



Universidad Nacional
de San Martín

UNSAM
Escuela de Economía y Negocios

TRABAJO FINAL DE PRÁCTICA PROFESIONAL

Licenciatura en Turismo

“Turismo de Salud y Relax en Carhué: La Laguna Epecuén como principal recurso patrimonial para el diseño de un plan de difusión y desarrollo turístico.”

Alumnas: Di Muro, Micaela
Godoy, Daniela Alejandra

Profesor tutor: Arcuri, Santiago

Fecha de presentación: Octubre 2020

Capítulo 1: Introducción	6
Título del Proyecto	6
Objetivo general	6
Objetivos particulares	6
Estado de arte	6
Tipo de investigación	7
Instrumentos de recolección de datos	8
Fundamento de la temática elegida	8
Capítulo 2: Marco teórico, conceptual e histórico	9
Marco teórico	9
Marco Conceptual	12
Marco Histórico	16
<i>Los inicios: 1830-1921</i>	16
<i>Auge del Turismo en Villa Epecuén: 1922-1984</i>	19
<i>Villa Epecuén y una prosperidad truncada 1985-1993</i>	21
<i>El pueblo que resurgió del agua: 1994-2019</i>	22
CAPÍTULO 3: Laguna Epecuén como recurso turístico	24
Ubicación y descripción de la Laguna Epecuén	24
Dimensiones físicas	25
Flora y fauna	25
Propiedades de las aguas de la Laguna Epecuén y su uso en afecciones a la salud	26
Análisis físico – químico de las aguas del lago Epecuén	27
Análisis físico-químico del fango del Lago Epecuén	28
Acción terapéutica de las aguas	28
Aspectos legales	28
Relevamiento de campo y análisis de la demanda potencial	29
Análisis de encuestas realizadas en Carhué	30
Perfil del potencial turista	34
CAPÍTULO 4: Desarrollo de la propuesta	36
Misión	36
Visión	36
Valores	36
Objetivos	37
Localización	37

Infraestructura Turística	37
Distancia entre distintos puntos del país y Carhué	38
Empresas de buses que arriban a Carhué	38
Atractivos	39
Circuito	43
<i>Etapas de la elaboración</i>	43
Itinerario	47
<i>“Full Day de relax”</i>	47
Socios claves	48
Análisis económico del circuito	49
<i>Recursos necesarios para la inversión inicial</i>	49
<i>Personal necesario y capital de trabajo</i>	51
<i>Financiación del proyecto</i>	52
Costos, precio de venta al público y ganancia	53
Costos	53
<i>Ganancia/ utilidad</i>	54
<i>Proyección estimada de ingresos</i>	56
<i>Diagrama de tiempos proyectados</i>	57
<i>Canales de distribución y comercialización</i>	58
FODA del circuito	58
Competencia nacional e internacional	61
¿Por qué se destaca Carhué?	63
Promoción turística y difusión del destino y su circuito	64
Folleto	65
Cartel publicitario	67
Página web	67
Marketing directo	69
CAPÍTULO 5: Otras propuestas, conclusiones y consideraciones finales	70
Otras propuestas	70
Conclusiones y consideraciones finales	71
CAPÍTULO 6: Anexos	75
BIBLIOGRAFÍA	93

Resumen

El turismo sostenible tiene como objetivo un desarrollo turístico que busca satisfacer las necesidades y deseos de la población local en términos de mejorar su calidad de vida, pretende además contemplar las demandas de los turistas y del sector privado manteniendo los atractivos en buen estado para ambos, con el fin de alcanzar el objetivo anterior. Éstos cometidos no serían posibles de lograr, sin la preservación de los recursos naturales y culturales, que son la base de la actividad turística.

El turismo termal es un tipo de turismo que con el paso de los años se ha ido popularizando entre las personas que buscan realizar viajes, no solo con la motivación de descanso y de salir de la abrumadora rutina diaria, sino también de mejorar su salud física y mental.

La ciudad de Carhué, ubicada al sudoeste de la provincia de Buenos Aires, cuenta con una amplia oferta turística destacándose como principal actividad justamente ese tipo de turismo: termal, de salud y relax.

El “Lago Epecuén” es su principal recurso, famoso por sus propiedades curativas únicas, debido a que cuenta con minerales, sales y sulfatos muy beneficiosos para la salud. Esto es precisamente lo que hizo tan popular a la “Villa Turística Lago Epecuén”, ubicada a 7 kilómetros de Carhué. La misma fue uno de los principales destinos turísticos a nivel nacional hasta noviembre del año 1985 cuando quedó completamente bajo agua producto de una gran inundación provocada por un deficiente accionar del gobierno municipal de turno frente a posibles crecidas del lago por lluvias, desembocando en el desborde de un terraplén que contenía al pueblo.

Hoy en día, luego de que retrocediera el agua, aunque no en su totalidad, lo que queda del pueblo de Epecuén son sus ruinas. A pesar de que en su momento fue el turismo termal lo que impulsaba a visitarlo, hoy es el turismo oscuro el que motiva a conocerlo. Las ruinas son visitadas por turistas interesados en conocer este particular paisaje de desolación, especial para tomar fotografías espectaculares y conocer sobre la historia del pueblo inundado.

Como consecuencia de la inundación, luego de diversas situaciones y varios años transcurridos, la actividad turística comenzó a desarrollarse en Carhué muy lentamente. El sector privado apoyó el crecimiento de Carhué como destino turístico desarrollando la actividad termal, instalando diversos establecimientos relacionados con el termalismo y la salud, como por ejemplo Hoteles, Spas y lo más reciente, el Centro Hidrotermal Mar de Epecuén.

Por otra parte, como complemento a los servicios que se prestan en los distintos establecimientos, durante la temporada de verano, la ciudad ofrece la posibilidad sumergirse en el Lago Epecuén, donde se encuentra la Eco-playa. Para los amantes de la naturaleza y la tranquilidad, el bosque de Caldenes o el sendero del Molle son una opción recomendable.

Por lo dicho anteriormente y teniendo en cuenta que Carhué cuenta con un amplio patrimonio cultural y natural para desarrollar y consolidar el turismo de relax y salud, el presente trabajo se propone diseñar un Plan de Desarrollo Turístico para la localidad, tomando a la Laguna Epecuén como el recurso patrimonial

natural a partir del cual se establecerán propuestas orientadas al Turismo de Salud y Relax, alineados a las bases de la sustentabilidad.

Los esfuerzos tendientes al logro de este objetivo comprenden la identificación de los recursos y atractivos de interés, la detección de problemáticas a mejorar, las posibilidades de generar concientización turística en la población residente y sus visitantes, así como de promover la preservación y valorización tanto del patrimonio natural como histórico. Estas características y singularidades serán lo que destacará a Carhué por sobre otros destinos similares.

Considerando lo anterior, en el presente trabajo se elaborarán una serie de lineamientos básicos y propuestas de circuitos en relación a la salud y relax para ser realizados en diferentes épocas del año, rompiendo con la estacionalidad. Además, se harán propuestas y comentarios en base a problemáticas identificadas, para complementar el plan de desarrollo y difusión de turismo de salud y relax y que la futura experiencia turística en Carhué sea completa y óptima.

Capítulo 1: Introducción

Título del Proyecto

“Turismo de salud y relax en Carhué: la laguna Epecuén como principal recurso patrimonial para el diseño de un plan de difusión y desarrollo turístico.”

Objetivo general

Diseñar un Plan de Desarrollo Turístico para las localidades de Carhué- Epecuén con propuestas orientadas al Turismo de Salud y Relax.

Objetivos particulares

- Identificar el Patrimonio Turístico Natural y Cultural de la región Carhué – Epecuén.
- Realizar un relevamiento de la oferta turística vigente y un estudio de la demanda actual y potencial de la Región.
- Diseñar un proyecto que integre los atractivos relevados, considerando los lineamientos del Turismo Sostenible.
- Sugerir propuestas de mejora en base a las problemáticas identificadas.

Estado de arte

Corredor turístico bonaerense de “Sierras, Termas y Lagunas”

Este corredor nació por iniciativa de las Direcciones de Turismo de los Municipios de Adolfo Alsina (del cual son parte Carhué y Epecuén), Guaminí, Puan, Tornquist y Villarino. Los mismos visualizaron en la conformación de una región turística, la posibilidad de realizar un trabajo conjunto, que genere la unión necesaria para potenciarse mutuamente y posicionar al Corredor como un atractivo dentro de la Provincia, cuya oferta diversificada responda a las necesidades del turista actual.

Esta iniciativa fue utilizada en el presente trabajo final como modelo de coordinación entre diferentes actores a través del cual se formó un proyecto turístico que logra potenciar los atractivos presentes en cada uno de los municipios.

“El patrimonio histórico cultural de la localidad de Carhué como alternativa para potenciar el desarrollo turístico termal”

Este trabajo fue realizado por Valeria Besagonill, hija de uno de los empresarios hoteleros más importantes de Epecuén, y actualmente de Carhué. En el mismo se hace referencia al patrimonio histórico cultural de la localidad de Carhué como alternativa para potenciar el desarrollo turístico termal, el cual es uno de los objetivos del presente trabajo. Su tesis sirvió como ejemplo de trabajo final de licenciatura de turismo aplicado al mismo lugar elegido.

“Las salinas de Epecuén: su explotación técnica”

Esta tesis llevada cabo por Martiniano Leguizamón, fue presentada hace más de 100 años para obtener el grado de Doctor en Química de la Universidad de Buenos Aires. La misma, si bien no está relacionada al área de estudio de turismo, fue de utilidad para realizar una comparación entre las propiedades de la laguna durante el año 1908 y la actualidad, además de ser uno de los primeros análisis físico-químicos efectuados en el siglo XX sobre la laguna Epecuén.

“Estudio geoambiental de la cuenca lagunar las Encadenadas del Oeste”

La tesis mencionada, realizada por Alejandra M. Geraldi (Universidad Nacional del Sur, 2009) ha permitido conocer, entre otras cosas, la geomorfología y climatografía de la cuenca Encadenadas del Oeste, de la cual es parte la Laguna Epecuén, para comprender su origen, formación y composición de las aguas.

“Termas de Carhué, la salud por Lago Epecuén”

Este libro fue escrito por el médico termalista Dr. Enzo Gasparri. El mismo fue de importancia a la hora de conocer cómo actúan las aguas con sus propiedades sobre las diferentes afecciones o enfermedades. Esta información fue de utilidad a la hora de diseñar los circuitos, para orientarlos a la necesidad psicofísica del turista.

Tipo de investigación

La investigación será de tipo diagnóstico- propositivo. El diagnóstico incluirá un relevamiento del patrimonio natural y cultural; un estudio de oferta y demanda existentes y un análisis de las problemáticas ligadas al Turismo en la región. Estas herramientas servirán para la conformación de una propuesta final orientada a impulsar a la región Carhué – Epecuén como destino turístico de Salud y Relax, buscando contribuir en la diversificación de la oferta turística ya existente en las localidades.

Instrumentos de recolección de datos

Se realizará una investigación de tipo cuantitativo y cualitativo in situ, llevando a cabo relevamiento de campo con dos visitas a las localidades de Carhué y Epecuén, en temporadas del año distintas.

Las herramientas de recolección de datos serán: encuestas presenciales a turistas; entrevistas no estructuradas a la población local; relevamiento de atractivos turísticos a través de observación directa; grabaciones en video y toma de fotografías del destino; entrevistas a profesionales del sector turístico y especialistas dedicados a la subcategoría de Turismo Salud.

Por medio de estos trabajos se busca obtener información calificada para contribuir al cumplimiento satisfactorio de los objetivos planteados anteriormente.

Fundamento de la temática elegida

Según Altamira y Muñoz (2007) el turismo es un fenómeno que integra distintos sectores de la economía que lo abastecen de bienes y servicios (alimentación, transporte, seguros, energía, tecnología, construcción, mobiliario, etc.), esto lo convierte en un motor clave del progreso socioeconómico.

A partir de esta conclusión, el turismo puede ser un fenómeno beneficioso tanto para la comunidad local como para el patrimonio propio del destino o un grave problema para los mismos, una correcta gestión turística del patrimonio tiene como objetivo principal preservar la herencia de los bienes que representan.

Según María Velazco González (2009), mientras que para la actividad turística los bienes poseen un valor de uso, es decir, son importantes para generar interés en un destino, para el patrimonio dichos bienes tienen un valor simbólico, ya que es a través de ellos que se representa a una comunidad. A su vez, para el turismo la importancia radica en el valor de consumo que pueda tener un bien, para el patrimonio lo importante es la existencia del mismo, de aquí deriva la búsqueda de su conservación. Estos bienes patrimoniales están integrados en un sistema que incluye distintos actores, públicos y privados, con diversos intereses, valores y creencias, conectados de alguna manera a la gestión del patrimonio en general.

En base a la reflexión que realiza María Velazco González (2009) acerca de las divergencias y complicidades entre el turismo y el patrimonio en las últimas décadas aparecen nuevos valores dentro del turismo, como la concientización ambiental que debe convivir con la rentabilidad económica. Dentro del patrimonio también surgen nuevas exigencias a las administraciones para hacer eficaz la gestión turística y poder preservar los bienes, se trata de integrar el patrimonio en los procesos de desarrollo social y económico de la comunidad de la que forma parte.

Tomando las bases anteriores como referencia, es que el presente trabajo busca promover distintas maneras de aprovechar el potencial turístico que posee la zona de Laguna Epecuén a través de una sinergia entre el patrimonio y el turismo, con sus diferentes actores, y con el objetivo de diseñar un circuito turístico que estimule la conservación y difusión de la actividad, haciendo énfasis en el turismo de salud y relax.

Capítulo 2: Marco teórico, conceptual e histórico

En el siguiente capítulo se mencionarán los principales conceptos y teorías relacionadas al turismo en general y al turismo termal orientado a la sostenibilidad. Por otra parte, se desarrollará la historia de Carhué y Epecuén, sus inicios, su auge y desarrollo, haciendo un recorrido por los principales acontecimientos históricos de los sitios.

Marco teórico

El desarrollo sustentable: Un concepto intrínseco del desarrollo local

A principios de la década de los setenta comenzó a cuestionarse el por qué el crecimiento económico no había conllevado al desarrollo. Surgen así, dos nuevas propuestas, la del “desarrollo local” y la “sustentabilidad” como alternativas para mejorar la calidad de vida de la población y el aprovechamiento responsable de los recursos naturales, que a la larga darían como resultado un nuevo modelo, denominado desarrollo sustentable. Los primeros referentes de lo que actualmente se conoce como “desarrollo sustentable” surgen para intentar dar respuesta a la crisis del modelo civilizatorio que había manifestado una serie de problemas, principalmente la amenaza hacia los recursos naturales.

En 1984, la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo se reunió por primera vez, atendiendo el llamado de las Naciones Unidas, con el fin de elaborar una agenda global para el cambio, publicando su informe en 1987 con el título de “Nuestro Futuro Común”, donde se plantea que el desarrollo sustentable es un proceso capaz de generar un desarrollo no sólo sostenible en términos ecológicos sino también en términos económicos y sociales. En ese Informe se define al “desarrollo sostenible” como aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. El concepto incluye no sólo la dimensión medioambiental sino que incorpora también la dimensión económica.

En 1992, tuvo lugar en Río de Janeiro, la Cumbre Mundial sobre el “Desarrollo Sostenible”, también conocida como “Cumbre de la Tierra”, en donde se llevó a cabo la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo, centrada en mostrar al mundo que los factores medioambientales del planeta están íntimamente relacionados con las condiciones económicas y de justicia social, factores que además son dinámicos. En respuesta a ello, se elaboró la propuesta de trabajar en torno a dos objetivos: en primer lugar, modificar los patrones de desarrollo para que éste adquiera mayores posibilidades de ser alcanzado y, en segundo, proteger no solo el medio ambiente, sino también los activos socioculturales “en el marco de una

gestión global e integradora que considere las expectativas ambientales, económicas y sociales a partir de incorporar la sustentabilidad como el eje articulador” (Vera, et al,1977:295-296)

El origen del término sostenibilidad y el comienzo de su aplicación al turismo

Siempre ha habido una confusión entre los términos sostenibilidad y sustentabilidad. Sin embargo, la única diferencia que existe entre desarrollo sostenible y desarrollo sustentable es la traducción al español que se le hizo al término inglés (sustainable development), que en el caso de México, se tradujo como desarrollo sostenible y en otros países de habla hispana, como desarrollo sustentable.

La preocupación a nivel internacional por el medioambiente comienza a gestarse durante los años sesenta. En dichos años se considera el surgimiento del movimiento ecologista y/o ambientalista contemporáneo, proponiendo cambios importantes a nivel político, social, cultural y económico. Pero las dos grandes ONG relacionadas al estudio de estos temas, fueron el Club de Roma y la Organización de las Naciones Unidas (ONU), quienes jugaron un papel importante, abarcando el tema de la protección del medio ambiente y llevándolo al debate de la crisis ambiental, considerándolo como agenda global de la comunidad internacional y como un tema de política mundial, regional y local.

En el año de 1984 se reunió por primera vez la comisión mundial de medio ambiente y desarrollo de la ONU, con la convicción de que era posible para la humanidad construir un futuro más próspero, más justo y más seguro, y entre cuyos objetivos estaban los de examinar los temas críticos de desarrollo económico y medio ambiente y formular propuestas realistas al respecto.

Sin embargo, no fue hasta mediados de los años 90 cuando los organismos internacionales emprendieron diferentes actividades en pos del turismo sostenible. En 1994, se firmó en la ciudad danesa de Aalborg, la “Carta de las Ciudades Europeas hacia la Sostenibilidad”, un texto clave para la puesta en marcha de los procesos de Agenda 21 que pretende involucrar a las ciudades de Europa en la sostenibilidad. La adaptación de los principios de la Agenda 21¹ a la industria turística dio lugar a una declaración conjunta por parte del consejo de la tierra y el World Travel and Tourism Council (WTTC) en 1996 que entre sus puntos más importantes sostenía que los viajes y el turismo deberían ayudar a conseguir una vida sana y productiva en armonía con la naturaleza y deberían contribuir a la conservación, protección y restauración de los ecosistemas de la Tierra. Por otra parte, los mismos deberían basarse en modelos de producción y consumo sostenible y el desarrollo turístico debería reconocer y apoyar la identidad, la cultura y los intereses de las poblaciones locales.

Además, las cuestiones relacionadas con el desarrollo turístico deberían ser tratadas con la participación de los ciudadanos involucrados, y las decisiones de planificación tomadas a nivel local.

¹ La Agenda o Programa 21 es una lista detallada de objetivos relacionados a la sustentabilidad, incluida dentro del Proyecto XXX de la ONU para promover el desarrollo sostenible, aprobado en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (CNUMAD)

Teorías sobre los inicios del turismo de salud

Según Arias Aragonés (2011), el turismo de salud es un concepto que comprende la fenomenología asociada con los viajes, que por razones de salud o de bienestar, realizan las personas al extranjero o fuera del lugar donde viven.

El turismo de salud puede estudiarse desde dos vertientes: la vertiente médica y la turística. Bajo la primera, los turistas buscan la salud en centros médicos como clínicas y hospitales en donde se someten a procedimientos médico quirúrgicos. La segunda vertiente, establece que los turistas buscan la salud en centros turísticos como balnearios y spas. A su vez, según el mismo autor, se puede afirmar que estos viajes por razones de salud no son nuevos, debido a que hay mucha evidencia sobre los mismos en antiguas civilizaciones como Grecia y Roma, entre otras.

En el pasado, las personas de los países en desarrollo viajaban a los países desarrollados en busca de atención médica. Hoy en día el panorama es distinto, dado que los flujos de pacientes se dan en sentido contrario y son los países en desarrollo los que más se están beneficiando del creciente influjo de paciente transfronterizos. Alrededor del 4000 A.C., muchas personas realizaban viajes de peregrinación hacia los templos de Mesopotamia para que les diagnosticaran sus enfermedades, luego seguían hacia Sumeria para recibir tratamiento en sus centros de salud, los cuales quedaban alrededor de sus aguas termales. En general, situar los centros de salud alrededor de las aguas termales fue una tendencia que nació en tiempos antiguos y que siguió vigente hasta la edad media e incluso hasta principios del siglo XX.

La tendencia de viajar hacia los balnearios por razones de salud continuó en Europa durante los siglos XVIII y XIX, principalmente en el sur de Francia, en donde llegaron a ser muy populares estos viajes para beneficiar la salud, tomar el sol y escapar del frío del norte de Europa.

En el pasado, las personas de los países en desarrollo viajaban a los países desarrollados en busca de atención médica. Hoy son los países en desarrollo los que más se están beneficiando del creciente influjo de pacientes transfronterizos. Entre las causas principales de este cambio de dirección en los flujos de turistas de salud se encuentra la elevación de los costos de la atención médica en los países desarrollados por cuestiones demográficas, la elevada proporción de la población sin seguro o con cobertura insuficiente; los menores costos de los procedimientos médicos y cirugías en los países en desarrollo y el creciente reconocimiento internacional de centros hospitalarios de países en desarrollo debido a su compromiso con la calidad y con la seguridad de los pacientes.

Marco Conceptual

Turismo

“(…) El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales por un periodo mayor a 24 horas y menor a un año”. (OMT, 1998).

Visitante

“Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados. Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario”. (OMT, 1998)

Turista

“Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación”. (OMT, 1998)

Excursionista

“Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como visitante del día (o excursionista) si su viaje no incluye una pernoctación”. (OMT, 1998)

Motivo (principal) de un viaje turístico

“El motivo sin el cual el viaje no habría tenido lugar. La clasificación de los viajes turísticos con arreglo al motivo principal hace referencia a nueve categorías; esta tipología permite identificar diferentes subconjuntos de visitantes (visitantes de negocios, visitantes en tránsito, etc.)”. (OMT, 1998)

Recurso turístico

“Son expresiones de la naturaleza, la riqueza arqueológica, expresiones históricas materiales e inmateriales de gran tradición y valor que constituyen la base del producto turístico. Los recursos turísticos se encuentran registrados en el Inventario Nacional de Recursos Turísticos.” (Ministerio de Economía y Finanzas, 2011: pág. 15)

Circuito turístico

“Es el itinerario de viaje, de duración variable, que por lo general parte y llega al mismo sitio luego de circundar y/o bordear una zona. Provee la visita de uno o más atractivos turísticos o centros soporte.” (Ministerio de Economía y Finanzas, 2011: pág. 18)

Corredor turístico

“Son vías de conexión entre las zonas, las áreas, los complejos, los centros, los conjuntos, los atractivos turísticos, los puertos de entrada del turismo receptivo y las plazas emisoras del turismo interno, que funcionan como el elemento estructurador del espacio turístico. Según su función los corredores turísticos se clasifican en: Corredores Turísticos de Traslado y Corredores Turísticos de Estadía”. (Roberto Boullón, 1997: pp. 80-81)

Turismo salud

Según Ramírez (2006) y Cárdenas (2001) el Turismo Salud es:

El fenómeno social-humano impulsado por la necesidad de mejorar, mantener, fomentar o restaurar su salud. Su origen se debe a la diversificación en las especialidades médicas alrededor del mundo, lo cual es altamente rentable dado que el turista está acompañado de familiares y amigos cuya estadía es generalmente prolongada. Se requiere atención de personal especializado en el traslado y en los sitios receptores (clínicas, fuentes de aguas termales, hoteles, institutos). (Moreno M. y Coromoto M., 2011, p. 149)

Ecoturismo

En base a la definición de uno de los pioneros del Ecoturismo en México, Héctor Ceballos-Lascuráins (1981) define el Ecoturismo como:

El viajar a áreas naturales relativamente poco perturbadas o contaminadas, con el objetivo específico de estudiar, admirar, gozar los paisajes, su flora y fauna silvestres, así como cualquier manifestación cultural (tanto pasada como presente) encontrada en estas áreas. El turismo ecológico implica una apreciación científica, estética o filosófica, sin que el turista sea necesariamente un científico, artista o filósofo profesional (Bringas Rábago Nora L.; Ojeda Revah Lina, 2000).

Turismo Termal

Es una tipología de turismo salud que tiene como principal recurso la utilización de aguas minero-termales, estas surgen de manantiales en los que brota agua a mayor temperatura que la de la atmósfera. Las

sustancias minerales que contienen estas aguas se introducen en nuestro organismo mediante el proceso de ósmosis, generándonos supremo bienestar. (Argentina Termal, 2017)

Turismo Cultural

Para la I Carta Internacional del Turismo Cultural del ICOMOS:

El Turismo Cultural es el que tiene por objeto, el descubrimiento de los sitios y de los monumentos. Ejerce sobre éstos un efecto positivo considerable en la medida en que, persiguiendo sus propios fines, contribuye a mantenerlos en vida y a protegerlos. En efecto, esta forma de turismo justifica los esfuerzos que ese mantenimiento y esa protección exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios socioculturales y económicos que resultan para el conjunto de las poblaciones implicadas (Boiko, B.; Cassino, P., 2015).

Según el autor Cárdenas (2001):

(...) es motivado por los deseos del viajero de aumentar sus conocimientos y disfrutar de emociones artísticas en monumentos, museos, zonas arqueológicas y otros, que procuran conocimientos, satisfacción y contemplación directa (no lograda con reproducciones) de forma superficial o rápida mediante la formación de imágenes de los valores y lugares visitados. Este turismo es de gran elasticidad al poderse combinar con otros tipos de turismo (vacacional, de naturaleza y otros).

Los elementos patrimoniales que funcionan como atractivos de ciertos destinos pueden ser tanto materiales o tangibles como inmateriales o intangibles. Asimismo, según sus características específicas, el turismo cultural puede dividirse en: Urbano; Etnográfico; Literario; Cinematográfico; De formación; Industrial; De museos; Arquitectónico; Gastronómico y Enológico.

Turismo Alternativo

Abarca nuevas prácticas para descansar en contacto con la naturaleza intacta y conservada, cuyo principal atractivo es la naturaleza y el precio razonable incluyendo amplias alternativas y combinaciones, contenidas en el turismo vacacional, cultural, ecoturismo, rural y de aventura y realizado en cualquier espacio rural o no urbano (turismo de montaña, de aventura, deportivo, entre otros). (Moreno M. y Coromoto M., 2011, p. 150)

El turismo alternativo debe basarse en lo que algunos autores han calificado como “estrategias artesanales”, esto se traduce en la práctica mediante la creación de una oferta no concentrada y de pequeña escala, así como en una gestión local y personalizada de los recursos turísticos (aspectos que coinciden altamente con los fundamentos del desarrollo endógeno y local), esta misma dispersión en el espacio

territorial hacen que los beneficios se distribuyan de manera territorial, evitando así secuelas de la masificación. (Fernández de Liger Luciano A., 2006)

Turismo Sustentable

“Es el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas” (OMT, 1998).

Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Según la OMT (2004), el turismo sostenible debe:

- 1) Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- 2) Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.
- 3) Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes, unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

Desarrollo local

Según Ceballos González (2010) “El desarrollo local es una alternativa para llevar adelante proyectos de desarrollo sustentable en territorios locales, impulsando y potencializando sus recursos naturales, sociales, económicos, políticos y culturales que se encuentran en el lugar.”

El turismo cultural, por ejemplo, puede ser un positivo instrumento de desarrollo local y regional, entendido esto último desde una visión socioeconómica que permita una equitativa distribución de los beneficios, ya sean de carácter económico, social y cultural en las comunidades anfitrionas, reflejado en una mejora de la educación, la formación, la creación de empleo, y la generación de ingresos. (Toselli, C., 2006, p. 177).

Desarrollo local sustentable

Este concepto está relacionado con el punto anterior, visto el desarrollo local desde una perspectiva sustentable, es encontrarse con el sentido o valor que tiene la naturaleza en la vida de los seres humanos.

A partir de esta visión de cómo operamos en el mundo, el desarrollo local sustentable, es alcanzable, cuando una colectividad potencializa sus recursos naturales-culturales y territoriales de manera integral, utilizando la sustentabilidad como componente fundamental del desarrollo local.

En este sentido, Marchena (1999) y Vera (2001) señalan que para que el desarrollo a escala local se lleve a cabo es necesario que la sustentabilidad sea:

- Ecológicamente aceptable
- Económicamente posible
- Institucionalmente viable (Ceballos González, L., 2010, p. 38)

Gestión turística

La gestión turística del patrimonio cultural es la aplicación de conocimientos específicos para la adecuación de bienes de patrimonio cultural en recursos turísticos. La gestión turística del patrimonio cultural tiene como objetivo primordial, preservar la herencia que los bienes representan. (Velazco González, M. 2009, p. 238)

Marco Histórico

A partir de información obtenida en el Museo Adolfo Alsina, ubicado en Carhué, se describirán los principales acontecimientos históricos que marcaron a la ciudad.

Los inicios: 1830-1921

De origen araucano “casi asar” de Epecuén: Epe: casi, Cuen: asar, y debe su nombre probablemente al escozor en la piel que se produce por el efecto del sol y al secarse la sal adherida al cuerpo al salir del agua.

La primera referencia histórica de la Laguna Epecuén data de alrededor de 1783 cuando es consignada en un mapa de viaje en busca de la preciada sal a las Salinas Grandes (distante a 90 km. En La Pampa). Allí se bautiza Laguna San Lucas, seguramente respetando una tradición española de nombrar según el Patrono del día del arribo. Gran coincidencia o no, San Lucas es el Patrono de la medicina, y Epecuén será el remedio de miles de personas.

Hacia 1830 en Masalle, costa oeste de Epecuén, estaban afincadas las tribus araucanas de Rondeau. Alrededor de 1833 en una cruenta matanza se establece el cacique Juan Calfucurá, llegado desde Chile, quien junto a su hijo Manuel Namuncurá, dominaran todo el escenario hasta 1876, cuando se inicia la Campaña del Desierto.

Cuenta la tradición que las propiedades medicinales de sus aguas ya eran conocidas por las tribus que desde milenios habitaban y pululaban esta región. Según el doctor Alsina, la zona era un lugar en donde se utilizaba el agua de Epecuén para descansar y ejercitar las caballadas para afrontar los largos viajes de arreos a Chile, así como para los malones y la guerra.

A partir de 1876, el conocimiento de sus propiedades medicinales se irá transfiriendo de boca en boca hasta la llegada del tren, lo que permitió que miles puedan llegar a sus costas y algunos piensen en pueblos en sus orillas.

En crecimiento de Buenos Aires y su economía exigía cada vez más una campaña despejada de indígenas para ampliar sus estancias. A su vez la expansión de tehuelches y araucanos desde el sur y suroeste amenazaba a las posiciones españolas. De esta manera quedaba un espacio en donde confluían ambas fuerzas que se llamó "la frontera".

En el siglo XVIII se intensifican los enfrentamientos entre españoles, criollos e indígenas. Durante este momento la línea que los separaba, la frontera, tuvo avances y retrocesos. La frontera fue más una puja entre dos culturas que un límite político-militar.

Unas décadas antes de la creación del Virreinato del Río de la Plata (1776) se construyen los primeros fortines como medio de afianzamiento de dicha frontera. En 1736 se levanta el primer Fortín en la provincia de Buenos Aires en el actual Arrecifes.

Las rudimentarias milicias, mal equipadas y sin provisiones abandonan estos fortines inmensos en la extensa llanura. Las poblaciones vecinas son hostigadas constantemente, saqueando las carretas con provisiones. La frontera era inestable, se habían instaurado los fortines, sistema defensivo que perduraría hasta culminado el proceso de ocupación, allá por 1885. Los virreyes levantaron más fortines ampliando la frontera y conformando pueblos.

Luego de 1810 los aborígenes fueron beneficiados con una suerte de fiebre indigenista que llevó a redactar decretos y leyes para mejorar la situación de las comunidades. Se trataba de atraerlas a la causa de la revolución.

La Asamblea del Año XIII dictaminó uno de los hechos más revolucionarios de su época al eliminar el "Tributo", antiguo símbolo de la conquista española, además de abolir la mita, la encomienda y el yanaconazgo y todo servicio personal, declarando que todos los aborígenes eran hombre libres e iguales a todos los demás. Sin embargo, los intentos de algunos patriotas de la revolución que buscaban la integración de las comunidades no tardaron en desaparecer ante la lucha en la frontera, que no era más que una pelea de las tierras.

El Río Salado, límite natural, se mantuvo como frontera. A partir de este momento, comienzan a tener peso en la campaña las estancias que eran el paso siguiente a las famosas "vaquerías". Estancieros como Ramos Mejía y J. Manuel de Rosas mantuvieron excelentes tratos con los indios, incluso ellos trabajaban como peones de sus estancias, es decir cuidaban sus intereses.

En el año 1820 Pedro A. García eleva un informe en donde propone realizar tratados de paz con los indios, advirtiendo que sería totalmente perjudicial mantener una guerra constante en la frontera. De esta manera se firmaron varios tratados de paz a cambio de regalos para las tribus. Pero la desconfianza de algunas tribus hizo que se dieran algunos malones importantes y la consiguiente respuesta de Buenos Aires.

Comenzaba una época en que las venganzas aborígenes son plasmadas en los famosos malones. Hacia 1818 en los médanos de Masalle, al oeste de la laguna de Epecuén se asentó una parcialidad denominada “vorogas” siendo su cacique principal Mariano Rondeau.

Durante la gobernación de Rosas se inicia una campaña del desierto que lo llevara a este a los confines del territorio aborígen, produciendo lo que se denomina “desbandada del 33” en donde se da muerte a miles de indígenas, algo sin precedentes hasta entonces.

Volviendo a la zona de Carhué, cierto día del año 1834 Rondeau y su tribu reciben a unos 200 indios araucanos chilenos al mando de Calfucurá para comerciar. Lo que parecía una típica feria mercantil pronto se convirtió en una masacre. Las huestes de Calfucurá aniquilaron a Rondeau, sus principales caciques. A partir de ese momento las Salinas Grandes pasaron a ser el lugar de residencia del cacique más importante de estas tierras, que tendrá una intensa actividad en la historia argentina hasta su muerte en 1873.

Desde 1850 a 1870 La Pampa tiene a este cacique como absoluto dueño y señor. Los malones se suceden constantemente a pesar de los tratados que el gobierno realiza concediendo derechos a cambio de obligaciones equitativas, además de pagos en ganado, víveres y vicios. La frontera vuelve a los límites de 1830. Mitre pone especial atención al tema de la frontera, pero la guerra del Paraguay divide el esfuerzo.

En 1870 Namuncurá, hijo de Calfucurá malonea con 2000 aborígenes a Bahía Blanca. En 1872 Calfucurá y 6000 lanzas invaden los partidos de Alvear, 25 de mayo y 9 de Julio, dejando un saldo de 300 pobladores muertos, 500 cautivos y 200.000 cabezas robadas. Este sería el malón más grande de la historia.

Sin embargo, tres días más tarde el Gral. Ignacio Rivas lo derrota, haciendo que nunca pueda sobreponerse.

Luego de la muerte de Calfucurá, su hijo y heredero Namuncurá atacó las inmediaciones de Bahía Blanca y en 1875 invaden 25 de mayo.

En el siglo XIX una verdadera frontera interior dividía la República: la línea de fortines que cruzaba el territorio desde el fuerte de San Carlos de Mendoza hasta la Fortaleza Protectora Argentina, en Bahía Blanca, en el sur de la Provincia de Buenos Aires.

Al este y norte de esta línea se extendían las estancias y poblados del blanco; al oeste y sur estaba el desierto, donde se desenvolvía la vida de las tribus nómades. La táctica defensiva se basaba en los fortines protegidos por fuerzas escasas, mal equipadas y alimentadas, que debían evitar el paso de los malones. El sistema, costoso e ineficaz afectaba considerablemente la vida de los hombres destinados a esos servicios y era permanentemente burlado por los indios, sin embargo, no había muchas opciones.

En 1875 Nicolás Levalle fue nombrado jefe de la frontera Sud de Buenos Aires, con asiento en Blanca Grande y después en fuerte Lavalle. El coronel Levalle ocupó Carhué el 23 de abril de 1876 habiendo estado

a cargo de las retiradas de las tribus presentes en la zona. El 21 de enero de 1877 se efectúa la fundación del “Pueblo de Adolfo Alsina” (Carhué), a su vez fue el fundador del Círculo Militar y el 24 de julio de 1881 elegido primer presidente.

En 1883 se promulga la ley por la cual se ordena la fundación de 12 pueblos, estableciendo el paraje “Carhué llevaría el nombre de “Adolfo Alsina” y se crearía en terrenos de 4 leguas cuadradas, para lo que se comisiona al ingeniero Rodolfo Moreno para que diagrame el pueblo, incluyendo el núcleo dispuesto por Levalle. Inmediatamente se reparte la tierra entre los jefes militares y soldados como premio y la venta a particulares. En 1883 se diseña el pueblo y se trazan los futuros solares, manzanas quintas y chacras, las que se comienzan a vender entre 1885 y 1887.

En 1886 por medio de la ley 1827 del 28 de Julio se crea el partido o distrito de Adolfo Alsina con 583.000 ha., estuvo repartido en medio centenar de latifundios de alrededor de 10.000 ha. cada uno.

La llegada del tren permitió el crecimiento comercial y económico del pueblo. El FC Sud arribo a Carhué en 1899, por su parte el FC Oeste en 1903 y en 1911 el Midland. El tren fundo los demás asentamientos del partido. Los ovinos habían sido desplazados en la provincia de Buenos Aires hacia zonas de menor riqueza como el Sudoeste, en el que se encontraba inserto este distrito.

Por ello, luego de culminada la campaña del desierto la oveja fue el principal renglón económico de las estancias, siguiéndoles la ganadería extensiva.

En 1914, Don Arturo Vatteone, quien fue Senador y Diputado Nacional adquiere una estancia en el sector norte de la Laguna. En 1920 visualizando el potencial turístico que tendría la zona funda “La Sociedad Anónima Balneario y Termas Mar de Epecuén” de la que será presidente, construyendo un complejo balneario para brindar comodidad al bañista, quien hasta ese momento solo era trasladado desde Carhué y dejado en la orilla de la laguna, sin duchas, vestuarios ni sanitarios.

El 5 de febrero de 1922 se lleva a cabo el primer loteo para la conformación de un pueblo, difundiendo a través de campañas publicitarias en la capital del país.

A su vez, Vatteone busco conformar un balneario en la desembocadura del arroyo Pull. Durante su gestión se logró crear un Fortín Mirador (1924) conocido como “El Centinela”, el mismo fue uno de los primeros sitios de turismo histórico de la región, y logró que el FFCC Sud abra una gran estación en sus propiedades para servir al futuro movimiento de turistas, llamada Estación A. Vatteone (1929).

Auge del Turismo en Villa Epecuén: 1922-1984

Con la llegada del tren en 1899 anoticiados de la laguna maravillosa comienzan a llegar visitantes con afecciones o con algún problema de salud a Carhué. Nacieron así, muchos hoteles y pensiones que entre sus servicios acercaban a los bañistas a la laguna. Los baños termales se hacían calentando agua con yuyo “zampa” en fuentones o bañeras de zinc.

Precipitaciones importantes entre 1915 y 1919 hicieron crecer la laguna y disolver el manto salino, haciendo que algunos pioneros piensen en un pueblo en su costa. El 23 de enero de 1921 Don Arturo Vatteone inauguraba el primer balneario en sus orillas.

Las calles fueron bautizadas con nombres propios de las calles del microcentro porteño como Avenida de Mayo², Talcahuano, Cerrito o Pellegrini. Gracias a ese loteo muchos comienzan a erigir hoteles y propiedades en sus orillas, haciendo que en una década se cuenten con una gran cantidad de hoteles como el Plagge, Royal, Parque. A su vez se hizo necesario contar con una escuela y algunos turistas pensaron también en la creación de una iglesia.

Desde 1925 la empresa minera “Minas de Epecuén” (1909) se había lanzado a la explotación turística termal, levantando un fantástico espigón, un modernísimo complejo hidrotermal con usina propia y hasta un gran loteo para un selecto barrio parque.

El crecimiento parecía no detenerse, incluso se instalaron otros pueblos similares en sus costas. Era un destino que competía con Mar Del Plata y la gente hasta comenzaba a elegir a la Villa como lugar de residencia estable.

La sucursal del banco provincia hacía 3 viajes semanales durante 40 días para llevar dinero a Bahía Blanca, ya que no tenían espacio las cajas fuertes para almacenar el dinero, es decir, entraba muchísima plata en Epecuén. Muchos de sus habitantes cambiaban el auto todos los años, lo que demuestra que los hoteleros no eran los únicos en buena posición económica.

Al ver el explosivo desarrollo turístico la empresa minera decide invertir en un establecimiento hidrotermal. Teniendo como modelo a los centros termales europeos, en 1927 inauguran un gran edificio para brindar baños termales con agua directa de la laguna y una gran usina eléctrica para sustentar el complejo.

Con el sulfato y sales extraídas elaboraban productos en el Instituto Biológico Argentino (Florencio Varela) que comercializaban allí y en todo el país.

El moderno complejo hidrotermal tenía 1000 m² cubiertos, 57 salas con 400 bañeras individuales con capacidad para más de 600 baños diarios y una piscina con agua natural de la laguna.

A su vez a los alrededores de la laguna se instalaron áreas de recreación y servicios para los turistas, como el famoso camping municipal ubicado en las cercanías del Matadero

En Epecuén predominó el Turismo de Salud, no solo para personas con dolencias, sino deportistas, o afecciones físicas debido a que las propiedades que tienen las aguas hacen bien tanto para los músculos, huesos, así como problemas respiratorias.

Carhué era un pueblo agrícola-ganadero que tuvo que adaptarse al gran auge del turismo antes y después de la inundación de Villa Epecuén.

²Arteria principal del pueblo de Epecuén. Aquí transcurría la vida de la villa, carnavales, “vuelta al perro”, las caminatas en las tardes estivales.

Villa Epecuén y una prosperidad truncada 1985-1993

Las Encadenadas del oeste son una cuenca endorreica, es decir, no tiene salida al mar. La laguna Epecuén, pertenece a este conjunto.

En su momento la laguna tuvo una época de sequía, es por eso que durante la década del 50 la misma casi hace desaparecer el lago Epecuén completamente. En la tierra ganada a la laguna se establece un complejo turístico, y los hoteles que más cerca de la laguna estaban, eran los más populares y “mejores”.

En ese momento con palas de buey hacían pozos para que el agua brotara y la gente se pudiera bañar, ya que el caudal era muy escaso.

Pero la situación de la sequía preocupaba a los hoteleros, ya que sin la laguna era difícil atraer clientes. La solución que articula es la desencadenadora del desastre: la gente de Epecuén, y también de Carhué, pidió que se enviara agua. Lo que no se advierte en ese momento es que la laguna era naturalmente del tipo “evaporita”, es decir, una cuenca cerrada que se preparaba secándose, para luego recibir la lluvia y volverse a llenar.

En 1970, para afrontar esta situación, la provincia decide construir el canal Ameghino, el cual interceptaba agua de una cuenca ajena y la derivaba a la laguna, pero el mismo no tenía regulación. Toda el agua venía directamente a la cuenca de Epecuén.

Sumado a lo anterior, entre 1975 y 1976 las lluvias fueron más abundantes de lo normal, lo que hizo que ese canal fuera trayendo un importante caudal de agua. Luego, en noviembre de 1980 llovió la misma cantidad de milímetros que llovía en todo el año. Todas las lagunas pertenecientes a las Encadenadas fueron aumentando su nivel, y Epecuén al ser la última, recibió el agua drenada de las demás.

La laguna crecía entre 50 y 60 centímetros por año y amenazaba con rebalsar el terraplén defensivo de cuatro metros de altura sobre la costa, construido para proteger al pueblo. Por otra parte, la gente sabiendo sobre la posible inundación, no quería abandonar la ciudad ya que la temporada turística estaba por comenzar y todos se preparaban para la recepción de turistas, creyendo además que, en el verano, con el calor, la laguna iba a evaporar algo de su agua, pero no fue así. Muchos no querían que esto se sepa, o se hablara en los medios, por miedo a que los turistas no fueran por la situación que allí ocurría.

Como se dijo anteriormente, en noviembre la lluvia aumentó, el nivel creció y las compuertas no sirvieron para detener el caudal de agua.

Hubo inacción general por parte de los gobernantes. Parte de la culpa la tuvo la Provincia de Buenos Aires, a través de la Dirección de Hidráulica, encargada de manejar lo inherente a las inundaciones. Los técnicos no determinaron con exactitud que iba a ocurrir la inundación. Se intenta dar una solución, aunque tarde. Simplemente se limitaron a volcar tierra y realizar terraplenes, contención que duraba poco. La gente confiaba en lo que las autoridades decían y no se quería ir. El pueblo también tuvo inacción y pocos fueron los que reclamaron por la inundación.

En cuanto a los habitantes, hubo una división entre unos y otros: Carhué era una espectadora de lo que sucedía, pero no reaccionaba ni intervenía. Algunos dicen que porque no creían que eso iba a suceder y

otros porque el esplendor lo tenía Epecuén, y había un poco de recelo entre los habitantes de Carhué. Lo mismo sucedía con Guaminí, con el cual hubo muchos enfrentamientos, ya que ellos no quisieron hacer nada ni colaborar para hacerle frente a la situación de inminente inundación. Para que Guaminí no se inundara, se abrieron compuertas para drenar agua a la laguna de Epecuén.

Finalmente, el 10 de noviembre de 1985, el terraplén ubicado al oeste, cede y la ciudad comienza a inundarse. Para 1986, el pueblo poseía 4 metros de agua en sus calles, llegando en 1993 a más de 10 metros.

“El agua venía por la calle principal y en ese momento pensé en cómo iba a hacer porque no me daba una idea de la magnitud que tenía hasta que en un momento algo reventó, no sé qué fue, y el agua empezó a venir de adentro de los patios junto con televisores, sifones y mesas” Miguel Ángel ‘Lito’ Sottovia, bombero voluntario del pueblo.

Se decreta asueto por tres días y comienza la evacuación, que fue complicada por las mismas lluvias y porque no había caminos adecuados para transportarse, incluso hubo gente que se resistió a ser evacuada, negándose a abandonar sus propiedades y bienes de valor. El trabajo de evacuación duró 15 días y no hubo ninguna pérdida de vida humana.

La provincia acordó pagar a los habitantes el 50% de la tasación fiscal a cambio de irse, que era bastante menos de lo que la gente esperaba. Nadie murió ahogado, pero las pérdidas materiales fueron enormes.

Los habitantes de Epecuén rehicieron su vida, muchos de ellos en Carhué, que desde 1986 aprovecha las propiedades de las aguas dado que el lago baña sus costas.

El pueblo que resurgió del agua: 1994-2019

El nivel del agua ha retrocedido casi en su totalidad. Aún es visible el trazado de las calles, el dique de contención y las ruinas de las casas, hoteles y edificios emblemáticos.

El panorama que dejó la inundación en Epecuén, lo convirtió en un destino visitado por muchos turistas interesados en conocer sobre su historia de tragedia, y su particular paisaje de desolación, plagado de árboles secos y construcciones en ruinas.

Por su parte, Carhué comenzó lentamente a convertirse en un destino de turismo termal, como alguna vez lo fue Epecuén, pero no a su mismo nivel.

En 2017 logró inscribir su nombre en el famoso libro Guinness de los récords cuando 1.941 personas flotaron haciendo la plancha y tomadas de la mano en el lago en el marco de la 15° Fiesta Provincial del Turismo Termal. La misma se celebra durante el mes de enero y es un evento muy importante a nivel provincial, que entre sus atractivos principales cuenta con la elección de la Reina del Turismo Termal. Generalmente, el lugar donde se realiza es la villa turística del Lago Epecuén y su playa ecosustentable. La fecha del evento, sin embargo, es variable. Entre las actividades principales de la Fiesta Termal están

los espectáculos musicales, que convocan en Carhué a importantes bandas nacionales. También se realizan torneos de kayak, triatlón, festivales de doma y folklore y bailes populares, y la entrada a los eventos es libre y gratuita.

Además de conocer las Ruinas de Villa Lago Epecuén y su Centro de Interpretación, Carhué ofrece otras actividades, que más adelante se describirán en más profundidad: visitar el centro cultural La Dama, espacio cultural y el Cine Español; dar la vuelta a la laguna, realizada el primero de diciembre de cada año; visitar el Museo Regional Dr. Adolfo Alsina; conocer las obras de Francisco Salamone; realizar avistaje de flamencos y otras aves de la zona; danzar en el Bailódromo Municipal; relajarse en el nuevo Complejo Hidrotermal Mar de Epecuén y flotar en las orillas del lago, en la ecoplaya sustentable.

Además del turismo, la otra actividad económica que se destaca es la agrícola-ganadera, siendo distintivas las plantaciones de maíz y soja y la cría de ganado vacuno. Cuenta con asociaciones como Asociación de Cooperativas Argentinas y la Cooperativa Agrícola Ganadera de Adolfo Alsina.

En cuanto a aspectos sociales, sigue habiendo asperezas entre Carhué y Guaminí, por lo sucedido antes y durante la inundación.

CAPÍTULO 3: Laguna Epecuén como recurso turístico

Carhué- Epecuén (Provincia de Bs. As – Argentina), son sitios que cuentan con recursos patrimoniales, tanto naturales como culturales, potencialmente atractivos para el sector turístico aplicados al campo de Salud y Relax.

El Turismo en estas dos ciudades, relacionadas por su historia, cumple un rol protagónico. Según datos vertidos por la Secretaría de Turismo de Adolfo Alsina, más de 25.000 personas visitaron Epecuén durante el 2018, a su vez la Cámara Argentina de Turismo (CAT) destaca a Carhué por su ocupación hotelera durante el fin de semana de Carnaval (90%).

Según informes realizados en 2018 por la Secretaría de Turismo de Adolfo Alsina, en un año Epecuén recibió más de 25.000 turistas, con un promedio de visita de dos días. Las estadísticas marcaron que ese año, un promedio de 68 personas al día pasaron por las ruinas de Epecuén.

En las vacaciones de invierno del 2019, pasaron por las Ruinas de Epecuén 4.516 turistas triplicando el número respecto al 2018 en el mismo período. Según el relevamiento de visitantes a las Ruinas de Epecuén, durante el receso invernal, la cabecera de Adolfo Alsina triplicó el número de turistas respecto al 2018 en el mismo período, informó la Secretaría de Turismo de Adolfo Alsina.

Los datos muestran entonces que el turismo en la zona experimentó un notable crecimiento. Asimismo, con mejoras en la infraestructura, organización y coordinación entre actores, puede llegar a crecer y expandirse aún más, generando beneficios al destino y su comunidad.

Ubicación y descripción de la Laguna Epecuén

Forma parte del sistema endorreico de Lagunas Encadenadas³ del Oeste de la provincia de Buenos Aires, muy cercano al límite con la provincia de La Pampa. Se trata de una gran depresión históricamente ocupada por una salina con un cuerpo de agua central de una profundidad máxima de 10.5 metros.

Epecuén es la más extensa en superficie, constituyendo el último receptáculo de la cuenca endorreica, sin salida natural al mar, su condición de última laguna del sistema hace que el nivel de sus aguas cambie constantemente; además recibe aportes de dos arroyos que bajan desde las sierras del sistema de Ventania (Buenos Aires): el arroyo Pigüé y el Pull Grande.

Se ubica en el área medanosa del Distrito Fitogeográfico Pampeano Austral de la Provincia Pampeana del Dominio Chaqueño. Zoogeográficamente marca la transición de los Dominios Pampásico al Central o Subandino.

³ Cuenca endorreica situada en el interior de la provincia de Buenos Aires, al suroeste de la misma. Las lagunas que lo integran son: Alsina, Cochicó, del Monte, del Venado, La Paraguaya y Epecuén.

Dimensiones físicas

Superficie (km²)	160.3
Volumen (hm³)	1127
Profundidad Máxima (m)	10.5
Profundidad Media (m)	7

Fuente: <http://iarh.org.ar/Lagos/EPECUEN.pdf>

Flora y fauna

El área de estudio presenta vegetación nativa compuesta por un bosque xerófilo⁴ dominado por *Prosopis caldenia* (caldén) el árbol sagrado de los indios ranqueles, pueblo originario de la zona sudoeste de las provincias de Buenos Aires y La Pampa. Además, podemos encontrar *Geoffroea decorticans* (chañar), *Jodina rhombifolia* (peje o sombra de toro) y cuando los estratos arbustivos no superan los tres metros se pueden observar especies como *Condalia microphylla* (piquillín), *Prosopis flexuosa* var, *Depressa* (alpataco), *Senecio subulatus* (romerillo), *Ximenia americana* (albaricoque) y *Aloysia gratissima* (cedrón del monte), además es muy característica la presencia de cactus como el *Opuntia ficus-indica* (tuna) y otro de gran altura como el *Cereus aethiops* (hachón) (Menéndez, 2006).

En cuanto a fauna, sobre este espejo se han detectado bandadas de flamencos *Phoenicopterus chilensis* y otras seis especies (anátidos, ardeidos y rallidos). Esto se debe a la presencia de un pequeño crustáceo llamado *Artemia Salina*⁵, el cual sirve de alimento para estos animales y es el responsable de aportar la pigmentación rosada de los mismos:

Si bien son aves migratorias, los flamencos encontraron en el lago el ambiente ideal para vivir y reproducirse no sólo por la tranquilidad de la zona, sino por la existencia en el Lago Epecuén de uno de sus platos predilectos, la *Artemia Salina*, único ser vivo que habita este espejo de agua (Secretaría de Turismo de Adolfo Alsina, 2017).

Por otra parte, entre las especies acuáticas más características se destacan las grandes bandadas de falaropos⁶, macá común, macá plateado, tero real y común, coscoroba (conocido vulgarmente como “ganso silvestre”), gaviotas, playero unicolor y rabadilla blanca, pato maicero, pato picazo, siriri pampa y la especie más representativa de la laguna, el flamenco austral. Además de las ya mencionadas aves acuáticas, se

⁴ Término aplicado en botánica a la vegetación y asociaciones vegetales específicamente adaptadas para la vida en un medio seco.

⁵ Especie de crustáceo braquiópodo propio de aguas salobres continentales.

⁶ Género de aves caradriformes de la familia Scolopaciidae, conocidos vulgarmente como falaropos.

puede encontrar una gran diversidad de aves terrestres como lo son chimango, carancho, monjita blanca, tijereta, churrinche, loica común, calandria, chingolo, pecho amarillo, entre las más significativas.

Propiedades de las aguas de la Laguna Epecuén y su uso en afecciones a la salud

Su agua híper marina supera ampliamente la salinidad del mar. Es un flotario⁷ de la naturaleza al igual que su homólogo, el Mar Muerto en Israel, en sus aguas el cuerpo humano flota sin trabajo muscular ni apoyo. Se produce una descarga articular que facilita la movilización del cuerpo.

El azufre presente en sus aguas las rotula como sulfuradas o sulfurosas. Son aguas untuosas: la piel queda suave, como aceitada bajo la inmersión termal. El azufre a nivel cutáneo epidérmico tiene efectos queratoplásticos y queratolíticos, es decir, recambia y regenera la piel, efecto aplicable en dermatosis, psoriasis, eccemas, alergias, dermatitis, pruritos, etc.

Sus aguas producen una intensa relajación muscular (miorelajación), por la combinación de la presión hidrostática y la alta carga mineral. Esto ayuda a atenuar contracturas musculares y espasmos musculares dolorosos, esto se traduce clínicamente por una sensación placentera post-termal.

Además, sus aguas son sedativas, regulan el sistema neurovegetativo, inducen eficazmente el sueño, combatiendo molestos insomnios, generando un sueño reparador.

Por otra parte, el agua posee efectos antiinflamatorios, resultando apto para afecciones del aparato locomotor: artrosis, artritis reumatoide, fibromialgia, lumbalgia, ciáticas, cervicobraquialgia, tendinitis, tenosinovitis, codo del tenista, hombro doloroso, etc. Esta fuente mineromedicinal, reúne los elementos químicos más propicios para tratamientos reumatológicos, pudiendo decir que son cloruradas soditas hipertónicas, aguas cálcicas, bicarbonatadas y sulfatadas, aguas sulfuradas o sulfúreas, ricas en azufre, como se dijo anteriormente.

El baño termal, al ser un tipo de terapia con calor (piroterapia), mejora la respuesta termorreguladora del organismo humano, es decir, ayuda a la mejoría de manos o pies fríos, fenómenos frecuentes en reumáticos, mejorando la adaptación y respuesta al frío durante épocas otoño-invernal. Es también un medio propicio para realizar hidrokinesioterapia, para la rehabilitación en afecciones reumáticas, neurológicas, traumatológicas, ortopédicas, etc. El calor modifica la propiedad viscoelástica del colágeno, lo que sumado a la relajación muscular y al efecto de flotación con descarga articular, permiten realizar movimientos y ejercicios terapéuticos en el agua con gran facilidad.

El cuerpo humano, ante el estímulo termal desencadena una compleja trama de respuestas fisiológicas, por eso se puede hablar de un efecto tónico-reconstituyente logrado por el baño hidrotermal.

Expresa el estudio de los Doctores Justo V. Garat (Ex Director de Salubridad de la Provincia de Buenos Aires), el Doctor Fernando Malenchini (Director de Higiene de la Provincia de Buenos Aires y Profesor Titular de La Plata), Y el Doctor Luis Mosna (Químico y Profesor de la Universidad de La Plata), sobre las Aguas de

⁷ Los *flotarium* se tratan de piscinas o estanques de flotación en los que se ha aumentado la mineralización, sobre todo mediante el uso distintos tipos de sales, para cambiar su densidad y que el cuerpo humano sumergido pueda flotar sobre el agua sin hundirse.

Epecuén, pasado al Ministerio de Obras Públicas de la provincia de Buenos Aires: “La clasificación de estas aguas, entre las cloruradas, salobres, con una proporción de Yodo y especialmente de Bromo, muy apreciable y la radioactividad que poseen, dan condiciones importantes para tratar con éxito, afecciones diversas. Pero hemos de manifestar desde ya, que si esta clasificación de las Aguas de Epecuén, es aceptable, por la calidad de sus componentes químicos, las aguas mismas representan un tipo aparte, por la cantidad verdaderamente excepcional, de algunos de ellos”.

Dice el Doctor Silvio Dessy, Profesor de la Facultad de Medicina de Buenos Aires, director del Instituto Biológico Argentino: “Las enfermedades que son aliviadas o curadas radicalmente, por las aguas, son las siguientes: en primer término, hay que poner el reumatismo crónico, enfermedad harta frecuente en la República, que trae del Agua de Epecuén, beneficios rápidos e inesperados.”

Análisis físico – químico de las aguas del lago Epecuén

En base a estudios realizados en 1908 (por Martiniano Leguizamón en su tesis para obtener el título de Doctor en Química, por la Universidad de Buenos Aires) y su comparación con un análisis actualizado presentado por la Secretaría de Turismo de Adolfo Alsina, se puede observar que la Laguna posee propiedades⁸, que la hacen única siendo su característica más importante la alta salinidad, que si bien disminuyó con el paso del tiempo debido a lluvias y mezcla de aguas no salinas provenientes de otras lagunas, hoy en día sigue teniendo un alto índice. Sin embargo, teniendo en cuenta esos niveles, se puede encontrar organismos vivos, contrario a lo que sucede en el mar muerto, su homólogo, que como dice su nombre, no tiene vida, ni de origen animal ni vegetal.

⁸ Ver cuadro descriptivo de análisis físico-químico de las aguas en Anexos (**Anexo U**)

Análisis físico-químico del fango del Lago Epecuén

<u>Conductividad eléctrica (dS/m)</u>	174,0
<u>PH (pasta)</u>	9,9
<u>Carbono orgánico (%)</u>	0,40
<u>Cationes solubles (miliequivalentes/litro)</u>	
<u>Calcio (Ca++)</u>	0,12
<u>Magnesio (Mg++)</u>	1,07
<u>Sodio (Na+)</u>	12.478,00
<u>Potasio (K+)</u>	148,33
<u>Aniones solubles (miliequivalentes/litro)</u>	
<u>Carbonatos (CO3=)</u>	27,27
<u>Bicarbonatos (CO3=)</u>	33,65
<u>Cloruros (Cl)</u>	2.971,80
<u>Sulfatos (SO4=)</u>	9,16,67

Fuente: <http://www.termasdecarhue.gov.ar/2012/lago.php>

Acción terapéutica de las aguas

Salud: Desinflamatorio en los reumatismos articulares, rehabilitación post traumática, eccemas secas, ARS (Artritis Reumatoidea Sariasica), psoriasis, acné.

Estética: Tratamientos faciales (limpieza de cutis, máscara lifting, acné).

Aspectos legales

De acuerdo con la cantidad de especies que se encuentran en la laguna, como también la importante biodiversidad que alberga, el sitio fue declarado *Área de Importancia para la conservación de las Aves (AICA)* por BirdLife International junto a Aves Argentinas/AOP en el año 2016 (Anexo III); otra declaratoria de importancia fue la *ordenanza N°3697/2012* otorgada por el Honorable Concejo Deliberante de Adolfo Alsina mediante la cual declara a la especie de flamenco austral cuyo nombre científico es "Phoenicopterus Chilensis" de *interés municipal y legislativo* (Anexo IV).

Relevamiento de campo y análisis de la demanda potencial

Para recabar información relevante acerca del turista se utilizaron encuestas, un método de investigación y recopilación de datos utilizados para obtener información de personas sobre diversos temas.

El objetivo de las encuestas es conseguir información sobre el comportamiento en general del ser humano, sus preferencias, necesidades. Esta búsqueda de información lleva a las compañías u organizaciones a depositar su confianza y trabajar con encuestas.

Las razones por las cuales se llevan a cabo las encuestas son:

- Medición del clima laboral
- Medición de la satisfacción al cliente
- Lanzamiento de productos nuevos
- Generar estadísticas
- Conocer tendencias
- Tendencias electorales

Existen diversos tipos de encuestas según la forma de aplicación, por correo, vía telefónica, online o encuesta personal. Este último tipo, el cual fue elegido para el presente estudio, consiste en realizar el cuestionario cara a cara, allí debe existir una interacción entre encuestador y encuestado donde normalmente el encuestador toma nota de las respuestas aunque en ocasiones solo entrega el cuestionario y es el encuestado quien lo llena. Hemos elegido esta modalidad para realizar las encuestas porque consideramos importante recolectar más información teniendo un acercamiento directo y conversando con los turistas al mismo tiempo que responden la encuesta.

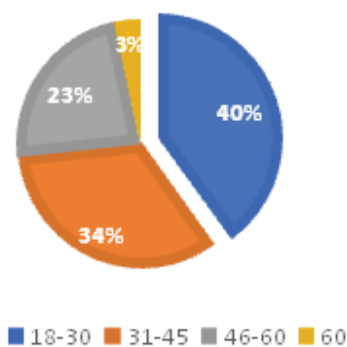
A su vez hay diferentes tipos de encuestas según los objetivos que busca lograr el encuestador y según las preguntas. Según los objetivos podremos encontrar encuestas descriptivas, las cuales buscan crear un registro sobre las actitudes o condiciones presentes dentro de una población en un momento determinado y las analíticas, cuyo objetivo no es documentar un problema sino explicar y describirlo para poder encontrar la mejor solución, en el caso de las encuestas realizadas en Carhué son de tipo descriptivas, teniendo en cuenta que el objetivo de la encuesta no es solucionar un problema en la zona de Epecuén sino simplemente obtener la información necesaria para saber cuáles serán las características del circuito turístico. Según las preguntas, hay respuestas abiertas y cerradas, las primeras dan mayor libertad al momento de responder pero el problema es que es muy difícil reunir las respuestas y pueden agregar información poco relevante para el estudio. Por otro lado en las preguntas cerradas los encuestados deben elegir entre algunas de las opciones dadas y son más fáciles de cuantificar luego, estas últimas fueron las elegidas para la encuesta llevada a cabo durante el estudio de campo, aunque con la diferencia de que en ciertas preguntas se debía explicar por qué se eligió esa respuesta o hacer alguna aclaración a la respuesta ya dada, ayudan a definir con mayor precisión una característica de los encuestados.

Análisis de encuestas realizadas en Carhué⁹

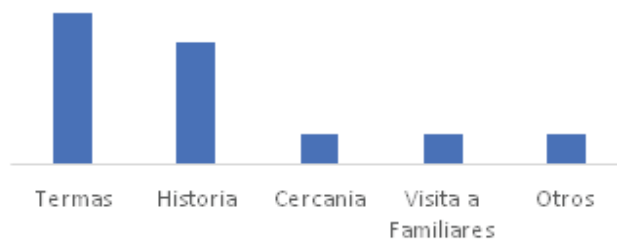
Las encuestas fueron realizadas durante el periodo de Semana Santa 2019, teniendo en cuenta que es un destino al que arriban visitantes en periodos cortos de vacaciones o las famosas “escapadas”.

Se obtuvo una muestra de 30 personas encuestadas, haciendo foco principalmente en personas que fuesen turistas o estuvieran de paseo, por ello se realizaron también en las inmediaciones del Centro Hidrotermal Mar de Epecuén y también en Sendero del Molle. Por otra parte, se tuvo en cuenta personas de distintas edades y diversas preferencias para obtener respuestas heterogéneas.

EDAD DEL TURISTA



MOTIVO DE VIAJE



Fuente: Elaboración propia

El 40% de los encuestados (12 personas) tienen entre 18-30 años y el segundo mayor porcentaje estuvo conformado por personas de entre 31-45 años (34%). Entonces, el destino elegido para llevar a cabo el circuito es visitado en su mayoría por personas jóvenes y como se verá más adelante, es una característica de la mayoría de los destinos, ya que Según la Organización Mundial de Turismo “el 20 % de los arribos internacionales corresponde a turismo joven y es uno de los segmentos de más rápido crecimiento”. (Lazari, 2016)

En base a las definiciones de Muscatelli (2004) el turismo joven es una herramienta de estrategia futura, porque los viajeros de este sector producen un efecto boca a boca muy importante entre sus familiares y conocidos.

⁹ Modelo de encuesta en Anexos (Anexo D)

¿COMO SUPO DE LA EXISTENCIA DE LA LAGUNA?



Fuente: Elaboración propia

El conocimiento de la Laguna Epecuén por parte de los encuestados surge en primer lugar gracias a la publicidad (34%) y en segundo lugar a través de la recomendación de conocidos (33%).

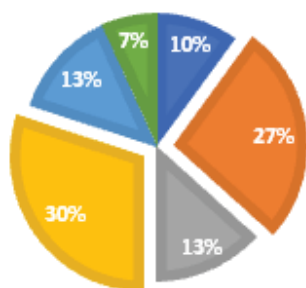
Las diferencias existentes entre el boca a boca tradicional y electrónico pueden afectar a su credibilidad en cuanto a información, ya que la misma depende de la fuente emisora del mensaje. El boca a boca tradicional suele provenir de nuestro grupo social de pertenencia (Sen y Lerman, 2007), mientras que en la comunicación electrónica se desconoce la fuente emisora o se tiene escasa relación con ella (Chatterjee, 2001). El desconocimiento de la fuente emisora puede afectar a su credibilidad y provocar que el consumidor valore menos la información que si la recibiera de personas conocidas (Chatterjee, 2001; Sen y Lerman 2007).

Los comentarios y opiniones serán más persuasivos si el consumidor considera que la credibilidad de la fuente es alta (Bansal y Voyer, 2000; Cheung Et Al., 2008).

Relacionándolo con la primera parte de la encuesta, referida a la edad, El turismo joven es muy particular y tiene una importante influencia del grupo al que pertenece, en especial sobre las preferencias y los destinos de moda del momento.

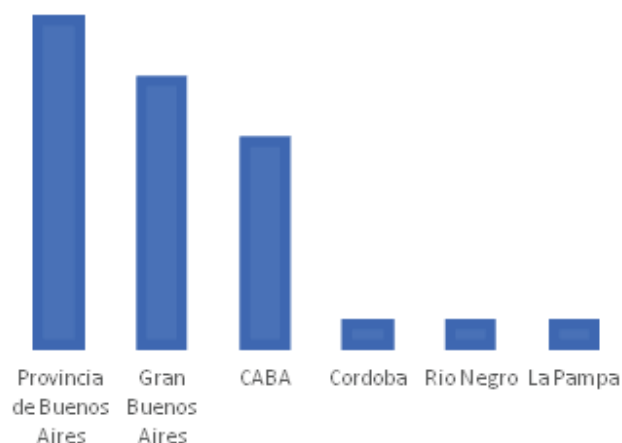
Como se explicará más adelante, la tecnología que genera publicidad tiene una función clave para la promoción tanto del destino como así también de los circuitos propuestos. Es por esta razón que se diseñarán tanto carteles publicitarios ubicados en espacios estratégicos como una página web donde aquella persona que esté interesada pueda conocer las actividades que incluyen los mismos.

ESTADIA PROMEDIO EN CARHUE



■ Pasar el día ■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ Mas de 4

LUGAR DE RESIDENCIA



Fuente: Elaboración propia

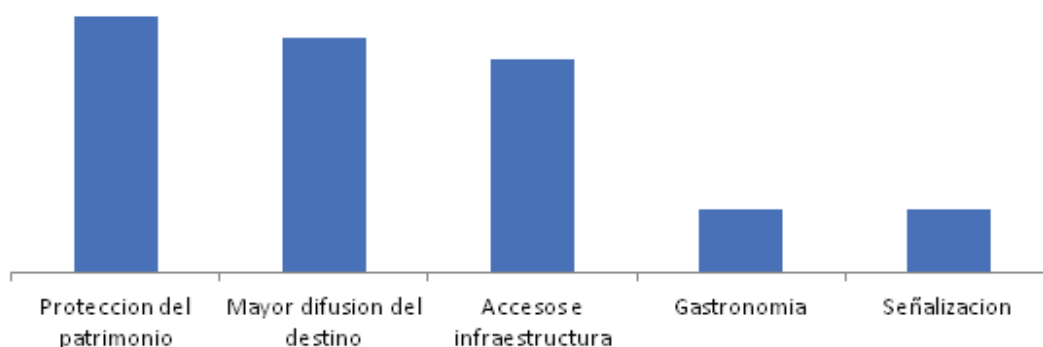
El 70% de la muestra coincide en una estadía promedio entre 1-3 días. Como se dijo anteriormente, Carhué hoy es un destino de escapada: la permanencia de los turistas es baja y esto se debe a que la mayoría reside en zonas aledañas al destino, principalmente provienen de diferentes zonas de la Provincia de Buenos Aires. Sumado al contexto económico y a una modalidad de viaje que fue cambiando a lo largo del tiempo, se observará más adelante que los turistas prefieren hacer varias escapadas cortas en diferentes momentos del año a un viaje de mayor duración en un momento específico del mismo.

Según un registro que llevó a cabo la Cámara Argentina de Turismo (CAT) publicado por Infobae¹⁰ "Los nuevos viajeros están marcando la tendencia con mayor cantidad de viajes a lo largo del año, aunque de estadías más cortas. Ese cambio cultural se está observando en todo el país y está beneficiando ampliamente a las economías regionales".

Durante el año 2017, Gustavo Santos (ex representante del Ministerio de Turismo) afirmó que "los fines de semana largos representan el 27,5% de los viajes que realizan los argentinos durante el año y esto se refleja en empleo genuino y en el derrame en las economías regionales".

¹⁰ Fuente: <https://www.infobae.com/turismo/2017/11/28/turismo-de-escapadas-la-tendencia-en-viajes-que-se-afianza-entre-los-argentinos-durante-el-verano/>

MEJORAS EN EL DESTINO



Fuente: Elaboración propia

El 36% de la muestra coincide en que la principal mejora a realizar en la zona Laguna Epecuén es la protección del patrimonio. A partir de esta cuestión podemos destacar por un lado la ordenanza 3776, a través de la cual se da un primer paso desde el Municipio por la preservación del sitio, recién en diciembre del 2014 se aprueba la ley 14.696, a través de esta ley se declara las ruinas de la Villa Lago Epecuén como Monumento Histórico Nacional. Según un informe de Clarín (10/03/2005) “La norma obliga al gobierno bonaerense a involucrarse de lleno con el cuidado y la preservación de las ruinas y contempla la incorporación al Patrimonio Cultural bonaerense de las zonas del distrito de Adolfo Alsina que permanecieron bajo las aguas, mediante la colocación de plaquetas y señalización, así como la confección y difusión de publicaciones que contengan referencias históricas del monumento.”¹¹

En resumen, los objetivos principales de estas medidas son la preservación y mantenimiento de la zona de ruinas. Ahora bien, en el trabajo de campo realizado se observa una gran cantidad de carteles colocados sobre las edificaciones de mayor popularidad dentro de la Villa Epecuén, sin embargo se evidencia una falta de mantenimiento y custodia dentro de las ruinas y zona que rodea la Laguna. Es fundamental darle importancia a la protección de esta zona teniendo en cuenta el deterioro natural de una edificación de más de 30 años y a su vez el efecto producido por las propiedades características de la Laguna, por otro lado no se observa ningún tipo de custodia, los visitantes ingresaban en las edificaciones con riesgo de derrumbe sin ningún inconveniente. Una de las recomendaciones propuestas dentro del trabajo es una mejor organización a nivel municipal para lograr un efectivo cuidado de este Monumento.

La segunda recomendación de los encuestados está dirigida a lograr una mayor difusión del destino. Los festejos por los 30 años de la Villa Epecuén realizados durante noviembre del 2015 atrajeron una gran cantidad de visitantes, según un informe provisto por Télam al festejo asistieron estudiantes de arquitectura franceses en busca de las construcciones, parte de ellas aún en pie, del reconocido arquitecto Francisco

¹¹ Fuente: <https://www.diputados.gob.ar/proyectos/proyecto.jsp?exp=6607-D-2018>

Salamone, otros turistas de Buenos Aires llegaron atraídos por un documental realizado por Red Bull, famosa marca de bebidas energizantes, en el que el deportista extremo Danny MacAskill recorrió las ruinas con acrobacias demostrando su habilidad con la bicicleta.

Perfil del potencial turista

Durante los últimos años ha cambiado la forma de viajar así como también el tipo de turista. Según Federico Esper, ex miembro del Grupo Mundial de Expertos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), "hay un nuevo turista que viaja por el país, que tiene determinadas características, un perfil más dinámico, flexible y participativo".

A su vez Gustavo Hani, directivo de la Cámara Argentina de Turismo (CAT) y presidente de la Cámara de Turismo de la Provincia de Buenos Aires, afirma que "hoy se prefiere salir muchas más veces en el año, en períodos cortos. Hacer cuatro o cinco salidas en el año, de cuatro o cinco días cada una", volviendo a citar a Federico Esper "el fenómeno de fragmentar las vacaciones viajando menos tiempo pero con mayor regularidad, no es estrictamente de Argentina, sino que sigue una tendencia internacional que se generó en Europa". Entre las razones que explican la transformación en los períodos de vacaciones se encuentran los cambios en los estilos de vida, la mayor presión cotidiana y el estrés en vida laboral, todo esto generó que las vacaciones de una vez al año no fueran suficientes.

El tipo de turista actual tiene una estrecha relación con la tecnología: comenta, critica, pregunta, comparte y participa en una comunidad virtual. El uso emergente de los smartphones, el GPS y la variedad de aplicaciones, multiplican las opciones no sólo para el turista. Una encuesta realizada por Booking, revela que más de la mitad de viajeros (57 %) dijeron que en 2018 usarán más las apps de viaje que en años anteriores y el 39 % piensa usar la geolocalización para llegar al alojamiento o planear actividades.

Además, el 38 % de los encuestados confesó que busca viajar a aquellos destinos que se muestran en las series, en el cine o hasta en videos musicales. Mientras que el 37 % saca ideas de viajes de los blogs o de YouTube. Cada vez es más importante para los destinos y para las empresas turísticas proporcionar las herramientas necesarias, facilitar la experiencia al turista y por supuesto, interactuar con ellos teniendo en cuenta que hoy en día, y a futuro, los canales online de ventas y promociones de destinos igualaran a los canales de venta offline según comenta Julia de Pedro (2017).

La investigación encargada por Booking.com a adolescentes que conforman la Generación Z¹² (el 25% de los cuales tenían entre 16 y 24) en 29 mercados, incluida la argentina. De los mil participantes nacionales, el 49% respondió que las redes sociales son su fuente principal de inspiración para decidir a qué destino

¹² La generación Z se llama también postmilenial o centennial es el grupo demográfico nacido después del año 1995 y se caracteriza por ser la primera generación considerada nativa digital, o sea, que nació inmersa en la cultura digital.

viajar, mientras que un 53 por ciento de las mujeres de esa generación dijo que es probable que se imaginen su próximo destino de vacaciones mirando las redes.

Otra de las características de este nuevo viajero es la participación, según Esper “quien viaja busca involucrarse con lo local, sus tradiciones, aprender modos de vida, costumbres, que le permitan salir de su propio esquema diario y cotidiano, para adentrarse en otra realidad”. En este contexto, la diferenciación de destinos y generar productos diferentes y diversos es de suma importancia en un mercado tan competitivo como lo es el turístico.

La participación activa y el cuidado del medioambiente son pilares primordiales tanto para la elaboración de los circuitos así como también para el turista en el que se enfocará el producto turístico, teniendo en cuenta que en base a una encuesta realizada por una empresa de viajes a turistas de distintas edades, corrobora que el 57% de la Generación Z consideraría no visitar un destino si supieran que está amenazado debido al exceso de turismo.¹³

¹³ Fuente: https://www.clarin.com/sociedad/perfil-turista-argentino-2018-hara-viajes-cortos-gasoleros-tecnologicos_0_HygGZx-MyM.html

CAPÍTULO 4: Desarrollo de la propuesta

Luego del análisis de la laguna como atractivo turístico y determinado el perfil del potencial turista, en el cuarto capítulo se desarrollará en profundidad la propuesta, que será un circuito turístico que integrará algunos atractivos de la zona orientados al turismo de salud y relax. Se realizará un inventario de atractivos, se describirá la infraestructura con la que cuenta la zona, los pasos a seguir y puntos fundamentales a la hora de diseñar el circuito, su análisis FODA y su análisis económico, entre otros puntos.

Misión

Brindar un nuevo producto turístico orientado al Bienestar, obteniendo como valor agregado la información que se les proveerá a los turistas acerca de técnicas para el cuidado de la salud utilizando los recursos disponibles.

Visión

Consolidar a Carhué como principal destino de Turismo de Salud y Relax de la Provincia de Buenos Aires, a través de la integración y desarrollo de circuitos turísticos.

Valores

- Conciencia medioambiental: Lograr un adecuado equilibrio entre medioambiente, actividad turística y conservación del patrimonio.
- Innovación en la actividad turística: Generar una nueva experiencia a través de la cual las personas obtengan información valiosa sobre los recursos y cómo utilizarlos según su necesidad, defendiendo los valores del Desarrollo Sustentable.
- Cooperación. Todos los actores involucrados en el respeto por la cultura local, sin afectar a la comunidad donde se desarrollara la propuesta. Preservando los atractivos turísticos, generando equidad social de manera que los beneficios económicos y sociales obtenidos de la actividad sean redistribuidos en la comunidad. Para que esto suceda es necesario que los habitantes locales se involucren en la planificación turística para decidir los límites y alcances de la actividad.
- Calidad y diferenciación del producto: El recurso humano es uno de los pilares fundamentales dentro del circuito, ya que para brindar un servicio de calidad es importante contar con personal altamente capacitado en cada una de las áreas que forman parte del circuito.

Objetivos de la propuesta

- Posicionar al producto turístico como uno de los principales atractivos de Turismo Salud en la provincia de Buenos Aires.
- Desarrollar los circuitos incorporando técnicas novedosas en el turismo de salud.
- Lograr que el turista, a través de su experiencia satisfactoria, sea el principal promotor de nuestro producto.
- Estimular la generación de empleo del cual forme parte la comunidad local.

Localización

El circuito no se va a desarrollar en un solo lugar sino que será dinámico, recorriendo diversos sitios/espacios de la ciudad de Carhué que incluyen atractivos que generen una sinergia entre turismo, naturaleza y salud-relax.

Infraestructura Turística

¿Cómo llegar a Carhué desde distintos puntos de Buenos Aires?

En vehículo particular

- Desde Capital Federal

Distancia: 529 km.

Recorrido: se toma la Autopista Ricchieri hasta Ezeiza y luego la Autopista Ezeiza – Cañuelas. Se continúa por Ruta Nacional 205 hasta Bolívar y empalmar con Ruta provincial 65 hasta la ciudad de Guaminí. Luego se toma la Ruta Nacional 33 hasta el cruce con la Ruta Provincial 60. Se gira a la derecha hasta el acceso a Carhué.

- Desde La Plata

Distancia: 560 km

Recorrido: Tomar la Ruta Provincial 6 hasta Cañuelas. Continuar por Ruta Nacional 205, luego Ruta Provincial 65 y Ruta Nacional 33 hasta cruce con Ruta Provincial 60. Girar a la derecha hasta el acceso a Carhué.

- Desde Bahía Blanca

Distancia: 203 km

Recorrido: Tomar Ruta Provincial 33 hasta el cruce de Espartillar, girar a la izquierda y continuar hasta el acceso a Carhué.

Distancia entre distintos puntos del país y Carhué

- Desde Mar del Plata: 560 km
- Desde Rosario: 650 km
- Desde Córdoba: 765 km
- Desde Santa Rosa: 190 km
- Desde Patagonia: Se puede decir que Carhué es la puerta de entrada y salida a la Patagonia, ya que en cuanto se sale de la ciudad, se puede encontrar la Ruta Nacional 60 hacia el sur, posicionando a Carhué en el primer lugar termal para quienes viajan desde la Patagonia.

Principales puntos de la Patagonia: General Roca (570 km); Neuquén capital (600 km); Viedma (470 km); Puerto Madryn (862 km); Comodoro Rivadavia (1285 km)

Empresas de buses que arriban a Carhué

- Empresa Pullman Gral. Belgrano: sale de retiro todos los días 22:00 hs.
- Nueva Chevallier: Sale de Retiro: Todos los días menos martes y sábados 22:55 hs.
- Grupo Plaza: De Bahía Blanca sale todos los días 06:00 y 18:30 hs. Llega a Carhué: Todos los días 09:30 y 22:15 hs.
- El Rápido S.A. (Mar del Plata): Desde Mar del Plata sale domingos, lunes, miércoles y viernes 12:30 hs. Por temporada se agregan los días martes, jueves y sábados 22:30 hs. Tel: 430422
- El Rápido Argentino (La Plata): Sale de La Plata todos los días menos sábados: 21:30 hs.

Servicios de combi desde y hacia Carhué

- Combi Carhué 2060: Carhué - Bahía Blanca
- Emiliano Tours: Carhué - Bahía Blanca
- Marci Bus: Carhué - Bahía Blanca
- Epecuén Bus: Carhué - Bahía Blanca
- Transporte Luca: Carhué - Santa Rosa
- Combi a Cnel. Suárez: Carhué - Coronel Suárez
- Transporte Herner: Carhué - Rivera

Atractivos

Según la guía turística elaborada por la Secretaría de Turismo, se pueden observar los siguientes atractivos:

De sitio

Naturales

- Laguna Epecuén: Laguna cuyas características y propiedades fueron descriptas con anterioridad. Ideal para refrescarse en sus aguas curativas y hacer deportes acuáticos, como kayak y canoeing.
- Avistaje de flamencos: Como se dijo anteriormente, si bien son aves migratorias, encontraron en el lago el ambiente ideal para vivir y reproducirse, no sólo por la tranquilidad de la zona, sino por la existencia en el Lago Epecuén de la Artemia salina, único ser vivo que habita este espejo de agua, del cual se alimenta esta ave.
- Balneario La Isla: Inaugurado en diciembre de 1995, el mismo cuenta con servicio de cantina, baños, duchas, juegos infantiles, canchas de vóley, sombrillas, estacionamiento, parrillas y otros servicios. En dicho espacio se desarrollan espectáculos de música.
- Playa Eco Sustentable: Se diferencia del resto por ser la primera del país completamente sustentable, ya que funciona con energías renovables, siendo totalmente ecológica. La particularidad de esta playa es que la provisión de energía eléctrica es a través de paneles solares (energía renovable) y se obtiene agua de perforación. Tiene una bomba de extracción de agua dulce que funciona con energía solar, y la proveeduría posee freezers a gas que no contaminan y que también funcionan con energía solar. Además, los contenedores de basura se realizaron mediante el reciclado de neumáticos. También es totalmente apta para deportes acuáticos como kayak, canoas, lanchas o motos de agua y se practican deportes de vela como windsurf o kitesurf. Brinda los servicios de duchas de agua dulce y posee una proveeduría que está abierta durante todo el día, en la cual se pueden comprar bebidas y comidas. También hay estacionamiento y baños para ambos sexos, todo con entrada libre y gratuita.

Otra de las características la hacen única, es que se hizo famosa en todo el mundo cuando el lago Epecuén obtuvo su primer Récord Guinness, gracias a que 1945 personas flotaron tomadas de la mano sin asistencia, lo que se debió sin duda a las inigualables cualidades del lago.

- Camping Municipal La Chacra: Ubicado a 5 Km de Carhué por el acceso ruta 33, cuenta con 50 hectáreas de frondosa arboleda y está surcado por el arroyo Pigüé. Provisto de parrillas, baños, duchas, electricidad, sereno, cancha de bochas y tejo, pista de baile, y juegos infantiles. Dentro del mismo se encuentra también, el Museo Histórico Rural, muestra al aire libre de materiales utilizados en el campo desde principios del siglo XIX y el Sendero del Molle, sendero auto guiado en el que se

puede realizar avistaje de aves y de flora autóctona, destacándose la especie arbórea Schinus Molle que le da nombre al lugar.

- Parque Municipal Recreativo Epecuén: Está ubicado en la intersección de la Avenida Colón y el frente costero, a pocos metros del Lago Epecuén. Posee baños -inclusive uno para personas discapacitadas-, duchas con agua caliente, parrillas y energía eléctrica.
- Bosque de caldenes: De los pocos espacios que se conoce preservados en estado natural. Es una porción de 25 hectáreas pegada al Lago Epecuén, donde se encuentra gran cantidad de flora y fauna autóctona. El caldén es un tipo de árbol, exclusivo de la República Argentina. Su madera es dura, densa y durable. Su fruto es una legumbre comestible, con mediana concentración de azúcar y se suele utilizar para alimentar ganados.
- Eucalipto fundacional: Declarado “Referencia Histórica” en 1989 (según ordenanza n° 799). Adolfo Alsina y Nicolás Levalle fueron impulsores de la forestación en esta zona de pampa rasa, y según especialistas, este espécimen dado a su tamaño y perímetro, pertenece a los primeros momentos de la fundación de Carhué.

Culturales

- Museo Casa de la última fortinera: fue la morada de la última fortinera Domiciana Correa de Contreras quien falleció en 1953, a los 103 años. Las fortineras fueron el sostén moral y anímico de los soldados traídos a efectuar la Campaña al Desierto. Eran parteras, cocineras, curanderas, lavanderas y costureras, entre otros trabajos. Fueron el inicio de muchas familias carhuenses. La casa, que hoy funciona como museo, fue declarada “Lugar Histórico” en 1997 (según la ordenanza n° 2001 5-5-1997).

Entre 2001 y 2004 se restauró y se habilitó una exposición permanente en su recuerdo. En febrero de 2017 se realizó una nueva puesta en valor, montándose una moderna exposición.

En sus tres pequeñas habitaciones se cuentan distintos procesos históricos y los actores en esos momentos fundacionales: Una sala está dedicada a lo que fue el Fuerte General Belgrano, origen militar de Carhué en cuyos terrenos se levantó la propiedad; Otra habitación nos cuenta la importancia de las mujeres en la Campaña Al desierto, en especial la vida de Doña Domiciana; y finalmente la última sala está dedicada a las tareas de restauración y puesta en valor del ranchito desde 1997 a 2017.

- Museo Adolfo Alsina: Fue fundado por iniciativa del Rotary Club Carhué y de un grupo de vecinos quienes conforman la Asociación de Hecho “Museo Regional Dr. Adolfo Alsina”. En sus salas se exhibe material de los habitantes originarios, la campaña al Desierto, la llegada de los inmigrantes y hasta restos fósiles de dinosaurios, hallados en la laguna Epecuén.

- Plaza Nicolás Levalle: Fue diagramada por Levalle para fundar el pueblo en su alrededor y fomentar el establecimiento de civiles. En 1883 se diagrama el nuevo trazado del pueblo, y se diseñan cuatro plazas más, siendo la actual una de las periféricas. Actualmente es el centro neurálgico del pueblo. Su diseño original era de un espacio central y de ocho trapezoides que desde 1890 fueron entregados o vendidos y la plaza quedó más pequeña de lo proyectado. Así en 1897 se comenzó con la construcción del teatro español, en 1904 la iglesia y otros espacios fueron vendidos, incluso hasta los orígenes del fútbol en Carhué tienen que ver con la plaza, pues un espacio de ella fue la primera cancha del primer club local antes de 1910. En los años posteriores a 1920 con la irrupción del turismo, muchos de esos sectores fueron recuperados y se efectuó su “jardinización francesa” que ha llegado hasta el día de hoy. Ubicado en el centro de la plaza se encuentra el monumento al teniente general Nicolás Del Valle, realizado por el artista local Rodolfo “Pichón” Gómez Fernández (1929-1986). Sus cuatro figuras representan el trabajo, la educación, el soldado y el nativo.
- Obra de Francisco Salamone: Fue un arquitecto e ingeniero ítalo-argentino que construyó más de sesenta edificios de estilo art-decó en veinticinco municipios de la provincia de Buenos Aires, incluyendo Adolfo Alsina, Guaminí, Tornquist, Etc.
 - **Palacio municipal:** inaugurado el 3 de diciembre de 1938, fue obra de gobierno del gobernador Manuel Fresco. El diseño incluye el mobiliario y las luminarias. Su superficie original es de 1937 m² y su torre es de 36 m, superando a la de la iglesia Nuestra Sra. de los Desamparados, ubicada en la cercanía del palacio. El proyecto original contemplaba 400m² más y una torre de 46 m. desde entonces y hasta 2002, contuvo todos los poderes públicos. Hoy funcionan el Honorable Concejo Deliberante y el poder ejecutivo. Fue declarado “Edificio Histórico Nacional” en 2015.
 - **Cristo del camino:** otra de las obras de Salamone, emplazada en 1937, siendo donada su costo por la esposa del intendente de entonces como obsequio al pueblo. Esta figura de cristo crucificado, marcaba la bifurcación del camino a Epecuén y al cementerio. Desde 1986 a 2008 permaneció dentro de la laguna Epecuén como consecuencia de la inundación. Declarado Bien Histórico Nacional (2015)
 - **Matadero modelo:** inaugurado el 3 de diciembre de 1938. Fue emblema de la época, ya sea por la originalidad de sus diseños art decó como por la aparición de las nuevas industrias en el ámbito rural, el faenado en grandes escalas con un sistema mecanizado, análisis y control de sanidad, que hasta el momento había sido muy rudimentario. Su funcionamiento se prolongó hasta la década del 80'. Incluso se intentó seguir faenando pese a estar rodeado por las aguas luego de la inundación. En 2014 fue declarado bien de interés histórico y artístico nacional.
- Monumento las pilastras: Las pilastras originales fueron erigidas en 1876, por el coronel Maldonado, como acceso al fuerte de Puán, no conociéndose su significado exacto. En 1976 para el centenario de la campaña al desierto, las comunas de Adolfo Alsina, Puán, Guaminí y Trenque Lauquen deciden

erigirse como símbolo de sus fundaciones. Estas son las más fieles a las originales y fueron emplazadas en el ingreso a Carhué.

- **Cementerio inundado:** Habilitado en 1890, respondía a las características tradicionales de los cementerios del momento. Por casi 90 años fue acogiendo a los difuntos de Carhué y Epecuén. Cuando sobrevino la crisis hídrica en 1985, el agua lo fue cubriendo de a poco y con más de 2 metros de agua se comenzó a evacuar una vez creado el nuevo cementerio.

Luego con la crecida de la laguna en los 90' quedó completamente sepultado. Cuando la laguna inició su retroceso desde el 2000, fue siendo demolido a medida que el agua dejaba al descubierto las bóvedas. En 2009 se pudo acceder y hoy muchos han vuelto a recomponer las viejas sepulturas y llevar flores a sus antecesores. Fue declarado cementerio histórico de la memoria (ord. N° 3858-2014).

- **Recreación de Fortín 24 de mayo:** La frontera Sud (Carhué) poseía 52 km. de extensión. Dada la importancia estratégica de esta oposición, Levalle decide construir una mayor cantidad de fortines y no la zanja proyectada por Alsina. Se construyeron más de 30 fortines distanciados a algo más de 1500 metros. El original Fortín 24 de mayo se hallaba ubicado a 3500 metros de esta recreación y era la comandancia de la línea derecha de fortines hacia Guaminí. Debe su nombre al mayor encuentro bélico de la guerra de Paraguay, la batalla de Tuyutí, el 24 de mayo de 1866. Inaugurado el 24 de abril de 2004 en conmemoración de los 128 años del arribo de las tropas. Desde 2014 se está forestando para efectuar una plaza de flora autóctona (plaza Mapu Carhué).
- **Ruinas de Epecuén y Centro de interpretación:** Ubicadas a la vera de la laguna, a 7 kilómetros de Carhué. Entre los restos de esta ciudad inundada, se puede divisar el trazado de calles, como la avenida de Mayo (arteria principal del pueblo) y vestigios de importantes construcciones. Entre ellas se destacan:

- **Terminal de ómnibus:** Inaugurada en 1982. Dentro de la misma funcionaba el Destacamento Policial, la Oficina de Informes y la Delegación.
- **Club Atlético Gauchos de Epecuén:** Sus instalaciones comprendían 3 manzanas en las que se ubicaban dos canchas de fútbol y la sede, hoy en ruinas.
- **Complejo Balneario Municipal:** Construido entre 1968 y 1971. Poseía un sector de piletas, con una grande de 1600 m2 de superficie con agua dulce, para jóvenes y adultos y una de 73 m2 para niños, complementadas con duchas, baños, confitería y sala de máquinas. El otro sector, el del espigón, en la ribera misma internado 350 metros en la playa, contaba con duchas de agua fría y caliente, baños, confitería, sala de primeros auxilios, masajes y

administración. Todo esto estaba construido por estructuras laminares, “hongos” como comúnmente le llamaban. El gran tanque anaranjado aún en pie, abastecía a todo el complejo.

- **Hoteles:** Algunos de los más importantes son el Plage, el Gran Hotel Parque, Azul Hotel, Rambla Hotel, Hispano Argentino Hotel.

A 1 km de la villa, se encuentra el **Centro de Interpretación**, donde en su momento de esplendor funcionó la estación de Villa Epecuén del Ferrocarril del Oeste (actual Sarmiento). Actualmente en su recorrido se puede apreciar objetos de la ex villa turística, paneles con información del lugar y una sala donde se reproduce el documental sobre la inundación.

De eventos

- FERIA DE ARTESANOS: Ubicada al margen de la plaza Nicolás Levalle, se realiza generalmente durante los fines de semana o los feriados. Se pueden encontrar productos artesanales como dulces caseros, alfajores y hasta esculturas de sal de la laguna.
- FIESTA PROVINCIAL DEL TURISMO TERMAL: Celebrada todos los años. Por la mañana se realiza el Triatlón Cross “Desafío Lago Epecuén”, en las inmediaciones de la Villa Lago Epecuén y en la plaza ecosustentable. Las actividades deportivas también incluyen una travesía en kayak por el lago. Por las noches, la Plaza Levalle es el sitio donde se desarrollan bailes populares y espectáculos musicales, como la participación de artistas como Los Pericos y La Delio Valdez. En horario central se realiza también la elección de la Reina Provincial del Turismo Termal y hay funciones de cine en el Teatro Español.

Circuito

Etapas de la elaboración

Según la Magister Claudia Llontop Diez, Licenciada en Turismo y Hotelería por la Facultad de Ciencias de la Comunicación Turismo y Psicología de la Universidad Particular de San Martín de Porres, los pasos a seguir a la hora de elaborar un circuito turístico son los siguientes:

PASO 1. Definición de aspectos generales del circuito

El primer paso es definir en qué espacio geográfico se va a realizar el mismo. Muchas veces comprenderá no sólo diferentes regiones, sino también relacionará provincias, ciudades o pueblos, los cuales

a veces se encuentran alejados el uno del otro, por lo que se tendrá que priorizar la visita a algunos de esos puntos.

En este caso, el circuito se realizará en la Provincia de Buenos Aires, precisamente en la zona que abarca Carhué y ex villa turística lago Epecuén, donde se encuentran concentrados atractivos naturales y culturales, relacionados al turismo de salud de relax.

PASO 2. Identificación

Para la elaboración de un Circuito Turístico, es necesario realizar la identificación de los recursos turísticos más destacados o importantes de la región provincia, ciudades y/o pueblo, ya sea por su importancia natural, artificial, cultural a través del tiempo, o por su monumentalidad contemporánea, pudiendo considerarse iglesias, catedrales, palacios, museos, entre otros.

El circuito propuesto integrará recursos propios que son parte de la identidad de la región, siendo la Laguna Epecuén el más importante. Más adelante se detallarán los atractivos que forman parte del circuito, que fueron elegidos mediante el método de ponderación de atractivos propuesto en 1974 por el CICATUR-OEA (Centro Interamericano de Capacitación Turística de la Organización de Estados Americanos), según esta clasificación los recursos turísticos son valorados a partir de una única variable: su singularidad en términos geográficos. Según Cárdenas Tabares (1991) la ponderación se divide en cinco jerarquías:

Jerarquía 5: Atractivo excepcional y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial), equivalente a recurso único en el mundo.

Jerarquía 4: Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente (actual o potencial) de visitantes del mercado interno o externo, pero en menor porcentaje que los de jerarquía 5, ya sea por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos, equivalente a recurso único en el país.

Jerarquía 3: Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno o externo, que hubiesen llegado a su zona por otras motivaciones turísticas, equivalente a recurso único en una jurisdicción subnacional.

Jerarquía 2: Atractivos con méritos suficientes como para ser considerados importantes para el mercado interno, equivalente a recurso único en una localidad.

Jerarquía 1: Atractivos sin méritos suficientes como para considerarlos en las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden completar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico, equivalente a recurso complementario.

Jerarquía 0: Atractivos cuyas cualidades no permiten incorporarlos a la jerarquía 1, que es el umbral mínimo de jerarquización, equivalente a recurso sin características relevantes (no es un recurso turístico).

En base a la jerarquización propuesta por Tabares, dentro del circuito propuesto se encontrarán las siguientes jerarquías:

Jerarquía 5: El atractivo que corresponde a esta jerarquía es la Laguna Epecuén, siendo considerado único en el Mundo gracias a sus propiedades biofísicas y a su vez es el principal recurso natural del mismo. Se incluye aquí la obra de Playa Eco Sustentable donde todos los recursos son totalmente sustentables, la energía eléctrica se obtiene a través de paneles solares y las luminarias de la calle se cargan todo el día para estar en función por la noche, además, la bomba solar sumergible toma agua de una perforación que luego es utilizada por bañistas en las duchas.

Dentro de la Jerarquía 5 se incluyen Las Ruinas de Epecuén, declaradas Monumento Histórico Provincial siendo conocidas también a nivel mundial gracias a la llegada de miles de turistas extranjeros.

Jerarquía 4: El Centro Hidrotermal y Lúdico Mar de Epecuén es considerado un atractivo de Jerarquía 4 debido a que es único en el país por contar con aguas minerales de la Laguna Epecuén. La obra es considerada de importancia económica a nivel provincial y nacional, ya que posiciona a Carhué dentro de uno de los principales destinos de Turismo Termal en Argentina.

Jerarquía 2: Camping Municipal La Chacra, es un atractivo importante para la localidad y el comercio interno ya que no es solo un camping corriente, sino que aquí se encuentra la especie arbórea Schinus Molle, la misma aporta beneficios dentro de la medicina tradicional. En el camping también se puede realizar avistaje de aves.

PASO 3. Definición del recorrido

En este punto se da forma al circuito, utilizando un mapa, marcando los atractivos en él, para luego unirlos seleccionando un punto de partida y uno de finalización del recorrido. Es muy importante considerar los horarios de atención de los diferentes lugares a visitar para poder ordenarlos correctamente.

La selección del orden de atractivos se realizó en base al hilo conductor de la salud y el relax, teniendo en cuenta la cercanía y horarios de apertura y cierre.

PASO 4. Recopilación de información y reconocimiento del circuito

Luego de la identificación, es primordial la recolección y análisis de información y documentación acerca de los atractivos y recursos turísticos de cada localidad. Esta etapa es esencial, pues se tiene que reunir la información más fidedigna posible, usando diferentes métodos de documentación, ya sea por fuentes secundarias (textos) o a través de medios de información como Internet, videos y otros, información que deberá ser consultada y corroborada con especialistas (consultores) de la región y con los guías.

La información para el siguiente circuito se recabó de varias fuentes. La principal fue el sitio mismo en cuestión, ya que como se dijo anteriormente, fue visitado en dos oportunidades. En el mismo se tomaron fotografías y videos, se realizaron encuestas a turistas, entrevistas a guías (Viviana Castro y Juan Jose Abut, guías baqueanos y guardafaunas autorizados por la Secretaria de Turismo), al ex Secretario de Turismo Javier Andrés (actual intendente de Adolfo Alsina) y habitantes del lugar. Por otra parte se recurrió a la valiosa herramienta de internet, donde se consultó y se obtuvo más información sobre el lugar.

PASO 5. Prueba del circuito propuesto

En esta etapa se deben considerar dos elementos básicos para la perfecta estructuración del circuito turístico:

- **Medición de tiempos:** Antes de ofrecer el Circuito Turístico a los turistas, se deberá hacer una prueba piloto, la que incluye la medición de tiempos a lo largo del recorrido. Es conveniente esta medición a fin de poder coordinar de forma adecuada alguna actividad, almuerzo u otra excursión solicitada por los visitantes.
- **Evaluación de facilitación turística¹⁴:** Se deberá evaluar la adecuada facilitación turística, para la realización del circuito, es decir, evaluar el estado de las rutas y accesos a los puntos a visitar que hayamos considerado; además, se tienen que tomar en cuenta los servicios turísticos vinculados, como por ejemplo restaurantes, hoteles u otro tipo de alojamientos, entre otros.

El circuito será un Full Day de 9 horas segmentado en tres partes: la primera es de índole informativa, con talleres y charlas (9 a 12.30), luego un break con snacks, comida y bebidas saludables (12.30 a 14), y por último la aplicación de la información obtenida a través de un taller práctico y tratamientos de belleza y relax en la Ecoplaya, que culminará con la visita a las Ruinas (14 a 18).

Los tiempos se tomaron en base al horario de apertura de los sitios a visitar y la duración de las visitas guiadas y charlas en los mismos. En el apartado de "itinerario" se describirá con detalle al mismo.

¹⁴ Modelo de Evaluación de Facilitación Turística en Anexos (**Anexo E**)

Además se realizó la evaluación de facilitación turística, donde se observó y describió el estado de rutas y accesos, señalización, etc., cuya planilla se encuentra en el Anexo.

PASO 6. Difusión del circuito

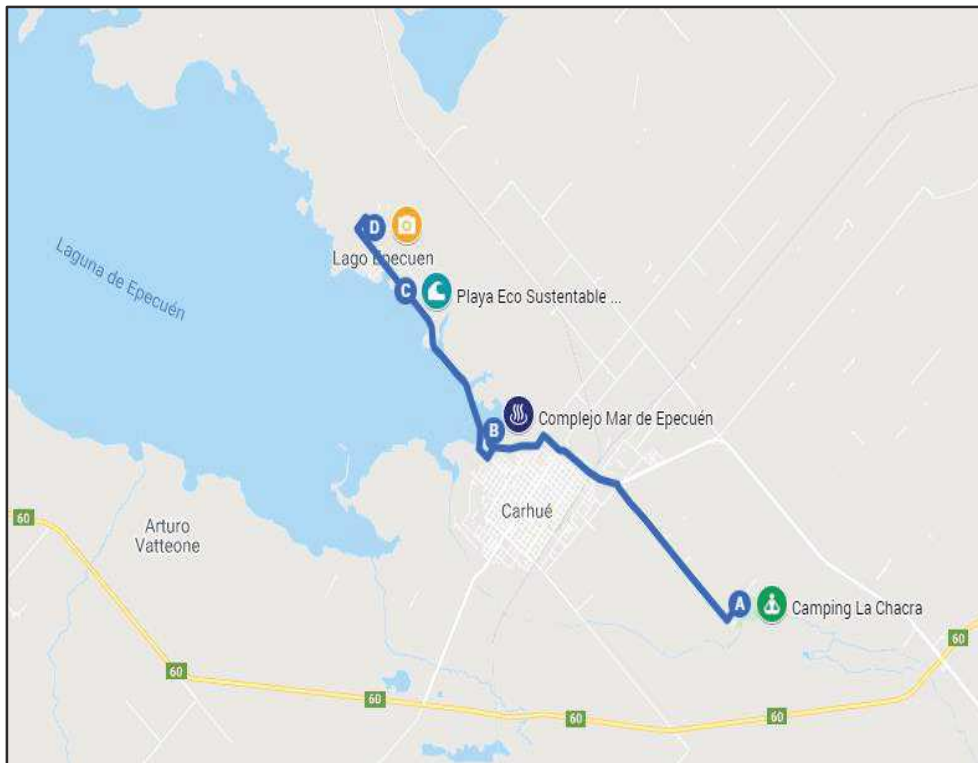
Luego de comprobar que el Circuito ha sido bien estructurado y organizado, se deberán realizar reuniones con las agencias de viaje o guías particulares, ubicadas en la capital de la región u otras ciudades importantes, para un mayor alcance del mismo. Por otra parte, para difundir el Circuito se puede elaborar material informativo que incluye páginas web, folletos o guías que proporcionen información a los turistas tanto sobre los atractivos y recursos turísticos como sobre la comercialización del circuito (precios, condiciones, venta, etc.), en caso de hacerlo de forma privada.

El planeamiento y métodos de difusión estarán desarrollados más adelante, dentro de este mismo capítulo.

Itinerario

“Full Day de relax”

- 9 a 10:30 hs.: Trekking sin dificultad, avistaje pasivo de fauna y flora, meditación en Sendero del Molle.
- 11 a 12.30 hs.: Charlas sobre Turismo de salud y relax, propiedades y beneficios de los recursos naturales de la Laguna Epecuén dictado por profesionales de Turismo y por médicos/esteticistas, quienes evaluarán la salud del turista, derivándolo según el tipo de afección que tenga. Se dividirá en: Afecciones dermatológicas (fangoterapia y uso de algas), afecciones motrices y musculares (fangoterapia e inmersión) y actividades de relajación (inmersión, masajes sedativos y reflexología). Se realizará en el salón de eventos del Centro Termal Mar de Epecuén.
- **12.30 a 14 hs.: Horario de almuerzo y tiempo libre**
- 14 a 16 hs.: Taller sobre Fangoterapia en la Ecoplaya y puesta en práctica de los conocimientos utilizando los recursos de la Laguna. Se organizarán actividades grupales con esteticistas, instructores de educación física, etc. orientadas al problema / afección a la salud.
- 16 a 18 hs.: Visita Centro de interpretación y ruinas con guía.



Fuente: Elaboración propia

Socios claves

Dentro del campo de la formulación de proyectos no se puede hablar de un modelo perfecto de negocios, pero si se puede utilizar como punto de partida la metodología propuesta por Alexander Osterwalder¹⁵ conocida como Canvas. Fue creada con el fin de establecer una relación entre cada uno de los componentes de la organización y todos los factores que influyen para que sea o no exitosa. Canvas, palabra en inglés que significa lienzo o panel, es justamente el “lienzo” en donde se plasman las ideas del negocio y los factores que influirán en la organización o empresa, a la hora de ponerla en marcha.

Según el modelo nombrado anteriormente, hay una serie de personas/empresas con las que es beneficioso trabajar debido a que su aporte en la organización es fundamental, serán socios claves aquellos aliados que ayuden a complementar la oferta de valor optimizando el modelo de negocio.

Los socios clave pueden ser personas así como grupos de personas pertenecientes a organizaciones privadas y/o públicas. Muchas veces son los mismos competidores vistos como socios clave. Es fundamental mentalizarse en que el objetivo de la unión con los socios será que ambos se beneficien, buscando lograr una relación a largo plazo.

¹⁵ Escritor y conferenciante suizo nacido en 1974, considerado uno de los mayores expertos en innovación empresarial e inventor del Business Model Canvas.

La propuesta cuenta con tres socios clave:

- El primer socio clave serán los propietarios del centro termal. Nuestro circuito contará con un taller donde brindaremos información sobre la utilización de los recursos naturales disponibles a los turistas y a la vez daremos la posibilidad de utilizar las instalaciones del Centro, razón por la cual es de suma importancia recibir el apoyo de los propietarios, teniendo en cuenta que aplicaremos la característica win-win del Modelo Canvas de momento que acercamos al grupo de turistas al complejo.
- Siguiendo con el punto anterior, el segundo socio clave es el equipo de médicos especialistas en Fangoterapia y Termalismo, ellos serán quienes dicten el breve taller de utilización de recursos naturales y es de suma contar con su presencia porque son quienes están habilitados por sus estudios y experiencia para asesorar a cada usuario sobre qué tratamientos y qué tipos de recursos son los más recomendables dado su perfil y sus necesidades.
- El tercer socio clave son las autoridades estatales de la ciudad de Carhué, quienes se encargaran de proporcionar ayuda en relación a reglamentación turística, infraestructura necesaria relacionada principalmente al centro de interpretación y cuidado de ruinas y a su vez serán importantes para la búsqueda y capacitación de guías de turismo que serán parte de nuestro circuito.

Análisis económico del circuito

Recursos necesarios para la inversión inicial

- Recursos clave: según el modelo Canvas, los recursos clave son aquellos medios que usamos para poner en marcha un modelo de negocio, sin los cuales no podríamos ejecutarlo. Estos recursos pueden ser físicos (ej.: edificios, vehículos, maquinaria), intelectuales (ej.: marca, patente), humanos (ej.: coordinadores, investigadores) y económicos-financieros (ej.: dinero en efectivo, tarjetas de crédito). A continuación se nombraran los principales para el circuito en cuestión:
 - Guías turísticos y coordinadores: Son una parte muy importante del circuito, ya que serán los encargados de guiar y coordinar a los grupos de turistas a lo largo del recorrido. Interactuarán de forma directa con los mismos, respondiendo a cualquier inquietud o problema que surja. Los guías y coordinadores deberán estar capacitados no solo con información histórica del destino, sino también en el área de salud para brindar un servicio satisfactorio.
 - Personal del área de salud y bienestar: Con esto se hace referencia a médicos, esteticistas orientados al termalismo y masoterapeutas, parte fundamental del circuito, ya que como se dijo con anterioridad, los mismos serán encargados de evaluar el estado de los turistas y brindar una actividad o sesiones personalizadas al tipo de afección de los mismos.

- Transporte: Se utilizarán minivans con capacidad para veinte personas, para trasladarlas de un punto del circuito al otro.
- Community manager y diseñador gráfico: Personal de vital importancia a la hora del diseño de folletería, cartelería y difusión del circuito, junto con el manejo de redes sociales y página web.
- Insumos de belleza: Estos elementos, como espátulas, algodón, mascarillas, etc. serán importantes debido a que se utilizarán en cada uno de los circuitos a la hora de realizar el taller práctico de fangoterapia.

Para la inversión inicial se tomarán como base la realización de un full day para 18 personas.

Activos fijos: Son bienes de una empresa, ya sea tangibles o intangibles, que no pueden convertirse en líquido a corto plazo y que normalmente son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no se destinan a la venta. En el caso del circuito se incluirán:

Tipo	Marca y modelo	Cantidad necesaria	Detalle	Precio unitario (\$)	Total
Equipamiento					
Proyector	Mini Gadnic Optimus	1	1200 Lúmenes + Pantalla 100	\$ 10.949	\$ 10.949
Pizarra	Materia PEDEST120x240	1	Aluminio y plástico (blanco) con pedestal y ruedas (120 x 240 cm)	\$ 11.500	\$ 11.500
Notebook	EXO SMART E17	1	Intel Celeron (gris)	\$ 14.999	\$ 14.999
Silla	Plastinyec Apilable Florida	30	Plástico reforzado (negro)	\$ 440	\$ 13.200
Recursos materiales					
Espátula cosmética	Lucydan	500	Plástico rígido. 19 cm. (Azul y blanco)	\$45 (por unidad)	\$ 22.500
Mascarilla	Corea	500	Celulosa	\$350 (pack x50)	\$ 3.500
Discos de algodón	Estrella	1600	Textura absorbente	\$1000 (20 packs x 80 u.)	\$ 1.000
Vasos descartables	Plastivas	200	Plástico (blanco) 180 ml	\$209,45 (x 100 u)	\$ 418,90

Tabla 1: Equipamiento y recursos materiales

Fuente: Elaboración propia en base a Mercado Libre y consulta con proveedores

Detalle	Total
Recursos materiales	\$ 27.418,90
Equipamiento	\$ 50.648
Otros gastos *	\$ 140.317
Total inversión inicial	\$ 218.383,90

Tabla 2: Inversión inicial
Fuente: Elaboración propia

*** Otros gastos:**

Snacks y bebidas para el break: Agua mineral (Sierra De Los Padres x 600 ml, 50 unidades): \$1300
+ barrita de cereal (Cereal Mix, varios sabores, 50 unidades): \$1250

Recuerdo del circuito: bolsita con sales aromáticas + mini jabón (x 50 unidades): \$2750

Folletería: Diseño de folleto tríptico a color: \$4341. Impresión (100 folletos trípticos a color): \$720

Publicidad: Gráfica para stand: \$6704

Gastos administrativos para iniciación del proyecto: \$30.000

Página web y desarrollador: Desarrollo de web institucional + sección de noticias y comentarios + formulario web para consultas = \$10813 + \$1885 + \$1854

Community manager: \$28.700

Capital para imprevistos: \$50.000

Personal necesario y capital de trabajo

Según el diccionario Aristos (Morales Gutiérrez, 2002), se definen los términos a continuación, de la siguiente manera:

Personal: “Es el conjunto de personas pertenecientes a determinada clase, corporación o dependencia”.

Recurso humano: “Es el conjunto de capital humano que está bajo el control de la empresa en una relación directa de empleo, en este caso personas, para resolver una necesidad o llevar a cabo cualquier actividad en una empresa”.

Capital humano: “Conjunto de conocimientos, habilidades y aptitudes inherentes a los individuos que forman la organización”.

Aplicando los conceptos anteriores al circuito turístico propuesto, el personal necesario y su sueldo correspondiente por tour, será el siguiente:

Función	Cantidad	Sueldo aprox por tour	Sueldo total aprox. por mes
Guía	1	\$2000 x personal	\$ 80.000
Coordinador	1	\$1500 x personal	\$ 60.000
Médico	1	\$2100 x personal	\$ 84.000
TOTAL	3	\$ 15.700	\$ 314.000

Tabla 3: Personal necesario y capital de trabajo

Fuente: Bumeran y consulta con profesionales

Financiación del proyecto

La propuesta de circuito realizada contará con una financiación mixta, es decir, de capitales públicos y privados. Esto se repartirá de la siguiente forma: 70% capital privado: 30% centro hidrotermal y 40% socios privados; 30% publico: secretaria de turismo.

Se decidió dividir los porcentajes anteriores teniendo en cuenta que el Centro Hidrotermal, como se dijo anteriormente, será una parte clave del circuito debido a que los tratamientos y actividades al igual que las charlas, se llevarán a cabo dentro del mismo. Por otra parte, en cuanto al sector público, se optó por la Secretaría de turismo de Adolfo Alsina, ya que es el organismo público más importante relacionado al sector turístico, quien trabaja en conjunto con la Municipalidad y la Oficina de Cultura del partido.

El porcentaje restante (40%) será aportado por socios de la empresa a crear y/o por empresarios hoteleros/ gastronómicos interesados en el proyecto.

Sector público	Secretaria de turismo	30% = \$65.515,17
Sector privado	Centro Hidrotermal Mar de Epecuén	30% = \$65.515,17
	Socios privados (hoteles - restaurantes)	40% = \$87.353.56
Monto total de inversión		\$ 218.383,90

Tabla 4: Financiación mixta del proyecto

Fuente: Elaboración propia

Costos, precio de venta al público y ganancia

Costos

Según Edward Menesby (2006) “el costo se define como la medición en términos monetarios, de la cantidad de recursos usados para algún propósito u objetivo, tal como un producto comercial ofrecido para la venta general o un proyecto de construcción”.

Según su aplicación o incidencia podemos tener costos fijos, variables o semivARIABLES, entre otros.

Costos fijos: Son los costos de producción relativamente independientes de la cantidad de unidades producidas, en general no varían ante cambios en los niveles de producción.

Costos variables: Son aquellos costos cuya magnitud cambia en razón directa al volumen de las operaciones realizadas. Dicha actividad puede ser referida a producción o ventas: la materia prima cambia de acuerdo con la función de producción, y las comisiones de acuerdo con las ventas.

Costo semivariable: La parte fija de un costo semivariable usualmente representa un cargo mínimo al hacer determinado artículo o servicio disponibles. La parte variable es el costo cargado por usar realmente el servicio. Por ejemplo, la mayor parte de los cargos por servicios telefónicos constan de dos elementos: un cargo fijo por permitirle al usuario recibir o hacer llamadas telefónicas, más un cargo adicional o variable por cada llamada telefónica realizada.

En el caso del circuito, podremos observar los siguientes costos por tour:

Costos fijos por tour	Costos variables por tour
Sueldo guía: \$2000	Snacks y bebidas: \$51 (por pax)
Sueldo coordinador: \$1500	Elementos de belleza: \$55.70 (por pax)
Sueldo medico: \$2100	Souvenir: \$55 (por pax)
Mantenimiento: \$250	Seguro del viajero: \$120 (por pax)
Alquiler de micro con chofer: \$7000	

Tabla 5: Costos fijos y variables

Fuente: Elaboración propia

La capacidad máxima u objetivo del circuito de Salud y Relax será de 18 turistas, teniendo en cuenta que la capacidad de las van será de 20 personas incluyendo el guía y coordinador de turno.

En la siguiente tabla se tendrán en cuenta las variables anteriormente mencionadas y el valor al público que se aplicará dependiendo del estadio del porcentaje de ocupación, con una capacidad baja (10 pax), capacidad intermedia (14 pax) y capacidad máxima (18 pax).

Cantidad de Pax	10	14	18
Costos fijos			
Transporte	\$7.000	\$7.000	\$7.000
Guía	\$2.000	\$2.000	\$2.000
Coordinador	\$1.500	\$1.500	\$1.500
Medico	\$2.100	\$2.100	\$2.100
Mantenimiento	\$250	\$250	\$250
Costos fijos por pax			
Transporte	\$700	\$500	\$389
Guía	\$200	\$143	\$111
Coordinador	\$150	\$107	\$83
Médico	\$210	\$150	\$117
Mantenimiento	\$25	\$18	\$14
Costos variables			
Snacks y bebidas	\$51	\$51	\$51
Elementos de belleza	\$56	\$56	\$56
Souvenir	\$55	\$55	\$55
Seguro del viajero	\$120	\$120	\$120
Costo total por pax	\$1.567	\$1.200	\$996
Costo total por tour	\$15.670	\$16.800	\$17.928

Tabla 6: Costo del circuito en los tres estadios de capacidad (I)

Fuente: Elaboración propia

Ganancia/ utilidad

La utilidad deseada supone el margen prefijado de antemano por el comerciante como rendimiento a su inversión. Esta utilidad se calcula en base de un porcentaje sobre la venta o sobre el costo o una cantidad fija. El precio de venta bruto es el precio sin descuento que se tiene para cada producto.

Finalmente el precio de venta neto es el término cuyo cálculo debe corresponder a las expectativas del comerciante, a la recuperación de los costos de distribución y de operación y de adquisición, entre otras cosas.

Cantidad de pax	10	14	18
Costo total por tour	\$15.670	\$16.800	\$17.928
Margen de ganancia	14%	14%	14%
Valor al publico	\$1.822	\$1.395	\$1.158
Utilidad por persona por tour	\$255	\$195	\$162
Utilidad Total por tour	\$2.551	\$2.735	\$2.919
Utilidad Total por mes	\$51.019	\$54.698	\$58.370
Utilidad Total por año	\$612.223	\$656.372	\$700.443
IVA AL 21%	\$383	\$293	\$243
Precio de venta	\$2.205	\$1.688	\$1.401
Precio de venta final	\$2.220	\$1.700	\$1.450

Tabla 7: Ganancia y utilidad (I)

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro anterior se prefijó un porcentaje de ganancia del 14% y se calculó sobre una ocupación baja (10 pax), media (14 pax) y alta (18 pax), utilizando el total de costos calculado en la tabla anterior, sumando luego el Impuesto al Valor Agregado.

A continuación, se detallarán los costos para realizar el mismo circuito, pero aplicados a dos minibuses completos, es decir, una capacidad máxima de 36 pasajeros. Además se calculará el margen de ganancia y el precio de venta teniendo en cuenta la capacidad de ocupación mínima, media y máxima, partiendo de esos dos minibuses.

Cantidad de Pax	24	30	36
Costos fijos			
Transporte	\$14.000	\$14.000	\$14.000
Guía	\$4.000	\$4.000	\$4.000
Coordinador	\$3.000	\$3.000	\$3.000
Médico	\$4.200	\$4.200	\$4.200
Mantenimiento	\$500	\$500	\$500
Costos fijos por pax			
Transporte	\$583	\$467	\$389
Guía	\$167	\$133	\$111
Coordinador	\$125	\$100	\$83
Médico	\$175	\$140	\$117
Mantenimiento	\$21	\$17	\$14
Costos variables			
Snacks y bebidas	\$51	\$51	\$51
Elementos de belleza	\$56	\$56	\$56
Souvenir	\$55	\$55	\$55
Seguro del viajero	\$120	\$120	\$120
Costo total por pax	\$1.353	\$1.139	\$996
Costo total por tour	\$32.468	\$34.160	\$35.852
Margen de ganancia	14%	14%	14%
Valor al público	\$1.573	\$1.324	\$1.158
Utilidad por persona por tour	\$220	\$185	\$162
Utilidad Total por tour	\$5.285	\$5.561	\$5.836
Utilidad Total por mes	\$105.710	\$111.219	\$116.727
Utilidad Total por año	\$1.268.517	\$1.334.623	\$1.400.729
IVA AL 21%	\$330	\$278	\$243
Precio de venta	\$1.903	\$1.602	\$1.401
Precio de venta final	\$1.950	\$1.650	\$1.450

Tabla 8: Costos, utilidad y precio de venta (2 minibuses)

Fuente: Elaboración propia

Proyección aproximada de Ingresos: Período 2022-2026

A continuación, se presentará una estimación de ingresos con un horizonte de cinco años de desarrollo productivo.

Las variables elegidas serán en función a la cantidad de itinerarios que irán en crecimiento cuatrimestral, dependiendo de factores como estacionalidad (si bien en Carhué la estacionalidad no es tan marcada, se suelen realizar más tours en pleno verano, Semana Santa o inicios del invierno), perfil de la demanda analizada con anterioridad y en consecuencia de la cantidad de turistas dispuestos a contratar el servicio. En el cuadro se tomará como referencia una itinerario de 18 personas (1 minibús completo) pero también puede aplicarse utilizando dos minibuses completos (36 pasajeros).

Se cree pertinente además aclarar que los valores a continuación sirven de base o ejemplo para mostrar la rentabilidad de los tours, pero en el caso de que la propuesta sea aplicada, los valores deberán ser actualizados según los costos y la inflación al momento que se decida iniciar la gestión del proyecto.

<i>1 minibús completo = 18 pax</i>	<i>Proyección aprox 2022-2026</i>
Año 1: 2022	Total de tours cuatrimestrales
ene – abr	60
may – ago	40
sep - dic	35
total de tours anuales	135
Utilidad anual	\$ 393.999,07
Año 2: 2023	Total de tours cuatrimestrales
ene – abr	65
may – ago	45
sep - dic	40
total de tours anuales	150
Utilidad anual	\$ 437.776,74
Año 3: 2024	Total de tours cuatrimestrales
ene – abr	70
may – ago	50
sep - dic	45
total de tours anuales	165
Utilidad anual	\$ 481.554,42
Año 4: 2025	Total de tours cuatrimestrales
ene – abr	75
may – ago	55
sep - dic	50
total de tours anuales	180
Utilidad anual	\$ 525.332,09
Año 4: 2026	Total de tours cuatrimestrales
ene - abr	80
may - ago	60
sep - dic	55
total de tours anuales	195
Utilidad anual	\$ 569.109,77

Tabla 9: Proyección estimativa de ingresos (2022-2026)
Fuente: Elaboración propia

Diagrama de tiempos proyectados

En el siguiente diagrama se podrán observar las distintas etapas de desarrollo del proyecto y el tiempo aproximado destinado a cada una de ellas (dividido en quincenas y semanas) representado por barras laterales. Se calculó un tiempo total aproximado de seis meses partiendo desde julio de 2021 hasta diciembre del mismo año, suponiendo que la puesta en marcha será a partir de enero de 2022 (como se observa en el cuadro anterior de proyección estimada de ingresos).

Tiempo		Q* I		Q II		Q III		Q IV		Q V		Q VI		Q VII		Q VIII		Q IX		Q X		Q XI		Q XI	
Etapas		S* I	S II	S III	S IV	S I	S II	S III	S IV	S I	S II	S III	S IV	S I	S II	S III	S IV	S I	S II	S III	S IV	S I	S II	S III	S IV
Descripción de aspectos generales del servicio		■																							
Relevamiento de campo	Recopilación de información		■	■																					
	Reconocimiento del circuito			■	■	■																			
Desarrollo de la propuesta	Medición de tiempos				■	■																			
	Prueba del circuito					■	■	■																	
Estudio de mercado	Análisis de la demanda								■	■															
	Análisis de la Oferta								■	■															
Reclutamiento de personal	Selección de personal										■	■													
	Capacitación del personal											■	■												
Contacto con proveedores	Adquisición de bienes materiales e insumos											■	■												
Análisis económico financiero	Definición de costos										■	■	■												
	Determinación de precio de venta													■	■										
	Utilidad y ganancia														■										
Estrategia de difusión	Canales de distribución y comercialización																						■	■	
Organización empresarial	Financiación del proyecto				■	■	■	■																	
	Acuerdos con inversionistas y socios clave															■	■	■	■						
Resumen ejecutivo																									■

Tabla 10: Diagrama de tiempos proyectados
Fuente: Elaboración propia
*Nota: *Q: QUINCENA y *S: SEMANA*

Canales de distribución y comercialización

Para Philip Kotler y Gary Armstrong, un canal de distribución "es un conjunto de organizaciones que dependen entre sí y que participan en el proceso de poner un producto o servicio a la disposición del consumidor o del usuario industrial"

Además, según Kotler, Comercialización se refiere a la "Introducción de un producto nuevo al mercado".

Existen diferentes canales de comercialización que varían en función del público al cual se dirige. Estos pueden ser comercialización Directa e Indirecta:

Directa: Se da cuando la empresa responsable del producto es la que se acerca al consumidor final, ya sea a través de vendedores propios o agentes comerciales. Este tipo de venta deriva en un "cara a cara" entre la empresa y el cliente, lo que crea una sensación de confianza por parte del futuro consumidor, dando credibilidad al producto y fortaleciendo la lealtad hacia el mismo, siempre que el producto o servicio haya cumplido con las expectativas del cliente. Por lo anterior, es el modelo de distribución recomendado para las compañías en ascenso o con un volumen moderado de transacciones.

En el caso planteado en este trabajo, para poder llegar a un público más específico, se hará uso de la valiosa herramienta de las redes sociales, como Instagram, Facebook y Twitter donde se presenta el circuito, para poder direccionarlos hacia la página web y que desde allí los clientes puedan adquirir el servicio, eligiendo la fecha a realizar el tour y el método de pago que más les convenga.

Indirecta: Es aquella que cuenta con uno o más intermediarios en el proceso de entrega del producto/servicio entre la empresa y el cliente final. Para el circuito en cuestión, los canales indirectos serán hoteles, agencias de viaje e incluso restaurantes, que recibirán una comisión por la venta de la actividad. Al principio serán empresas locales las intermediarias, pero a futuro se esperaría que empresas de otras localidades participen en la venta del circuito, para poder llegar a turistas de otras zonas.

FODA del circuito

La matriz FODA es útil para hacer diagnósticos a partir de la cuales se plantean estrategias dentro de una empresa.

Steiner (1995) afirma que la planeación estratégica consiste en la identificación sistemática de las oportunidades y peligros que surgen en el futuro, que al ser combinados con otros datos importantes, proporcionan la base para que una empresa tome mejores decisiones en el presente. Ello implica entre otras cosas la elaboración de múltiples planes para alcanzar su visión y misión.

Dicha matriz consta de cuatro variables principales a partir de las cuales se plantean estrategias: fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas:

Las fortalezas y debilidades son las variables internas a tener en cuenta, según José Luis Ramírez Rojas “una fortaleza es algo en lo que la organización es competente, se traduce en aquellos elementos o factores que estando bajo su control, mantiene un alto nivel de desempeño, generando ventajas o beneficios presentes”. A su vez Ramírez Rojas considera las debilidades como carencias o deficiencias internas que son consideradas desventajas frente a la competencia, ambas pueden ser sus recursos, habilidades, etcétera.

Las oportunidades y amenazas están conformadas por factores de carácter externo que tienen injerencia de alguna manera en la organización. Según Talancon, “las oportunidades constituyen aquellas fuerzas ambientales de carácter externo no controlables por la organización, pero que representan elementos potenciales de crecimiento o mejoría.” en cambio, las amenazas pueden aparecer en cualquier sector como en la tecnología, competencia agresiva, productos nuevos más baratos, restricciones gubernamentales, impuestos, inflación, etc. esto quiere decir que son factores que obstaculizan el cumplimiento de los objetivos y afectan negativamente las organizaciones.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Ciudad bien organizada, ordenada, limpia y segura	Discrepancias sociopolíticas entre partidos aledaños
Recursos naturales con propiedades únicas en el país y en el mundo	Falta de señalización en general, dentro de la ciudad y en sus accesos
Recursos con protección municipal, provincial y nacional (por ejemplo: monumento histórico nacional, reserva, etc.)	Acceso en mal estado a la ciudad (actualmente se encuentra en arreglo) y acceso precario a Ruinas
Valioso acervo de patrimonio histórico- cultural	Falta de transporte público que llegue a todas las partes de la ciudad con atractivos
Buena localización geográfica (fácil de acceder desde distintos puntos del país)	Falta de conciencia turística por parte de la población local y visitantes
Cuenta con una Secretaria de Turismo presente y activa, que trabaja en conjunto con la Dirección de Cultura	Limitada oferta de alojamiento y gastronómica (en cuanto a calidad, cantidad y horarios de atención) que completen la experiencia turística
Estacionalidad no marcada, permite que el circuito pueda realizarse en cualquier etapa del año	Falta de difusión de algunos atractivos turísticos e inexistencia de circuitos turísticos relacionados a lo termal
Actualmente la zona no es receptora de un turismo masificado, lo cual es una ventaja en el marco del turismo post-pandemia, que desalienta viajar a lugares donde hay mucha concentración de viajeros.	

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Inexistencia de competencia directa de destinos con productos turísticos iguales o similares, dentro de la provincia	Copahue (Neuquén) como principal competidor al tener un producto turístico similar, aunque esté ubicado en otra provincia
Forma parte del corredor turístico “Termas, Sierras y Lagos”, en conjunto con otros municipios	Condiciones climáticas (sequías, lluvias, latentes inundaciones)
Creciente interés en destinos que promuevan la sustentabilidad y el contacto con la naturaleza, siendo Carhué uno de ellos	Inestabilidad sociopolítica y económica del país
Tipo de cambio (dólar, euros) conveniente para turistas extranjeros, ya que hace que los destinos sean muy accesibles económicamente para los mismos	Baja permanencia y estadía de turistas
PFETS 2025: El nuevo modelo promueve un desarrollo turístico equilibrado, integrado, sustentable y socialmente justo	Riesgo de degradación medioambiental y de recursos, sin aplicar medidas adecuadas y pertinentes
El Turismo de salud se verá favorecido por las nuevas modalidades de turismo que se plantean post pandemia COVID-19, primando actividades al aire libre y en grupos reducidos	La pandemia COVID-19 provocó que se impongan restricciones a los viajeros, lo que dificulta la llegada de los mismos al el país y por lo tanto esto implica menos clientes.
	Implementación de nuevos protocolos de seguridad e higiene en establecimientos hoteleros para hacer frente al virus, que conllevarán tiempo de asimilación y adaptación por parte del personal y huéspedes, además de un aumento en los costos y dinero a invertir por parte de los empresarios.

Fuente: Elaboración propia

Más adelante, en el capítulo 5 del presente trabajo, se formularán algunas propuestas de mejora para intentar revertir o contrarrestar las amenazas y debilidades identificadas en el anterior análisis FODA.

Competencia nacional e internacional

Al momento de plantear un circuito o servicio es fundamental conocer quiénes son nuestros competidores, esto significa entender quienes brindan un servicio similar al nuestro, cuáles son sus características y prestaciones diferenciales, esto permitirá maximizar nuestros beneficios y realizar las mejoras necesarias para obtener un mayor nivel de calidad en el mismo

Ahora bien, en principio hay que dividir la competencia en competidores directos, que son aquellos que actúan dentro del mismo sector de mercado brindando un producto similar al mismo grupo de clientes. Por otro lado tenemos a los competidores indirectos, quienes ofrecen un producto y/o servicio alternativo que cumple la necesidad básica del cliente, la mayor amenaza de estos competidores se encuentra en la relación calidad-precio.

Si bien el circuito planteado en este trabajo es de carácter único, por utilizar recursos naturales extraídos directamente de la Laguna y darle a los turistas que forman parte del circuito información básica sobre las afecciones que tratan los mismos, lo cual significa proporcionarles una herramienta para poder mejorar su salud, se pueden encontrar ciertas similitudes en relación a la diferenciación de afecciones y consecuente elección del tratamiento a realizar dentro del circuito. Por ejemplo en las termas de Copahue, uno de nuestros principales competidores directos en relación a la actividad Turismo Termal, se proponen diversos programas terapéuticos, siempre dentro del establecimiento, para tratar afecciones determinadas como problemas osteoarticulares, dermatológicos, respiratorios, hidropónicos, entre otros circuitos para prevenir complicaciones de la salud y rehabilitar o reducir consecuencias funcionales.

Dicho lo anterior, se destaca la oportunidad de crear un circuito dentro de la región Carhué-Epecuén que ayudará a maximizar los beneficios que allí genera el Turismo como actividad económica y generadora de ingresos y el aprovechamiento de las propiedades naturales de la región, razón por la cual no presenta un competidor directo en sí mismo, sino competidores indirectos que brindan servicios que podrían satisfacer la misma necesidad en el consumidor.

Con respecto al termalismo en sí, se puede encontrar competencia directa, dirigida a satisfacer las necesidades de un mismo grupo de consumidores. Según un informe periodístico de Clarín denominado "Temporada de termas: donde están, que ofrecen y cuánto cuestan" (05/05/2019) en Argentina existen 400 fuentes termales en 20 provincias del país, sin embargo sólo 200 de esas fuentes están habilitadas para ser gestionadas y 66 las que cuentan con actividades, menos de 50 las que poseen la infraestructura adecuada, este último dato nos da una idea de la atención que se le presta a la actividad termal en el país, y es muy poca teniendo en cuenta que Argentina es un país reconocido mundialmente por la actividad termal, según el sitio Medical Tourism Index Argentina se encuentra dentro de los primeros cinco países de Latinoamérica, detrás de México, Panamá, Costa Rica y Colombia en el ámbito del turismo médico y el puesto veintiuno en el Mundo. Desde la Cámara Argentina de Turismo Médico se explica que el país es "un destino de turismo medicinal por excelencia ya que confluyen en este país atributos diferenciales de relevancia: prestigiosos

profesionales de la medicina, tecnología de última generación, atención personalizada, confort y atractivos turísticos únicos".¹⁶

Del total de personas que recibe Argentina en materia de turistas que llegan para recibir tratamientos estéticos, el 80% se circunscribe a la provincia de Buenos Aires mientras que el resto se distribuye en Córdoba, Mendoza y Santa Fe. Según un artículo de Infobae nuestro país es uno de los destinos más elegidos gracias a la variedad de establecimientos para el tratamiento y la rehabilitación de distintos problemas de salud.

Los establecimientos más importantes del Turismo termal en nuestro país son:¹⁷

– **Termas de Río Hondo**

Se encuentran ancladas en la provincia de Santiago del Estero y son consideradas a nivel mundial como uno de los principales centros de este tipo en América del Sur. A diferencia de otros establecimientos termales sus aguas cálidas pueden obtenerse casi de cualquier sitio ya que salen de las canillas en cualquier habitación de hotel, un ítem muy interesante para tener en cuenta ya que las propiedades curativas están disponibles las 24 horas del día.

– **Termas de Cacheuta**

Están en la región del Cuyo, más precisamente en Mendoza. Son ideales para relajarse y también incluir otro tipo de tratamientos con aromaterapia para relajarse aún más y alejar el estrés.

– **Copahue**

Se encuentran al pie de cordillera de los Andes, en la provincia de Neuquén en la Villa Termal Copahue. Sus termas son únicas en el mundo porque reúne en un mismo lugar una innumerable cantidad de recursos naturales como aguas, fangos, vapores y algas.

– **San Clemente del Tuyú**

Centro Hidrotermal Ocean Spa: Este centro hidrotermal preparó un programa especial para fines de semana. Incluye alojamiento en hotel 3 estrellas, desayuno, almuerzo y merienda, sesiones termales marinas en piscinas de 37°, masajes, fangoterapia, tratamientos con algas, travesías en cuatriciclos y cabalgatas.

– **Colón**

Hotel Quirinale: Ubicado en la ciudad de Colón, Entre Ríos, ofrece una pileta termal de aguas mineralizadas, de entre 36 y 40 grados. El agua es rica en iones, calcio, sodio, potasio y magnesio, y posee sulfatos y cloruros, beneficiosos para la salud de quienes sufren de reuma, artritis, contracturas, dolores musculares o cervicales.

¹⁶ fuente: <https://www.caturismomedico.org/>

¹⁷ Ver mapa con principales centros hidrotermales de Argentina en Anexos (**Anexo U**)

– **Federación**

Complejo hidrotermal de Federación: Cuenta con 6 piletas donde el agua es clorurada, bicarbonatada y sódica. Es beneficiosa para cualquier proceso de relax, y al beberla en ayunas, neutraliza la acidez estomacal, reactiva el metabolismo.

Hay que tener en cuenta además cuáles serán los competidores en el exterior más cercanos. Sin embargo es importante destacar que una de las principales razones por las que Argentina se encuentra en los primeros puestos de Turismo médico y estético es el precio, mientras en otros países donde se realizan los mismos tratamientos médicos y de relajación se gasta una gran cantidad de dinero. En nuestro país los precios son más bajos aun contando con médicos especializados y centros con una infraestructura de calidad.

Dentro de los complejos más importantes en América Latina se encuentran:

– **Brasil**

Caldas Novas: Es considerada la más grande fuente hidrotermal del mundo con aproximadamente 86 pozos en operación, estos pozos bombean un promedio de 1.200 metros cúbicos de agua por hora, de agua caliente con temperatura entre 34 y 57 ° C. El complejo, con numerosos manantiales de agua caliente se hace responsable del gran flujo de turistas de todo el mundo, en la creencia de que estas aguas tienen la capacidad de curación para diversas dolencias.

– **Colombia**

Santa Rosa de Cabal: El agua medicinal que brota de la tierra y se funde con el agua pura y fresca que baja de las montañas, a más de 100 metros de altura, se ramifica en pequeñas cascadas y duchas naturales. Sus aguas son más que medicinales, milagrosas. Los pozos brotan como oasis para brindar a los visitantes un sentimiento de bienestar general.

¿Por qué se destaca Carhué?

Carhué posee al Centro hidrotermal y lúdico Mar de Epecuén, una multimillonaria obra que estuvo a cargo de Oeste Termal SA, empresa conformada por un grupo de hoteleros locales, siendo el principal Rubén Besagonill y se encuentra emplazada en el balneario La Isla. El Parque Termal, **único de su tipo en la provincia y en el país**, cuenta con piscinas cubiertas y al aire libre, algunas de agua dulce -climatizadas- y otras con las terapéuticas aguas de la laguna Epecuén, que como se dijo con anterioridad, son singulares por sus propiedades curativas.

El complejo, además, ofrece a los pasajeros la posibilidad de visitar un restaurante y de contar con vestuarios y spa, entre otros servicios.

Una de las piletas abiertas de agua dulce tiene un estilo que recuerda a la que tenía la villa Epecuén, con islas, barra de tragos y toboganes acuáticos.

El módulo central está formado por una gran pileta dividida en tres partes; con dos laterales para entrar y permanecer de pie, flotar, y moverse; y una gran pileta central que asimila a un gigantesco jacuzzi en el que las personas pueden estar sentadas o recostadas y disfrutar de los juegos de agua. También cuenta con un sector previo a la pileta en el cual se puede reposar y una sala de descanso, con reposeras, mesas y sillas. Debajo del solárium está el cuerpo de baño con duchas, lockers y vestidor. En otro sector apartado se encuentran seis gabinetes: cinco para masajes y estética y uno para fangoterapia, además de la recepción de los gabinetes y del uso de la pileta. Arriba del sector está la oficina de administración.

El Parque cuenta con un acceso al Restaurante Los Caldenes. El servicio de confitería y buffet es exclusivo para la gente que concurre al Parque Termal. Tal y como se estila en la hotelería Spa, además de ofrecer un menú tradicional, se incluye en la carta un menú saludable, alimentos bajas calorías y jugos naturales. En la planta baja funciona un espacio de compras, cafetería y servicio fast food, denominado Caldén Servi.

Por su tamaño, cantidad y calidad de servicios y por sus aguas, Carhué y su centro hidrotermal, se destacan del resto de los destinos con características similares, nombrados anteriormente.

Promoción turística y difusión del destino y su circuito

Una vez diseñados el circuito, llevado a cabo su análisis económico y determinado sus fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, se describirán las estrategias de promoción del destino y su circuito. Además, se detallarán las herramientas y técnicas a utilizar para su difusión.

La promoción tendrá tres objetivos principales: informar (dando a conocer características del destino y sus productos), persuadir (creando una imagen sólida del destino para luego incrementar su frecuencia de visitas) y recordar (conseguir que el turista recuerde el destino y en un futuro lo vuelva a elegir)

Se propondrá un modelo de folleto donde se incluirá un mapa, señalando los atractivos principales, direcciones y horarios de atención de sitios de interés (como ser la oficina de turismo, farmacias, restaurantes, etc.)

Por otra parte, se planteará un “prototipo” de cartel publicitario, publicitando, en principio, el centro hidrotermal, y los circuitos relacionados al mismo. El mismo modelo de cartel podrá ser utilizado para promocionar otros atractivos o eventos, como por ejemplo la Fiesta Nacional de Turismo Termal. Se colocarán en lugares estratégicos de la ciudad (terminal de ómnibus, oficina de turismo, acceso a la ciudad) y sobre la ruta.

Se sugerirá también un diseño de página web para el Centro Hidrotermal, ya que actualmente no cuenta con uno, y es de suma importancia a la hora de consultar información relevante o de interés para el turista.

Folleto

*Descripción y función*¹⁸

Se escogió esta herramienta, ya que la misma tiene la función de ser la “envoltura” de los productos turísticos. El folleto adquiere características que les asemeja en cierta medida a un envoltorio y por lo tanto participan del producto, y la imagen del mismo que llegará a crearse el posible consumidor.

Algunos de sus aspectos fundamentales son:

- Es un elemento informativo de los productos turísticos, tanto a los posibles compradores como consumidor final.
- Es un componente motivador para la promoción y la compra de los mismos, objetivo final prioritario de la mayoría de los que realizan folletos.
- Funciona como soporte y vehículo de imagen de la empresa y del producto que se muestra, que estará presente durante la lectura del mismo por parte del posible consumidor, más en el caso de los productos turísticos, que son intangibles.
- Es una herramienta de trabajo para los agentes de viajes. El folleto en muchos casos es el único elemento tangible que dispone el vendedor, que junto con sus conocimientos y habilidad comercial pueden hacer de un producto turístico intangible, como una excursión, una experiencia más cercana para el interesado.
- Sirve como guía de elemento de contraste con otros folletos de la competencia, que influirán en los criterios de decisión de compra de los productos turísticos y en la decisión final de la misma por parte del consumidor.

Como se mencionó con anterioridad, el mismo contendrá información relevante sobre el destino y sus atractivos, es decir que el folleto será del tipo informativo. Este tipo de folleto describe información, pero no conlleva datos para la compra/venta, sino que se utiliza fundamentalmente para apoyo a la promoción del destino y da únicamente imagen de los servicios y de los productos turísticos, de una forma suave y simple, sin incorporar precios.

En cuanto a su forma, será un folleto tríptico, es decir una impresión dividida en tres secciones o paneles. Al igual que con los esquemas, cuadros sinópticos o presentaciones, es una buena herramienta para sintetizar información y presentarla de forma atractiva. La división de una hoja en seis franjas verticales del mismo tamaño permite diversificar y resumir el contenido a divulgar. Este tamaño permite que el texto que

¹⁸ Ver diseño de folleto en Anexos **(Anexo B y C)**

sea colocado en este documento no vaya en detrimento de ser alternado con imágenes, para que sea ameno al lector.

Su tamaño compacto, al estar la hoja doblada, facilita completamente el eventual transporte que deba realizar la información ahí contenida. Guardar un tríptico es más fácil que guardar una hoja sin doblar, por lo que es una herramienta práctica para sintetizar la mayor cantidad de información y que ésta pueda ser transportada entre muchos lugares sin que termine siendo algo estorboso o incómodo.

Partes del folleto

- **Portada:** La portada intenta llamar la atención a las personas para que tomen el documento y comiencen a leer.
- **Introducción y desarrollo del contenido:** Se comienza con una introducción que explica sobre qué informa el tríptico. A continuación se dan los detalles más interesantes que puede ofrecer al turista.
- **Conclusión, contacto:** Dependiendo de la finalidad se hará una conclusión o se dará información de contacto. Si la persona u organización que ha realizado el tríptico no requiere que le contacten, podrá hacer un resumen de las conclusiones más importantes.

Johann Wolfgang von Goethe, uno de los escritores e intelectuales más influyentes del Romanticismo, aportó las bases de la psicología del color, tal como se la conoce hoy en día. Lo más importante para Goethe era comprender las reacciones humanas ante los diferentes colores, es por eso que creó un triángulo con tres colores primarios: rojo, amarillo y azul, trazó un diagrama de la psiquis humana y relacionó cada color con una emoción concreta.

Los colores predominantes en el folleto serán el verde y el azul, con sus variantes y tonalidades. Según Goethe, el verde es el color de la naturaleza por excelencia, asociado directamente con la primavera y la esperanza. Se trata de una tonalidad que hace transportar a un lugar al aire libre y de aire puro. Representa armonía, crecimiento, fertilidad y frescura. Relacionando este color con el marketing, el verde agua se asocia con la protección y la curación emocional y por su asociación a la naturaleza es ideal para promocionar productos de jardinería, turismo rural, actividades al aire libre o productos ecológicos.

Por su parte, Goethe afirmó que el azul es un color que se asocia a la calma y tranquilidad. Además, recuerda al cielo y el mar, automáticamente nos aporta la sensación de libertad e infinitud o se lo suele asociar con la estabilidad y la profundidad. Se lo considera un color beneficioso tanto para el cuerpo como para la mente. Retarda el metabolismo y produce un efecto relajante. Es un color fuertemente ligado a la tranquilidad, la calma y el relax. En marketing, es muy adecuado para presentar productos relacionados con la limpieza (personal, hogar o industrial) y todo aquello relacionado directamente con: El cielo (líneas aéreas, aeropuertos); El aire (paracaidismo); El mar (cruceiros, vacaciones y deportes marítimos); El agua (agua mineral, parques acuáticos, balnearios), etc.

Cartel publicitario

Descripción y función

Un cartel es un soporte de la publicidad. Consiste en una lámina de papel, cartón u otro material que se imprime con algún tipo de mensaje visual (texto, imágenes y todo tipo de recursos gráficos) que sirve de anuncio para difundir una información, un evento, un bien económico (ya sea producto o servicio), etc. Suelen formar parte de una campaña publicitaria más amplia. Si son de gran tamaño, se denominan valla publicitaria.

El cartel es una técnica de difusión de la información que permite llegar a gran cantidad de público, sin necesidad de invertir grandes recursos. Sus posibilidades comunicativas dependen en gran medida de su calidad técnica, estética y de su adecuada ubicación. Los contenidos del cartel y su distribución son fundamentales para el éxito de los mismos. El cartel debe ser sobre todo sugerente capaz de captar la atención del público y generar una respuesta al mensaje que ofrece.

El cartel propuesto al igual que el folleto, va a ser del tipo informativo. Este es el que está planeado para comunicar eventos, conferencias, cursos, reuniones sociales, espectáculos, etc. Este tipo de carteles puede ser presentado con texto, para lo cual se recomienda letras grandes sobre fondo de color contrastante. Los textos deberán proporcionar sólo la información indispensable.

También pueden ser presentados con texto e imagen, para lo cual la información se proporciona acompañada de imagen que puede estar hecha a base de tipografía de sujetos, objetos o formas que acompañan textos cortos, que den sólo la información necesaria.

En cuanto a colores y formato, se seguirá la misma estética que el folleto, con tonalidades azules, verdes, etc., que siguen creando la imagen de relax y salud.¹⁹

Página web

Descripción y función

Una página o sitio web es un documento electrónico, accesible desde un navegador web, cuya finalidad es la de difundir información de cualquier índole (comercial, institucional, educativa, periodística, gubernamental, turística) a través de internet.

Es deseable que para que una página sea exitosa debe contemplar alguna de las siguientes características:

- **Autoadministrable:** se refiere a que sus contenidos se pueden actualizar en línea, desde un navegador web, sin tener que hacer uso de un programa especializado de diseño.
- **Diseño responsivo:** antiguamente una página web era accedida casi exclusivamente desde una computadora de escritorio, pero la reciente aparición de dispositivos móviles como tabletas y teléfonos

¹⁹ Ver diseño de cartel en Anexos (**Anexo A**)

celulares ha forzado a que una página web se despliegue correctamente en cualquiera de estos dispositivos.

- **Optimizada para motores de búsqueda:** la información de una página web debe estar optimizada para que los motores de búsqueda puedan acceder a ella lo más eficientemente posible y ser entonces indexadas en sus bases de datos.

La página web, dedicada al turismo termal y de salud, constará de los siguientes componentes:

- Un **inicio**, con una breve introducción histórica sobre Epecuén y Carhué incluyendo fotos de los atractivos más relevantes.
- Un **menú interactivo**, con opciones desplegadas, en el cual se podrán encontrar información acerca del Centro Hidrotermal, fotos de las instalaciones; mapa con ubicación y acceso; los servicios que se ofrecen y sus tarifas; preguntas frecuentes; contacto con el centro para otras consultas; un apartado con enlaces a la página oficial de la Secretaría de Turismo y de la Municipalidad de Adolfo Alsina; un segmento para notas periodísticas, noticias, información sobre turismo termal, de salud y relax, e información sobre los circuitos planteados.
- Un espacio dedicado a **comentarios y sugerencias**, donde la gente pueda escribir sobre su experiencia en el Centro y en el destino, y si lo desea hacer algún aporte o sugerencia sobre el mismo.
- Un apartado con información sobre el “full day” saludable y links de pago para poder comprar y adquirir vouchers para realizar el circuito.

Por último, se cree que es de utilidad incluir un espacio donde se puedan subir **videos y fotos** (con marca de agua) de eventos en el centro, talleres, charlas, de los que participaron los turistas, para que ellos puedan visualizarlas y compartirlas en sus redes sociales, tales como Facebook, Instagram y Twitter. De esta manera también se estaría haciendo una promoción de “boca en boca” a través de turistas satisfechos con la experiencia, llegando a más personas, potenciales y futuros turistas.

Esta técnica es muy aprovechada en el marketing de servicios. Las referencias que se convierten después en testimonios son las herramientas más poderosas del marketing boca a boca. Las recomendaciones son una ayuda inestimable para este tipo de marketing directo, que nacen siempre de la confianza. Si alguien recomienda algo, es porque tiene confianza en ello y en las personas que le han hablado previamente de ello u ofrecido el servicio.

Este espacio con fotos y videos, se puede utilizar además para realizar sorteos: los turistas comparten el material en las redes sociales etiquetando a amigos y conocidos, los cuales pueden ganarse premios (descuentos en tratamientos, talleres gratis, etc.) y al mismo tiempo hacen publicidad del centro y del destino. Además de etiquetar amigos en las publicaciones, se usará un *Hashtag único* (#TurismoSaludEpecuen) que identificará al circuito y a la modalidad de turismo en la zona y servirá como un elemento más de marketing.

Marketing directo

Es una herramienta actual que va de la mano con la promoción. Consiste en un contacto directo con clientes individuales identificados a fin de obtener una respuesta inmediata como para cultivar relaciones duraderas con el cliente: las herramientas utilizadas son, correo, llamados telefónicos, los correos electrónicos, internet y otras, necesarias para comunicarse directamente.

Así, en cada visita al centro o realización de circuitos, se recabarán datos, como mails, redes sociales, teléfonos, etc., de los turistas, para luego enviarles información por distintos canales (utilizando mayoritariamente Email e Instagram) sobre eventos, nuevos circuitos o tours, promociones y descuentos, etc.

CAPÍTULO 5: Otras propuestas, conclusiones y consideraciones finales

Luego de identificadas las principales problemáticas a través del análisis FODA, de las encuestas y la observación directa in situ, en el último capítulo se realizarán propuestas a futuro, a fin de complementar el plan de desarrollo de turismo de salud y relax y se hará un repaso por los puntos más importantes de la presente tesina, elaborando una conclusión final.

Otras propuestas

A continuación, en base a la investigación realizada, se mencionarán algunas propuestas de mejora, entendiendo que la responsabilidad no recae exclusivamente en la Secretaría de Turismo de Adolfo Alsina ni depende solamente de ellos que las falencias se arreglen:

- ✓ Realizar mejoras y arreglos en el tramo desde el kilómetro 190 de la Ruta Nacional 33, hasta el inicio de Acceso Carhué, tramo importante ya que es el que se conecta con el ingreso a la ciudad.
- ✓ Aumento de señalización en ruta sobre la ciudad de Carhué, indicando kilómetros y su forma de acceso, para facilitar la llegada a la ciudad.
- ✓ Colocación de cartelería publicitaria del Centro Hidrotermal Mar De Epecuén, en ruta, para que potenciales turistas lo visualicen durante su trayecto. Además, agregar publicidad en la entrada de la ciudad y dentro de la misma, en lugares estratégicos como Secretaria de Turismo, Plaza Central, terminal de ómnibus, etc. Publicitar conjuntamente sobre otros atractivos turísticos de la zona y actividades que se puedan realizar en Carhué y alrededores.
- ✓ Colocar en la terminal de ómnibus y Secretaria de Turismo pantallas interactivas, con actualizaciones de eventos y actividades de la zona, información básica y preguntas frecuentes.
- ✓ Realizar un plan de protección del predio de las Ruinas de Epecuén, que incluyan, entre otras cosas:
 - Capacitación a los guías a fin de transmitir a los visitantes la importancia turística e histórica de la conservación del sitio. La misma puede incluir talleres cortos y charlas sobre conservación de patrimonio cultural y natural, también para turistas y visitantes.
 - Hacer efectivas multas sobre aquellos que vandalicen el lugar, trepen las ruinas, arrojen basura, circulen a velocidad por los caminos hacia las ruinas, etc.

- Contar con la presencia de personal de vigilancia, por lo menos durante el día.

Todo lo anterior aplica también para el Matadero Municipal y el Cementerio inundado de Carhué.

- ✓ Cambios en la disposición de los elementos expuestos en el Museo y modernización del Centro de Interpretación, modificando la cartelería, cambiando materiales y tipografía, para una facilitación de la lectura. Colocar pantallas “touch” para que el visitante pueda interactuar con ellas, viendo más fotos y videos, agregando algún juego relacionado la historia del lugar, haciendo de esa manera más didáctica e interactiva la visita, incluso más atractiva para los más pequeños.

Siendo más ambiciosos a futuro, proponemos una ulterior reubicación del Centro, siendo más cercano a las ruinas, para poder visitarlo antes de ingresar a las mismas. Esto es importante debido a que es de utilidad contar con la información que se brinda dentro del Centro antes de entrar al predio, para poder disfrutar y entender mejor el recorrido por la Villa.

- ✓ Renovar el acceso a las ruinas, poniendo barreras de contención a los costados del camino y mejorar ese trayecto, para que los días de lluvia o subidas de agua, no sean un impedimento u obstáculo para el ingreso al predio.
- ✓ Capacitación hacia los comerciantes y habitantes de Carhué para generar conciencia turística en ellos. Esto es de suma importancia debido a que una experiencia turística satisfactoria se desarrolla de forma completa al incluir gastronomía y alojamiento de calidad. Diversificando la oferta gastronómica, ampliando horarios de atención al público, aumentando la calidad y la cantidad de las plazas hoteleras.

Para lo anterior es vital el acompañamiento de las autoridades de gobierno, capacitando, incentivando y haciendo partícipes a los comerciantes y habitantes, demostrando los beneficios que genera el turismo en la zona, más allá de la existente crisis económica del país.

Una forma de fomentar el crecimiento de alojamientos / locales gastronómicos, es incentivar a aquellos que desean invertir en este rubro, mediante la rebaja de impuestos por un tiempo determinado, a cambio de instalar negocios de calidad, con variedad de productos y amplio horario de atención al público.

Conclusiones y consideraciones finales

Para llegar al objetivo general del presente trabajo, el cual era “*Diseñar un Plan de Desarrollo Turístico para las localidades de Carhué- Epecuén con propuestas orientadas al Turismo de Salud y Relax*”, se formularon objetivos particulares que se fueron desarrollando y cumpliendo a lo largo del mismo:

“Identificar el Patrimonio Turístico Natural y Cultural de la región Carhué – Epecuén” y “Realizar un relevamiento de la oferta turística vigente y un estudio de la demanda actual y potencial de la Región”: Los dos objetivos anteriores se lograron gracias al relevamiento de campo, la realización de un inventario de atractivos (jerarquizándolos según el método de ponderación de atractivos) y por otra parte, la realización de entrevistas y encuestas presenciales, que permitieron conocer a la demanda actual y posible a futuro, sus preferencias, su opinión sobre la zona e incluso aportes para la mejora del destino.

“Diseñar un proyecto que integre los atractivos relevados, considerando los lineamientos del Turismo Sostenible”: A partir de la investigación e inventario de atractivos y del cumplimiento de los objetivos anteriores, se logró alcanzar el objetivo de diseñar un circuito con el hilo conductor de la salud y relax, teniendo como recurso principal a la Laguna Epecuén, con propiedades medicinales únicas, beneficiosas para el cuerpo y la mente. En cuanto a los lineamientos del Turismo Sostenible, se buscó que el circuito respetara el medio ambiente y es por eso que uno de los puntos elegidos fue la Ecoplaya sustentable, única en el país, que utiliza energía renovable a través de paneles solares y cestos de basura realizados con neumáticos reciclados. Por otra parte, como se habló a lo largo del trabajo, el turismo sostenible no se basa solamente en la cuestión medioambiental sino también en la inclusión de la comunidad local. Es por eso que se propuso la participación de los comerciantes de la zona, a través de talleres de capacitación para desarrollar conciencia turística en los mismos, que derivará a futuro en beneficios económicos para los locales.

“Sugerir propuestas de mejora en base a los problemas identificados”. Fue posible alcanzar este objetivo gracias al relevamiento in situ. La observación directa y el diálogo con turistas y habitantes del lugar permitieron determinar los puntos débiles y las amenazas a la zona y al circuito, que luego fueron reflejadas en un análisis FODA para posteriormente realizar recomendaciones de mejoras sobre las mismas. Se incluyeron propuestas sobre mejoramiento de infraestructura turística, capacitación de los recursos humanos y medidas de protección del patrimonio natural y cultural, que si se llevan a cabo en un futuro, van a contribuir a una evolución positiva del destino turístico.

En cuanto al objetivo de la difusión se buscó combinar varias herramientas de marketing como folletos, carteles, uso de redes sociales, página web y marketing directo, para poder abarcar distintos segmentos del mercado y que el nuevo producto llegue a turistas de lugares más alejados a Carhué-Epecuén.

En este último tiempo se sumó otra cuestión más a tener en cuenta y es la crisis generalizada ocasionada por la Pandemia COVID-19, que afectó a todos los sectores de la sociedad, incluyendo al Turismo como actividad económica que fue fuertemente golpeada durante los primeros meses del año 2020 partiendo de restricciones en los viajes en todos los destinos del Mundo.

Según los datos recopilados hasta el 27 de abril, de los 217 destinos de todo el mundo, un total de 156, el 72%, había detenido por completo el turismo internacional imponiendo el cierre total de las fronteras aéreas, marítimas y terrestres. Por lo general, se hacían algunas exenciones para nacionales, residentes,

viajeros, diplomáticos y para viajes esenciales, y otros diez destinos tienen cerradas las fronteras parcialmente.²⁰

La Organización Mundial del Turismo (OMT) ha presentado un conjunto de directrices para ayudar al sector turístico a emerger de la COVID-19 más fuerte y más sostenible. El secretario general de la OMT, Zurab Pololikashvili, afirmó: "Estas directrices proporcionan tanto a los gobiernos como a las empresas un conjunto exhaustivo de medidas diseñadas para ayudarles a abrir de nuevo el turismo de una manera segura, fluida y responsable. Son el producto del espíritu de colaboración que ha caracterizado la respuesta del turismo ante este reto común, y aprovechan los conocimientos y aportaciones de los sectores público y privado y de diversos organismos de las Naciones Unidas dentro de una respuesta de mayor amplitud en el ámbito de las Naciones Unidas".²¹

Sin embargo, en Argentina la pausa impuesta al Turismo internacional beneficiará al Turismo interno y principalmente a los destinos cercanos al lugar de residencia de los turistas, los viajes de corta distancia, en auto, cercanos a la naturaleza donde los paseos se realizan en grupos pequeños de turistas dando la posibilidad de respirar aire puro y aprovechar el espacio para garantizar el distanciamiento social y la no masificación. Adolfo Alsina formará parte de estos pequeños conglomerados turísticos que tendrán la posibilidad de una recuperación económica más rápida, y específicamente el circuito de Salud y Relax que se propone en el presente trabajo cuenta con las características anteriormente mencionadas sobre las cuales se sentarán las bases para la recuperación del turismo en Argentina. Según las palabras de Leandro Vesco, especialista en Pueblos Rurales del Colegio de Profesionales de Turismo de la provincia de Buenos Aires a Télam en una entrevista²² "estos destinos tranquilos, donde se disfruta la rutina y se aseguran atractivos naturales y culturales lejos de las aglomeraciones urbanas van a tener una alta demanda tras el coronavirus".

Según Yanina Martínez, Secretaria de Promoción Turística, en diálogo con Diario Hosteltur²³ "el plan post-coronavirus" estará, sin dudas, enfocado en una primera instancia al turismo interno y, mucho más precisamente, al "turismo de cercanías", ya que la apertura de la circulación interna será gradual y, además afirmó, "no será fácil que la gente vuelva a sentirse segura viajando".

La directora de Turismo de Adolfo Alsina, Vanesa Nebauer contó en una entrevista para Diario La Opinión los planes a futuro para la actividad: "Se desarrollan reuniones regionales y de los vecinos termales para ver cómo salir, nosotros como destino de bienestar y salud, se piensa que se va a abrir a nivel regional de a poco, siempre y cuando no tengamos casos, que hasta ahora no lo tenemos", comentó en referencia al coronavirus, y añadió que están "viendo de generar distintos atractivos, darle valor y circuitos para cuando se abra, ya que la fecha es incierta por el momento y estamos trabajando sobre protocolos". Según ella, la idea

²⁰ Fuente: <https://news.un.org/es/story/2020/05/1474102>

²¹ <https://www.unwto.org/es/news/omt-presenta-sus-directrices-globales-para-reabrir-el-turismo>

²² <https://www.telam.com.ar/notas/202005/461421-turismo-coronavirus-medidas-gobiernos.html>

²³ https://www.hosteltur.com/lat/135809_el-turismo-argentino-avanza-en-la-contencion-pero-planifica-la-recuperacion.html

es "tener un destino cuidado; si esto da para largo que la gente pueda venir tranquila porque estamos trabajando con cada establecimiento de una manera segura para nosotros y para el turista".²⁴

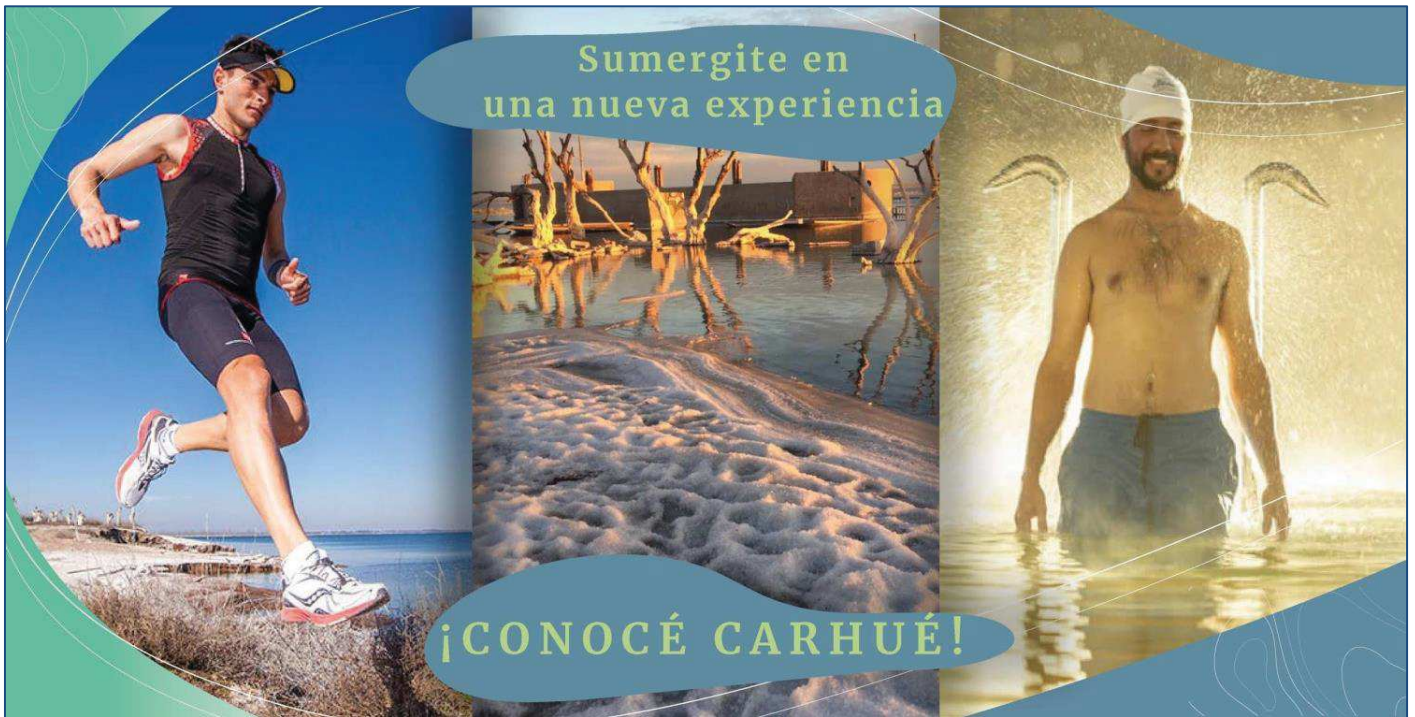
Con todo lo anterior, se demuestra que se puede llegar a aprovechar el potencial turístico de la zona, expandirlo, modernizarlo, crear una sinergia entre patrimonio - turismo y entre diferentes actores, tanto públicos como privados. Además, hay que tener en cuenta que el turista va a cambiar sus hábitos de turismo post pandemia COVID-19 también, prefiriendo lugares que les den seguridad, abiertos y no masificados es por esto que se aprovechará esta oportunidad para llevar a cabo el circuito de Salud y relax. Por último, a través del circuito y su difusión se pretende estimular a la valorización y la conservación de los recursos y darle un nuevo impulso al turismo de relax y salud.

²⁴<https://diariolaopinion.com.ar/contenido/279422/sin-turistas-un-manto-blanco-de-sal-cubre-las-costas-del-epecuen>

CAPÍTULO 6: Anexos

Anexo A. Cartel publicitario	76
Anexo B. Folleto tríptico (vista exterior)	77
Anexo C. Folleto tríptico (vista interior)	78
Anexo D. Relevamiento oferta	79
Anexo E. evaluación de facilitación turística	80
Anexo F. Relevamiento Demanda	81
Anexo G. Vista aérea de Epecuén antes de la inundación	83
Anexo H. Vista aérea de Epecuén inundado	83
Anexo I. Complejo de piletas antes de la inundación	84
Anexo J. Niveles de agua luego de la inundación (1985 – 2015)	84
Anexo K. Vista satelital de las Encadenadas del Oeste	85
Anexo L. Entrada al Centro Hidrotermal “Mar de Epecuén”	85
Anexo M. Centro Hidrotermal “Mar de Epecuén” (vista interior de piletas)	86
Anexo N. Centro Hidrotermal “Mar de Epecuén” (vista exterior)	86
Anexo Ñ. Camino a las ruinas	87
Anexo O. Ecoplaya en invierno	87
Anexo P. Sendero del molle, Carhué	88
Anexo Q. Centro de Interpretación Ruinas de Villa Epecuén	89
Anexo R. Ruinas del Matadero Modelo	89
Anexo S. Una de las tumbas mejor conservada del “Cementerio Inundado”	90
Anexo T. Antigua Avenida de Mayo, arteria principal de Epecuén	90
Anexo U. Mapa de principales centros termales de Argentina	91
Anexo V. Análisis del agua de la Laguna (1908)	92
Anexo W. Análisis del agua de la Laguna (2016)	92

Anexo A. Cartel publicitario



Fuente: Elaboración propia

Anexo B. Folleto tríptico (vista exterior)

¿POR QUÉ ELEGIR CARHUÉ PARA REALIZAR TURISMO SALUD?

El cuerpo humano ante el estímulo termal desencadena una compleja trama de respuestas fisiológicas.

Las aguas hipermarinas de la Laguna Epecuén poseen propiedades útiles para tratar con éxito afecciones diversas, como neurológicas, dermatológicas, musculares y respiratorias.

OTROS SITIOS DE INTERÉS EN CARHUÉ

- Museo Regional Adolfo Alsina
- Plaza Nicolás Levalle y Casco Histórico
- Obras arquitectónicas de Francisco Salamone
- Museo Casa de la última Fortinera
- Bosque de Caldenes

Para más información visitar www.termasdecarhue.gov.ar o llamando al 02936-43-0660

Si buscás combinar **viaje** con **relax** y **diversión** con **salud**
TENEMOS LO QUE ESTÁS BUSCANDO!

CARHUÉ
TURISMO ARGENTINO

Fuente: Elaboración propia

Anexo C. Folleto tríptico (vista interior)

DÍA DE TURISMO Y RELAX

01



CAMPING MUNICIPAL LA CHACRA

Ubicado a 5 km de Carhué, dentro del mismo se encuentra el sendero autoguiado del Molle, en el que puede realizarse avistaje de aves y de flora autóctona destacándose la especie arborea Schinus Molle.

02



CENTRO HIDROTHERMAL Y LÚDICO Y MAR DE EPECUÉN

Parque Termal único en su categoría en la provincia de Buenos Aires y en el país. Cuenta con piscinas cubiertas y al aire libre, algunas de agua dulce y otra con las terapéuticas aguas de la Laguna Epecuén.

03



PLAYA ECOSUSTENTABLE

Es la primer playa 100% sustentable de Argentina. Aquí se puede disfrutar los beneficios del agua y del fango de la Laguna Epecuén.

04



RUINAS DE EPECUÉN

Ruinas ubicadas a la vera de Laguna Epecuén, a 7km de Carhué. Se visitarán los restos de la ciudad protagonista del turismo termal de los años 40.



Fuente: Elaboración propia

Anexo D. Relevamiento oferta



UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
SAN MARTÍN

1949-2019
70 AÑOS DE
GRATUIDAD
UNIVERSITARIA

<u>Cantidad y tipo de alojamiento:</u>
Hotel:
Apart hotel:
Residencial:
Complejo de cabañas / bungalows:
Hostel:
Casa / departamento particular:
Camping:
Habitación en negocio local:
Otros:
<u>Atractivos turísticos:</u>
Museos:
Centros termales / spa termal:
Playas / Balnearios:
Cines / teatros:
Fiestas / eventos regionales:
<u>Servicios al visitante:</u>
Guías:
Centro de visitantes:
Oficina de turismo:
<u>Gastronomía:</u>
Restaurants:
Parrillas:
Bares:
Comida al paso / fast food:
Heladerías:
Vinotecas:
Otros:
<u>Otros servicios:</u>
Cajeros automáticos / bancos:
Hospitales / sanatorios:
Supermercados:
Comisarías:



ACCESOS A LA CIUDAD:

Bueno / regular / malo

Comentarios: _____

ESTADO DEL PAVIMENTO:

Bueno / regular / malo

Comentarios: _____

SEÑALIZACIÓN:

Buena / regular / mala

Comentarios: _____

LIMPIEZA GENERAL:

Buena / mala / regular

Comentarios: _____

OTROS:

¿Hay rampas? SÍ / NO

¿Hay carteles en braille? SÍ / NO

¿Hay semáforos? SÍ / NO

Comentarios: _____

Anexo F. Relevamiento Demanda



UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
SAN MARTÍN

1949-2019
70 AÑOS DE
GRATUIDAD
UNIVERSITARIA

Edad:

18 a 30
31 a 45
46 a 60
Más de 60 años

Lugar de Residencia:

CABA
GBA
Interior de Buenos Aires
Otros _____

Sexo:

Masculino / Femenino / Otro

1) ¿Cómo supo de la existencia de la zona Carhué - Epecuén?

- Publicidad
- Recomendación de conocidos
- Familia que vive allá
- Razones laborales
- Otras razones: _____

2) ¿Cuál fue la razón por la que eligió visitar este destino?

- Historia
- Termas
- Calidad de servicio
- Precio
- Distancia desde su lugar de residencia
- Otras: _____

3) ¿En qué localidad se aloja?

- Carhué
- Guaminí
- Otra: _____

4) ¿Qué tipo de alojamiento eligió?

- Casa De Familia/Amigos,
- Hostel
- Hotel
- Cabañas/Bungalows
- Camping
- Habitación ofrecida por negocio local
- Otro: _____

5) ¿Con quién realizó el viaje?

- Solo
- En pareja
- Con familia
- Con amigos

Cantidad de personas que conforman el grupo de viaje: _____

6) ¿Cuántos días permanecerá en el destino?

- 1
- 2
- 3
- 4
- Más de 4

7) ¿Planea visitar alguna localidad aledaña?

- Sí. ¿Cuál? _____
- No

8) ¿Elegiría el destino para pasar unas futuras vacaciones (mínimo una semana)?

- SI
- NO. ¿Por qué? _____

9) ¿Sería de su interés a realizar un tour temático por Carhué - Epecuén?

- SI
 - ¿Qué temática elegiría?
 - ✓ "Arquitectura"
 - ✓ "Circuito oscuro"
 - ✓ "termal y de salud"
 - ✓ "histórico"
 - ✓ Otro: _____
- NO ¿Por qué? _____

10) ¿Qué modificaría del destino para mejorarlo? (Puede elegir más de una opción)

- Gastronomía
- Calidad de servicio
- Mayor difusión del destino
- Alojamiento (aumentar o modificar el tipo)
- Protección del patrimonio
- Accesos e infraestructura
- Cuidado del medioambiente

Otros: _____

Anexo G. Vista aérea de Epecuén antes de la inundación



Fuente: <https://fronterasblog.com/2014/06/16/villa-epecuen-el-pueblo-que-emergio-de-las-aguas/>

Anexo H. Vista aérea de Epecuén inundado



Fuente: <https://intriaper.com/la-tragica-historia-de-epecuen-un-pueblo-argentino-arrasado-por-un-lago-similar-al-mar-muerto/>

Anexo I. Complejo de piletas antes de la inundación



Fuente: <http://www.termasdecarhue.gov.ar/2015/el-lago-epecuen.html>

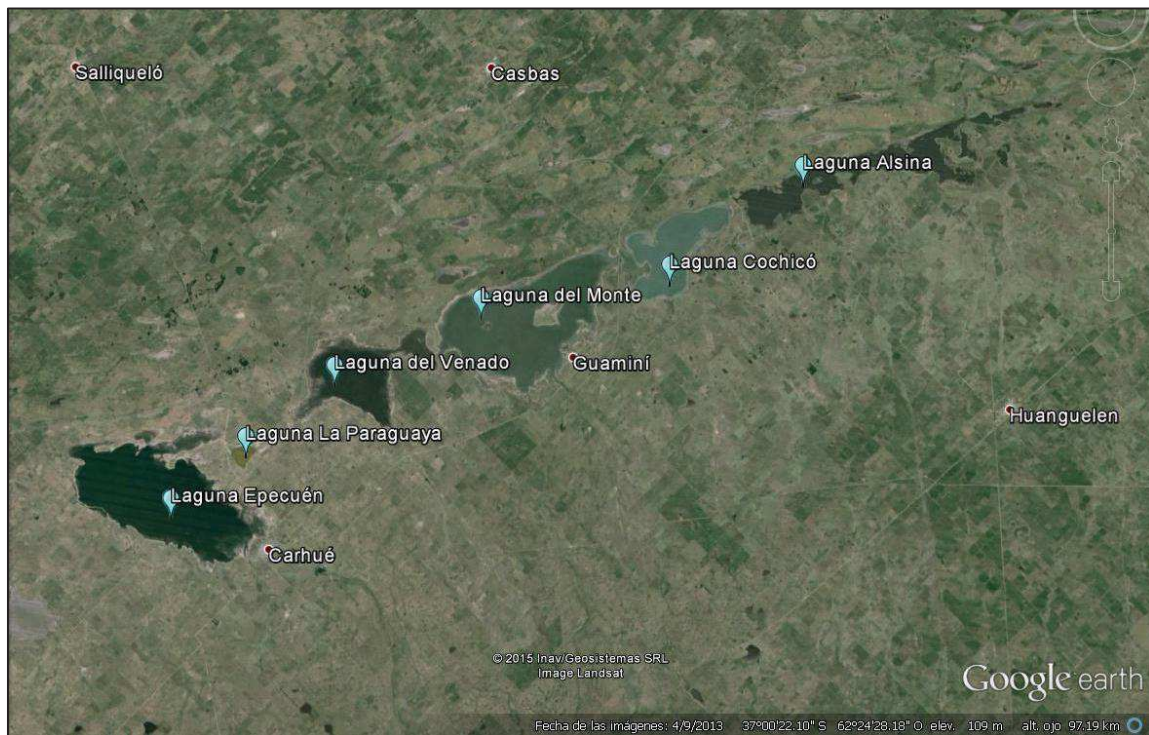
Anexo J. Niveles de agua luego de la inundación (1985 – 2015)



Fuente:

https://es.wikipedia.org/wiki/Villa_Epecu%C3%A9n#/media/Archivo:Mapa_de_Villa_Epecu%C3%A9n.svg

Anexo K. Vista satelital de las Encadenadas del Oeste



Fuente: Google Earth

Anexo L. Entrada al Centro Hidrotermal “Mar de Epecuén”



Fuente: <https://cambio2000.com.ar/site/mauricio-macri-saludo-por-audio-a-los-adolfoalsinenses-por-la-inauguracion-del-parque-termal/>

Anexo M. Centro Hidrotermal “Mar de Epecuén” (vista interior de piletas)



Fuente: <https://cambio2000.com.ar/site/a-un-mes-de-las-vacaciones-carhue-y-la-region-se-preparan-para-la-temporada-invernal/>

Anexo N. Centro Hidrotermal “Mar de Epecuén” (vista exterior)



Fuente: <https://cambio2000.com.ar/site/el-parque-termal-mar-de-epecten-abre-sus-puertas-el-proximo-lunes-15-de-abril/>

Anexo Ñ. Camino a las ruinas



Fuente: Elaboración propia

Anexo O. Ecoplaya en invierno



Fuente: Elaboración propia

Anexo P. Sendero del molle, Carhué (imagen de arriba y abajo)



Fuente: Elaboración propia

Anexo Q. Centro de Interpretación Ruinas de Villa Epecuén (Antigua estación *Lago Epecuén*, FF.CC Sarmiento)



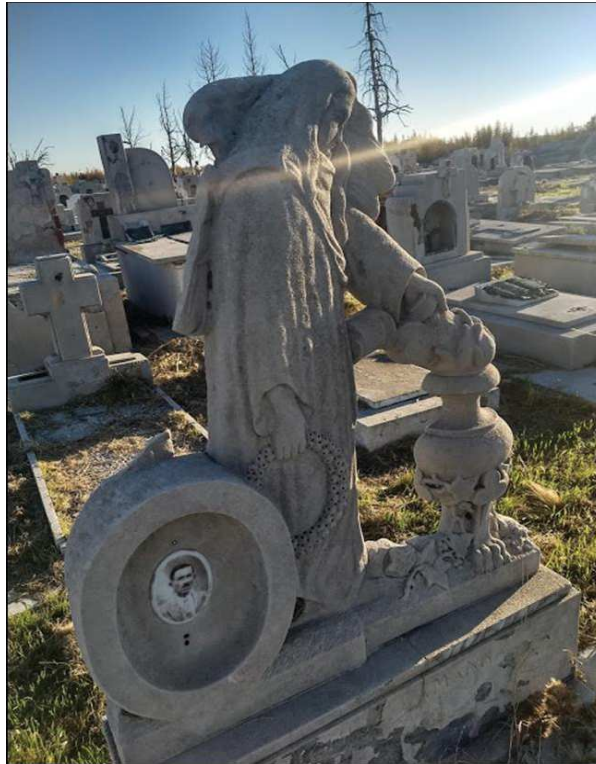
Fuente: Elaboración propia

Anexo R. Ruinas del Matadero Modelo (Arquitecto Salamone)



Fuente: Elaboración propia

Anexo S. Una de las tumbas mejor conservada del “Cementerio Inundado”



Fuente: Elaboración propia

Anexo T. Antigua Avenida de Mayo, arteria principal de Epecuén



Fuente: Elaboración propia

Anexo U. Mapa de Principales centros termales de Argentina



Fuente: elaboración propia

Anexo V. Análisis del Agua de la laguna (año 1908)

Análisis del agua de la laguna de Epecuén	
Temperatura del ambiente.....	25°1
» del agua	20°8
Color.....	incolore
Aspecto.....	límpido
Olor.....	salino
Sabor.....	salado
Densidad á 20°8	1,512
Materias en suspensión.....	% 0,117
Residuo á 105°	» 588,150
» 180°	» 375,100
» al rojo debil.	» 374,100
» » » +SO ⁴ H ²	» 586,000
reacción en frio	fuertemente alcalina
» caliente.....	»
Anhidrido sulfúrico.....	% 49,7852
» nítrico.....	» 0
» nitroso.....	» 0
Cloro.....	» 150,8265
Anhidrido carbónico combinado.....	» 5,412
SiO ² , Fe ² O ³ , Al ² O ³ , CaO, MgO, K ² O,....	no apreciables
Na ² O.	% 168,0770
COMBINACIONES	
Na ² SO ⁴	% 88,5685
NaCl.....	» 245,7281
Na ² CO ³	» 13,041

Fuente: https://bibliotecadigital.exactas.uba.ar/download/tesis/tesis_n0055_Leguizamon.pdf

Anexo W. Análisis del agua de la laguna (año 2016)

Análisis físico y químico de las aguas	
Color	Amarillo ámbar
Olor	Inodora
Aspecto	Límpido
Sedimento	Escasa cantidad
Conductividad	83,5 ms/cm.
Residuo seco	63,2 grs./l.
Sólidos totales disueltos	41,7 grs./l.
Temperatura	20,4° C
Turbidez	Negativo
PH	10,3 UpH
Alcalinidad TAC	No posee
Alcalinidad TA	530 mg/l. en Co3Ca.
Dureza total	460 mg/l. en Co3Ca. (muy dura)
Sodio	220,1 mEq/l
Potasio	4,08 mEq/l
Calcio	0,215 mEq/l
Magnesio	8,912 mEq/l
Ioduro	0,003 mEq/l
Cloruro	118,4 mEq/l
Sulfato	93,6 mEq/l
Carbonato	421,53 mEq/l
Nitrato	0,012 mEq/l
Calificación	Clorurada, Sódica, Sulfatada

Fuente: <http://www.termasdecarhue.gov.ar/analisis.php>

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarez Cuervo Raúl. Jerarquización de los recursos turísticos. Recuperado de: <http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-94-1987-pag77-100-43199.pdf>
- Altimira Vega Ricardo y Muñoz Vivas Ximena (2007). El turismo como motor de crecimiento económico. San Lorenzo del Escorial, España.
- Arias Aragonés Francisco José (2011). El turismo de salud: Conceptualización, historia, desarrollo y estado actual del mercado global.
- Barón Mosquera y José Luis (2017). El Turismo Oscuro: análisis de sitios web como herramienta de marketing (trabajo de fin de grado en Turismo). Universidad Politécnica de Cartagena, España. Recuperado de: <http://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/6135/tfg-bar-tur.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Boiko Betiana y Cassino Pablo. Turismo Cultural y Museos (breve reflexión). Recuperado de: <http://nuevamuseologia.net/wp-content/uploads/2015/12/turismoymuseos.pdf>
- Boullón Roberto C. (1997). Planificación del Espacio Turístico. México: Trillas, tercera edición.
- Bringas Rábago Nora L. y Ojeda Revah Lina (2000). El ecoturismo: ¿una nueva modalidad del turismo de masas?. El Colegio de la Frontera Norte, Tijuana. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/111/11100701.pdf>
- Caligiuri Emiliano (2018) Turismo astronómico: El desarrollo de un nuevo producto en el PN El Leoncito (Provincia de San Juan). Universidad Nacional de San Martín, Buenos Aires.
- Cámara Argentina de Turismo. ¿Qué es Medicina Argentina?. Recuperado de: <https://www.caturismomedico.org/>
- Camelo Avedoy José Octavio y Ceballos Chávez Luz Angélica (2012). Desarrollo, sustentabilidad y turismo: una visión multidisciplinaria. Universidad Autónoma de Nayarit, México.

- *Carhué Epecuén y todas las bondades de sus aguas curativas* (9/2/2014). La Nueva. Artículo online recuperado de: <https://www.lanueva.com/nota/2014-2-9-0-6-0-epecuen-y-todas-las-bondades-de-sus-aguas-curativas>
- Carhué Hotel y Spa. Características físico químicas y beneficios del agua del Lago Epecuén. Buenos Aires. Recuperado de: http://www.hotelcarhue.com.ar/?page_id=2
- Ceballos González Leonor (2010). Desarrollo local y sustentabilidad. La percepción de los ejidatarios sobre el manejo forestal en el ejido Atemajac. Universidad de Guadalajara, México. Recuperado de: http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/cgraduados/pdf/sin/3_Desarrollo_local_y_sustentabilidad.pdf
- *¿Cuál es el perfil del turista 3.0?* (29/02/2012). Club Rural. Artículo extraído de: <https://www.clubrural.com/blog/cual-es-el-perfil-del-turista-3-0/>
- *Cuatro empresas se disputan el negocio del Turismo Joven* (21/12/004). Clarín. Artículo periodístico online recuperado de: https://www.clarin.com/ediciones-antteriores/empresas-disputan-negocio-turismo-joven_0_r1i705ckCYg.html
- Dancausa Millán María Genoveva, Hernández Rojas Ricardo y Gajete José Manuel Morales (2017). Turismo oscuro: estudio de la oferta y potencial en Córdoba y provincia. International Journal of Scientific Management and Tourism, España. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5975072>
- Dirección de Turismo de Adolfo Alsina (2012-2019). Termas de Carhué, Buenos Aires. Recuperado de: <http://www.termasdecarhue.gov.ar/2012/lago.php>
- *El “nuevo turista” tiene perfil dinámico, flexible y participativo* (1/05/2014). Télam. Artículo extraído de: <http://www.telam.com.ar/notas/201405/61565-turismo-perfil-tendencias-argentina.html>
- *El turismo argentino avanza en la contención pero planifica la recuperación* (4/04/2020). Hosteltur. Artículo extraído de: https://www.hosteltur.com/lat/135809_el-turismo-argentino-avanza-en-la-contencion-pero-planifica-la-recuperacion.html

- *El turismo está en cuarentena por el coronavirus: el 100% de los países ha impuesto restricciones a los viajes* (11/05/2020). Noticias ONU. Artículo extraído de: <https://news.un.org/es/story/2020/05/1474102>
- Ente provincial Termas de Neuquén. Programas Termales de Salud. Recuperado de: <https://www.termasdecopahue.gob.ar/programas-termales-de-salud/>
- Fernández de Liger Luciano A. (2006). El turismo alternativo: una opción para el desarrollo económico local del paraje monasterio. (Tesis de Licenciatura). Universidad nacional de la plata, facultad de ciencias económicas, departamento de turismo. Recuperado de <http://catalogo.econo.unlp.edu.ar/meran/getDocument.pl?id=548>
- Fernández Muñoz Ricardo. Recomendaciones en la elaboración de un cartel. Universidad de Castilla- La Mancha, España. Recuperado de: <https://previa.uclm.es/profesorado/Ricardo/CarTEL.htm>
- Ferreira Herrera Diana Carolina (2015). El modelo Canvas en la formulación de proyectos. Cooperativismo y Desarrollo. Universidad Piloto de Colombia, Colombia. Recuperado de: <https://revistas.ucc.edu.co/index.php/co/article/view/1252/1439>
- Foley Malcolm, Lennon John (2000). Dark tourism: the attraction of death and disaster. Moffat Centre for Travel and Tourism business development. Glasgow, Caledonian University, Escocia.
- Gasparri Enzo Alejandro (2006). Termas de Carhué, la salud por Lago Epecuén. Libro online recuperado de: <https://www.cparquehotel.com.ar/carhue.html#libro>
- Gernaldi Alejandra M. (2009). Estudio geoambiental de la cuenca lagunar las Encadenadas del Oeste. Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca, Argentina. (Tesis de doctor en Geografía) Recuperado de: <http://repositoriodigital.uns.edu.ar/bitstream/123456789/2233/1/Tesis%20Gernaldi.pdf>
- Hiernaux Daniel Allen Cordero Nicolás y Van Duynen Montin Luisa (2002). Imaginarios sociales y Turismo sostenible. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Costa Rica. Recuperado de: <http://biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/costar/cua123.pdf>
- Illusion Studio (2018) Psicología del color: Johann Wolfgang Von Goethe y la teoría del color. España. Recuperado de: <https://www.psicologiadelcolor.es/johann-wolfgang-von-goethe-y-la-teoria-del-color/>

- *La historia de la ciudad arrasada. Las ruinas de Epecuén declaradas monumento histórico* (10/03/2015). Clarín. Artículo periodístico recuperado de: https://www.clarin.com/sociedad/epecuen-ruinas-monumento-arrasadas-inundacion_0_SJ-zXqD7x.html
- Lazari Luisa L., Moulia Patricia I., Eriz Mariano, Chiodi Jorge A., Fernandez María José, Chiodi Matías, Chelmicki Florencia, Sicardi Rosell Isabel, Parma Andrea y Arceo Cristina (2010). Turismo joven en Argentina. Universidad de Buenos Aires, Argentina. Recuperado de: <http://www.economicas.uba.ar/wp-content/uploads/2016/05/Libro.pdf>
- Llontop Diez Claudia (2008). Elaboración de circuitos turísticos. Universidad Privada de San Martín de Porres, Perú. <http://docenti.unimc.it/amanda.salvioni/teaching/2016/15562/files/elaboracion-de-circuitos-turisticos>
- Lopez Manuela y Sicilia Maria (2013). “Boca a boca tradicional vs. electrónico. La participación como factor explicativo de la influencia del boca a boca electrónico”. Universidad de Murcia, España. Artículo extraído de: https://www.researchgate.net/publication/257138737_Boca_a_boca_tradicional_vs_electronico_La_participacion_como_factor_explicativo_de_la_influencia_del_boca_a_boca_electronico
- López Vanesa (13/12/2017). Perfil del turista argentino 2018: hará viajes cortos, gasoleros y tecnológicos. *Clarín*. Artículo extraído de: https://www.clarin.com/sociedad/perfil-turista-argentino-2018-hara-viajes-cortos-gasoleros-tecnologicos_0_HygGZx-MyM.html
- Mancheno Saa Marcelo J. (2011). Estructurar un plan de branding para posicionar una marca de productos cosméticos en la ciudad de Ambato. Universidad Católica de Ecuador, Ambato. Recuperado de: <http://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/691/1/75495.pdf>
- Ministerio de Cultura, Turismo y Deportes, Secretaría de Turismo, Gobierno de la provincia de Salta. Lineamientos básicos para proyectos turísticos. Recuperado de: http://turismo.salta.gov.ar/images/uploads/lineamientos_b%C3%A1sicos_para_proyectos_turisticos.pdf
- Ministerio de Economía y Finanzas – MEF (2011). Guía Metodológica para la Identificación, Formulación y Evaluación Social de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo, a Nivel de Perfil. Perú. Recuperado de: <https://www.mincetur.gob.pe/wp->

content/uploads/documentos/turismo/proyectos_inversion_publica/instrumentos_metodologicos/Guia_Turismo_capitulo1.pdf

- Ministerio de Turismo de la Nación (2014). Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2025. Recuperado de: <https://www.mininterior.gov.ar/planificacion/pdf/Plan-Federal-Estrategico-Turismo-Sustentable-2025.pdf>
- Minimal Art Studio (2017) Diseño Gráfico: El Cartel Publicitario y su Función. Toledo, España. Recuperado de: <https://www.minimalartstudio.com/disenio-grafico-el-cartel-publicitario-y-su-funcion/>
- Mora Forero Jorge Alexander (2016). Calcular el precio del paquete turístico. Video recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=Micz1mX4P3Y&t=870s>
- Morillo Moreno y Marysela Coromoto (2010). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. Universidad de los Andes Mérida, Venezuela. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>
- Navarro, Diego (2005). Recursos turísticos y atractivos turísticos: Conceptualización, clasificación y valoración. Universidad del Aconcagua, Argentina. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/398/39838701014.pdf>
- Organización Mundial de Turismo - OMT (1998). Entender el turismo: glosario básico en UNWTO (Organización Mundial del Turismo). Recuperado de: <https://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico#Motivo>
- Organización Mundial de Turismo - OMT (28/05/2020). LA OMT PRESENTA SUS DIRECTRICES GLOBALES PARA REABRIR EL TURISMO. Artículo extraído de: <https://www.unwto.org/es/news/omt-presenta-sus-directrices-globales-para-reabrir-el-turismo>
- Panoso Netto Alexandre, Lohmann Guilherme (2012) Teoría del Turismo, conceptos, modelos y sistemas. Editorial Trillas, México.
- Pantarrieu Gastón (Director del Museo Adolfo Alsina) (Mayo 2019) Documental Epecuén & Carhué - Sus Historias. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=9Dxf2M7Y5SE>
- Philip Kotler, John Bowen y James Makens (2003) Marketing para Turismo. 5ª Edición. Pearson.

- Plinio Zarta Ávila (2018). La sustentabilidad o sostenibilidad: un concepto poderoso para la humanidad. Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, Colombia. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/396/39656104017/html/index.html>
- Ponce Talancón Humberto (2006). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales. Recuperado de: <https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/00290.pdf>
- Ramírez Rojas José Luis (2009). Procedimiento para la elaboración de un análisis FODA como una herramienta de planeación estratégica en las empresas. Recuperado de: <https://www.uv.mx/iiesca/files/2012/12/herramienta2009-2.pdf>
- *Reunión de la CAT con representantes del corredor turístico bonaerense “Sierras, Termas y Lagunas”* (23 de junio de 2014) Cámara Argentina de Turismo. Argentina. Artículo online Recuperado de: <http://www.camaradeturismo.org.ar/section/noticias/reunion-de-la-cat-con-representantes-del-corredor-turistico-bonaerense-sierras-termas-y-lagunas>
- Sánchez Rolando (10/04/2017). Turismo termal en Argentina. *Argentina Termal*. Artículo online extraído de <http://argentinatermal.com.ar/?p=410>
- *Se reunió el Corredor Turístico Sierras, Termas y Lagunas (5/07/2018)*. Diario de Rivera. Artículo online extraído de: <http://www.diarioderivera.com.ar/2018/07/05/se-reunio-el-corredor-turistico-sierras-termas-y-lagunas/>
- *Sierras, termas y mar: los nuevos destinos turísticos más saludables de Argentina (11/11/2012)*. Infobae. Artículo online extraído de: <https://www.infobae.com/turismo/2017/11/11/sierras-termas-y-mar-los-nuevos-destinos-turisticos-mas-saludables-de-argentina/>
- *Sin turistas un manto blanco de sal cubre las costas del Epecuén (2/06/2020)*. Diario La Opinión. Artículo extraído de: <https://diariolaopinion.com.ar/contenido/279422/sin-turistas-un-manto-blanco-de-sal-cubre-las-costas-del-epecuen>
- *Temporada de termas: donde están, que ofrecen y cuánto cuestan (05/05/2019)*. Clarín, Sirouyan Cristian. Artículo online recuperado de: https://www.clarin.com/viajes/temporada-termas-ofrecen-cuestan_0_F3R-KFfPI.html

- Sitio web oficial del Corredor turístico de Sierras, Termas y Lagunas (2018). Recuperado de: <http://corredorturistico.com.ar/>
- Subsecretaría de Recursos Hídricos (2009) Catálogo de Lagos y Embalses de la República Argentina. Informe recuperado de: <https://web.archive.org/web/20090416174622/http://www.hidricosargentina.gov.ar/Indice-Epecuen.html>
- Sumario: Ruinas De Villa Lago Epecuén, Provincia De Buenos Aires. Se Las Declara Lugar Histórico Nacional. (Proyecto de ley) (22/10/2018). Recuperado de: <https://www.diputados.gob.ar/proyectos/proyecto.jsp?exp=6607-D-2018>
- The Ostelea School of Tourism and hospitality (7/11/2017). Turismo oscuro: la demanda de nuevas emociones. Informe online recuperado de: <http://www.aept.org/informe-ostelea-turismo-oscuro>.
- The Ostelea School of Tourism and hospitality (28/12/2017). Turismo 2030: perfil del viajero y tendencias del sector. Informe online recuperado de: <https://www.ostelea.com/actualidad/noticias/turismo-2030-perfil-del-viajero-y-tendencias-del-sector>
- Toselli Claudia (2006). Algunas reflexiones sobre el Turismo Cultural. Universidad del Salvador, Argentina. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/881/88140204.pdf>
- *Turismo de escapadas, la tendencia en viajes que se afianza entre los argentinos durante el verano* (28/11/2017). Infobae. Artículo extraído de: <https://www.infobae.com/turismo/2017/11/28/turismo-de-escapadas-la-tendencia-en-viajes-que-se-afianza-entre-los-argentinos-durante-el-verano/>
- *Turismo Oscuro en argentina* (20/10/2014). Diario El patagónico. Artículo online extraído de: <https://www.elpatagonico.com/turismo-oscuro-argentina-n758183>
- Velazco González María (2009). Gestión turística del patrimonio cultural: Enfoques para un desarrollo sostenible del turismo cultural. Centro de Estudios Superiores Felipe II. Universidad Complutense de Madrid, España.

- *Venta directa, venta indirecta y sistemas de distribución ¿qué son?* (24/4/2001) Gestiópolis. artículo online recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/venta-directa-venta-indirecta-y-sistemas-de-distribucion-que-son/>