"/> Separado <input type="checkbox"/> Divorciado <input type="checkbox"/> Viviendo en pareja <input type="checkbox"/> Viudo/a <input type="checkbox"/></p> <p>Visita el destino: Solo <input type="checkbox"/> En pareja <input type="checkbox"/> Grupo familiar <input type="checkbox"/> Grupo de amigos <input type="checkbox"/> Otros (especificar) <input type="checkbox"/> _____</p> <p>Ingreso total mensual: U\$S 0-1.700 (~1.200€) <input type="checkbox"/> U\$S 1.701-3.456 (~1.201-2.400€) <input type="checkbox"/> U\$S 3.457- o más (~+2401€) <input type="checkbox"/></p>	

1) ¿Por qué decidió tomar este crucero? Indique su respuesta según orden de importancia, seleccionando hasta tres opciones, siendo:

1= motivación poco relevante, 2 = motivación relevante, 3 = motivación muy relevante

Por recomendación de otros	Para conocer la Patagonia	
Para conocer el sur de Sudamérica	Para navegar en crucero	
Por el paisaje	Por atracción de los puertos de visita	
Por la flora y fauna de los puertos de visita	Por la historia y los museos de los puertos de visita	
Otros (especificar).....		

2) A partir de su experiencia en Ushuaia, por favor manifieste su grado de acuerdo en relación con las siguientes afirmaciones, siendo:

1 = totalmente en desacuerdo, 2 = en desacuerdo, 3 = neutral, 4 = de acuerdo, 5 = totalmente de acuerdo.

Afirmaciones sobre Ushuaia	Valoraciones				
Es un destino agradable	1	2	3	4	5
Es un destino seguro para visitar	1	2	3	4	5
Es un destino turístico relajante	1	2	3	4	5
Es un destino único en relación con el itinerario	1	2	3	4	5
Dispone de atractivos culturales relevantes para visitar	1	2	3	4	5
Posee belleza paisajística	1	2	3	4	5
Posee gran diversidad de atractivos turísticos	1	2	3	4	5
Ofrece muchas oportunidades para el turismo aventura	1	2	3	4	5

3) Por favor, mencione las tres características que a su criterio identifican a Ushuaia

4) Por favor, indique el grado de satisfacción de su visita a Ushuaia, marque una de las siguientes opciones:

Muy insatisfecho	
De algún modo menos satisfecho	
Satisfecho	
De algún modo más satisfecho	
Muy satisfecho	

¿Por qué eligió esa opción?

.....

5) ¿Le gustaría que el crucero permaneciera más tiempo en Ushuaia?

Sí		No	
----	--	----	--

6) En caso de ser su respuesta afirmativa, ¿Cuánto tiempo más le gustaría dedicar a Ushuaia?

Un día		Un día y una noche		Dos días		Otros (especificar).....	
--------	--	--------------------	--	----------	--	--------------------------	--

7) ¿Volvería a visitar el destino?

Sí, probablemente voy a volver		No, probablemente no voy a volver	
--------------------------------	--	-----------------------------------	--

8) ¿Recomendaría visitar este destino en crucero?

Sí		No		¿Por qué?
----	--	----	--	-----------------

9) ¿Podría indicar en su moneda el gasto que realizó, por pasajero, en Ushuaia en función de los siguientes ítems?

Excursiones	Compra de souvenirs
Restaurantes/confiterías	Otros (especificar).....

10) Por favor, indique el grado de satisfacción en el gasto realizado en Ushuaia:

Mucho menos de lo esperado	
De algún modo menos de lo esperado	
Lo esperado	
De algún modo más de lo esperado	
Mucho más de lo esperado	

11) ¿Le interesaría conocer otros puertos de cruceros ubicados en la costa patagónica?

Sí		No	
----	--	----	--

12) En caso afirmativo, por favor indique su grado de interés por conocer los siguientes atractivos, siendo:

1 = nada interesante, 2 = de algún modo poco interesante, 3 = neutral, 4 = de algún modo más interesante, 5 = muy interesante

Atractivos	Valoración				
Cuevas de arte rupestre	1	2	3	4	5
Yacimientos arqueológicos	1	2	3	4	5
Yacimientos paleontológicos (fósiles)	1	2	3	4	5

Afloramientos rocosos significativos	1	2	3	4	5
Avifauna (pingüinos, cormoranes, carpinteros...)	1	2	3	4	5
Fauna marina (ballenas, toninas, lobos marinos...)	1	2	3	4	5
Rías	1	2	3	4	5
Humedales	1	2	3	4	5
Bosque petrificado	1	2	3	4	5
Áreas protegidas	1	2	3	4	5
Playas (sol y baños de mar)	1	2	3	4	5
Montaña/Sierras	1	2	3	4	5
Estepa patagónica	1	2	3	4	5
Bosque subantártico	1	2	3	4	5
Museos	1	2	3	4	5
Lugares visitados y descritos por Charles Darwin y otros exploradores	1	2	3	4	5
Casinos	1	2	3	4	5
Vida nocturna (teatros, pubs, baile...)	1	2	3	4	5
Sitios históricos	1	2	3	4	5
Faros	1	2	3	4	5
Comidas típicas	1	2	3	4	5
Shows	1	2	3	4	5
Estancias patagónicas	1	2	3	4	5

13) ¿Qué actividades le interesaría realizar en un destino visitado en crucero? Seleccione hasta tres actividades según el orden de importancia que le asigna, siendo:

1 = nada interesante, 2 = interesante, 3 = muy interesante

Kayakismo	Surf	Buceo	4X4
Trekking	Actividades rurales	Parapente	Baños de sol y mar
Kitesurf	Cabalgatas	Pesca deportiva	Bicicleta de montaña
Escalada	Otros (especifique).....		

14) ¿Qué servicios considera que debe brindar un destino de cruceros? Indique su respuesta según orden de importancia, siendo:

1 = servicio poco relevante, 2 = servicio relevante, 3 = servicio muy relevante

Diversidad en oferta gastronómica	Variedad de excursiones / actividades
Facilidad de acceso a los atractivos	Medios de transporte
Centros comerciales	Otros (especifique).....

15) Cualquier comentario que desee realizar será bienvenido:

Muchas gracias por su gran cooperación

ANEXO 2 – MODELO DE ENTREVISTAS

Estimado

Esta entrevista forma parte del trabajo de campo de la tesis doctoral realizada en el marco de la beca de investigación CONICET. Muchas gracias por su cooperación

Lic. Carolina Cohen
UNTDF - UNMDP- UNS - CONICET

Sector: ORGANISMOS PÚBLICOS DE TURISMO

Entrevistado: Función:

Antigüedad en el cargo:

Fecha:

Hora de inicio:

Hora de finalización:

- 1) ¿Cómo está organizado el **sector 'turismo'** en el organigrama municipal?
- 2) ¿Cuál es su **opinión** sobre el desarrollo del turismo de cruceros en su localidad?
- 3) ¿Han recalado **cruceros** en este puerto? ¿Cuál ha sido la experiencia? ¿Qué cruceros han recalado? ¿Cuál ha sido el tiempo de permanencia del buque en el puerto?
- 4) ¿Han tenido **requerimientos** de otras compañías de cruceros para recalar en este puerto que no hayan podido aceptar? ¿De qué buques? ¿Por qué motivo no recalaron?
- 5) ¿Qué **fortalezas** de la localidad considera fundamentales para que la actividad de cruceros pueda desarrollarse?
- 6) ¿Qué **debilidades** observa en relación con la localidad para el desarrollo de la actividad de cruceros?
- 7) ¿Existe un desarrollo de **políticas públicas** desde el organismo para turismo de cruceros?
- 8) ¿Existe alguna reglamentación para la **contratación de guías de turismo**?
¿Cómo se capacitan? ¿Cuentan con RRHH que hablen idiomas?

9) ¿Encuentra alguna **dificultad ambiental** que impida el desarrollo de la actividad de cruceros?

10) ¿Existen áreas de **posible congestión** ante la llegada de cruceros?

-Para puertos potenciales:

1) En caso que la actividad de cruceros se desarrollará de manera regular ¿cómo cree que repercutiría en la comunidad?

2) ¿Con cuántas **agencias de viaje y/o prestadores turísticos** cuentan? ¿En qué rubros?

3) Desde el punto de vista de la provisión de servicios como agua y combustible ¿visualiza **restricciones** para la recepción de cruceros?

4) ¿Cuál es la **capacidad receptiva** de la localidad para este tipo de turismo? (atractivos relevantes, recursos humanos formados, comercios, gastronomía, actividades culturales, etc.)

Agencias de viaje:

Alojamiento:

Unidades de transporte:

Atractivos relevantes (acceso, distancia, tipo de ruta, dominio de la tierra):

Actividades turísticas (trekking, kayak, cabalgatas, etc.)

Recursos humanos calificados:

Gastronomía local:

Actividades culturales:

Comercios:

5) ¿Qué otros **servicios relacionados con el turismo de cruceros** ofrecen la localidad?

Oficina de información turística:

Aeropuerto más cercano (distancia, capacidad, frecuencia de vuelos...)

Salud (servicios médicos, distancia y capacidad):

Migraciones:

Cualquier otro servicio brindado por el puerto o por el sector privado:

-Para puerto consolidado:

- 1) ¿Cómo evalúa la **infraestructura y equipamiento** actual para dar respuesta a la actividad?
- 2) ¿Cómo cree que **repercute** la actividad en la comunidad?
- 3) En su opinión, ¿de qué depende la **duración de la estadía** de un barco en cada puerto?
- 4) ¿Qué **atractivos considera más relevantes** para este segmento de la demanda? ¿por qué?
- 5) ¿Cómo ve el **futuro** del turismo de cruceros en Ushuaia?

Estimado

Esta entrevista forma parte del trabajo de campo de la tesis doctoral realizada en el marco de la beca de investigación CONICET. Muchas gracias por su cooperación

Lic. Carolina Cohen
UNTDF - UNMDP- UNS - CONICET

Sector: ÁREAS PROTEGIDAS

Entrevistado: Función:

Antigüedad en el cargo:

Fecha:

Hora de inicio:

Hora de finalización:

- 1) ¿Cómo está organizado el área en el organigrama municipal/provincial o nacional?
- 2) ¿Cuál es su **opinión** sobre el desarrollo del turismo de cruceros en su localidad?
- 3) ¿Qué **fortalezas** de la localidad considera fundamentales para que la actividad de cruceros pueda desarrollarse?
- 4) ¿Qué **debilidades** observa en relación con la localidad para el desarrollo de la actividad de cruceros?
- 5) ¿Encuentra alguna **dificultad ambiental** que impida el desarrollo de la actividad de cruceros?
- 6) ¿Existen áreas de **posible congestión** ante la llegada de cruceros? ¿Qué espacios considera más sensibles para la recepción de cruceristas?
- 7) ¿Cuál es la **capacidad receptiva ambiental** posee la localidad y sus áreas de influencia para este tipo de turismo?
- 8) ¿Cómo evaluaría los **RRHH** que posee la localidad en general y particularmente el área de ambiente? ¿Cuál es su capacidad receptiva? (cantidad, calidad de RRHH, capacitaciones, etc.)

-Para puerto potenciales:

- 1) En caso de que la actividad de cruceros se desarrollara de manera regular ¿cómo cree que **repercutiría en la comunidad**?

- 2) ¿Han **visitado el área cruceristas**? ¿Cómo fue la experiencia? ¿Llegaron a través de algún prestador de servicio? ¿Cómo es la comunicación?
- 3) ¿Existen **áreas naturales** de potencial uso para cruceristas a cargo del municipio? ¿de ser así, Cuenta con **planes de manejo** para las potenciales áreas naturales de visita?
- 4) ¿Existen planes de **contingencia** ante la ocurrencia de eventos que pudieran impactar sobre el ambiente?
- 5) ¿Existe alguna reglamentación para el acceso **de guías de turismo al área protegida**?
- 6) ¿Existen **capacitaciones para el personal** que se encuentra en el área? ¿Con qué frecuencia? ¿Sobre qué temas?
- 7) ¿Qué tipo de **servicios** tiene el área? (información, folletería, sanitarios, venta de souvenirs, cafetería, etc.)
- 8) ¿Existen **proyectos en la actualidad** para planes u obras en el área de medio ambiente?
- 9) ¿Considera que la localidad y sus áreas de influencia cuentan con **espacios naturales capaces de atraer** turismo de cruceros? ¿Por qué?

-Para puerto consolidado:

- 1) ¿Se generan **conflictos** con los operadores turísticos? Principales problemas de gestión del área en relación a los cruceristas
- 2) ¿Qué interacción tienen con los **distintos actores relacionados** con la actividad turística, tanto públicos como privados? (trabajan en conjunto, hay tensiones, acuerdos, desacuerdos)
- 3) ¿Cómo valoraría los **recursos del área protegida** como atractivos para el turismo? ¿Por qué?

- 4) ¿Existen posibilidades de **rezonificación o bien de apertura** de nuevas áreas para la actividad turística ante una mayor demanda en el parque?
- 5) ¿Qué percepción tiene Parques en relación a la actividad de cruceros?
- 6) ¿Cómo gestiona Parques las nuevas demandas de los operadores turísticos?
- 7) ¿Por qué cree que el PNTDF es la principal excursión elegida por el turista?

Estimado

Esta entrevista forma parte del trabajo de campo de la tesis doctoral realizada en el marco de la beca de investigación CONICET. Muchas gracias por su cooperación

Lic. Carolina Cohen
UNTDF - UNMDP- UNS - CONICET

Sector: PUERTO

Entrevistado: Función:

Antigüedad en el cargo:

Fecha:

Hora de inicio:

Hora de finalización:

- 1) ¿Cómo está **organizado el sector**? ¿Existe injerencia del sector privado en su estructura?
- 2) ¿Cuál es su **opinión** sobre la posibilidad del desarrollo del turismo de cruceros en su localidad?
- 3) ¿Qué **fortalezas** del puerto considera fundamentales para que la actividad de cruceros pueda desarrollarse?
- 4) ¿Qué **debilidades** observa en relación con el puerto para el desarrollo de la actividad de cruceros?
- 5) ¿Cuál es la **capacidad receptiva** del puerto?
- 6) ¿Qué **características** tiene el puerto?
Ubicación:
Largo y ancho del muelle:
Sitio de atraque:
Calado:
Variación de marea:
Movimiento portuario (estacional, pesquero, Armada, portacontenedores, pasajeros, etc.):
Horario operativo (24 horas, sin operación nocturna):
- 7) ¿Cree usted que existiría / existe **conflicto de intereses** con otras actividades que se desarrollan en el puerto ante la potencial llegada de cruceros?
- 8) ¿Qué **servicios al buque** ofrece el puerto, otras áreas del sector público o el sector privado?

Provisión de agua:

Retiro de residuos:

Provisión de combustible:

Estiba:

Taller de reparación naval:

Cualquier otro servicio brindado por el puerto o por el sector privado:

- 9) ¿Tiene el puerto, además del muelle principal de atraque, un sitio para el **arribo de embarcaciones menores** con pasajeros en *tenders* y *zodiacs*?
- 10) ¿Qué **rubros portuarios** se cobran a los cruceros? (tarifario)
- 11) ¿Cómo evaluaría los **RRHH** que posee la localidad en el área portuaria? ¿Cuál es su capacidad receptiva? (cantidad, calidad de RRHH, capacitaciones, etc.)
- 12) ¿Con cuánto **tiempo de antelación** se realiza la reserva para el atraque de un buque en el puerto?
- 13) ¿Han **recalado cruceros** en este puerto? ¿Cuál ha sido la experiencia? ¿Qué cruceros han recalado? ¿Cuál ha sido el tiempo de permanencia del buque en el puerto?
- 14) ¿Han tenido **requerimientos** de otras compañías de cruceros para recalcar en este puerto que no hayan podido aceptar? ¿De qué buques? ¿Por qué motivo no recalaron?
- 15) ¿Existen **proyectos en la actualidad** para planes u obras del área portuaria?
 - Reformas
 - Ampliaciones
 - Mejora de infraestructura
 - Nueva Infraestructura
- 16) En su opinión, ¿de qué depende la **duración de la estadía** de un barco en cada puerto?

-Para puertos potenciales:

- 1) ¿Cuál es la **principal actividad** que se desarrolla en el puerto? ¿Cuántos buques atracan? ¿En qué temporada o llegan durante todo el año? ¿Cómo es la relación de estas actividades con la comunidad?
- 2) ¿Cuántas **agencias marítimas** existen? ¿En qué rubro se especializan?
- 3) ¿Hay **proveedoras marítimas** acreditadas? ¿Cuál es el origen de los productos?

-Para consolidados:

- 1) ¿Cuántas **recaladas** hay previstas para la temporada en curso? ¿Prevén un crecimiento para las siguientes temporadas, de qué segmento?
- 2) ¿Cómo es la **relación** con los diferentes prestadores de servicios?
- 3) ¿Cómo ve el futuro del turismo de cruceros en Ushuaia?

Estimado

Esta entrevista forma parte del trabajo de campo de la tesis doctoral realizada en el marco de la beca de investigación CONICET. Muchas gracias por su cooperación

Lic. Carolina Cohen
UNTDF - UNMDP- UNS - CONICET

Sector: MEDIO AMBIENTE

Entrevistado: Función:

Antigüedad en el cargo:

Fecha:

Hora de inicio:

Hora de finalización:

1. ¿Cómo está organizado el área 'Medio Ambiente' en el organigrama municipal?
¿Cuál es la relación con el área de Ambiente de Provincia?
2. ¿Cuál es su opinión sobre la posibilidad del desarrollo del turismo de cruceros en su localidad?
3. ¿Qué fortalezas de la localidad considera fundamentales para que la actividad de cruceros pueda desarrollarse?
4. ¿Qué debilidades observa en relación con la localidad para el desarrollo de la actividad de cruceros?
5. En caso de que la actividad de cruceros se desarrollara de manera regular ¿cómo cree que repercutiría en la comunidad?
6. ¿Encuentra alguna dificultad ambiental que impida el desarrollo de la actividad de cruceros?
7. ¿Cuál es la capacidad receptiva ambiental posee la localidad y sus áreas de influencia para este tipo de turismo?
8. ¿Existen áreas de posible congestión ante la llegada de cruceros? ¿Qué espacios considera más sensibles para la recepción de cruceristas?
9. ¿Existen áreas naturales de potencial uso para cruceristas a cargo del municipio? ¿de ser así, Cuenta con planes de manejo para las potenciales áreas naturales de visita?
10. ¿Existen planes de contingencia ante la ocurrencia de eventos que pudieran impactar sobre el ambiente?

11. Desde el punto de vista de la provisión de servicios como agua y combustible
¿visualiza restricciones para la recepción de cruceros?
12. ¿Cómo es el manejo de residuos en la localidad? ¿Cuentan con clasificación
para residuos domiciliarios? ¿Existen empresas para tratamiento de residuos?
¿Brindan certificaciones de disposición final?
13. ¿Existen proyectos en la actualidad para planes u obras en el área de medio
ambiente?
14. ¿Considera que la localidad y sus áreas de influencia cuentan con espacios
naturales capaces de atraer turismo de cruceros? ¿Por qué?
15. ¿Cómo evaluaría los RRHH que posee la localidad en general y
particularmente el área de ambiente? ¿Cuál es su capacidad receptiva?
(cantidad, calidad de RRHH, capacitaciones, etc.)

Estimado

Esta entrevista forma parte del trabajo de campo de la tesis doctoral realizada en el marco de la beca de investigación CONICET. Muchas gracias por su cooperación

Lic. Carolina Cohen
UNTDF - UNMDP- UNS - CONICET

Sector: OPERADORES TURÍSTICOS

Entrevistado: Función:

Antigüedad en el cargo:

Fecha:

Hora de inicio:

Hora de finalización:

- 1) ¿Cómo está **organizada** la empresa? ¿Es de tipo familiar o de gran envergadura? ¿Cómo se formó y con qué expectativas? ¿Qué tipo de excursiones realiza? ¿Maneja una magnitud importante de clientes? ¿Cuenta con personal empleado fuera de su ámbito familiar?
- 2) ¿Cómo ve el desarrollo del **turismo de cruceros** frente a otras modalidades de turismo en Ushuaia?
- 3) ¿Cuál es su **opinión** sobre la posibilidad del desarrollo del turismo de cruceros en su localidad?
- 4) ¿Qué **fortalezas** de la localidad considera fundamentales para que la actividad de cruceros pueda desarrollarse?
- 5) ¿Qué **debilidades** observa en relación con la localidad para el desarrollo de la actividad de cruceros?
- 6) En caso que la actividad de cruceros se desarrollará de manera regular ¿cómo cree que **repercutiría / repercute en la comunidad**?
- 7) ¿Qué **relación** existe entre los diferentes **prestadores de servicios**? ¿Se complementan?
- 8) ¿Qué **servicios/excursiones fueron contratados** en las recaladas anteriores? ¿Qué cantidad de pasajeros los tomaron? ¿Fueron contratados directamente por el crucero o comprados por los pasajeros en tierra?
- 9) ¿Cuál es la **capacidad receptiva** de la empresa para este tipo de turismo?

- 10) ¿Encuentra alguna **dificultad ambiental** que impida el desarrollo de la actividad de cruceros?
- 11) ¿Cómo evaluaría los **RRHH** que posee la localidad en general y particularmente el área de turismo? ¿Cuál es su capacidad receptiva? (cantidad, calidad de RRHH, etc.)
- 12) En su opinión, ¿de qué depende la **duración de la estadía** de un barco en cada puerto?
- 13) ¿Qué **atractivos considera más relevantes** para este segmento de la demanda? ¿por qué?

-Para puertos potenciales:

- 1) ¿Han **recalado cruceros** en este puerto? ¿Cuál ha sido la experiencia? ¿Qué cruceros han recalado? ¿Cuál ha sido el tiempo de permanencia del buque en el puerto?
- 2) ¿Han tenido **requerimientos** de otras compañías de cruceros para recalcar en este puerto que no hayan podido aceptar? ¿De qué buques? ¿Por qué motivo no recalaron?

-Para puerto consolidado:

- 1) ¿Considera que existen áreas de **congestión** ante la llegada de cruceros?
- 2) ¿Cómo ve el futuro del turismo de cruceros en Ushuaia?

Estimado

Esta entrevista forma parte del trabajo de campo de la tesis doctoral realizada en el marco de la beca de investigación CONICET. Muchas gracias por su cooperación

Lic. Carolina Cohen
UNTDF - UNMDP- UNS - CONICET

Sector: DIRECCIÓN DE PATRIMONIO Y MUSEOS

Entrevistado: Función:

Antigüedad en el cargo:

Fecha:

Hora de inicio:

Hora de finalización:

- 1) ¿Cuál es su **opinión** sobre la posibilidad del desarrollo del turismo de cruceros en su localidad?
- 2) ¿Qué **fortalezas** de la localidad considera fundamentales para que la actividad de cruceros pueda desarrollarse?
- 3) ¿Qué **debilidades** observa en relación con la localidad para el desarrollo de la actividad de cruceros?
- 4) En caso que la actividad de cruceros se desarrollará de manera regular ¿cómo cree que **repercutiría en la comunidad**?
- 5) ¿Qué **sitios patrimoniales** existen en la localidad y áreas de influencia? ¿Han sido visitados por cruceristas en alguna oportunidad?
- 6) De ser positiva la respuesta anterior, ¿cuántos pasajeros recibió? ¿cómo se organizaron las visitas en el sitio? ¿Fueron contactados previamente por el crucero o directamente los pasajeros lo visitaron?
- 7) ¿Qué **sitios patrimoniales** considera **relevantes** para la visita de cruceristas?
¿Por qué?
- 8) ¿Cuál es la **capacidad receptiva** de los sitios patrimoniales en la localidad y su radio de influencia?
- 9) ¿Existen sitios patrimoniales de **posible congestión** ante la llegada de cruceros?

- 10) ¿Cómo es el **vínculo con las empresas** que ofrecen las excursiones de la localidad? ¿Cómo se relaciona con los prestadores de servicios locales?

- 11) ¿Cómo evaluaría los **RRHH** en relación con la prestación de servicios turísticos en los sitios patrimoniales? ¿Cómo evalúa los sitios y las actividades culturales que posee la localidad? ¿Cuál es su capacidad receptiva? (cantidad, calidad de RRHH, etc.)

Estimado

Esta entrevista forma parte del trabajo de campo de la tesis doctoral realizada en el marco de la beca de investigación CONICET. Muchas gracias por su cooperación

Lic. Carolina Cohen
UNTDF - UNMDP- UNS - CONICET

Sector: PREFECTURA NAVAL ARGENTINA

Entrevistado: Función:

Antigüedad en el cargo:

Fecha:

Hora de inicio:

Hora de finalización:

- 1) ¿Cuál es la **tarea de PNA** en relación con la recepción de cruceros turísticos en esta localidad?
- 2) ¿Cuál es su **opinión** sobre la posibilidad del desarrollo del turismo de cruceros en su localidad?
- 3) ¿Qué **fortalezas** del puerto considera fundamentales para que la actividad de cruceros pueda desarrollarse?
- 4) ¿Qué **debilidades** observa en relación con el puerto para el desarrollo de la actividad de cruceros?
- 5) ¿Cuál es la **capacidad receptiva** del puerto?
- 6) ¿Cuál es la **principal actividad** que se desarrolla en el puerto? ¿Cuántos buques atracan? ¿En qué temporada o llegan durante todo el año? ¿Cómo es la relación de estas actividades con la comunidad? ¿Representan estas actividades un ingreso económico importante para la comunidad?
- 7) ¿Cree usted que existiría / existe **conflicto de intereses** con otras actividades que se desarrollan en el puerto ante la potencial llegada de cruceros?
- 8) ¿Han **recalado cruceros** en este puerto? ¿Cuál ha sido la experiencia? ¿Qué cruceros han recalado? ¿Cuál ha sido el tiempo de permanencia del buque en el puerto?
- 9) ¿Nos puede describir la **rutina de trabajo** cuando un buque atraca en el puerto?

- 10) ¿Qué **servicios al buque** ofrece el puerto y/u otras áreas del sector público o el sector privado y cómo los evaluaría para atender a cruceros turísticos?
- Provisión de agua:
 - Retiro y tratamiento de residuos:
 - Provisión de combustible:
 - Estiba:
 - Taller de reparación naval:
 - Cualquier otro servicio brindado por el puerto o por el sector privado:
- 11) ¿Los agentes marítimos y los proveedores marítimos deben estar **acreditados** ante la PNA?
- 12) ¿Cómo evaluaría los **RRHH** en relación con la provisión de servicios marítimos para buques de turismo? ¿Considera adecuada la capacidad receptiva de la localidad? (cantidad, calidad de RRHH, etc.)
- 13) ¿Cuál es la **función de la PNA** como estado rector de puertos?
- 14) ¿Qué **certificaciones ambientales** requiere la PNA a los buques de turismo?
- 15) ¿Existen **proyectos en la actualidad** para planes u obras del área portuaria?
- Reformas
 - Ampliaciones
 - Mejora de infraestructura
 - Nueva Infraestructura
- 16) En su opinión, ¿de qué depende la **duración de la estadía** de un barco en cada puerto?

Estimado

Esta entrevista forma parte del trabajo de campo de la tesis doctoral realizada en el marco de la beca de investigación CONICET. Muchas gracias por su cooperación

Lic. Carolina Cohen
UNTDF - UNMDP- UNS - CONICET

Sector: AGENTES MARÍTIMOS

Entrevistado: Función:

Antigüedad en el cargo:

Fecha:

Hora de inicio:

Hora de finalización:

- 1) ¿Cuál es el **área principal de trabajo** de un agente marítimo en esta localidad?
- 2) ¿Cuál es su **opinión** sobre el desarrollo del turismo de cruceros en su localidad?
- 3) ¿Qué **fortalezas** del puerto considera fundamentales para que la actividad de cruceros pueda desarrollarse?
- 4) ¿Qué **debilidades** observa en relación con el puerto para el desarrollo de la actividad de cruceros?
- 5) ¿Cuál es la **capacidad receptiva** del puerto?
- 6) ¿Cuál es la **principal actividad** que se desarrolla en el puerto? ¿Cuántos buques atracan? ¿En qué temporada o llegan durante todo el año? ¿Cómo es la relación de estas actividades con la comunidad? ¿Representa económicamente un ingreso importante para la comunidad?
- 7) ¿Cree usted que existiría **conflicto de intereses** con otras actividades que se desarrollan en el puerto ante la potencial llegada de cruceros?
- 8) ¿Qué **servicios al buque** ofrece el puerto y/u otras áreas del sector público o el sector privado y cómo los evaluaría para atender a cruceros turísticos? -
ENTREGAR TABLA -
Provisión de agua:
Retiro y tratamiento de residuos:
Provisión de combustible:
Estiba:

Taller de reparación naval:

Cualquier otro servicio brindado por el puerto o por el sector privado:

- 9) ¿Hay **proveedoras marítimas** acreditadas? ¿Cuál es el origen de los productos?
- 10) ¿Cómo evaluaría los **RRHH** en relación con la provisión de servicios marítimos para buques de turismo? ¿Considera adecuada la capacidad receptiva de la localidad? (cantidad, calidad de RRHH, etc.)
- 11) ¿Con cuánto **tiempo de antelación** se realiza la reserva para el atraque de un buque en el puerto?
- 12) ¿Han recalado **cruceros** en este puerto? ¿Cuál ha sido la experiencia? ¿Qué cruceros han recalado? ¿Cuál ha sido el tiempo de permanencia del buque en el puerto?
- 13) ¿Conoce de **proyectos en la actualidad** para planes u obras del área portuaria?

Reformas	Ampliaciones	Mejora de infraestructura	Nueva
Infraestructura			
- 14) En su opinión, ¿de qué depende la **duración de la estadía** de un barco en cada puerto?

-Para puertos potenciales:

- 1) ¿Han tenido **requerimientos** de otras compañías de cruceros para recalar en este puerto que no hayan podido aceptar? ¿De qué buques? ¿Por qué motivo no recalaron?

-Para puerto consolidado:

- 1) ¿Cómo ve el futuro del turismo de cruceros en Ushuaia?

USHUAIA

Generales					Atractividad						Aptitud				Accesibilidad						
											Actividad turística posible		Servicios y equipamientos turísticos		Temporal	Física/Espacial			Administrativa		
N.º	Sitios de Visita	Atractivos de lo conforman	Lat.	Long.	Singularidad	Autenticidad	Diversidad	Grado de preservación	Denominación	Capacidad de integración o tematización	Tipos de turismo posible	Duración	Comunicación	Excursiones regulares	Equipamiento turístico - recreativo	Periodo del año	Distancia al puerto	Vías de acceso	Transporte	Dominio	Entrada
1	Parque Nacional de Tierra del Fuego	Bahía Lapataia, Cerro Guanaco, Ensenada, Fin de la Ruta 3, Isla Redonda, Lago Acigami (ex Roca), Laguna Negra, Laguna Verde, Senda Cañadón del Toro (Rio Pipo), Senda Pampa Alta, Tren del Fin del Mundo, Senda La Baliza Senda Hito XXIV, Senda Costera, Paseo del Turbal - Castorera, Avifauna, Fauna terrestre	-54.846	-68.481	No posee singularidad	Posee intervención humana con características de interés	Natural	Nacional	Parque Nacional de Tierra del Fuego	Posee rasgos interpretativos diferenciales	Entre 5 y 8	4 a 6 hs	Sin señal de comunicación	Incluido en excursiones regulares	Equipamiento turístico - recreativo	Anual	11 a 15 Km	Ripio	Contratación de transporte	Público	Paga
2	Isla de los Lobos	, Isla de los Lobos, Faro <i>Les Esclaireurs</i> , Avifauna, Fauna marina, Islas Bridges	-54.859	-68.241	No posee singularidad	Posee intervención humana con características de interés	Mixto	Nacional	Zona de protección especial en el Litoral argentino	Posee rasgos interpretativos diferenciales	Entre 5 y 8	4 a 6 hs	Sin señal de comunicación	Incluido en excursiones regulares	No posee equipamiento turístico - recreativo	Anual	6 a 10 Km	Navegación	Contratación de transporte	Público	Paga
3	Estancia Harberton y pingüinera	Isla de los Pájaros, Isla de los Lobos, Faro <i>Les Esclaireurs</i> , Isla Martillo, Estancia Harberton	-54.870	-67.339	No posee singularidad	Posee intervención humana con características de interés	Mixto	Nacional	Monumento Histórico Nacional / Zona de protección especial en el Litoral argentino	Posee rasgos interpretativos diferenciales	Entre 5 y 8	Más de 6 hs	Sin señal de comunicación	Incluido en excursiones regulares	Equipamiento turístico - recreativo	En Temporada	20 km o más	Navegación/Ripio	Contratación de transporte	Privada	Paga
4	Tren del fin del mundo	Recorrido histórico de los presos para recolectar leña, Rio Pipo, Cascada Macarena, Cementerio de árboles, PNTDF	-54.833	-68.423	No posee singularidad	Posee intervención humana con características de interés	Mixto	No posee	No corresponde	Posee rasgos interpretativos diferenciales	Entre 5 y 8	4 a 6 hs	Sin señal de comunicación	Incluido en excursiones regulares	Equipamiento turístico - recreativo	Anual	6 a 10 Km	Ripio	Contratación de transporte	Privada	Paga
5	City Tour	Barrio La Misión, Legislatura Provincial (antigua casa de gobierno), Casa antiguas, Bahía encerrada, Zona fabril, Museo Marítimo, Museo del Presidio	-54.807	-68.304	No posee singularidad	Posee intervención humana con características de interés	Cultural	No posee	No corresponde	Posee rasgos interpretativos diferenciales	Entre 1 y 4	1 a 3 hs	Telefonía móvil	Incluido en excursiones regulares	Equipamiento turístico - recreativo	Anual	Menos de 5 Km	Pavimento	Contratación de transporte	Privada	Paga

6	Travesía por los Lagos	Valle Carbajal, Tierra Mayor, Paso Garibaldi, Lago Fagnano y Escondido	-54.639	-67.762	No posee singularidad	Posee intervención humana con características de interés	Natural	No posee	No corresponde	Posee rasgos interpretativos diferenciales	Entre 5 y 8	Más de 6 hs	Sin señal de comunicación	Incluido en excursiones regulares	Equipamiento turístico - recreativo	Anual	20 km o más	Pavimento	Contratación de transporte	Público	Paga
7	Glaciar Ojo del Albino	Laguna Esmeralda, Glaciar Ojo del Albino	-54.671	-68.141	No posee singularidad	Posee intervención humana con características de interés	Natural	Provincial	Reserva Natural y Paisajística Tierra Mayor	No posee rasgos interpretativos diferenciales	Entre 5 y 8	Más de 6 hs	Sin señal de comunicación	Incluido en excursiones regulares	Estructuras preexistentes (refugios de montaña)	En Temporada	20 km o más	Pavimento	Contratación de transporte	Público	Paga
8	Laguna esmeralda	Sendero de interpretación Laguna Esmeralda	-54.721	-68.122	No posee singularidad	Posee intervención humana con características de interés	Natural	Provincial	Reserva Natural y Paisajística Tierra Mayor	Posee rasgos interpretativos diferenciales	Entre 5 y 8	Más de 6 hs	Sin señal de comunicación	Incluido en excursiones regulares	Equipamiento turístico - recreativo	Restringida a otras condiciones	16 a 20 Km	Pavimento	Contratación de transporte	Público	Paga
9	Glaciar Martial	Glaciar Martial	-54.799	-68.370	No posee singularidad	Posee intervención humana con características de interés	Natural	Provincial	Reserva <i>Louis Martial</i>	Posee rasgos interpretativos diferenciales	Entre 5 y 8	4 a 6 hs	Sin señal de comunicación	Incluido en excursiones regulares	Equipamiento turístico - recreativo	Anual	6 a 10 Km	Pavimento	Contratación de transporte	Público	Paga
10	Glaciar Vinciguerra y Laguna de los Témpanos	Glaciar Vinciguerra y Laguna de los Témpanos	-54.764	-68.301	No posee singularidad	Posee intervención humana con características de interés	Natural	Internacional	Sitio RAMSR	Posee rasgos interpretativos diferenciales	Entre 5 y 8	Más de 6 hs	Sin señal de comunicación	Incluido en excursiones regulares	Equipamiento turístico - recreativo	En Temporada	Más de 6 hs	Pavimento	Contratación de transporte	Público	Paga
11	Museo Marítimo y del Presidio	Conjunción de exposiciones emplazada en la antigua Cárcel del Fin del Mundo: Museo Marítimo, el Museo del Presidio, el Museo del Antártico, el Museo de Arte Marino, una Galería de Arte y la historia del desarrollo de la ciudad de Ushuaia.	-54.803	-68.297	No posee singularidad	Posee intervención humana con características de interés	Cultural	Nacional	Monumento Histórico nacional	Posee rasgos interpretativos diferenciales	Entre 1 y 4	1 a 3 hs	Telefonía móvil	Incluido en excursiones regulares	Estructuras preexistentes	Anual	Menos de 5 Km	Pavimento	Sin transporte	Público	Paga
12	Casa Banco Nación	Museo del Fin del Mundo exhibiciones permanentes y temporarias, y preserva un amplio archivo histórico e importantes colecciones	-54.805	-68.3	No posee singularidad	Posee intervención humana con características de interés	Cultural	No posee	No corresponde	Posee rasgos interpretativos diferenciales	Entre 1 y 4	1 a 3 hs	Telefonía móvil	Incluido en excursiones regulares	Estructuras preexistentes	Anual	Menos de 5 Km	Pavimento	Sin transporte	Público	Paga

13	Galería temática "Historia Fueguina"	Figuras y réplicas de instrumentos y objetos de valor histórico	-54.805	-68.300	No posee singularidad	Posee intervención humana con características de interés	Cultural	No posee	No corresponde	Posee rasgos interpretativos diferenciales	Entre 1 y 4	1 a 3 hs	Telefonía móvil	Incluido en excursiones regulares	Estructuras preexistentes	Anual	Menos de 5 Km	Pavimento	Sin transporte	Privado	Paga
14	Casa Beban	Edificio antiguo	-54.812	-68.320	No posee singularidad	Posee intervención humana con características de interés	Cultural	No posee	No corresponde	Posee rasgos interpretativos diferenciales	Entre 1 y 4	1 a 3 hs	Telefonía móvil	Incluido en excursiones regulares	Estructuras preexistentes	Anual	Menos de 5 Km	Pavimento	Sin transporte	Público	Paga
15	Antigua Casa de Gobierno	Museo del Fin del Mundo exhibiciones permanentes y temporarias, y preserva un amplio archivo histórico e importantes colecciones	-54.806	-68.303	No posee singularidad	Posee intervención humana con características de interés	Cultural	No posee	No corresponde	Posee rasgos interpretativos diferenciales	Entre 1 y 4	1 a 3 hs	Telefonía móvil	Incluido en excursiones regulares	Estructuras preexistentes	Anual	Menos de 5 Km	Pavimento	Sin transporte	Público	Paga
16	Museo Pensar Malvinas	Muestra del reclamo argentino sobre Malvinas y patrimonio arquitectónico	-54.813	-68.321	No posee singularidad	Posee intervención humana con características de interés	Cultural	No posee	No corresponde	Posee rasgos interpretativos diferenciales	Entre 1 y 4	1 a 3 hs	Telefonía móvil	No incluido en excursiones regulares	Estructuras preexistentes	Anual	Menos de 5 Km	Pavimento	Sin transporte	Público	Libre
17	Museo Yamana	La vida de los pueblos originarios yámanas o (yaganes) y su cultura	-54.805	-68.300	No posee singularidad	Posee intervención humana con características de interés	Cultural	No posee	No corresponde	Posee rasgos interpretativos diferenciales	Entre 1 y 4	1 a 3 hs	Telefonía móvil	No incluido en excursiones regulares	Estructuras preexistentes	Anual	Menos de 5 Km	Pavimento	Sin transporte	Público	Paga
18	Museo de la ciudad	Patrimonio arquitectónica y exposición de objetos diversos de la vida cotidiana de los Antiguos Pobladores	-54.813	-68.320	No posee singularidad	Posee intervención humana con características de interés	Cultural	Municipal	Patrimonio arquitectónico cultural de la ciudad	Posee rasgos interpretativos diferenciales	Entre 1 y 4	1 a 3 hs	Telefonía móvil	No incluido en excursiones regulares	Estructuras preexistentes	Anual	Menos de 5 Km	Pavimento	Sin transporte	Público	Libre
19	Experiencia Antártica	Muestra sobre la historia de las exploraciones antárticas	-54.807	-68.303	No posee singularidad	Posee intervención humana con características de interés	Cultural	No posee	No corresponde	Posee rasgos interpretativos diferenciales	Entre 1 y 4	1 a 3 hs	Telefonía móvil	No incluido en excursiones regulares	Estructuras preexistentes	Restringida a otras condiciones	Menos de 5 Km	Pavimento	Sin transporte	Público	Paga
20	Monumento a los Caídos en Malvinas	Obra arquitectónica y muestra fotográfica sobre la historia de la guerra en Malvinas	-54.810	-68.316	No posee singularidad	Posee intervención humana con características de interés	Cultural	Nacional	Monumento histórico nacional	Posee rasgos interpretativos diferenciales	Entre 1 y 4	1 a 3 hs	Telefonía móvil	No incluido en excursiones regulares	Estructuras preexistentes	Anual	Menos de 5 Km	Pavimento	Sin transporte	Público	Libre

21	Paseo de los Pioneros Antárticos	Recorrido donde se pueden apreciar los rostros de los valientes expedicionarios que se atrevieron a pisar el Continente Blanco en los siglos XIX y XX	-54.806	-68.299	No posee singularidad	Posee intervención humana con características de interés	Cultural	No posee	No corresponde	Posee rasgos interpretativos diferenciales	Entre 1 y 4	1 a 3 hs	Telefonía móvil	No incluido en excursiones regulares	Estructuras preexistentes	Anual	Menos de 5 Km	Pavimento	Sin transporte	Público	Libre
22	Paso Garibaldi	Cruce de los Andes Fueguinos	-54.689	-67.841	No posee singularidad	Posee intervención humana con características de interés	Natural	No posee	No corresponde	Posee rasgos interpretativos diferenciales	Entre 5 y 8	4 a 6 hs	Sin señal de comunicación	Incluido en excursiones regulares	Equipamiento turístico - recreativo	Restringida a otras condiciones	20 km o más	Pavimento	Contratación de transporte	Público	Paga
23	Playa Larga	Playa Larga, Sendero Estancia Túnel y Remolino	-54.804	-68.217	No posee singularidad	Posee intervención humana con características de interés	Natural	Provincial	Reserva Cultural-Natural Playa Larga	No posee rasgos interpretativos diferenciales	Entre 5 y 8	4 a 6 hs	Sin señal de comunicación	Incluido en excursiones regulares	Estructuras preexistentes	Anual	6 a 10 Km	Ripio	Transporte público	Público	Libre
24	Puerto Almanza	Puerto de pescadores	-54.869	-67.563	No posee singularidad	Posee intervención humana con características de interés	Mixto	No posee	No corresponde	No posee rasgos interpretativos diferenciales	Entre 5 y 8	Más de 6 hs	Sin señal de comunicación	No incluido en excursiones regulares	Estructuras preexistentes	En Temporada	20 km o más	Ripio	Contratación de transporte	Público	Libre

PUERTO DESEADO

Generales					Atractividad						Aptitud				Accesibilidad						
											Actividad turística posible		Servicios y equipamientos turísticos		Temporal	Física/Espacial			Administrativa		
N°	Sitios de Visita	Atractivos de lo conforman	Lat.	Long.	Singularidad	Autenticidad	Diversidad	Grado de preservación	Denominación	Capacidad de integración o tematización	Tipos de turismo posible	Duración	Comunicación	Excursiones regulares	Equipamiento turístico - recreativo	Periodo del año	Distancia al puerto	Vías de acceso	Transporte	Dominio	Entrada
1	Museo del Pueblo	Historia local	-47.754	-65.893	No posee singularidad	Intervención humana con característica de interés	Cultural	No posee	No corresponde	Rasgos interpretativos que facilitan la comprensión	Entre 1 y 4	1 a 3 hs	Telefonía móvil	No requiere excursión	Estructuras preexistentes	Anual	Menos de 5 Km	Pavimento	Sin transporte	Público	Libre
2	Museo Ferroviario	Historia del ramal ferroviario de Puerto Deseado y del país	-47.754	-65.890	No posee singularidad	Intervención humana con característica de interés	Cultural	No posee	No corresponde	Rasgos interpretativos que facilitan la comprensión	Entre 1 y 4	1 a 3 hs	Telefonía móvil	No requiere excursión	Estructuras preexistentes	Anual	Menos de 5 Km	Pavimento	Sin transporte	Público	Libre
3	Circuito "De cara a la libertad"	Circuito histórico que revive los eventos sucedidos durante la Patagonia trágica en 1921	-47.755	-65.902	No posee singularidad	Intervención humana con característica de interés	Cultural	No posee	No corresponde	Rasgos interpretativos que facilitan la comprensión	Entre 1 y 4	1 a 3 hs	Telefonía móvil	No requiere excursión	Equipamiento turístico-recreativo	Anual	Menos de 5 Km	Pavimento	Sin transporte	Público	Libre
4	Circuito "Derrotero del Corsario"	Circuito histórico que refleja la historia del navegante inglés Thomas Cavendish, quien visitó Puerto Deseado en 1586	-47.750	-65.858	No posee singularidad	Intervención humana con característica de interés	Cultural	No posee	No corresponde	Rasgos interpretativos que facilitan la comprensión	Entre 1 y 4	1 a 3 hs	Telefonía móvil	No requiere excursión	Equipamiento turístico-recreativo	Anual	Menos de 5 Km	Pavimento	Sin transporte	Público	Libre
5	Museo Municipal Mario Brozowski	Historia y arqueología de la localidad	-47.756	-65.898	No posee singularidad	Intervención humana con característica de interés	Cultural	No posee	No corresponde	Rasgos interpretativos que facilitan la comprensión	Entre 1 y 4	1 a 3 hs	Telefonía móvil	No requiere excursión	Equipamiento turístico-recreativo	Restringido a otras condiciones	Menos de 5 Km	Pavimento	Sin transporte	Público	Libre
6	Museo Policlínico	Historia y arquitectura local	-47.754	-65.892	No posee singularidad	Intervención humana con característica de interés	Cultural	No posee	No corresponde	Rasgos interpretativos que facilitan la comprensión	Entre 1 y 4	1 a 3 hs	Telefonía móvil	No requiere excursión	Equipamiento turístico-recreativo	Anual	Menos de 5 Km	Pavimento	Sin transporte	Público	Libre
7	Campamento de Darwin	Estancia Aurora, Paso Marsicano,	-47.850	-66.416	Único en relación con los puertos de la región	Intervención humana con característica	Mixto	Provincial	Reserva Provincial Ría Deseado	Rasgos interpretativos que facilitan la comprensión	Entre 5 y 8	Más de 6 hs	Sin señal de comunicación	Incluido en excursiones regulares	Sin equipamiento turístico recreativo	Restringido a otras condiciones	20 km o más	Ripio	Contratación de transporte	Privado	Paga

		Miradores de Darwin				ica de interés																
8	Ria Deseado	Ria Deseado, Isla Chaffers, Avifauna, Isla Larga, Fauna marina, Isla de los Pájaros	-47.754	-65.953	Único en relación con los puertos de la Patagonia argentina	No posee intervención humana	Natural	Provincial	Reserva Provincial Ria Deseado	No posee rasgos interpretativos que facilitan la comprensión	Entre 5 y 8	1 o 3 hs	Sin señal de comunicación	Incluido en excursiones regulares	Sin equipamiento turístico recreativo	Temporada	20 km o más	Navegación	Contratación de transporte	Público	Paga	
9	Isla Pingüino	Isla pingüino, faro antiguo, factoría lobera, Avifauna, Fauna marina	-47.910	-65.717	No posee singularidad	Intervención humana con característica de interés	Mixto	Nacional	Parque interjurisdiccional marino Isla Pingüino	No posee rasgos interpretativos que facilitan la comprensión	Entre 5 y 8	Más de 6 hs	Sin señal de comunicación	Incluido en excursiones regulares	Sin equipamiento turístico recreativo	Temporada	6 a 10 km	Navegación	Contratación de transporte	Público	Paga	
10	Cerro Van Noort	Bahía Uruguay, Cañadón del Puerto, Isla del Rey, Cerro Van Noort, Avifauna, Fauna marina	-47.765	-66.066	No posee singularidad	No posee intervención humana	Mixto	Provincial	Reserva Provincial Ria Deseado	No posee rasgos interpretativos que facilitan la comprensión	Entre 5 y 8	4 a 6 hs	Sin señal de comunicación	Incluido en excursiones regulares	Sin equipamiento turístico recreativo	Restringido a otras condiciones	11 a 15 km	Navegación	Contratación de transporte	Público	Paga	
11	Gruta de Lourdes	Vía Lucis, Geofomas	-47.689	-66.013	No posee singularidad	Intervención humana con característica de interés	Cultural	No posee	No corresponde	Rasgos interpretativos que facilitan la comprensión	Entre 1 y 4	1 a 3 hs	Telefonía móvil	No incluido en excursiones regulares	Estructuras preexistentes	Anual	11 a 15 km	Pavimento	Contratación de transporte	Público	Libre	
12	Piedra Toba	Puerto Jekins, Isla Chaffers, Piedra Toba, Avifauna, Fauna marina	-47.767	-65.908	No posee singularidad	No posee intervención humana	Mixto	No posee	No corresponde	No posee rasgos interpretativos que facilitan la comprensión	Entre 5 y 8	1 a 3 hs	Sin señal de comunicación	Incluido en excursiones regulares	Sin equipamiento turístico recreativo	Restringido a otras condiciones	Menos de 5 Km	Navegación	Contratación de transporte	Público	Paga	
13	Cañadón del puerto	Ria Deseado, Isla Chaffers, Barrancas de los Cormoranes, Isla Larga, Isla de los Pájaros, Cañadón del Puerto, Fragata Swift	-47.726	-66.010	Único en relación con los puertos de la Patagonia argentina	No posee intervención humana	Natural	Provincial	Reserva Provincial Ria Deseado	No posee rasgos interpretativos que facilitan la comprensión	Entre 5 y 8	1 a 3 hs	Sin señal de comunicación	Incluido en excursiones regulares	Sin equipamiento turístico recreativo	Restringido a otras condiciones	11 a 15 Km	Navegación	Contratación de transporte	Público	Paga	

14	Hoon	Cañadón del Puerto, Bahía Magallanes, Bahía Uruguay, Sitio histórico Hoon, Avifauna, Fauna marina	-47.756	-66.022	No posee singularidad	No posee intervención humana	Mixto	Provincial	Reserva Provincial Ría Deseado	No posee rasgos interpretativos que facilitan la comprensión	Entre 5 y 8	Más de 6 hs	Sin señal de comunicación	Incluido en excursiones regulares	Sin equipamiento turístico recreativo	Restringido o a otras condiciones	11 a 15 Km	Navegación	Contratación de transporte	Público	Paga
15	Derrotero Darwin	Cañadón del Puerto, Sitio histórico Hoon, Bahía Concordia, Derrotero de Darwin	-47.853	-66.423	Único en relación con los puertos de la región	No posee intervención humana	Mixto	Provincial	Reserva Provincial Ría Deseado	No posee rasgos interpretativos que facilitan la comprensión	Entre 5 y 8	Más de 6 hs	Sin señal de comunicación	Incluido en excursiones regulares	Sin equipamiento turístico recreativo	Restringido o a otras condiciones	11 a 15 km	Navegación	Contratación de transporte	Público	Paga
16	Camino Costero	Cañadón del Puerto, Cañadón del Indio, Cañadón Giménez, Cañadón Paraguayo, Cañado Torcido	-47.726	-66.010	No posee singularidad	No posee intervención humana	Natural	Provincial	Reserva Provincial Ría Deseado	No posee rasgos interpretativos que facilitan la comprensión	Entre 1 y 4	Sin especificar	Sin señal de comunicación	No incluido en excursiones regulares	Sin equipamiento turístico recreativo	Anual	20 km o más	Ripio	Contratación de transporte	Público	Libre
17	Cuevas de los Leones	Roca Leones, Cueva del Indio, Cuevas Chicas, Cueva de los Leones, Las piletas, Punta Cavendish	-47.750	-65.86	No posee singularidad	No posee intervención humana	Natural	Provincial	Reserva Provincial Ría Deseado	No posee rasgos interpretativos que facilitan la comprensión	Entre 5 y 8	Sin especificar	Sin señal de comunicación	No incluido en excursiones regulares	Sin equipamiento turístico recreativo	Anual	Menos de 5 Km	Ripio	Contratación de transporte	Público	Libre

CAMARONES

Generales					Atractividad						Aptitud				Accesibilidad						
											Actividad turística posible		Servicios y equipamientos turísticos		Temporal	Física/Espacial			Administrativa		
N°	Sitios de Visita	Atractivos de lo conforman	Lat.	Long.	Singularidad	Autenticidad	Diversidad	Grado de preservación	Denominación	Capacidad de integración o tematización	Tipos de turismo posible	Duración	Comunicación	Excursiones regulares	Equipamiento turístico - recreativo	Periodo del año	Distancia al puerto	Vías de acceso	Transporte	Dominio	Entrada
1	Museo Provincial "Familia de Perón"	Historia del líder político y social en su niñez junto a su familia y su paso por la Patagonia.	-44.475	-65.423	No posee singularidad	Intervención humana con característica de interés	Cultural	No posee	No corresponde	Rasgos interpretativos que facilitan la comprensión	Entre 1 y 4	1 a 3 hs	Telefonía a móvil	No requiere excursiones	Estructuras preexistentes	En temporada	Menos de 5 Km	Pavimento	Sin transporte	Público	Paga
2	Circuito Histórico Pedestre	Recorrido cultural, histórico y arquitectónico a través de antiguas edificaciones y monumentos por el ejido urbano (punto tomado en Casa Rabal)	-44.480	-65.423	No posee singularidad	Intervención humana con característica de interés	Cultural	No posee	No corresponde	Rasgos interpretativos que facilitan la comprensión	Entre 1 y 4	1 a 3 hs	Sin señal de comunicación	No requiere excursiones	Equipamiento turístico-recreativo	Anual	Menos de 5 Km	Pavimento	Sin transporte	Público	Libre
3	Sendero de interpretación ambiental	Playa El arroyo, Marisma, Estepa, Mar	-44.482	-65.433	No posee singularidad	Intervención humana con característica de interés	Natural	No posee	No corresponde	Rasgos interpretativos que facilitan la comprensión	Entre 5 y 8	1 a 3 hs	Sin señal de comunicación	No incluido en excursiones regulares	Equipamiento turístico-recreativo	Anual	Menos de 5 Km	Sendero	Sin transporte	Público	Libre
4	Caleta Sara	Caleta, Mar, Flora, Avifauna, Fauna marina y terrestre	-44.534	-65.355	No posee singularidad	Intervención humana	Natural	Provincial	Reserva Faunística Provincial Cabo Dos Bahías	No posee rasgos interpretativos que facilitan la comprensión	Entre 5 y 8	Más de 6 hs	Sin señal de comunicación	No incluido en excursiones regulares	Equipamiento turístico-recreativo	En temporada	20 km o más	Ripio	Contratación de transporte	Privado	Paga
5	Museo "El rincón de la historia"	Muestra arqueológica y fósil, "la casita del telégrafo". Productividad de Camarones en sus comienzos y en la actualidad	-44.480	-65.423	No posee singularidad	Intervención humana con característica de interés	Cultural	No posee	No corresponde	Rasgos interpretativos que facilitan la comprensión	Entre 1 y 4	1 a 3 hs	Telefonía a móvil	No requiere excursiones	Estructuras preexistentes	Anual	Menos de 5 Km	Pavimento	Sin transporte	Público	Paga

6	Parque Interjurisdiccional Marino Costero Patagonia Austral	Islas Moreno, Sola, Arce, Leones, Rasa, Larga, Tovita, Tova, Lobos, Pequeño Robledo, gran Robledo, Ceballos, Viana, Vernaci, Quintano, Bahía Bustamante, avifauna, fauna marina	-44.542	-65.322	No posee singularidad	Intervención humana con característica de interés	Natural	Múltiple	Parque Interjurisdiccional Marino Costero Patagonia Austral	No posee rasgos interpretativos que facilitan la comprensión	Entre 5 y 8	Sin especificar	Sin señal de comunicación	No incluido en excursiones regulares	Equipamiento turístico-recreativo	Anual	20 km o más	Ripio	Contratación de transporte	Público	Paga
7	Pingüinera - Cabo dos Bahías	Cabo dos Bahías, Caleta Sara, Cerro dos Bahías, avifauna, fauna marina y terrestre	-44.542	-65.393	No posee singularidad	Intervención humana con característica de interés	Natural	Provincial	Área Natural Protegida "Cabo Dos Bahías"	Posee rasgos interpretativos diferenciales	Entre 5 y 8	Más de 6 hs	Sin señal de comunicación	No incluido en excursiones regulares	Equipamiento turístico-recreativo	Anual	20 km o más	Ripio	Contratación de transporte	Público	Paga
8	Bahía Bustamante	Playa de los toboganes, Playa del amor, Playa de las roquitas, Caleta Malaespina, Isla pingüino, Isla Vernaci, Isla Viana, Cabo Aristizábal, Bahía San Jorge, Avifauna, Fauna marina y terrestre, Historia local, Sitios arqueológicos	-45.073	-66.321	Único en relación con los puertos de la región	Intervención humana con característica de interés	Mixto	Múltiple	Parque Interjurisdiccional Marino Costero Patagonia Austral	Posee rasgos interpretativos diferenciales	Entre 5 y 8	Más de 6 hs	Sin señal de comunicación	No incluido en excursiones regulares	Equipamiento turístico-recreativo	En temporada	20 km o más	Ripio	Sin transporte	Privado	Paga

TIPOS DE TURISMO

	Sitios de Visita	Tipos de turismo								Total
		Sol y playa	Activo	Cultural	Científico	de Salud	De Deporte	Intereses especiales	Convencional	
USHUAIA										
1	Parque Nacional de Tierra del Fuego		X	X	X		X	X	X	Entre 5 y 8
2	Isla de los Lobos		X	X	X		X	X	X	Entre 5 y 8
3	Estancia Harberton y pingüinera		X	X	X	X	X		X	Entre 5 y 8
4	Tren del fin del mundo		X	X	X			X	X	Entre 5 y 8
5	City Tour			X	X			X	X	Entre 1 y 4
6	Travesía por los Lagos		X	X	X		X	X	X	Entre 5 y 8
7	Glaciar Ojo del Albino		X		X		X	X	X	Entre 5 y 8
8	Laguna esmeralda		X		X		X	X	X	Entre 5 y 8
9	Glaciar Martial		X		X		X	X	X	Entre 5 y 8
10	Glaciar Vinciguerra y Laguna de los Témpanos		X		X		X	X	X	Entre 5 y 8
11	Museo Marítimo y del Presidio			X	X			X	X	Entre 1 y 4
12	Casa Banco Nación			X	X			X	X	Entre 1 y 4
13	Galería temática "Historia Fueguina"			X	X			X	X	Entre 1 y 4
14	Casa Beban			X	X			X	X	Entre 1 y 4
15	Antigua Casa de Gobierno			X	X			X	X	Entre 1 y 4
16	Museo Pensar Malvinas			X	X			X	X	Entre 1 y 4
17	Museo Yamana			X	X			X	X	Entre 1 y 4
18	Museo de la ciudad			X	X			X	X	Entre 1 y 4
19	Experiencia Antártica			X	X			X	X	Entre 1 y 4

20	Monumento a los Caídos en Malvinas			X	X			X	X	Entre 1 y 4
21	Paseo de los Pioneros Antárticos			X	X			X	X	Entre 1 y 4
22	Paso Garibaldi		X	X	X		X	X	X	Entre 5 y 8
23	Playa Larga		X	X	X		X		X	Entre 5 y 8
24	Puerto Almanza		X	X	X		X		X	Entre 5 y 8
PUERTO DESEADO										
1	Museo del Pueblo			X	X			X	X	Entre 1 y 4
2	Museo Ferroviario			X	X			X	X	Entre 1 y 4
3	Circuito "De cara a la <i>libertá</i> "			X	X			X	X	Entre 1 y 4
4	Circuito "Derrotero del Corsario"			X	X			X	X	Entre 1 y 4
5	Museo Municipal Mario Brozoski			X	X			X	X	Entre 1 y 4
6	Museo Policlínico			X	X			X	X	Entre 1 y 4
7	Campamento de Darwin		X	X	X			X	X	Entre 5 y 8
8	Ria Deseado		X		X		X	X	X	Entre 5 y 8
9	Isla Pingüino		X	X	X		X	X	X	Entre 5 y 8
10	Cerro Van Noort		X	X	X		X	X	X	Entre 5 y 8
11	Gruta de Lourdes			X	X			X	X	Entre 1 y 4
12	Piedra Toba		X		X		X	X	X	Entre 5 y 8
13	Cañadón del puerto		X		X		X	X	X	Entre 5 y 8
14	Hoorn		X	X	X		X	X	X	Entre 5 y 8
15	Derrotero Darwin		X	X	X		X	X	X	Entre 5 y 8
16	Camino Costero		X		X			X	X	Entre 1 y 4
17	Cuevas de los Leones	X	X	X	X			X	X	Entre 5 y 8
CAMARONES										

1	Museo Provincial "Familia de Perón"			X	X			X	X	Entre 1 y 4
2	Circuito Pedestre			X				X	X	Entre 1 y 4
3	Sendero de interpretación ambiental	X	X		X			X	X	Entre 5 y 8
4	Caleta Sara	X		X			X	X	X	Entre 5 y 8
5	Museo "El rincón de la historia"			X	X			X	X	Entre 1 y 4
6	Parque Interjurisdiccional Marino Costero Patagonia Austral		X	X	X		X	X	X	Entre 5 y 8
7	Pingüinera - Cabo dos Bahías	X	X		X			X	X	Entre 5 y 8
8	Bahía Bustamante	X	X	X	X		X	X	X	Entre 5 y 8