RIDAA
Repositorio Institucional
Digital de Acceso Abierto de la
Universidad Nacional de Quilmes

Universidad
Nacional
de Quilmes

Posdeley, Jorge

Santa Ana : ¿parque temático o polo turístico?

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución - No Comercial - Sin Obra Derivada 2.5
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

Cita recomendada:
Posdeley, J. (2017). Santa Ana: ¿parque temático o polo turístico? (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Argentina. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/585

Puede encontrar éste y otros documentos en: https://ridaa.unq.edu.ar

Universidad
Nacional
de Quilmes
Roque Sáenz Peña 352 // Bernal
Buenos Aires // Argentina
t.: (+41 11) 4365 7100
f.: (+54 11) 4365 7101
info@unq.edu.ar

Posdeley, Jorge, Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto,
septiembre de 2016, 189 pp. ,
http://ridaa.unq.edu.ar,
Universidad Nacional de Quilmes, Secretaría de Posgrado,
Maestría en Desarrollo y Gestión del Turismo

Santa Ana: ¿Parque Temático o Polo Turístico?

TESIS DE MAESTRÍA

Jorge Posdeley

licjorgeturismo@hotmail.com

Resumen

En el siguiente trabajo se analiza el modelo de desarrollo planteado por el estado, el que coincide a priori con la aplicación de un modelo de ***desarrollo masivo extensivo*** (***Pérez***, Flora M. 2009), el cual se considera como un modelo de crecimiento que acompaña con su expansión al desarrollo existente. En la aplicación de este modelo el estado continúa cumpliendo el rol vital, en tanto que el sector privado es parte integrante de este tipo de desarrollo.

Para este modelo de crecimiento, se hace necesario identificar la delimitación territorial planteada a partir del desarrollo del nuevo polo turístico originado por la construcción del PT, que se corresponde con una delimitación de la voluntad política provincial, quien deposita en el municipio y su jurisdicción, (municipio de Santa Ana), el desafío del desarrollo del nuevo polo turístico.

Considerando las experiencias nacionales de intentos de planificación turística en la Argentina, es el municipio la unidad territorial que aparece como más viable para conjugar lo político, lo administrativo y los acuerdos con los distintos grupos de interés que intervienen en el modelo de desarrollo turístico; el municipio es quien mejor entiende que el territorio es también considerado un actor directo de la competitividad en la medida en que este represente un espacio contenedor de su propia cultura lugareña, con sentimientos que se traducen, mediante prácticas sociales históricas, y que contribuye con elaboración de bienes, servicios y productos turísticos indisolublemente ligados a tal cultura.

La implementación y construcción del PT Cruz de Santa Ana, como motor de desarrollo turístico local, cumple con las expectativas generadas en de la comunidad de acogida y del sector vinculado al turismo de la comunidad anfitriona. El objetivo de este estudio es analizar el Parque Temático Cruz de Santa Ana como modelo de desarrollo turístico de la localidad de Santa Ana y potencial Destino Turístico.

Palabras claves
Desarrollo-Polos Turísticos-Políticas Turísticas-Parque Temático -Gestión Turística

Director: Dr. Alfredo César Dachary

Co-Director Dr. Alejandro Villar

A G R A D E C I M I E N T O

La presentación de este trabajo final corresponde a la culminación de mis estudios de maestría, una etapa más de mi formación académica. Quienes abrazamos y estudiamos a la actividad turística como una forma de vida, sabemos fehacientemente de la necesidad constante de formación. Quizás está resulto ser la premisa más importante por el cual me he decidido a rever académicamente otras nuevas fuentes del conocimiento tratando de mantener intacta la usina intelectual del conocimiento y de la formación.

Esta etapa incurre en un momento justo de la vida, en la cual uno ya ha trascurrido sobre su propia trazabilidad profesional forjando a cada paso un curriculum tanto en la actividad privada como en la pública. La experiencia profesional me ha llevado a recorrer y ser protagonista en lugares y escenarios realmente impensado, de haber estado en el momento justo y en el lugar justo para ocupar cargo con decisión política en el organismo de aplicación, de encontrarme junto la docencia frente a los alumnos divirtiéndome con ellos tratando de no perder la magia de la juventud y apostando a la formación de futuros profesionales que identifiquen a la actividad turística con las necesidades de un destino, de su comunidad y que por sobre todas las cosas que consideran definitivamente a la actividad como una herramienta social y económica capaz de generar en la comunidad desarrollo.

Quiero agradecer al Doctor Alfredo Cesar Dachary, mi Director de tesis a quien valoro no solo como profesional, si no como persona comprometido con el medio, reconozco en él su enorme humildad y voluntad para liderar trabajos en equipo con profesionales de nuestro medio trasmitiendo sus conocimientos y experiencias.

Quiero agradecer con la mayor sinceridad a mis compañeros de la subsecretaría de promoción del Ministerio de Turismo de la Provincia de misiones, jóvenes profesionales del turismo y del marketing quienes han compartido en todo momento esta etapa de mi vida y de mi profesión, a Luz, a Eduardo a Facundo y a Gianina el agradecimiento a ella de la producción grafica del trabajo.

Agradecer a mi familia, a mi mujer Ingrid, también turismologa por permitirme batallar el turismo desde nuestra casa, de comulgar y convivir también en nuestra vida profesional de la mano del turismo, a mis hijos Jorge Juan Manuel y Jorge Carlos A. a quien seguramente le he quitado algún tiempo de atención por responder a las necesidades de la profesión que he elegido.

INDICE GENERAL

Introducción 11
Presentación, relevancia y formulación del Problema 11
Objetivos 150
Objetivo general: 150
Objetivos particulares: 150
Hipótesis o Supuestos 150
Palabras Claves 150
Metodología: Tipo y Nivel de la Investigación 150
Tecnicas a utilizar 16
Marco teórico 17
Concepto de región: 22
Desarrollo Territorial 24
Desarrollo Local 25
Estrategia de desarrollo local de los últimos 40 años 28
Conceptualización de Clústers 29
Implementación Parque Temático de la Cruz de Santa Ana – Generador de Cambios de Carácter Socioeconómico 31
Agenda Municipal y desarrollo local 33
El Modelo Turístico como modelo de masas 34
EL turismo, un modelo funcional al capitalismo. 35
Nuevos escenarios del turismo – desafíos y necesidades de desarrollo local 37
Parques Temáticos - Tipologías 37
El territorio como factor de Transformación 40
Destino Turístico 41
Destino Santa Ana 42
CAPITULO I Política turística – 47
Política turística – Caracterización de la política turística provincial 47
Consejo Provincial de Ordenamiento Territorial (2007) 47
Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de la Provincia de Misiones (2000) 49
"Programa de mejora de la competitividad del sector turístico" (2005) 53
Fondo misiones jesuíticas 59
Creacion ministerio de turismo 60
Políticas de carácter públicas 61
Formacion turistica 62
Sociedad del Estado – Dimensión económica 63

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Marco político –turístico provincial 1999-2015 66
Politicas, programas de actuación y estrategias según período de gobierno provincial 67
Políticas, programas de actuación y estrategias según periodo de gobierno municipal 68
CAPITULO II Provincia de misiones 69
Caracterización Provincia de misiones departamento candelaria 69
CAPITULO III Municipio de Santa Ana, nuevo espacio de aprovechamiento turístico territorial 76
Departamento CANDELARIA 76
Cantidad de habitantes y densidad poblacional 77
Municipio de Santa ana. 77
CAPiTULO IV PARQUE TEMÁTICO LA CRUZ DE SANTA ANA 82
CARACTERÍSTICAS: Parque Temático La CRUZ DE SANTA ANA.- 86
Característica del edificio central la CRUZ DE SANTA ANA 87
Tipología de la construcción 88
Forma de llegar 88
Definición de áreas y actividades 89
Actividades complementarias 89
Gastronomía. 90
Horario de atención al parque. 91
CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL PARQUE TEMÁTICO. 91
Parque Temático. Esquema de las instalaciones 92
Imagen nocturna Cruz de Santa Ana, Parque Temático. 92
Imagen Aerea Parque Temático, Cruz de Santa Ana. 93
Imagen Área Complejo, Parque Temático. 93
CAPITULO V Análisis de la demanda turística 94
Análisis de la demanda turística provincial – Parque temático de la cruz, nuevo escenario de visita 94
Destino "Cataratas del Iguazú" 95
Cantidad de Visitas según origen nacional, cataratas del Iguazú 97
Lugar de Origen y procedencia, cataratas del Iguazú 98
Conjuntos jesuíticos. 99
Estudio de mercado 105
Segmentación con base en criterios geográficos. 106
Visitantes de Brasil y Paraguay, según estado y departamento 107
Segmentación con base en criterios demográficos. 108
Nivel de instrucción – estructura de gastos 109

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Segmentación con base en criterios psicográficos. 110
Composición del viaje-forma de organizar el viaje 110
Medio de trasporte utilizado-consulta de información sobre destino 111
Tiempo de permanencia –horas de visita parque temático 112
CAPITULO VI Derrame Turístico Local. Análisis Económico 113
Comparativo recaudaciones "Reducciones Jesuiticas de San IgNacio Parque Temático" 2012-2014. 118
Gasto promedio de los visitantes 121
Cuantificación de la demanda. Atributos de la segmentación 124
Región integrada, "Región de las misiones jesuíticas." 127
Region turística. "MISIONES Jesuiticas" 127
Derrame Turístico Local. Análisis Socio-Economico 129
Entorno de cambios, oportunidad de desarrollo y Conceptos de cambios 134
CAPITULO VII. INTERÉS DE LA POBLACION LOCAL Y DESARROLLO EMPRESARIAL 136
Parque Temático, COMUNIDAD LOCAL, BENEFICIOS SOCIO-ECONOMICOS DEL TURISMO, INTERÉS DE LA POBLACION LOCAL Y DESARROLLO EMPRESARIAL 136
INCORPORACIÓN DE MANO OBRA LOCAL. GASTRONOMÍA.- 138
Artesanía 139
Alojamiento 139
Capacitación: 140
Infraestructura: 141
Desarrollo de la infraestructura interna y de aproximación a los atractivos. 141
Desarrollo de la infraestructura externa y de comunicación vial y trasportación 142
Comunidad 143
Expectativas que genera el Parque temático. Relación Parque temático comunidad 144
Percepción de la actividad turística- Importancia de la actividad y relación crecimiento local 145
Población local relación con el turismo e interacción local y visitante 145
Oferta de servicios turístico ofrecidos- necesidades de servicios detectadas 146
Impactos derivados del turismo –demanda de mano de obra 148
Compromiso político local hacia la actividad turística- nuevos desafios 149
Empresariales. 150
Tolerancia empresarial hacia a la actividad turística local 151
Tipologia de servicios, estructura de servicios ofertados y demandados en la localidad 153
la valoracion empresarial con respecto a los recursos humanos 154

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Implementación de política turísticas local, principales desafíos...... 155
Impactos que genera el turismo-valoracion de los atRactivos locales 157
Relacion atractivos locales –conocimiento de nuevos emprendimientos 157
Vinculación Comercial 158
CAPITULO VIII.Conclusiones 159
Conclusiones 159
9.-Bibliografía 174
Referencias Bibliograficas. 176
Anexo 1 179

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

ÍNDICE DE TABLAS, FIGURAS E ILUSTRACIONES

Capítulo I. Política Turística

Ilustración 1. Corredor Iguazú Misiones- Préstamo BID 1648/OC-AR 54

Ilustración 2. Valorización de Atractivos Turísticos Préstamo BID 1648/OC-AR 55

Ilustración 3. Relaciones entre organismos y obras – Municipio de Santa Ana 2009 58

Ilustración 4 Políticas turísticas provinciales según periodos de gobierno 67

Ilustración 5 Políticas turísticas en el municipio según periodos de gobierno 68

Capítulo II Provincia de Misiones

Ilustración 6 Provincia de Misiones – División política 69

Ilustración 7 Provincia de Misiones – Departamentos, superficie y población 71

Ilustración 8 Provincia de Misiones – Evolución de la población 71

Ilustración 9 Región NEA – Evolución Ranking Nac. Población por provincia 1947 – 2010 72

Ilustración 10 NEA – Población en valores absolutos 72

Ilustración 11 Aporte PGB provincial 74

Capítulo III Municipio de Santa Ana Nuevo espacio de Aprovechamiento Turístico Territorial

Ilustración 12 Departamento Candelaria 76

Ilustración 13 Municipios del departamento Candelaria 77

Capítulo IV Parque temático La cruz de Santa Ana.

Ilustración 14 Evolución de la construcción 84

Ilustración 15 Esquema de las Instalaciones 92

Ilustración 16 Imagen nocturna cruz de Santa Ana 92

Ilustración 17 Imagen Área Parque Temático 93

Ilustración 18 Imagen Área complejo Parque Temático.- 93

Capitulo V Análisis de la Demanda Turística

Grafico 1 Cantidad de visitantes Parque Nacional Iguazú 2001-2014 96

Grafico 2 Cantidad de visitantes del Mercosur Parque Nacional Iguazú 2001-2014 97

Grafico 3 Cantidad de visitantes del extranjero Parque Nacional Iguazú 2001-2014 97

Grafico 4 Cantidad de visitantes argentinos Parque Nacional Iguazú 2001-2014 98

Grafico 5 Cantidad de visitantes Parque Nacional Iguazú según lugar de origen 99

Grafico 6 Visitantes (%) del Parque Nacional Iguazú según procedencia 99

Grafico 7 Cantidad de visitantes conjuntos jesuíticos 2002-2015 101

Grafico 8 Ingreso de visitantes a los conjuntos jesuíticos, últimos tres periodos de gobierno 103

Grafico 9 Comparativo ingresos Parque Nac. Iguazú y conjuntos jesuíticos 2012-2015 104

Grafico 10 Ingreso mensual de visitantes Parque Temático enero-julio 2015 105

Ilustración 19 Porcentaje de visitantes argentinos al Parque Temático según procedencia 106

Grafico 11 Porcentaje de visitantes argentinos al Parque Temático según origen 107

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Grafico 12 Porcentaje de visitantes argentinos al Parque Temático según origen (regiones) 107
Grafico 13 Visitantes de Brasil (según estados) 108
Grafico 14 Visitantes de Paraguay (según departamentos) 108
Grafico 15 Porcentaje de visitantes al P T según edad y etaria nacional 109
Grafico 16 Nivel de instrucción de los visitantes al Parque Temático 110
Grafico 17 Estructura de gastos (pesos) de los visitantes al Parque Temático 110
Grafico 18 Composición del viaje PT 111
Grafico 19 Forma de organizar el viaje 111
Grafico 20 Medio de Transporte Utilizado PT 111
Grafico 21 Fuente de consulta e información sobre el destino 111
Grafico 22 Tiempo de permanencia en horas PT 112

Capítulo VI Parque Temático Derrama económica y social

Ilustración 20 Reducciones de San Ignacio – ingresos y recaudación en AR$ y U$D 115
Ilustración 21 Parque Temático de la Cruz - ingresos y recaudación en AR$ y U$D 115
Ilustración 22 Visitantes y recaudación total anual por semestre Reducciones de San Ignacio 117
Ilustración 23 Visitantes y recaudación total anual por semestre Parque Temático de la Cruz 117
Ilustración 24 Ingresos totales por semestre R. de San Ignacio – P. Temático de la Cruz 119
Ilustración 25 Comparativo recaudaciones R. de San Ignacio – P. Temático de la Cruz 119
Ilustración 26 Gasto diario promedio por persona según segmento en AR$ 123
Ilustración 27 Gasto diario promedio por persona según segmento en AR$ (sin alojamiento) 124
Ilustración 28 P. Temático de la Cruz – Gasto estimado anual según segmento de mercado nacional en AR$ 125
Ilustración 29 P. Temático de la Cruz – Gasto estimado anual según segmento de mercado nacional en AR$ (sin alojamiento) 126
Ilustración 30 P. Temático de la Cruz – Gasto estimado anual según segmento de mercado provincial en AR$ (sin alojamiento) 126
Ilustración 31 Parque Temático de la Cruz – Gasto estimado anual según segmento de mercado internacional en AR$ (sin alojamiento) 126
Ilustración 32 Regiones turísticas de la provincia CONSULTUR 2001 127
Ilustración 33 Plazas hoteleras – región de las Misiones 129
Ilustración 34 Entorno de crecimiento 133
Ilustración 35 Entorno de crecimiento 134

Capítulo VII Parque Temático Comunidad local, interés de la población, Desarrollo empresarial

Ilustración 36 Generación de puestos de empleo desde el inicio de construcción al presente 138
Ilustración 37 Oferta gastronómica de Santa Ana 139

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Grafico 23 Expectativa que le genera el Parque Temático 144
Grafico 24 Relación Parque Temático - Población 144
Grafico 25 Percepción de la Actividad Turística 145
Grafico 26 Importancia de la actividad turística en relación con el crecimiento de Santa Ana 145
Grafico 27 Opinión de la población local en relación al turista 146
Grafico 28 Interacción de la población local con el turista 146
Grafico 29 Santa Ana cuenta con servicios acordes a las necesidades del turista 147
Grafico 30 Servicios que demandan los turistas en destino 147
Grafico 31 Áreas de impactos más importantes en la localidad, derivados del turismo 149
Grafico 32 Sectores que demandan mano de obra capacitada 149
Grafico 33 El municipio cuenta en la actualidad con políticas de apoyo al sector turístico 150
Grafico 34 Desafíos a enfrentar en la actividad turística 150
Grafico 35 Percepción empresarial de la actividad turística 151
Grafico 36 Crecimiento turístico de Santa Ana 151
Grafico 37 Opinión empresarial hacia el turista 152
Grafico 38 Comportamiento del turista 152
Grafico 39 Tipología de servicios demandados por los turistas en Santa Ana 154
Grafico 40 Tipología de servicios ofertados a los turistas en Santa Ana 154
Grafico 41 Disponibilidad de mano de obra capacitada en atención al turista 155
Grafico 42 Sectores con mayor demanda de Mano de Obra capacitada 155
Grafico 43 Implementación de políticas locales de apoyo al sector turístico 156
Grafico 44 Principales desafíos de la comunidad para enfrentar la actividad turística 156
Grafico 45 Localización de los principales impactos en la localidad derivados del turismo 157
Grafico 46 Valorización de los atractivos locales 157
Grafico 47 Vinculación de los visitantes con otros atractivos de la zona 158
Grafico 48 Conocimiento de otros emprendimientos turísticos de la zona 158

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

INTRODUCCIÓN

La provincia de Misiones, se encuentra atravesando una situación y un momento político especial en cuanto a la importancia que reviste el turismo para la gestión de gobierno actual y como política de Estado, declarándose al turismo como unas de las actividades económicas prioritarias de la gestión de gobierno.

Este momento particular que vive la provincia en materia turística, coincide con los nuevos desafíos de la planificación, el desarrollo, el manejo y la gestión de los destinos turísticos. La construcción y puesta en valor del Parque Temático Cruz de Santa Ana, como nuevo atractivo forma parte de una política turística que intenta transformar la localidad de Santa Ana en un nuevo Polo Turístico, potenciando la actividad turística de la zona sur de la provincia y generando de esta manera una complementariedad con los atractivos locales contribuyendo al aprovechamiento de la planta turística de la ciudad de Posadas.

La localidad anfitriona, caracterizada hoy, como un destino turístico en vía de crecimiento, apunta a transformar su crecimiento siguiendo un modelo de desarrollo turístico masivo con característica de extensivo. De esta manera el estado incorpora este modelo como una alternativa viable con la construcción del complejo, entendiendo que el crecimiento en números de visitante al Parque Temático, acompañará con su expansión al desarrollo existente, además de vincular y unificar turísticamente a toda la región sur de la provincia, considerando a este nuevo espacio como un orden integrado en sí mismo y que se centra en el respeto de la escala local, la participación de la población residente y la distribución equilibrada de los beneficios a partir del mismo. La construcción del Parque temático “Cruz de Santa Ana”, es el resultado de la ejecución de políticas públicas provinciales, aplicadas en territorios municipales, este modelo de intervención ocasiona trasformaciones y generan procesos de cambios en la comunidad anfitriona. La comunidad local se encuentra en medio de la puja de diferentes actores quienes buscan identificar el papel que desarrolla el PT como modelo de trasformación de Santa Ana en un polo turístico, como una oportunidad de desarrollo local incorporando la insipiente oferta de prestaciones turísticas al modelo económico de los servicios.

PRESENTACIÓN, RELEVANCIA Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La actividad turística y su clúster en la provincia de Misiones viven momentos de muchas expectativas, situación generada por la marcada afluencia turística que recibe anualmente la provincia y por el exponencial crecimiento turístico que se viene dando en los últimos 10 años, acrecentándose notoriamente en el último lustro acercándose a un índice de crecimiento promedio del 15% anual, según el IPEC en su informe 2012. Este

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

crecimiento sostenido convierte a Misiones como una de las provincias referente del turismo nacional y se ha trasformado en el segundo destino turístico nacional que recibe mayor numero de turísticas extranjeros ubicándose después de Capital Federal.

La población misionera en su conjunto y el sector de los servicios en particular identifican al turismo como un motor de crecimiento económico, entendiendo que el turismo es una actividad integradora de los diferentes sectores económicos, sociales y con una fuerza propia capaz de generar un impulso que arrastre al conjunto de actividades económicas al sistema turístico.

En función del vertiginoso crecimiento de la actividad turística en Misiones, se han generado una serie de discusiones referidas a las formas o alternativas de desarrollo que este fenómeno genera en los destinos turísticos provinciales, alternativas planteadas como modelo turístico provincial.

En consecuencia, se hace necesario definir y conceptualizar al modelo de desarrollo turístico y sus diferentes alternativas, entendiendo la necesidad de abordar la problemática con un mismo criterio. El desarrollo ocasionado a partir del fenómeno del turismo; entendiendo por el mismo como una forma de progresar, un crecimiento económico, cultural y político de las comunidades, pensando al modelo de desarrollo turístico como la posible forma de satisfacer las necesidades turísticas.

Para pensar en modelos de desarrollo turístico, no sólo se debe pensar en la existencias de atractivos que motiven corrientes turísticas y a partir del mismo promover la explotación turística, lógicamente se deberá ser muy cautelosos porque la realidad nos muestra, que por más que, contemos con atractivos turísticos importantes, esto solo, no nos garantiza el desarrollo turístico; es necesario considerar además del atractivo, la capacidad emprendedora de la población en su conjunto, un entorno social favorable y un formato institucional propicio a la generación de políticas turísticas.

Es muy importante destacar y recordar que el atractivo también puede ser creado, inventado, con la idea de generar una corriente turística y desde la llegada del mismo prever un modelo de desarrollo turístico enteramente planificado como destino turístico, entendiendo que la planificación es la antesala de un desarrollo programado y planificado.

En este marco referencial de desarrollo a partir del aprovechamiento del turismo masivo, el estado provincial promueve como primer premisa, al turismo como una política de estado en su afán de desarrollar la actividad en todo el territorio provincial, entendiendo que el sur de la provincia de Misiones necesitaba un fuerte atractivo que motorice al turismo de masa, en una primera instancia, decide de carácter unilateral emprender la construcción del primer Parque Temático en la provincia, el Parque Temático “Cruz de Santa Ana”.

La segunda premisa de la construcción del Parque Temático, se orienta a desarrollar económicamente a **una de las localidades más** marginales, caracterizada por su

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

despoblación y falta de iniciativas de desarrollo, optando por el turismo como estrategia y con el gran desafío de convertir a la localidad anfitriona, (Santa Ana) en un nuevo Polo Turístico provincial.

La visión política turística provincial, nos muestra la impronta del Estado que entendió, que mayoritariamente los destinos turísticos no son otra cosa que las transformaciones de lugares simples, comunes y corrientes, en lugares donde sus dimensiones exóticas y extraordinarias son destacadas y resaltadas; y bajo estas premisas básicas el Estado construyó su primer "Parque Temático".

Ahora bien, hasta acá se han planteado las acciones prioritarias desde el punto de vista de la política turística y las **ambiciones** del desarrollo del turismo en la zona o región; pero en función de este imaginario, cabe preguntarse; ¿el destino turístico (comunidad de Santa Ana) funcionará, responderá a las necesidades y deseos del mercado, logrará sostener una demanda turística a lo largo del año, el flujo de visitantes y de turistas será lo suficientemente numeroso como para convertir a la actividad en una de las bases de la economía local?

Otra cuestión importante que no se puede dejar de estudiar, ¿la población local identifica al Parque Temático, (de acá en adelante PT); como una oportunidad cierta de desarrollo local y lo vincula con políticas de trasformación en destino turístico? ¿La localidad anfitriona se reconoce como un destino turístico en crecimiento?, ¿el PT en la localidad anfitriona responde a un modelo de desarrollo turístico que la comunidad acepta?

Por estas cuestiones, la presente investigación pretende abordar el planteo de las políticas identificadas como parte de un modelo de desarrollo de destino turístico en crecimiento, así como las consecuencias o el impacto de los ingresos económicos que aportará el PT a la localidad de Santa Ana, las inversiones que atraerá tanto pública como privada, la capacidad de acogida y la capacidad de carga tanto del mismo parque como de la comunidad anfitriona, buscando definir el posterior desarrollo ya sea por un efecto de derrame o como por el crecimiento que se deriva de una fuerte inversión inicial de capital estatal en la construcción de este PT.

La racionalidad económica de esta política resultará de los diferentes **efectos multiplicadores económicos que aporta el turismo y que necesariamente deberían atravesar a toda la débil economía local** generando mayor ingreso, mayor empleo y aumento en las ventas de productos locales vinculados o no al turismo. De esta manera, los beneficios económicos del nuevo polo turístico se "derramarían" hacia todas las clases y segmentos de la sociedad, a partir de estas inversiones iníciales.

Por lo anteriormente expuesto, se hace necesario analizar el modelo de desarrollo planteado por el estado, el que coincide a priori con la aplicación de un modelo de ***desarrollo masivo extensivo*** (***Pérez***, Flora M. 2009), el cual se considera como un modelo de crecimiento que acompaña con su expansión al desarrollo existente. En la

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

aplicación de este modelo el estado continúa cumpliendo el rol vital, en tanto que el sector privado es parte integrante de este tipo de desarrollo

Para este modelo de crecimiento, se hace necesario identificar la delimitación territorial plateada a partir del desarrollo del nuevo polo turístico originado por la construcción del PT, que se corresponde con una delimitación de la voluntad política provincial, quien deposita en el municipio y su jurisdicción, (municipio de Santa Ana), el desafío del desarrollo del nuevo polo turístico.

Considerando las experiencias nacionales de intentos de planificación turística en la Argentina, es el municipio la unidad territorial que aparece como más viable para conjugar lo político, lo administrativo y los acuerdos con los distintos grupos de interés que intervienen en el modelo de desarrollo turístico; el municipio es quien mejor entiende que el territorio es también considerado un actor directo de la competitividad en la medida en que este represente un espacio contenedor de su propia cultura lugareña, con sentimientos que se traducen, mediante prácticas sociales históricas, y que contribuye con elaboración de bienes, servicios y productos turísticos indisolublemente ligados a tal cultura.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Analizar el Parque Temático Cruz de Santa Ana, como modelo de desarrollo turístico de la localidad de Santa Ana y potencial Destino Turístico.

OBJETIVOS PARTICULARES:

- Identificar los impactos sociales - económicos y culturales que el PT provoca en la comunidad de acogida.
- Analizar las expectativas generadas en la comunidad local a raíz de la implementación del PT.
- Caracterizar el marco institucional de las de políticas turísticas, alcance, aplicación y beneficios hacia la creación y construcción del PT.
- Clasificar los servicios de infraestructura y apoyo para el desarrollo turístico del parque en la comunidad local.
- Identificar productos turísticos actuales y potenciales de la región.

HIPÓTESIS O SUPUESTOS

La implementación y construcción del PT Cruz de Santa Ana, como motor de desarrollo turístico local, cumple con las expectativas generadas en de la comunidad de acogida y del sector vinculado al turismo de la comunidad anfitriona.

PALABRAS CLAVES

Desarrollo-Polos Turísticos-Políticas Turísticas-Parque Temático -Gestión Turística

METODOLOGÍA: TIPO Y NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN

Con la presente investigación se buscará contribuir al conocimiento inicial sobre una (nueva) problemática poco investigada en la actualidad. Para la realización del presente trabajo se abordara una investigación de tipo cualitativa, cuantitativa de nivel exploratorio (que genera nuevas hipótesis las cuales tratara de comprobar) - descriptivo, combinando ambos métodos de investigación, buscando de esta manera lograr cierto nivel de integración de lo cualitativo y cuantitativo buscando una triangulación combinando técnicas

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

y procedimientos cuali-cuantitativos. Es una investigación exploratoria que luego pasa a ser de comprobación de hipótesis.

TECNICAS A UTILIZAR.

Se utilizaran para la presente investigación técnicas relacionadas a las entrevistas, encuestas y datos estadísticos.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Históricamente en América Latina desde la década de los 70 y hacia adelante, se ha generado una gran preocupación en el seno de las Ciencias Sociales, preocupación que llego muchas veces a ocupar el centro de atención y análisis de la situación, buscando una respuesta de aproximación a la proliferación de los conceptos relacionados con polos de desarrollo y a partir de aquí a sus diversas tipologías, (nacional, regional, local, endógenos o exógenos), o simplemente definidos como “polos de desarrollo”; y muchas veces utilizado inclusive como categoría de análisis histórico de un sistema que refiere directamente a regiones de Latinoamérica. La implementación de estrategias y de políticas encauzadas reducir las diferencias o desequilibrios regionales resultaron siempre una preocupación que vienen recorriendo con el tiempo, conviviendo varias etapas del análisis teórico, pudiéndose distinguir entres las principales teorías que acompañan esta problemática, La economía espacial neoclásica, la macroeconomía regional de la vertiente Keynesiana y la teoría de los polos de desarrollo derivada de Perroux- (Lozano Cortez. 2007:43)

En virtud de la trasformación y del aprovechamiento territorial en metas de esperanza espacial hacia un “desarrollo”, se hace necesario a continuación definir el concepto de” polos de desarrollo” asociándolos directamente a la teoría presentada en 1955 por Francois Perroux, más tarde readecuados en la teoría de la economía espacial escrita por Jaques Boudeville. Esta teoría resume: “que si una nueva industria se localiza en una región determinada, se producirán efectos “negativos” y “positivos” tanto en la región propiamente dicha como en las que se encuentran al otro lado de sus fronteras, pero que el resultado neto será positivo”. (Mendoza Mario.2000:119). Los efectos positivos se evidencian casi perpetuamente a partir de la radicación y emplazamiento de una nueva industria localizada, asumiendo y evitando por un lado que el mismo forme un enclave como ocurre en la gran mayoría de los casos y por otro lado buscando romper el crecimiento económico desmedido o desequilibrado y que al contrario este se fortalezca como un verdadero polo de desarrollo, entendiendo al polo de desarrollo como un "un generador de actividad económica (Coraggio José. 1973:33); y que su interés resida en su capacidad de multiplicación". De esta manera se considera que la imagen de un polo de desarrollo entiende a la región como una figura homogénea con un número importante de recursos al cual se le suma sus potencialidades.

En este mismo sentido y con referencia a lo anterior, el concepto de polo de desarrollo ha sido definido como aglomeración geográfica y desequilibrio industrial (Lozano Cortez. 2007: 45), asociándose al mismo otros conceptos directamente relacionados, identificándolos como núcleos de desarrollo, centros de crecimientos o simplemente como aéreas de crecimiento. Sin embargo para Hermansen el concepto

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

original de “polos de desarrollo” se contemplaba como una herramienta para el estudio de la anatomía del desarrollo económico en el espacio abstracto. El mismo autor sostiene que con el trascurso del tiempo se ha ampliado su alcance, ocupándose sistemáticamente del problema del desarrollo social por oposición al progreso económico, en un contexto sectorial, espacial y temporal simultáneo. (Hermansen.1986:11)

Los indicadores de los resultados positivos de los polos de desarrollos se los vinculan directamente al concepto de la nueva industria radicada en el territorio. Necesariamente, ésta deberá trasformar los insumos locales, atendiendo a las necesidades regionales primeramente, como así también a las necesidades del mercado externo, produciendo un eslabonamiento horizontal de proveedores y demandantes.

En todos los casos las tecnologías utilizadas en las industrias deberán ser intensivas en la mano de obra, destinada a crear empleos y la población debe garantizar un nivel de demanda mínimo para que la empresa siga su evolución natural (Mendoza, M. 2000:119). Esta evolución deberá además estar acompañada por un proceso continuo de reinversión empresarial no sólo orientada a su entorno económico sino también a la generación de actividades complementarias

Conformación de polo de desarrollo

La conformación de un polo de desarrollo exige necesariamente la participación del Estado, su comunidad y de la población circunscripta en la región, además esta participación obliga a ser fomentada y promovida por ambos sectores de dedición, Mendoza sostiene, que las empresas localizadas en los polos de desarrollo “no tienen que ser forzosamente de tipo industrial, pues una de servicios también puede lograr los efectos positivos deseados”. Esta conceptualización se refiere al desarrollo como procesos de crecimientos y de cambio estructural que persiguen satisfacer las necesidades y demanda de la población mejorando su calidad de vida (Vázquez Barquero, 2005: 4) proponiendo en concreto un aumento del empleo y como consecuencia la disminución de la pobreza, estimulando la competitividad económica y la incorporación a los mercados internacionales de sus empresas. En este escenario planteado es cuando se analizan la estructura productiva de la economía y se observan rápidamente que las actividades industriales y de los servicios corren con ventajas y adquieren cada día más importancia. Este es un fenómeno y un verdadero síntoma por el cual se puede inducir rápidamente que el sistema productivo ha generado un cambio importante desde el punto de vista del desarrollo, el aumento de la productividad, la ampliación y la diversificación continua de los bienes y servicios producidos,. (Vázquez Barquero, 2005: 4).

Cuando nos referimos a teorías puras del concepto de polarización, necesariamente se hace vinculación a la descripción de los efectos positivos. (Coraggio, J. 1973:29). Los

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

procesos de filtración son las reglas de la implantación industrial moderna que tienden a convertirse en enclave (efectos negativos), estas cuestiones llevan a plantear la estrategia pura del desarrollo polarizado, explicitando condiciones requeridas para lograr obtener los efectos únicamente deseados, en definitiva reconocer la negación de los efectos filtrados.

Coraggio, entonces en su revisión de la teoría de los polos de desarrollo, plantea la necesidad de seleccionar las actividades industriales que constituirán el “polo”; y poner en marcha un proceso de crecimiento auto sostenido, para lo cual menciona 7 (siete), requisitos necesarios que a continuación se describen:

1. La nueva actividad debe ser fundamentalmente transformadora de insumos zonales y/o ofrecer suficiente tamaño de mercado como para inducir la localización en la zona de actividades productoras de dichos insumos a partir de recursos zonales (eslabonamiento hacia atrás);
2. La nueva actividad debe tener una tecnología de mano de obra relativamente intensiva, que además contribuya a transformar la calidad del trabajo en la región (efecto trabajo);
3. La población ocupada directamente en la nueva actividad. Sumada a la población previamente ocupada de la zona debe dar lugar a niveles de demanda que sobrepasen los umbrales económicos de las actividades no básicas de abastecimiento de bienes y servicios (efecto demanda);
4. Los beneficios generados en la actividad productiva deben quedar en manos de empresarios locales, quienes a su vez reinvertirán dichos beneficios en otras actividades regionales ligadas o no a la actividad principal, creando así un efecto de expansión en un frente sectorial amplio (efecto reinversión);
5. Para posibilitar que dichos beneficios efectivamente sean apropiados por los empresarios locales, es necesario que los mecanismos de comercialización y financiamiento estén manejados por los mismos grupos de empresarios locales; o que tengan una estructura competitiva, que impida la transferencia forzada de beneficios de la etapa de producción a las de comercialización;
6. Los grupos sociales participantes directamente en las nuevas actividades deben estar integrados convenientemente a la estructura social de la región, a fin de facilitar los fenómenos de difusión;
7. Las acciones de los agentes de las nuevas actividades y las del Sector Público deben estar concertadas mediante la elaboración de un programa coherente. Esta alternativa está centrada en la puesta en marcha de un proceso generador de fuerzas regionales que aseguren un impulso endógeno (en cuanto a las decisiones más que a los mercados). Asimismo, esta versión reconoce los efectos de la estructura de dominación existente y por ello explicita condiciones para lograr una integración menos dependiente de

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

la región periférica al sistema espacial nacional y/o mundial. En definitiva, para el presente autor lo positivo de un efecto está definido generalmente por referencia a ciertos indicadores cuantitativos que se suponen universalmente aceptados, con lo cual, a pesar de hablarse de polos de "desarrollo" el criterio puede asociarse al de crecimiento de los indicadores.

Identificar indicadores como conceptos referidos a desarrollo nos induce directamente a un esquema de estrategias de desarrollo polarizado; al respecto, Sergio Boisier en el documento presentado en el Curso de planificación Regional de desarrollo en 1976; denominado “La teoría de los polos de crecimiento en la estrategias de desarrollo regional en América latina”, nuevamente cita a Coraggio como uno de los referentes sobre la generación de contenidos referido a las estrategias de desarrollo polarizado. En referencia Coraggio presenta un análisis de la temática en base a estudios y escritos realizados previamente por Pedrao, Boisier y Lasuén y sostiene que la estrategia de polarización constituye una alternativa recomendable para el desarrollo latinoamericano (Boisier Sergio, 1976:26), recomendando los siguientes elementos que a su juicio, serían comunes al concepto de polarización y las identifica de la siguiente manera:

1. La Idea de "desarrollo" con la idea de "modernización' y la consideración del subdesarrollo como proceso independiente del desarrollo;
2. Destaca la importancia del proceso de difusión (tanto funcional como espacial) dentro de la modernización;
3. Define a la economía internacional como un sistema "armónico- no conflictivo entre dominantes y dominados;
4. Destaca la aceptación de las estructuras, sociales y políticas existentes en cada país;
5. Menciona al economicismo de las proposiciones;

En, palabras de Coraggio en definitiva la polarización nacional se convierte en la apertura del espacio nacional a desprendimiento de otros polos mundiales. (Boisier S. 1976:27). Está claro que la teoría de desarrollo polarizado generó nuevos espacios dando lugar a la implementación de políticas de polos de crecimiento y obviamente a la descentralización en varias partes del mundo en general y en especial en América Latina. Descentralización que obligó a generar una nueva conceptualización referente al desarrollo local y regional, la cual debería realizarse a través de de la atracción de grandes empresas y la promoción de actividades industriales en un número reducido de ciudades intermedias dentro de la jerarquía urbana (Vázquez, B. 1997:7).

Esta conceptualización le corresponde una nueva estrategia con visión de integración económica, que a la vez plantea un nuevo escenario para el desarrollo,

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

poniendo en evidencia la supremacía y la superioridad de la economía de los mercados frente a la economía planificada. En consecuencia a principio de los años 80´ surge un nuevo enfoque al cual podemos denominar desarrollo endógeno, que considera el desarrollo como proceso territorial y no funcional (Vázquez. 2005:4), que se basa y se apoya metodológicamente en el estudio de caso en el cual se considera a las políticas de desarrollo como mucho más eficaces cuando la realizan los actores locales y no la administración central.

Bajo esta premisa, Vázquez menciona a Giorgio Fuá (1994), quien sostiene que la capacidad de desarrollo de una economía depende, sin duda, de las fuentes inmediatas del crecimiento como son la dimensión de la población activa, el número de horas trabajadas, la disponibilidad de bienes de equipo y de capital social.

Pero, lo realmente decisivo para el desarrollo sostenible y duradero son los factores que Fuá denomina estructurales, como son la capacidad empresarial y organizativa, la cualificación e instrucción de la población, los recursos medioambientales y el funcionamiento de las instituciones. De estas cuestiones se desprenden que muchas veces no es solo suficiente con tener recursos naturales y humanos en abundancia, esto debido a que en caso que los recursos se agotan, la capacidad empresarial se debilitara rápidamente, la tecnología se volverá inadecuada, el modelo político e institucional se deteriora, imposibilitando alcanzar los niveles de desarrollo esperados y la economía entrara en un proceso de crecimiento negativo y de destrucción del capital físico y de pérdida del capital humano (Vázquez. 2005:4)

En cuanto a los procesos del desarrollo, A. Vázquez Barquero en su libro, “Las fuerzas del desarrollo” menciona a Philippe Aydalot (1985), un seguidor de la escuela de Perroux y Schumpeter, quien define a los procesos del desarrollo en tres caracteres fundamentales.

- Carácter instrumental, que se refiere al hecho de que los actores del desarrollo sean organizaciones productivas flexibles, como ocurre con las pequeñas y medianas empresas, capaces de superar las rigideces de las grandes organizaciones,
- Carácter estratégico, defiende la diversidad en las técnicas, en los productos, en los gustos, en la cultura y en las políticas, lo que facilita la apertura de múltiples caminos de desarrollo para los diversos territorios, según las potencialidades de cada uno ellos,
- Carácter operativo, plantea que los procesos de desarrollo son la consecuencia de introducir innovaciones y conocimiento a través de las inversiones de los actores económicos, un proceso de carácter territorial, ya que se produce como consecuencia de las redes que se forman en los entornos en los que las empresas están

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

insertas; es decir, gracias a la interacción de los actores que integran lo que Aydalot denomina entorno innovador (Vásquez Barquero.2004)

Con estos análisis teóricos, nos permite situarnos frente a una dimensión económica que hace referencias a una región, entendiendo a la misma como un concepto absoluto que no existe, los limites y las fronteras de la región pueden variar según las circunstancias. La única condición de su existencia como tal y como concepto económico, es su permanencia en un espacio económico y político más amplio. (Polece, M. 1998:148), dependiendo siempre directamente o indirectamente de un gobierno superior. Es así que la economía regional entonces depende exclusivamente de su apertura. De aquí que el concepto de región se muestra diferente al territorio nacional justamente por no poseer fronteras en el sentido económico. La delimitación de las fronteras regionales, pueden observarse a partir de las necesidades políticas, culturales o administrativas.

Polece Mario en su libro, Economía Urbana y Regional. Introducción a la relación entre territorio y desarrollo, menciona al francés Boudeville (1970) y trascribe una propuesta de caracterización de las regiones, subdividiéndolas en regiones: polarizadas, homogéneas y región plan, que según sus objetivos, podrían adoptarse a distintos criterios de corte:

- Según criterios de nodolidad: las regiones son definidas como aéreas de influencias polarizadas por un poder central. Al cual entonces se le llama regiones nodales o polarizadas.
- Según criterios de homogeneidad, las regiones serán definidas según determinadas características de reagrupamiento, histórico, cultural, lengua, base económica, marco biósfera.
- Criterios de planificación, las regiones se dividen en función de fronteras administrativas y políticas. Las fronteras en algunos casos particulares son trazadas en función de las necesidades de organismos especiales o administrativos.

CONCEPTO DE REGIÓN

El concepto de región para nada se encuentra encorsetado definitivamente en algunas de las tipologías descriptas anteriormente, las identidades que caracterizan a las definiciones cambian en virtud a diferentes escenarios, político, social, económico o simplemente con el tiempo y con nuevas decisiones de carácter administrativas. Sin embargo lo que distingue a la región es la apertura económica y la pertenencia de un espacio mucho más amplio, producto de que las fronteras nacionales son en gran medida cada vez menos eficaces. Observándose a partir de esta cuestión de deficiencia un nuevo escenario de integración y fundamentalmente se comienza prestar atención un proceso

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

de descentralización de toma de decisión política y económica hacia entidades de menor tamaño. Este fenómeno se observa claramente en general en América Latina y en argentina en forma particular, como un movimiento de devolución de poderes a entidades regionales y locales que se ha acelerado fuertemente desde principios de la década de los 90, en parte como reacción a los estados nacionales demasiados centralizados (Polece, M. 1998:150).

De esta manera es fácilmente observable como la intervención económica de un estado nacional con carácter centralista se reduce paulatinamente a favor del desarrollo de la región. La distinción entre un análisis económico nacional y un análisis económico regional disminuye a medida que progresa el proceso de integración de los espacios nacionales, y se descentralizan las competencias políticas. (Polece, M. 1998:151).

De esta manera Polece entiende que las herramientas clásicas de análisis regional, como lo son el de modelo de la base económica y los modelos de localización industrial, se aplican cada vez más a entidades nacionales, sobre todo dentro de espacios fuertemente integrados, en tanto que los modelos de desarrollo económico nacional, pueden aplicarse a los problemas de desarrollo regionales. Este mismo autor define a la región como un espacio abierto, menciona que el nivel de actividad económica de la región depende directamente a:

a) corto plazo del producto de la necesidad de la demanda que se genera en el exterior de su territorio y demandan servicios, bienes y del efecto multiplicador que se genera, dependiendo esto de la estructura económica de la región.

b) el nivel de actividad de la región estará dado a largo plazo, dependiendo de su capacidad de renovar su oferta y de los factores de producción, capacidad que es reflejada en la productividad de la población activa.

En función al presente marco teórico y su implicancia en el desarrollo de la temática a investigar, se hace necesario conceptualizar la idea referencial de los territorios o espacios geográficos, puesto que ambos se prestan como sinónimos en algunos casos y en otros abarcan realidades diferentes y por demás complejas. De cualquier modo llegar a una única interpretación académica se vuelve difícil. Polece lo define a ambas problemática de la siguiente manera: al Espacio que evoca a un medio a un territorio, ambiente, región o país. Considera el autor que sobre esta temática específica puede utilizarse el concepto de espacio terrestre, residencial, teórico geométrico o matemático. En cambio define al espacio geográfico generalizando el espacio real, vivido, terrestre. El espacio como el tiempo el cual sirve de continente de la actividad humana interesados en las relaciones económicas, en cambio el espacio únicamente es utilizado para designar una realidad abstracta más general sin enfocarse en las particularidades.-

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

DESARROLLO TERRITORIAL

Cuando nos referimos a Desarrollo territorial Boisier (1999), lo considera como la más amplia acepción de desarrollo. El autor lo aborda al concepto asociado a la idea de contenedor y no a la idea de contenido. Sostiene que el territorio corresponde a todo el recorte de la superficie terrestre, pero no cualquier territorio interesa desde el punto de vista del desarrollo. Como recorte de la superficie terrestre el territorio puede mostrar según Boisier al menos tres características de complejidad creciente. a) Define entonces al "territorio natural" para hacer referencia precisamente a un tipo de recorte primario en el cual sólo es posible reconocer los elementos de la naturaleza, b) al "territorio equipado" o intervenido, en el cual el hombre ya ha instalado sistemas de transporte, obras de equipamiento, actividades productivas extractivas. c) "territorio organizado" para denotar la existencia de actividades de mayor complejidad, de sistemas de asentamientos humanos, reconociendo además como auto referencia primaria el propio territorio y que está regulada mediante un dispositivo político administrativo que define las competencias de ese territorio y su ubicación y papel en el ordenamiento jurídico nacional. En definitiva menciona a un territorio organizado que posee estructura administrativas. Estos territorios entonces pasan a ser sujetos de intervenciones promotoras del desarrollo.

Al igual que Polece utiliza el concepto de "desarrollo territorial" asociado a la escala geográfica como un proceso y no a su sustancia. Define a la escala en la que es posible reconocer los siguientes "cortes": mundo, continente, país, región, estado o provincia o departamento, comuna, y en ciertos casos, "veredas", "corregimientos" u otras categorías menores. Hay que recordar en este contexto que el término "país" originalmente no estaba asociado al concepto de Estado-Nación, sino más bien a "lugares" pequeños de características específicas portadoras de una gran identidad (Bosier, S. 1999:6).

Este mismo autor considera al desarrollo regional como un proceso de cambio estructural localizado y asociado permanente al proceso de progreso de la propia región, de la comunidad que habita en ella y de cada individuo miembro habitante de ese territorio. De esta manera combina tres dimensiones: una dimensión espacial, una dimensión social y una dimensión individual. El "progreso" de la región debe entenderse como la transformación sistemática del territorio regional en un sujeto colectivo; el "progreso" de la comunidad debe entenderse como el proceso de fortalecimiento de la sociedad civil y el logro de una percepción de pertenencia regional y el "progreso" de cada individuo debe interpretarse como la remoción de toda clase de barreras que impiden a una persona determinada, miembro de la comunidad en cuestión y habitante de la región, alcanzar su plena realización como persona humana . (Boisier, S. 1999: 6)

Ahora bien, nos encontramos frente a un cambio de paradigma de cómo construir competitividad regional, sostiene Adriana Otero (2007) en su escrito " la importancia de la

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

visión de territorio para la construcción de desarrollo competitivo de los destinos turísticos y sostiene que: " La agenda actual del desarrollo se encuentra centrada en los procesos de consolidación local, promueve la productividad tratando de aumentar el valor de conjunto mediante una mejor articulación entre las empresas, el Estado y la sociedad civil". Destaca que la competitividad individual de cada uno de los actores regionales, depende directamente de los demás, así como de la eficiencia de un conjunto de organizaciones relacionadas. La noción central es que la ventaja competitiva no se genera solamente al interior de las instituciones individualmente, sino por una serie de factores externos a ellas. (Otero, A. 2007:19)

DESARROLLO LOCAL

Frente a este cambio de paradigma en América Latina en la década de los 90´ se comienza a visualizar un nuevo concepto asociados al desarrollo, el desarrollo local, concepto que rápidamente se incorpora a la agenda de los principales temas de las instituciones y de los gobiernos, estableciéndose además una relación directa entre los ***conceptos de desarrollo local- y descentralización***. De esta manera estos conceptos aparecen como una opción válida para las nuevas alternativas del desarrollo. El desarrollo local y la descentralización son estrategias e instrumentos de desarrollo. (Gallicchio, E. 2006: 1), según la instrumentación de sus estrategias radica la potencialidad diferencial para el desarrollo. El desarrollo local como factor de democracia y desarrollo sustentable no surge por casualidad, sino como resultado del estado de situación y como una ruta diferente y alternativa de desarrollo nacional y regional (Gallicchio, E. 2006:1). Enrique Gallicchio en su escrito correspondiente a: El desarrollo local: cómo combinar gobernabilidad, desarrollo económico y capital social en el territorio, compilado por Alejandro Villar en el libro: Desarrollo Local, Una revisión crítica del debate, describe ý repasa históricamente en América Latina seis visiones del desarrollo local:

1- Desarrollo local como participación: corresponde a una visión "participativa", fuertemente teñida por la salida de las dictaduras en América Latina y muy asociada con procesos participativos. Para esta concepción, ***desarrollo local sería todo aquel proceso en el que participen actores en la discusión de asuntos de un territorio determinado***. Aunque el trabajo según esta concepción ha permitido generar ámbitos y acciones de mejora de la calidad de vida, en la mayoría de los casos, la participación se ha transformado en un fin en sí mismo, sin su necesario vínculo con la producción de visiones estratégicas del territorio, o con visiones que trasciendan el pequeño proyecto o el micro-emprendimiento. En suma, se trata de visiones que se afilian a la matriz de pensamiento que supone que todo es posible desde el territorio, y su déficit se ubica en la posibilidad de

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

salir de lo local visto como localismo y en involucrar actores que tomen decisiones económicas y políticas, adentro y afuera del territorio en consideración

2-. La visión neoliberal del desarrollo local: corresponde a una segunda visión claramente de carácter neoliberal. La misma ha sido impulsada preferentemente a instancias de los organismos multilaterales de crédito. Los amplísimos procesos de desarrollo local llevados adelante en la década del 90 especialmente en países como Argentina, Perú, Bolivia y casi toda América Central han estado teñidos de una lógica de ***desarticulación del Estado Nacional y un traslado de competencias***, de forma más o menos difusa, a los gobiernos y actores locales, ***con el argumento de que la pobreza se combate con emprendedurismo***.

La Argentina fue el caso más paradigmático, con planes estratégicos, mejoras de la gestión municipal, clúster y corredores productivos, capacitación, diagnósticos locales–. Lo que falló es que todo se realizó en un contexto donde los recursos aparecían como parte de una estrategia de debilitamiento del Estado central. Asimismo, no se dio prioridad a procesos de verdadera construcción de sociedad, en el sentido de capital social. ***La descentralización, en su visión más instrumental y menos política operó como agenda de los organismos multilaterales, como un elemento central a todo su accionar***.

3-. Desarrollo local como municipalismo. Una tercera visión asoció el desarrollo local al municipalismo. En el mismo contexto, se hacía necesario fortalecer los municipios en un nuevo rol, como actores de desarrollo y no ya como meros prestadores de servicios. En ese sentido, y asociado a fuertes procesos de descentralización, ***se generó una visión de que el desarrollo local pasaba por el desarrollo municipal***. Si había un buen municipio, necesariamente iba a haber buen desarrollo local. Esta visión falló en el sentido de que no tuvo la suficiente visión como para entender que la nueva gobernanza implica incorporar una multiplicidad de actores a ámbitos donde se toman decisiones.

4-. Desarrollo local como desarrollo económico local. Una tendencia muy fuerte ha visto al desarrollo local exclusivamente en su dimensión económica. El supuesto básico era que el problema de estas sociedades era de carácter económico, y que las sociedades locales carecían del dinamismo necesario para encarar otras fases del desarrollo. ***En esta concepción, de carácter claramente economicista, se priorizó ante todo el desarrollo de microempresas en una primera fase y los planteos de mejora de la competitividad territorial en una segunda etapa.*** En este sentido, y especialmente en América Central, se impulsaron multiplicidad de proyectos de carácter productivo y de institucionalidad para el desarrollo económico local. Si bien como todas las líneas de trabajo han tenido sus puntos altos, en general han fallado en construir un modelo donde los emprendimientos se articulen y generen una lógica de desarrollo local, y no de crecimiento de empresas.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

5-. Desarrollo local como ordenamiento territorial. Más recientemente, también impulsado desde la cooperación europea, se ha generado un accionar de proyectos de ordenamiento territorial como la nueva panacea para el desarrollo local. En general se parte del supuesto de que el territorio no está lo suficientemente ordenado para generar un nuevo modelo de desarrollo y, en distintas modalidades, se promueve una estrategia de construcción de una visión estratégica del territorio, que termina pretendiendo promover procesos de desarrollo local mucho más que procesos de ordenamiento del territorio en sentido estricto. Aquí se da un fuerte choque de predominios y lógicas profesionales, que hacen que frecuentemente se observe que bajo el rótulo del ordenamiento territorial se esté dando un salto hacia una predominancia del urbanismo en los procesos de desarrollo local.

6. Desarrollo Local como forma de análisis social. Se trata de una visión más "neutra" del desarrollo local, ***en el sentido que lo ve más como una herramienta de análisis que como un instrumento de cambio social***. Es así, que este enfoque lo ubica en una dimensión analítico-metodológica, como herramienta definida por un conjunto de variables e indicadores. Diversos estudios se ubican en esta dimensión, sobre todo a partir de la utilización intensiva de sistemas de información geográficos. Estos estudios adoptan, finalmente, un carácter mucho más descriptivo que de herramientas para la acción.

El presente autor considera que habrá que trabajar para buscar un camino hacia una definición más clarificadora sobre lo que es y no es considerado como desarrollo local, pero que si se hace necesario en forma urgente es clarificar los conceptos y homogeneizar una definición acordada. Esta mas que manifiesta que esta visión acopia una necesidad o una dimensión, la participación multiactoral, el fortalecimiento de la gobernabilidad local, la dimensión económica, la construcción de estrategias, la herramienta de análisis. Pero frecuentemente se falla en un elemento crucial: el desarrollo local no es una tecnología a aplicar en cualquier circunstancia. Es, ante todo, una estrategia socio-política de cambio (Gallicchio, E. 2006:4).

Es así entonces que este nuevo modelo apunta al desarrollo como un proceso nuevo que arranca con lo colaborativo incluyendo al Estado con su distintos estamentos, las empresas, la instituciones educativas, y otras organizaciones intermedias participantes. Estas relaciones y conexiones entre los actores sociales tejen la complejidad, capaz de generar sinergias en forma conjunta, que complementan los esfuerzos y saberes individuales y crean capital social genuino. El capital social y la cultura son componentes clave de estas interacciones. Las personas, las familias, los grupos constituyen capital social y cultura por esencia. Son portadores de actitudes de cooperación, valores, tradiciones, visiones de la realidad, que son su identidad misma (Otero, A. 2007: 19).

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Estrategia de desarrollo local de los últimos 40 años

La Estrategia de Desarrollo Local en estos ultimo 40 años ha demostrando ser una respuesta válida y eficaz para el logro de un desarrollo territorial integral, sostenido y duradero. El Desarrollo Local entonces corresponde a una estrategia territorial competitiva basada en el aprovechamiento pleno del potencial de utilidad endógeno, con la adecuada inserción de impulsos y recursos estratégicos exógenos (Romero, C.2001:2). Romero sostiene que el Desarrollo Local posee un carácter del tipo pluridimensional e integrado y supone la implantación de un proceso sistemático y sostenible a largo plazo de dinamización del territorio y la sociedad local, mediante la participación protagonista y corresponsable de los principales actores socioeconómicos y políticos locales. La Estrategia de Desarrollo Local se instrumenta a través de medidas de política de carácter multisectorial y, en su caso, sectoriales, que actúan de manera sistemática sobre los factores de competitividad de cada territorio. Romero afirma además que, las Administraciones Públicas, desde todos sus ámbitos, pueden influir sobre la ventaja competitiva de un sistema productivo-territorial; concretamente, en la medida que sus políticas afecten a los atributos determinantes de las condiciones del entorno competitivo, como son la innovación tecnológica, el funcionamiento de los mercados, el papel promotor y regulador de las instituciones y la cultura emprendedora.

Este autor sostiene que al desarrollo local se lo debe observar desde las herramientas de la planificación y de la gestión estratégica siendo que los mismos comparten beneficios de carácter directos e indirectos, cuyo valor se acrecienta en la medida que se incrementa la turbulencia y la presión competitiva del entorno, a la vez que crecen las demandas sociales por disponer de unos mayores niveles de participación, de bienestar y de calidad de vida, en virtud a esto lo define a continuación como.

La planificación estratégica del desarrollo local se lo define como el proceso y cauce en el que aunar la participación de los principales actores políticos, económicos y sociales de la comunidad, para elaborar un diagnóstico compartido sobre las claves de su desarrollo competitivo, construyendo una visión de su futuro común a largo plazo y seleccionar los objetivos y cursos prioritarios de la consecuente actuación pública y privada.

La gestión estratégica corresponde a la resultante del conjunto de acciones destinadas a la impulsión y la coordinación sinérgica de los esfuerzos públicos y privados necesarios para desarrollar las estrategias seleccionadas y alcanzar los objetivos propuestos en la planificación.

Los conceptos de planificación y de gestión estratégica destinada al desarrollo local finalmente responden a herramientas poderosísimas capaces de establecer y conducir

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

estrategias hacia el desarrollo en virtud a los objetivos definidos y al desarrollo con carácter competitivo en un marco de equidad social y medio ambiental.-

A partir del concepto de globalización se permitió volver a re- considerar por un lado el papel de la localización de la economía como concepto global, nuevamente se hace referencia a la inexistencia de las fronteras del mercado y la creciente movilidad financiera, por otro lado la globalización permitió el rápido aumento de las empresas de bandera trasnacionales y a partir de esto, se ha incrementado el concepto de deslocalización de la actividades económicas, pero al mismo tiempos otras corrientes de pensamiento consideran que el fenómeno de la globalización está aumentando la importancia de la localización hasta el punto que las economías regionales, son ahora estos considerados como un principal foco de creación de riqueza (Álvarez, D. 2008:7) y comercio internacional. A partir de estas consideraciones resurgen nuevamente la visión hacia los conglomerados productivos o clúster como una posibilidad de desarrollo local, debido esto a que los clústeres son verdaderos aglomerados productivos concentrados en un localidad en particular en la cual las empresas exportadoras pertenecen a grupos de industrias relacionadas en entre sí que configuran un modelo especifico de organización productiva basada en una localización geográfica con concentración espacial. Para este autor el éxito de los llamados clústeres se basaba en cuatro factores: 1) la estructura del mercado, las estrategias de las empresas, y la rivalidad entre las mismas; 2) las condiciones de los factores productivos (inputs); 3) las condiciones de demanda; y 4) las industrias relacionadas. Para Martin, R. y P. Sunley (2003), hay una afinidad entre estos cuatro factores en los que se basa la competitividad de un clúster y los planteamientos de Marshall de economías externas de localización industrial.

CONCEPTUALIZACIÓN DE CLÚSTERS

En el articulo originalmente publicado con el título “The Dawn of the E-Lance Economy”, Michael Porter, define a los clústeres como: “concentraciones geográficas de empresas e instituciones interconectadas, que actúan en determinado campo”. Esta definición contiene a las industrias en su diferentes tipologías, a proveedores de insumos crítico, servicios, y a proveedores de infraestructura especializada. Los clústeres también poseen relación directa sostiene este autor hacia atrás llegando a los canales y a los clientes, hacia los costados buscando conexión con los fabricantes de productos complementarios y empresas que operan en industrias relacionadas por sus habilidades, tecnologías o insumos comunes. Michael Porter sostiene además en este artículo que, muchos clústeres incluyen a organismos gubernamentales y otras instituciones como las universidades, los centros de estudio proveedores de capacitación y asociaciones de

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

comercios que proveen entrenamiento, educación, información, investigación y apoyo técnico.

Porter de esta manera identifica como afectan los clústeres en las competencias y de qué manera afectan a la forma de competir: aumentando la productividad de las empresas radicadas en la zona; imponiendo el rumbo y el ritmo de la innovación, y estimulando la formación de nuevas empresas. Situación que genera que se expandan y se fortalezcan los clústeres. Un clúster permite que cada miembro se beneficie "como si" tuviera gran escala, o "como si" se hubiera unido a otros de manera formal, sin tener, por ello, que sacrificar su flexibilidad. (Porter, M.1998:34)

Este mismo Autor desarrolla un Programa Nacional para la competitividad de Nicaragua denominado " clúster Aglomerados y Competencia: Agenda Nuevas para Compañías, Gobiernos e Instituciones", en el cual define que es un clúster sumándole esta vez el concepto de aglomerado: de esta manera identifica y define a un clúster aglomerado: como un grupo geográficamente próximo de compañías interconectadas e instituciones asociadas, cuya vinculación se generan por características afines, comunes y complementarias (Porter, M. 1997:3) . Menciona al referirse a los alcances geográficos de los aglomerados desde un estado, o incluso una sola ciudad, hasta cubrir países cercanos y vecinos. Entonces los aglomerados pueden adaptarse a varios formatos de variables, dependiendo de su profundidad y sofisticación; la mayoría incluyen compañías de productos finales o servicios, proveedores de insumos, componentes, maquinaria y servicios especializados, instituciones financieras y empresas en industrias conexas.

La definición de clúster es simplemente una ilustración de una aglomeración de un número importante de empresa en un lugar o un espacio físico –geográfico. Sin embargo esta definición genero un cambio importante al concepto del desarrollo regional permitiendo sofocar inclusive los efectos de la globalización en las economías regionales. El mayor de los cambios que se ha generado corresponde, a que hoy en día podemos entender a los clúster de empresas o industria también de tamaños pequeños, cuando históricamente este concepto de lengua inglesa solo era atribuible a los beneficios y los éxitos de las grandes empresas con inserción en los mercados globalizados. Hoy la realidad nos muestra diferentes regiones exitosas con estructuras y organización industrial basadas en las pequeñas y mediana empresas. Resulta de sumo interés entonces para la nueva organización empresarial y económica de hoy día, adecuarse a la globalización a las prácticas cooperativas que se desarrollan a través de la subcontratación y otras relaciones horizontales entre empresas de distinto tamaño, esto con el fin de generar eficiencia colectiva, sin dejar de competir por el mercado (Corrales, S. 2007:186).

Corrales entonces sostiene que los clúster son el resultado del desarrollo de las redes empresariales en los ámbitos local y regional con base en la cooperación y la acción conjunta. Dependiendo de la capacidad de organización de estos empresarios, sus redes

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

son más o menos fuertes para actuar en forma colectiva frente a la competencia internacional. De esta manera encontramos regiones con clústeres más desarrollados y otras que requieren estrategias empresariales para consolidar la cohesión interna, cuyos empresarios se encuentran en desventaja y desarticulados frente a la competencia global. Este autor finalmente determina cuatro fuerza que considera como principales de los clúster: a) el desarrollo tecnológico, que determina el nivel competitivo en la industria y la confianza para otorgar contratos y subcontratos; b) los encadenamientos mercantiles globales, por los cuales una parte importante de la producción de las pequeñas empresas se inserta en el comercio mundial; c) la subcontratación, que hace posible el incremento de los pedidos y los contactos inter-empresariales y c) la cooperación, aliciente sin el cual no puede haber desarrollo regional exitoso.

IMPLEMENTACIÓN PARQUE TEMÁTICO DE LA CRUZ DE SANTA ANA – GENERADOR DE CAMBIOS DE CARÁCTER SOCIOECONÓMICO

La implementación del Parque Temático " La Cruz de Santa Ana", inaugurado en semana santa del 2011 en la localidad Misionera de Santa Ana, desde su implementación comienza a generar en la localidad anfitriona algunos cambios de carácter socioeconómico, cambios ocasionados por el aumento de visitantes, recreacionales o turísticas que llegaban a la localidad de Santa Ana, divisándose además los impactos que generan esas afluencias en el efímero sector comercial y turístico, como en la población en su conjunto, impactos que inducen a un primer acercamiento de la construcción del concepto "desarrollo económico", entendiendo que este desarrollo es el proceso por el cual una comunidad obtiene condiciones para crecer económica, social, educativa y culturalmente (Niding, M. 2001:3): El primer paso hacia el crecimiento se observa a partir de la implementación de la actividad turística en la comunidad; a nivel local se establece la necesidad de intervenir en el diseño de su propio futuro con el acompañamiento del sector privado, sector que asume cada vez mayor participación en este nuevo proceso, de manera que se empiezan a unir los modelos del universalismo y localismo, dos dimensiones de la globalidad, haciendo frente a los cambios y obligando tanto a las empresas privadas como a las instituciones estatales modificar su concepción, ajustando a ellos los desempeños productivos y las formas de gestión. (Niding, M. 2001:3). Una gestión que apunta al desarrollo de una microeconomía, con planteamientos de desarrollo local o economía social en búsqueda de nuevas "canteras de empleo", en lo último el turismo, comienza a tener un rol preponderante como nichos de generación empleos.

La comunidad local observa una rápida trasformación y la producción de un cambio de su tradicional economía agroforestal hacia la economía de los servicios, cambios que apuntan a la generación de sistema económico del turismo que le permitirá captar el carácter que tiene el turismo como actividad económica integradora de una infinidad de

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

ramas y sectores económicos que directa o indirectamente se ven influidos por el proceso evolutivo del turismo (P. Figuerola, 1985, en Paz, S. 2009: 102).

Por lo general al turismo se le puede reconocer tres niveles de participación en la economía; en primer lugar los efectos directos que generan los gastos iníciales en la cadena turística, vale decir, los gastos propiamente de los turistas; en segundo lugar se consideran los efectos indirectos localizados en la series de gastos producidos por el consumo en bienes y servicios que hacen las empresas directamente receptoras del consumo turístico y en el tercer y último lugar, se presentan los efectos inducidos vinculados a la serie de gastos en el ámbito local que tienen como fuente los ingresos de los trabajadores y empresarios del turismo. (Paz, S. 2009:108).

Con esta participación en la economía, el turismo alcanzaría a constituirse en un interesante medio para contribuir al desarrollo local, por lo cual debe comenzar a pensar y a definir el papel que el mismo va a cumplir en los diferentes programas de desarrollo que se planteen en la comunidad a partir del aprovechamiento turístico que genera el desarrollo del parque temático, estas políticas de desarrollo obligaran a estimular en la comunidad las inversiones que hagan falta, capitales que no solo provengan de los entes privados sino también de las organizaciones intermedias, de diferentes asociaciones, de las instituciones sociales e inversión propia de la comunidad anfitriona.

De esta manera la incidencia del turismo en la economía local no es la única observación posible, incide además en los sectores de la cultura, la salud, la educación, la promoción, la comunicación y el medio; (Niding, M. 2001:12) exigiendo del sector público municipal, en forma consensuada con el sector privado y social, una política de regulación en el manejo del recurso, a fin de arbitrar y moderar los conflictos que suelen generarse en la actividad turística (Niding, M. 2001:13); regulando de esta manera el uso del suelo, clasificando el espacio urbanizable, concediendo o denegando licencias para la apertura de actividades o la realización de obras.

Estas regulaciones y concesiones locales giran y apuntan a un nuevo modelo, a un enfoque orientado al desarrollo endógeno, quien deposita su atención en el papel de las iniciativas locales, ya que se orienta a satisfacer las necesidades de la población local fomentando su activa participación y poniendo el acento en su acercamiento al funcionamiento del sistema productivo. (Paz, S. 2009:122), de manera que la producción turística bajo los designios del desarrollo endógeno otorgara un enorme valor de significación a la creación de las nuevas redes productivas. Dichas redes, inscritas en un sistema del turismo atento al desarrollo económico del destino, permitirán vincular las empresas individuales para la creación de productos globales consistentes con la oferta del destino. Pero también exhibirán una especialización productiva dentro de la red. (Paz, S. 2009:102).

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

AGENDA MUNICIPAL Y DESARROLLO LOCAL

La incorporación a la agenda municipal del concepto desarrollo económico local exige pensar en la contribución del turismo a la generación de trabajo y al incremento de la calidad del empleo, pero también se espera que el turismo masivo contribuya al aumento de la productividad y la competitividad empresarial. Los instrumentos para alcanzar dicho sendero de desarrollo serán el fortalecimiento de las empresas, la atracción de inversiones, la integración y diversificación de la estructura productiva, el mejoramiento de los recursos humanos y la coordinación de los proyectos (Gallicchio, 2006 en Paz, S. 2009:105). En este sentido, por sus características productivas, el turismo se presenta como una actividad económica que presenta grandes ventajas para motorizar el desarrollo económico en los territorios. (Paz, S. 2009:105). Estos cambios, orientan a la comunidad de Santa Ana a iniciar la identificación hacia una trasformación económica, trasformación que se produce desde la implementación del Parque Temático la Cruz de Santa Ana.

Con este nuevo fenómeno en marcha, la comunidad local empieza a considerar a la actividad turística como una nueva oportunidad para el desarrollo, situación que se genera de la vinculación de la población local con el turismo con un deseo de trasformación local, convertir a Santa Ana en un polo turístico, entendiendo al mismo como un concepto de integración económica, a través de la implementación de un centro planificado tomando en consideración, los factores ambientales, económicos y socios culturales de la región circundante, identificándose a este polo como una verdadera " Unidad económica motriz", las cuales harán de motor de un determinado espacio social y económico, buscando un desarrollo positivo que generaran cambios estructurales tendientes a que la producción real neta de esas unidades experimenten una mayor tasa de crecimiento. (Cesar, A. 2006:36)

La actividad turística en el mundo es el resultado del desarrollo de redes empresariales con base de cooperación y acción en conjunta en ámbitos globalizados, pero el turismo surge como un verdadero modelo de consumo masivo recién después de la mitad del siglo XX, en la mitad de este siglo paso a ser conceptualizada por contraste con el mundo industrial como "la industria sin chimeneas" (Cesar- Arnaiz. 2012: 7). Dentro del capitalismo, el turismo como modelo de desarrollo genera una doble contradicción, por un lado se presenta como un producto presentándose como una nueva realidad que responde a los imaginarios colectivos que tiene el ser humano en la búsqueda de nuevos objetos de consumos de tiempo libre, manifiestos en deseos y necesidades individuales y colectivos , por otro lado, al turismo , como modelo se lo ha ubicado históricamente y casi siempre como una actividad desvinculada del sistema que se genera, presentándose como un "hecho emergente" (Cesar-Arnaiz. 2012: 7) haciendo realidad los sueños de los visitantes al lugar.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Esta contradicción se platea los impactos del turismo, transformándolos en un modelo neutral que responde al deseo de ocio ocultando los grandes costos de un verdadero y complejo negocio que deben confrontar las comunidades receptoras.

En la actualidad la actividad turística genera constantemente en la comunidad receptora un gran interrogante, el mismo recae sobre una preocupación constante de que el turismo sea aceptado como una alternativa viable al cambio, que permita adecuar, integrar y trasformar a estas comunidades y regiones a este modelo dentro del sistema local imperante. Por esto, el turismo se lo observa como un verdadero modelo casi inexplicable, si no está referido a la totalidad, se identifica como un sistema en permanente trasformación a consecuencia de las grandes trasformaciones, de los grandes cambios tecnológicos-económicos, que readecuan contantemente el modelo y las consecuencias sociales, políticas y culturales (César – Arnaiz. 2012:8).

EL MODELO TURÍSTICO COMO MODELO DE MASAS

En términos de modelo se lo puede identificar al fenómeno turístico como al fenómeno de masas, término que se lo plantea entre los años 50´ y 70´ coincidentemente con el periodo del boom del turismo internacional. Pero este paradigma se plantea de forma diferente en la mitad del siglo XX, si bien es cierto que se seguiría hablando del turismo de masa, el mismo se re direcciona por las necesidades de los mercados pasando a transformase de carácter más personalizado, y que conducen a consumir viajes en vacaciones a distintos lugares del mundo de acuerdo a las posibilidades de gasto del futuro consumidor del destino.

El turismo de masas, como el sistema que los aloja y del cual es tributario, está vigente y en plena actualidad, sin embargo debió adecuarse a la nueva era de la globalidad a los intereses y al funcionamiento del sistema como modelo, esta situación se ve reflejada por su crecimiento constante, debido a que los turistas prácticamente se han duplicado en cuanto a cantidad en todo el mundo. Esta situación se vio beneficiada por la deslocalización de las empresas multinacionales y nueva redistribución geográfica regidas por los bajos costos y legislaciones flexibles.

De esta manera el turismo se integra y formaliza su vinculación directa con el fenómeno de la globalización, generando nuevos escenarios mundiales des-localizado del contexto territorial turístico tradicional, generando inclusive nuevos destinos totalmente artificiales o destinados únicamente para grupos de altísimo poder adquisitivo. La cuestión ambiental también se le suma a esta etapa como una cuestión de conciencia y de protección de territorio. Con este marco y a partir de fantasías e imaginarios se potencializa el turismo dándole un papel cada vez más determinante en la sociedad de consumo, como producto en permanente trasformación y como refugio de anhelos,

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

aspiraciones y frustraciones de una sociedad cuya meta es consumir y en ella la definición y auto-calificación del sujeto. (César -Arnaiz .2012: 18).

El fenómeno de la globalización permitió observar una nuevo concepto de la economía, la economía de carácter intangible a la cual se le incorporo la idea del conocimiento expresándose en términos turísticos como un nuevo producto, la venta de las experiencias, previamente comprobadas por los turistas que quieran hacerla propias, en un formato con nuevo marco de control y de riesgos reducidos, de manera que estas experiencias se transformen en realidad readecuándolos a los nuevos imaginarios del turismo.

EL TURISMO, UN MODELO FUNCIONAL AL CAPITALISMO.

Con estos conceptos el turismo abandona la premisa de ser considerado como algo particular para el sistema, adquiriendo un nivel de ser parte de la cotidianidad. El turismo como proceso integral del sistema posee varias dimensiones, según (Cesar – Arnaiz. 2012: 23) en su artículo "el turismo ¿un modelo funcional al capitalismo?" identifica cinco dimensiones que se articulan entre sí para formar una única unidad dentro del sistema. De esta manera se puede observar la dimensión territorial que integra a los pueblos y culturas, recicla lugares en crisis, revaloriza zonas con potencial de negocio, creando nuevos territorios para ampliar la geografía del turismo. La segunda dimensión, hace referencia a la económica que integra el modelo al sistema, al mercado financiero mundial que genera una larga cadena de servicios, que va desde el alojamiento al trasporte, la gastronomía, la compra de los turistas y el abastecimiento del propio modelo turístico. La tercera dimensión es de carácter ideológico y responde a una función central del sistema: el consumo permanente, complementado con la función de comparación y revalorización de los pueblos recientemente integrados. La cuarta dimensión social, que se da en las sociedades de acogida y que se expresa en el efecto demostración de la contraparte ciudad turística. La quinta y última dimensión hace referencia a la política, el estado actúa como un verdadero garante del proceso que subvenciona al empresariado con otros servicios debido a que el papel político del turismo es transformar la esperanza en meta de desarrollo para mejorar la sociedad.

Esta ultima dimensión coincide plenamente con la definición de La (OMT) Organización Mundial del Turismo cuando define a la Política Turística como la acción que desarrolla el sector público desde el conjunto de administraciones e instituciones que lo componen y que afectan de manera relevante a la actividad pública

Con estas premisas, la comunidad local de Santa Ana considera como una oportunidad de desarrollo local su vinculación al turismo a partir de la construcción del Parque Temático y la trasformación de San Ana como un Polo turístico". Entendiendo, la

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

trasformación económica a la vinculación existente entre el parque temático Cruz de Santa Ana y la actividad turística, como una herramienta de la estrategia de desarrollo local, debido a que esta situación se comienza a divisar como un reclamo de interés de la sociedad y por la generación de impactos indirectos en diversos sectores y ramas económicas locales. El incremento y la diversificación de la oferta turística de la provincia de Misiones, se orienta hacia la implementación de políticas provenientes del estado provincial que apuntan al desarrollo de productos turísticos innovadores que respondan a las exigencias de la demanda nacional, regional y de carácter internacional. Misiones busca convertirse definitivamente en un destino competitivo en materia turística apostando a políticas que le permitan posicionarse de la mejor manera en el entorno globalizado altamente cambiante.

Al estado provincial le compete un rol protagónico en el desarrollo de los destinos turísticos en la provincia, en virtud a que es la administración quien tiene el poder de crear políticas públicas, como así también la creación del marco de acción legal y financiero que la actividad turística requiere para su desarrollo, por lo tanto es importante entender a la política pública como un conjunto de elementos necesarios para la aplicación de acciones para resolver problemas o cuestiones de interés. En este sentido (Méndez, José S, 1988: p 35); define política turística como "un conjunto de acciones que realiza el Estado en materia turística con el fin de fomentar el turismo interno y externo y las actividades ligadas a este.

Cuando describimos a política turística, nos referimos una parte de la política que establece las directrices de ordenación, planificación, promoción, y control de la actividad turística en un país llevados a cabo por los poderes públicos, que se convierten en agentes turísticos a través de los órganos de la administración pública.".(Montaner, Montejano. 1998:33)

De esta manera y por medio de la acción de las políticas públicas y estableciendo acciones de gobierno en materia de turismo, el estado provincial toma de la decisión de la construcción del primer parque temático en la provincia de Misiones, el Parque temático Cruz de Santa Ana, con el objetivo de desarrollar turísticamente a una de las localidades económicamente más pobre del sur de la provincia; transformándola un nuevo polo turístico en un futuro no muy lejano. Esta decisión política modifica el escenario del turismo provincial, generando nuevos desafíos y oportunidades para la inversión estatal, De esta manera, a las funciones tradicionales que le competen al estado de planificar y regular la actividad turística, se agrega implícitamente la de impulsarla. (Villar, A. 2009: 51)

Con esta premisa, se puede considerar entonces, que la política turística de carácter público, busca alcanzar resultados coordinados con diferentes sectores sociales y políticos, con objetivos comunes, trasformar a la comunidad anfitriona y contenedora del PT La Cruz, en un destino turístico; siendo esta la forma en la que el estado provincial

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

adopta mecanismos para generar políticas turísticas y hacer de Santa Ana un destino turístico a su vez competitivo. Mecanismo que pueden ser implementados por el estado directamente o a instancia de este. Esto significa que el estado es el responsable de las políticas públicas en la medida que es el que cuenta con la capacidad de imponer legalmente sus decisiones, pero no significa que necesaria mente tenga que implementar directamente las acciones. Estas se pueden llevar adelante a través de empresas. (Villar, A. 2009:55) Coincidente con esta visión de mecanismo y políticas públicas, el estado provincial confiere al IProDHa (Instituto Provincial de Desarrollo Habitacional Misiones) la ejecución de la obra del PT en marzo de 2008.

NUEVOS ESCENARIOS DEL TURISMO – DESAFÍOS Y NECESIDADES DE DESARROLLO LOCAL

Este nuevo escenario del turismo genera desafíos y oportunidades para la intervención constante del estado y le otorga un lugar estratégico en el destino para diferenciarse y posicionarse, buscando el bien común. Esto último unos de los objetivos pilares de la definición de políticas turísticas que encontramos en el Tesauro del ministerio de turismo de la nación, aprobado por Resolución ministerial Nº 31- Febrero del 2012 – quien define a la política turística como: el conjunto de decisiones en materia turística que integrados armoniosamente en el contexto de una política de desarrollo, orientan la conducción del sector y norman las acciones a seguir, las cuales se traducen en estrategias y cursos de acción.

PARQUES TEMÁTICOS - TIPOLOGÍAS

A los efectos de conocer que se concibe por parques temáticos en el mundo globalizado del turismo, a continuación se presentan algunas definiciones, surgidas de diferentes posturas;

- Desde el requerimiento de grandes inversiones, se lo puede definir como: un lugar lúdico consagrado a la distracción y al juego, un espacio cerrado organizado alrededor de uno o diversos temas (Chasee 1993 en Salvador, Clave. 1999: 86),
- Desde su tipología se lo puede definir también como la: representación de una tipología emergente de turismo en la que se ha logrado ofrecer una nueva dimensión que trasciende la tradicional oferta turística, International Association of Amusement Parks and Atrtactions 2029 (Lardies Bosque, R. 2005 p150),
- Desde la concepción del uso del espacio, lo define como: un marco territorial ficticio basado en la simulación a escala de otros espacios reales o imaginarios (Lardies Bosque, R. 2005: 150).

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Para Antón Clave, la industria de los parques temáticos tiene sus raíces en los jardines europeos modernos, las ferias populares y los parques de atracciones (Antón Clave. 1999: 86); estos tipos de atracciones poseen un gran crecimiento en los últimos tiempos en el mundo globalizado.

Los antecedentes muestran que está convencionalmente aceptado decir que, el primer parque temático propiamente dicho es considerado a Disneyland en Anaheim, California (J. Adams, 1991 en Antón Clave. 1999: 86) entonces es más que valido asegurar que los primeros parque temáticos se originaron en América del Norte y continúan más tarde su desarrollo en los países de la Unión Europea, Japón y en las economías emergentes como Asia. El propósito de los parques temáticos obedece a generar nuevas experiencias de consumo recreativo generalmente para un gran número de visitantes en un marco territorial de fantasía basado en la simulación a escala de otros espacios reales o imaginarios, que en ocasiones hasta pueden superar la realidad (Cazes, 1998).

Los parques temáticos son recintos de ocio y entretenimiento con base en un argumento o hilo conductor (Cesar –. Arnaiz. 2006:72) los autores, sostienen que, el espíritu de los parques corresponde siempre al discurso de la fantasía y que los mismos tienden a estar ubicados o situados donde puede interrelacionarse con el entorno natural, por estas circunstancias los parque temáticos generalmente se encuentran ubicados en espacios no urbanos. Estos parques son habitualmente centros que complementan al turismo identificándolos como centros recreacionales, debido a que los visitantes siempre se encuentran alojados en centros turísticos muy cercanos al parque.

Entre las características más generales que encontramos en las definiciones de los parque temáticos se destacan: una apariencia familiar, uno o más ambientes temáticos, incluyendo actores de entretenimientos, un nivel de inversión elevado, altos estándares de calidad, servicios y limpieza, actividades suficiente para mantener al visitante por más de 7 horas diarias y generalmente utilizan la política de pago único por admisión diaria (Arnaiz B. –Arnaiz, F. C. 2005: 31).

Entendiendo que los PT son centros de ocios estos autores definen un mínimo de duración de los visitantes en el parque, situación que plantea que los entretenimientos deberán ser atrayentes, encantadores y sumamente seductores para generar la una mayor estadía marcada en horas.

Estos atractivos surgen como un producto turístico en virtud de que se presentan con un carácter propio y fundamentalmente como un elemento de atracción turística y como un destino complejo, por lo general localizada en las periferias o en entornos urbanos, (Antón Clave. 1999:89). Esta situación general le cabe al parque temático la Cruz de Santa Ana, que se localiza en la periferia de la localidad homónima y se constituye como un elemento acaparador de una corriente turística que por su temática se adapta

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

muy bien a las trasformaciones detectadas en la demanda turística, respondiendo además a los cambios cualitativos de ocupación del tiempo libre en aprovechamiento de nuevas necesidades de ocio por parte de la población. Este parque como la mayoría de los parque temáticos se caracterizan por una representación de una nueva tipología emergente del turismo, con la cual se ha logrado ofrecer una nueva dimensión que supera ampliamente la actual y tradicional oferta turística existente en el lugar y en la región.

De esta manera, las pautas que se han detectado para el desarrollo de los parques temáticos en general están condicionadas por estrictos requerimientos de localización. Estas incidencias corresponden al propio alcance y dimensión que genera el parque, en particular puede definirse como un parque regional que satisface las necesidades de una demanda localizada en un entorno máximo de 2 horas o puede considerarse de destino cuando genera flujos turísticos propios (Antón Clave 1998: 87). Este es el caso del parque temático Cruz de San Ana, su localización cercana a la ciudad capital cumple con el primer requerimiento de localización de demanda localizada en una opción recreativa válida para la región o para excursionistas, viendo a Posadas como ciudad centro de servicios. La elección del emplazamiento también cubre los criterios determinantes para su localización, sintetizadas en: las facilidades de acceso, los medios de trasporte públicos y la calidad del entorno (Fuertes Eugenio, Ana M. Molina Puentes. C A. 2000:44).

El PT la Cruz de Santa Ana, posee una localización rural con una clara incidencia en las actuales tendencias de construcción social de un nuevo espacio urbano, observándose que el mismo espacio va integrando a nuevos espacios corporativos, como una posibilidad estratégica para ampliar oportunidades de nuevos negocios, nuevas aéreas comerciales, hoteles y posible zona de entretenimientos. De esta manera los principios de desarrollo planteados únicamente para el parque temático se han trasladado al conjunto de la actividad recreativa y turística que están influyendo en la propia re planificación urbana tendiente a convertir en la localidad de Santa Ana en un polo turístico. Con estos criterios se puede asegurar que el estado provincial adhiere a un modelo de políticas de parques temáticos que se relaciona con una política de oferta así como lo plantea, (Secall, R. E. 2001: 40), entendiendo a los cambios que se detectan en la demanda, debido a que la concepción de la ocupación del tipo libre en actividades de ocio del tipo tradicional se encuentra frente a un cambio cualitativamente de carácter sustancial, concibiendo a los parque temáticos como las mejores respuestas frente a este tipo de demanda y necesidad manifiesta. Por esta razón es perfectamente válido y necesario llevar a cabo una política de oferta turística que haga frente exitosamente a estos nuevos retos. (Secall, R. E. 2001:41).

Con la adopción de estas políticas, la localidad anfitriona empieza a definir nuevas características y dimensiones de los espacios de destinos turísticos que comienzan a variar a consecuencia de los cambios que se originan en la demanda o como

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

consecuencia de la dotación de servicios e infraestructura, privadas o públicas. (Gordon y Goodall 1992:41, en Antón Clave 1998: 29) Desde el punto de vista de la evolución del espacio turístico, (Chadefaud. 1987: 41en Antón Clave. 1998: 29) plantea un modelo sistémico caracterizado en tres momentos, el de creación, el de madurez y el de obsolescencia del producto, en este marco el espacio turístico de San Ana se encuentra en la primera etapa, no obstante se tendrá como marco referencial la evolución de la ciudad turística en relación a su magnitud y a la calidad de la oferta de los diferentes espacios de destino, incorporando al análisis la dinámica que se produce en este núcleo turístico en su fase de desarrollo urbano regional y en su etapa de reestructuración global de la economía.

EL TERRITORIO COMO FACTOR DE TRANSFORMACIÓN

Bajo este esquema también se entiende al territorio como un factor de transformación, en donde los actores se desarrollan interrelacionándose, y no como un soporte pasivo de las actividades (Vázquez Barquero. 1997:195). Esta definición, claramente permite adelantar la potencialidad que se tiene que entender al territorio como un ente que se nutre de las acciones de sus gobiernos, empresas e instituciones para lograr el incremento de su competitividad de acuerdo con lo descripto por (Paz, S. 2009: 99).

El carácter sistémico de la competitividad en los destinos turísticos promueve la obtención de ventajas que vienen dadas por rasgos relacionados con los recursos naturales y socioculturales que los han colocado como verdaderos enclaves turísticos. Sin embargo, también impulsa el anclaje en ventajas competitivas como calidad, imagen, formación de recursos humanos, innovaciones, procesos de aprendizaje, valor de la experiencia y los conocimientos generados, que junto con la mejora de los canales de comunicación y medios de información, producen una verdadera re significación de los entornos locales (Paz, S. 2009:100).

En este contexto, el parque paulatinamente comienza a convertirse en un atractor de la región, vislumbrándose una conectividad espacial con las Misiones Jesuítico- Guaraníes de Santa Ana, Loreto y San Ignacio desde lo temático y desde lo territorial, conformando y delineando una posible región con vinculación a diversos corredores turísticos. Corredores con sitios históricos con una fuerte vertiente cultural e histórica en sus ciudades, alguna de ellas poseedoras de una riqueza de carácter monumental indiscutible como es el caso de las Reducciones Jesuíticas de San Ignacio, creyendo que la construcción de este parque temático contribuiría con el desarrollo de la implementación también de nuevos productos turísticos culturales e incorporándose a la localidad de Santa Ana y su oferta de atractivos

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

a la ***oferta del corredor turístico internacional de la ruta jesuítica***, (Brasil, Paraguay y Argentina)

DESTINO TURÍSTICO

De esta manera se hace necesario definir el concepto de destino turístico a lo cual se lo puede considerar o definir como un lugar, ciudad, comarca, corredor, región, provincia, país, etc.; que reúne homogeneidades de recursos e identidades que permiten el desarrollo de productos turísticos compartidos (Wallingre N. Villar, A. 2009: 23), y que debe disponer de servicios, infraestructuras e instalaciones, englobados mediante un tejido institucional favorable que permita satisfacer las necesidades de la demanda. Su existencia encuentra como punto de partida, salvo en casos excepcionales, la posesión de recursos (Sáez Cala. 2006: 48).

La posesión del recurso en este caso particular de la localidad de Santa Ana el PT no definirá por si solo como al destino turístico, necesariamente se deberá responder a las necesidades del mercado, puesto que un destino turístico funcionara siempre y cuando responda a los deseos del mercado (Wallinge, N. Villar, A. 2009: 23), su atractividad estará dado por el número de visitante durante todo el año generando un flujo lo suficientemente importante como para convertir a la actividad en una de las bases de la economía. El destino es en definitiva un producto que conjuga recursos, sean naturales o artificiales con servicios (Ejarque, J. 2003: 28), vale recordar que los atractivos se pueden crear artificialmente, este es el caso del PT.

Wallingre, refiere que “la mayor parte de los destinos turísticos son transformaciones de lugares monótonos y corrientes en lugares donde sus dimensiones exóticas y extraordinarias son destacadas y resaltadas” (Wallingre, N. 2009:23). Todo destino turístico independientemente de su tipo o de que se precie como tal, debe decidir qué tipo de destino quiere ser, esta no es la excepción de Santa Ana, que se encuentra planteando este interrogante desde la etapa inicial de desarrollo del PT, pero la simple posesión de un atractivo solo no es una situación capaz de convertir un espacio geográfico o un territorio delimitado en un destino turístico. Su desarrollo se construye a partir de la creación de infraestructuras, equipamientos, productos y servicios que permitan posicionarse en el mercado. En su planificación debe considerarse tanto la rentabilidad económica que pueda producir como la sustentabilidad ambiental y sociocultural. (Wallingre, N. –Villar, A. 2009:24),

Cualquier destino turístico debe asumir el rol protagónico de definirse qué tipo de destino turístico quiere ser o puede ser, un destino considerado bueno debe poseer “cinco A” atracctions (atractivos), accessibility (accesibilidad), amenities (servicios), accommodation (equipamiento) y activities (actividades) (Ejarque 2003: 183), este autor

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

define entonces que la creación y tipo de un destino dependerá de los recursos con que cuente, entendiendo que los mismos se podrán crear artificialmente, para desarrollar la línea de producto, (Wallingre N. 2009: 28) este es el caso de Santa Ana.

Con estas consideraciones Santa Ana debe asumir su visión de destino estratégico considerado y analizando su evolución enmarcándose en un contexto general por el atractivo construido ya desarrollado, los empresarios del sector, la organización territorial, su organización espacial y las políticas locales, acotando una realidad en particular con características que le son propias. El destino turístico Santa Ana se encuentra en una etapa de enunciación de un modelo para su desarrollo como destino. Para la presente investigación se analizan 5 tipologías o modelos propuestos para el desarrollo de destino, espontaneo, planificado, extensivo, integrado, catalítico y dependiente (Pearse. 1991: 29).

Del análisis de ***los modelos anteriormente planteados y analizados se considera que este destino se encuentra focalizado como un modelo de desarrollo del tipo extensivo***.

Extensivo, porque se lo puede considerar como una alternativa que incorpora la construcción de nuevos complejos funcionales caso del PT, acompañando la expansión de los vigentes. Estos complejos poseen además una infraestructura qué tiende a vincular y unificar toda la región. (Wallingre, N. – Villar, A. 2009: 32). Esta es una de característica del destino que unifica una región a partir de un atractivo con el aprovechamiento de la infraestructura existente, si bien es cierto que el estado continua cumpliendo su rol vital, el sector privado en este caso los prestadores de servicios turístico también son parte del desarrollo acompañando a la políticas públicas. La situación que mas acerca al modelo considerado como extensivo radica desde el enfoque del empleo y del espacio, porque la misma contempla la ordenación integrada que se centran en el respeto a la escala local, en la participación de la población residente y la distribución de los beneficios en estas (Wallingre N. Villar, A. 2009:32) considerándose como una potencialidad el contacto entre residentes y turistas.

Esta tipologías como metodología y propuesta de estudio apuntan hacia la incorporación de modelos de desarrollo del tipo incluyente, tendientes a un modelo de desarrollo que integre y beneficie en mayor medida a la comunidad residente aspirando a una mayor equidad social, procurando el desarrollo integral armonizando el empleo del territorio y el patrimonio , con la implementación de infraestructura y servicios que permitan armonizar el estándar de vida requerida por la comunidad con la lógica de la rentabilidad (Wallingre, N. – Villar, A. 2009: 39).

DESTINO SANTA ANA

El destino Santa Ana, no se escapa a las generales de la clasificación según las tipologías de los destinos turísticos de acuerdo a su oferta. La clasificación corresponde a

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

modelos de destinos contenedores y a destinos productos (Ejarque; 2003:53). El primero hace referencias a ciudades o zonas que cuenten con atractivos importantes y que carecen de políticas de incentivos al turismo. La segunda incluyen a lugares destinos-productos que garanticen prestaciones y diversión para que el turista se mantenga activo pero que no crean un oferta debido a que la demanda no cuenta con la posibilidad de conocer de ante mano el precio de mercado. El destino Santa Ana claramente se encuentra identificada con el modelo de destinos contenedores, cuenta con un atractivo relevante implantado desde el estado provincial con la anuencia del municipio, pero que carece de políticas o programa de incentivo al turismo en un nuevo espacio geográfico de aprovechamiento territorial de jerarquía local. Este mismo autor identifica a los llamados destinos difusos que por definición se acerca aun más a las principales características del destino Santa Ana. Entendiendo como principal particularidad de los destinos difusos: productos y atractivos que no están integrados entre sí a raíz de la falta de políticas de coordinación y como resultado no cuentan con una personalidad clara en el mercado, lo que dificulta su posicionamiento (Wallingre, N. – Villar A. 2009: 39). Esta falta de integración horizontal buscando la integridad y la articulación que favorezca una homogeneización de los servicios, la infraestructura el equipamiento turístico y las actividades que en definitiva forma parte de un producto turístico característico de un destino único, pero con falta de personalidad, debe analizarse desde lo sistémico, la organización y el funcionamiento.

Este formato de análisis nos hacer llegar a la definición del modelo one-to one, también llamado de fragmentación (Ejarque.2003:34), que se produce cuando las empresas se caracterizan por una espontaneidad total no existiendo ningún tipo de colaboración entre operadores y administradores del destino, situación entendible cuando anteriormente se expresa que el destino no posee ningún tipo de incentivo al turismo y que la radicación de los prestadores de servicios turísticos en Santa Ana se origina a partir de la oportunidad comercial que posibilito la construcción e implementación del PT la cruz de Santa Ana. En definitiva el destino no cuenta con una propuesta comercial organizada en el mercado (Wallingre, N. – Villar, A. 2009:43), este contexto responde a que esta localidad se encuentra en la etapa inicial de su desarrollo buscando su perfil como destino turístico.

Se hace necesario recordar nuevamente en este momento que “un destino turístico funcionará siempre y cuando responda adecuadamente a los deseos del mercado” (Ejarque. 2003: 28). En ese sentido, desde “Un territorio que, con una marca, un precio y, por lo tanto, un lugar en el mercado, mantiene durante una gran parte del año un flujo de visitantes y de turistas lo suficientemente numeroso como para convertir a la actividad en una de las bases de la economía. El destino es en definitiva un producto que conjuga recursos, sean naturales o artificiales, con servicios” (Ejarque; 2003: 28).

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Para Rodrigo. C. González; un destino turístico está compuesto de atributos, que pueden estar basados en recursos naturales, creados, o abstractos, un conjunto de facilidades y servicios turísticos dirigidos a satisfacer las necesidades de los turistas o consumidores potenciales. (González, R. Mendieta, M. 2009: 122). Es oportuno, en este texto, acotar los conceptos de recurso turístico y producto turístico, respectivamente. En este sentido, se sabe que toda actividad turística se apoya en un recurso y se entiende por recurso turístico todo elemento natural, toda actividad humana o todo resultado de esta actividad humana que puede mover y generar un desplazamiento por motivos esencialmente de ocio. (Repositorio/MGTS: 61).

Dicho de otra manera, los recursos turísticos son la base sobre la que se desarrolla la actividad turística; son aquellos atractivos que, en el contexto de un destino, pueden generar interés entre el público, determinar la elección y motivar el desplazamiento (Altés Machin. 1994:38).

Estas cuestiones de nuevos flujos de visitantes originados por el interés de conocer el nuevo atractivo PT y la nuevas oportunidades de negocios, producen cambios que repercuten en la economía local, una población con la intención de dejar de lado lo más pronto posible la economía agro – forestal e incorporarse rápidamente a la economía de los servicios, basados en la visión de que el parque temático Cruz de Santa Ana, mantiene durante una gran parte del año un flujo de visitantes y de turistas lo suficientemente numeroso como para convertir a la actividad turística en una de las bases de su economía local, apuntando con ello y teniendo como objetivo el desarrollo económico local promoviendo con ello oportunidades de empleo en actividades que potencien a la comunidad, mediante el uso de los recursos humanos, naturales e institucionales y físico existentes. (Blakely. 1994: 22 en CEPAL, 2000: 7), De esta manera el PT se incorpora y asume al concepto de convertirse en un centro turístico integrado, sinónimos para muchos de Polos de desarrollo turísticos. Concepto ideal para las ciudades turísticas “porque se generan de la unión de una compleja red de unidades de rendimientos creciente de escala y economía externas” (Cesar - Arnaiz. S 2004: 11)

Esta premisas finalmente generara un par de efecto sobre la estructura local productiva, la primera con características de agrupamiento, clúster y efectos técnicos hacia atrás que serán las industrias complementarias al turismo, que integraran el proceso productivo general, la segunda los efectos sobre la demanda incidiendo en un cambio hacia la innovación , incentivando al ocio tendiente a acelerar el consumo.

En este marco de estructura local productiva y de agrupamiento se hace necesario recordar el concepto de clúster, entendiendo que son concentraciones geográficas de empresas e instituciones interconectadas, que actúan en determinado campo (Porter, M. 1999:32). Agrupando a una amplia gama de industria y otras entidades relacionadas a la hora de competir. Este autor sostiene además la necesidad de incorporar a las empresas,

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

a los proveedores de materias primas y de insumos, los proveedores de maquinarías, los proveedores de servicios y de infraestructura especializada, de manera que produce una integración hacia atrás y hacia adelante llegando a la demanda y a los canales de distribución, como así también una integración vertical incluyendo a organismo estatales, universidades, centros de estudios y asociaciones de comercios. Un clúster, por lo tanto, es una manera alternativa de organizar la cadena de valor. (Porter, M. 1999:34) alentando a una mejor coordinación y generando mayor confianza propiciando vínculos formales como alianzas, redes y asociaciones de empresas o instituciones de carácter solido ofreciendo ventajas en términos de eficiencia y flexibilidad, con actores interconectados que producen bienes, servicios e innovan. Por su parte, las redes son también formas de organización y cooperación entre empresas no adscritas necesariamente a una determinada área geográfica, mediante las cuales las empresas pueden acceder a servicios especializados a un menor coste y persiguen lograr ventajas competitivas. (Sáez Cala. 2009: 59)

En el contexto de estas conceptualizaciones se hace primordial definir el concepto de encadenamiento productivo: “Concentración sectorial y/o geográfica de empresas que se desempeñan en las mismas actividades o en actividades estrechamente relacionadas (Ramos Joseph. 1999:30).

La localidad de Santa Ana es un destino básicamente emergente que busca encontrar su perfil turístico bajo un modelo de desarrollo del tipo extensivo como destino**.** La radicación de PT, obliga a la localidad a reorientar su estructura económica buscando en el turismo una nueva fuente genuina de ingresos y de redistribución económica capaz de generar un efecto equilibrador y dinamizador de la debilitada economía local, buscando mayores niveles de crecimiento y desarrollo económico.

La expectativa local radica a que en un corto plazo las empresas turísticas radicadas en el municipio cooperen para la mejora de la competitividad fortaleciendo la débil economía, este nuevo enfoque hacia el turismo posibilita pensar en la conformación de un clúster turístico como una herramienta de la planificación que buscara una vía para superar las debilidades de las pequeñas empresas, buscando actores que cooperen y compitan para ofrecer un producto turístico integrado. (Sáez Cala. 2009: 60).

Relacionar las generalidades de un clúster y llevarlo a las particularidades del clúster turístico, se relaciona con una integración vertical, horizontal y diagonal en el marco de la actividad turística, que busca la eficiencia en las cadenas y se preocupa por el incremento del valor turístico. (S Paz. 2009:120). La conformación del clúster turísticos será el resultado de la localización conjunta de empresas complementarias, que directa o indirectamente se relacionan con el turismo, pero que se benefician de las redes preexistentes de sus miembros y de la dinámica de alianzas, añadiendo valor a la experiencia turística global. (Sáez Cala. 2009: 59), gestionándose a partir de las

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

relaciones público –privado con la participación de las diferentes estructuras del estado provincial y local, promoviendo acciones conjuntas al momento de diseñar propuestas, programas o políticas turísticas, buscando un posicionamiento competitivo del destino en el mercado.

La actual situación de crecimiento local en vías de conformación polarizada deberá dar lugar nuevos polos de crecimientos apuntando al desarrollo local sosteniendo a la actividad turística como una fuente generadora de divisas y como gestor de desarrollo regional consolidando los procesos de localización buscando un equilibrio en el desarrollo de nuevos clúster, apuntando al funcionamiento en red de las empresas facilitando las transacciones comerciales que atan las relaciones entre operadores, empresas y consumidores. (Paz, S. 2009: 111) Pero también facilitando de alguna manera las transacciones técnicas buscando acuerdos entre empresas a los efectos de fortalecer la capacidad competitiva.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

POLÍTICA TURÍSTICA – CARACTERIZACIÓN DE LA POLÍTICA TURÍSTICA PROVINCIAL

La documental analizada para la presente investigación nos demuestra que, la gestión de los destinos turísticos no es una tarea simple de llevar a cabo por parte del Estado, es dinámica y sumamente compleja que demanda la participación de un entramado de actores, entre lo que se destacan, los estatales y particularmente los gobiernos locales (Wallingre, N. Villar, A. 2014:9).

Aunque los niveles y ámbitos de la intervención varían, el concurso del Estado en el desarrollo de la actividad turística resulta indispensable debido a tres razones fundamentales: la potencial contribución del turismo al bienestar social y la necesidad de integrar esta actividad dentro de las coordenadas propias de un desarrollo sostenible, y la afectación de bienes públicos en el proceso de producción turística o como consecuencia del mismo (Josep A. Ivars. 2002:93).

La gestión de un destino turístico comprende un proceso de decisiones y acciones en el que participan numerosos actores del sector público y privado, como así también la sociedad civil (Wallingre, N. Villar, A. 2014: 9).

CONSEJO PROVINCIAL DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL (2007)

El Estado provincial coincidente con estas valoraciones académicas y entendiendo que, en la planificación de un destino turístico intervienen diferentes aéreas del estado involucrados directamente o indirectamente, buscando un ordenamiento territorial, en el año 2007 crea la Subsecretaria de Ordenamiento Territorial en el ámbito de la Secretaria de Estado de Hacienda, Finanzas, Obras y Servicios Públicos.

En ese mismo año el Poder Ejecutivo pone en marcha el primer Consejo Provincial de Ordenamiento Territorial, a través del Decreto 245/07, como cuerpo que nuclea a los diferentes organismos con la finalidad de evaluar proyectos y programas que involucren la transformación y uso del territorio. De esta manera el estado provincial retoma el rol protagónico del estado planificador, por un lado con la creación Subsecretaria de Ordenamiento Territorial y por el otro a través de un decreto crea el Consejo Provincial de Ordenamiento Territorial como herramientas para hacer más eficiente y sostenible en el tiempo la inversión pública, facilitando la cooperación interinstitucional y la colaboración sectorial para la definición de una nueva organización territorial, entendida ésta como una responsabilidad indelegable del Gobierno de la Provincia. (CPOT: 2010)

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

A poco de crearse estos espacios técnicos –políticos, se presenta el primer documento denominado "Consejo Provincial de Ordenamiento Territorial: Primer Informe de Avance 2009-2010, Municipio de Santa Ana". En este informe se presentan las primeras actuaciones realizadas por el consejo recientemente creado, el informe corresponde específicamente a la actuación en la localidad de Santa Ana, acciones que buscaban un rumbo en la organización territorial como un instrumento para el desarrollo de la región sur de la Provincia ***y con una clara visión estratégica al turismo y la construcción de la obra emblemática del Parque Temático del Cerro Santa Ana***. Este documento entiende a la obra del PT como iniciativa destinada a integrar una fuerte inversión pública con su entorno, como un proyecto "palanca" que enriquezca, potencie la oferta turística como una oportunidad para estimular el crecimiento y desarrollo de Santa Ana y su gente. Este último punto deja en claro el papel del estado, un estado impulsador y planificador. (Villar, A. 2008: 51)

Con la presentación de este documento está claro que el estado sin renunciar a sus obligaciones en cuanto a la promoción turística y al contralor de los prestadores de los servicios turísticos también asume la responsabilidad de impulsar un nuevo atractivo turístico y de planificar de cara al futuro un destino y que este se trasforme en un verdadero polo de desarrollo turístico, de esta manera adquiere relevancia la visión estratégica y los formatos de una nueva relación estado sociedad y la sinergia que se pueda generar en la articulación publico privada (Villar, A. 2008: 51).

De esta forma el estado provincial, establece una primera relación institucional con el Municipio de Santa Ana, ***asignándole a la comunidad local autonomía suficientes convirtiéndoles en garantes de su propio desarrollo***. El municipio adquiere un nuevo rol e inicia su camino de fortalecimiento, a la vez que se complejiza tanto sus responsabilidades y decisiones (Wallingre, N. Villar, A 2014:7). El proceso se inicia con una toma de conocimiento de la situación general, identificando los antecedentes de planificación, sumados a los requerimientos específicos planteados por el municipio. El primer diagnóstico situacional permitió efectuar un planteo general de trabajo, estableciendo finalidades consensuadas, con objetivos generales definidos con propuestas metodologías de trabajo. Estos requisitos son considerados como iníciales que posibilitaron instruir un proceso de planificación para orientar la gestión del territorio por parte del municipio con la asistencia técnica de la Subsecretaría de Ordenamiento Territorial.

La voluntad de las partes para avanzar y profundizar el desarrollo e implementación del proceso propuesto, se legitima e institucionaliza mediante la firma de un convenio entre la Subsecretaría y la Municipalidad de Santa Ana. El proceso siguiente a la firma del convenio, continúa en dos instancias metodológicas obedeciendo a las particularidades

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

que presenta el Municipio. Los procesos de transformación local se manifiestan en dos escalas claramente diferenciadas.

a) Escala urbana – regional con actuación Provincial, Nacional y/o Binacional:

- En esta escala se destaca la existencia y/o ejecución de grandes obras de equipamientos con distintas finalidades:
- Jerarquización del recurso reconocido a nivel internacional, Reducción Jesuítico-Guaraní.
- Creación de la Reserva Campo San Juan presentado como atractivo con potencial de recurso turístico.
- Construcción Parque Temático Cerro Santa Ana, orientado al desarrollo de la actividad turística.
- Construcción del Nuevo Puerto, obra que potencie el perfil productivo de la región.

b) Escala Local con actuación Municipal, problemas propios del crecimiento urbano con proceso de evolución espontáneo, presentando diferentes grados de consolidación, y con tendencia de crecimiento. Las dimensiones analizadas corresponden a distintas escalas, sus problemáticas e improntas responden a naturaleza diferenciadas. El plan comprende que las mismas operan conjuntamente sobre un mismo territorio; entendiendo que esta situación podría representar una oportunidad para el desarrollo socio económico, no solamente de la comunidad de Santa Ana sino de toda la región. Con esta idea central es que se encaró la prosecución del trabajo.

Con este marco se trazó estrategias de trabajo, con el abordaje de modo simultáneo de las dos escalas mencionadas. Por un lado la Municipal, lo intrínseco y propio, apuntando a un fortalecimiento institucional que motorice, acompañe e incorpore los procesos de cambio del modo más conveniente posible; por el otro, la escala Provincial mediante la convocatoria al Consejo Provincial de Ordenamiento Territorial, ámbito político - técnico adecuado para el tratamiento del las grandes proyectos.

La Subsecretaría de Ordenamiento Territorial antes de avanzar en el abordaje de la problemática específica que le confiere la intervención en Santa Ana, identifica como antecedentes más próximos de planificación; dos trabajos. Uno de ellos hace referencia a la planificación estratégica del turismo para Misiones, (Consultur: 2000) y un segundo de carácter más sectorial denominado Plan de Ordenamiento Urbano de las localidades de San Ignacio, Candelaria, Santa Ana y Loreto, justamente este segundo trabajo tiene intervención y actuaciones en la localidad de Santa Ana.

PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE MISIONES (2000)

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

El primer antecedente analizado data del año 2000; corresponde al primer "Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de la Provincia de Misiones". El mismo fue encargado por el estado provincial a la firma española Consultur, cofinanciado mediante un convenio suscripto con el Concejo Federal de Inversiones (CFI), aprobado por Decreto 1095/00. En el mencionado trabajo se han identificado una serie de Áreas geográficas que contenían Atractivos turísticos con particularidades semejantes. El mencionado plan genero además planteos de esquema de desarrollo a partir de la utilización de "corredores" turísticos, consistentes en la agrupación de espacios turísticos que comparten un eje temático común. Con estas premisas básicas se identifican las regiones: del mate, en la región sur de la Provincia; de las sierras centrales, en la zona centro; el corredor verde o de la selva misionera, que se extiende desde la zona centro hacia el norte de la provincia; la región de las misiones jesuíticas, atravesando transversalmente la zona sur desde la ruta 12 hacia la costera 2 sobre el Río Uruguay; la zona del Alto Paraná, que va desde el norte de las Misiones Jesuíticas hasta Iguazú y el Alto Uruguay que nace desde las Misiones Jesuíticas de Santa María, pasando por el Parque Provincial Moconá hasta Bernardo de Irigoyen en el extremo nororiental, por último integra también a las localidades de Puerto Iguazú y Posadas como regiones turísticas. (Planta Trecc Consultores. 2007: 19)

La ejecución del Plan Estratégico de Turismo (2000 - 2003) demandaría una inversión de 24 millones de pesos - dólares y un trabajo de cuatro años para poner en condiciones a la infraestructura, los servicios y concientizar a la sociedad para recibir una importante cantidad de turistas que "dejen rentabilidad" y que generen empleo, lo dijo el español Joan Serra director de la consultora Consultur, el día 20 de junio del 2001, día que presentó el programa a la comunidad en su conjunto, las actuaciones que se fijaban corresponderían a un horizonte de ejecución de cuatro años, con tres puntales básicos como herramientas de aplicación del plan, el marketing, la competitividad y el desarrollo. (ttp://www.voxpopuli.com.ar/).

Posteriormente a la presentación en sociedad del resumen del primer plan estratégico en turismo que se recuerde en la provincia, el poder ejecutivo se apropia del plan mediante el Decreto Nº 1164 de fecha 10 de Agosto del 2001, decreto que lleva la firma del ex gobernador de la provincia Carlos Rovira. (Primer mandato 1999-2003)

En el mencionado decreto se puede observar claramente el espíritu de la norma y la necesidad manifiesta de que la ***provincia cuente con un documento rector que promueva claramente la actividad turística en todo el territorio provincial e incorporándose de esta manera a la actividad turística en la agenda gubernamental y en la discusión política***. Este es el antecedente más importante que se debe destacar como política turística en la provincia de Misiones.

En este sentido, la redacción del presente Decreto es muy precisa, cuando entre sus vistos detalla: "la necesidad de implementar políticas estratégicas integrales que

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

promuevan al Desarrollo Turístico de la Provincia de Misiones, con el objetivo de potenciar la misma como un zona dinámica con un atractivo diferencial y sustentable que permita la generación de renta y empleos directos e indirectos, contribuyendo, a una mejora de la calidad de vida de sus ciudadanos y a la preservación de su patrimonio natural y cultural".

Entre sus considerando el decreto 1164/201, también deja bien claro que: "la Firma Consultur S.A ha desarrollado a entera satisfacción de la provincia con la participación activa de técnicos de la Secretaria de Turismo, de la Subsecretaria de Gestión Estratégica, y del Colegio de Profesionales en Turismo, las tareas encomendada" y finalmente entregada. El resultado final del Trabajo fue presentado al poder ejecutivo bajo el nombre de ***"Diagnostico General y Plan Operativo de Desarrollo Turístico de la Provincia de Misiones***," compromiso presentado a través de una serie de documentos referidos a Documento resumen del plan, documento Diagnostico, documento Plan de Competitividad, documento plan de Desarrollo Turístico, documento Plan de Comercialización, documento de Gestión y Presupuesto.

Uno de los considerando más destacado para este presente capítulo del mencionado Decreto[1], se refiere puntualmente a que: ***la provincia aprueba el trabajo encomendado a la firma Consultur S.A y adopta el modelo de desarrollo turístico formulado, con sus recomendaciones y lineamientos de actuaciones, haciéndolo propio con el objetivo de revitalizar y dinamizar el sector turístico provincial, teniendo por ello que instrumentar mecanismos para su implementación operativa, fundamentalmente propiciando la participación activa de los distintos actores involucrados en la cuestión y adecuando la organización y coordinación de los organismo del estado a tales fines***. En otro de los considerando el decreto también genera el primer antecedente de conformar la coordinación técnica del Plan derivando la misma en la figura del titular de la Subsecretaría de Gestión Estratégica, organismo provincial ya involucrado en el proceso del diagnostico y que actuara como coordinación general del plan.

Otro organismo que participó, desde la génesis del Plan Estratégico, la Subsecretaria de Turismo a quien también este decreto entre sus considerando la reconoce como la Oficina Técnica del Plan, asignándoles a este organismo la responsabilidad y la función de la implementación operativa de los programas de actuaciones del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico y de aquellas directivas emanadas de la coordinación General del Plan que hayan sido planteadas por el consejo directivo.

Finalmente el decreto preveía la creación de dos consejos de carácter provincial.

- El Consejo Directivo del Plan, consejo que funcionaría como la máxima autoridad. El mismo estaría presidido por el Titular del Poder ejecutivo y conformado por

[1] Decreto 1164/201

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

los ministros y ministros secretarios de Turismo, secretaria general de coordinación de gabinete, ministro de ecología y de recursos renovables, secretaria de estado de cultura, secretaria de estado de obras y servicios públicos, ministerio de gobierno, ministerio del agro y la producción, secretaria de estado de hacienda y ministerio de educación.

- El Consejo de Turismo de Misiones, consejo que se constituiría con representante del estado provincial y de los municipios, de los sindicatos afines con la actividad turística, de los empresarios, de las unidades académicas y universitarias, debiendo actuar con una vinculación directa con el consejo directivo del plan.

En definitiva, este ambicioso plan resulto ser solamente una intención, un deseo y una suma de buenos propósitos, pero dejo sentadas la bases de un intento firme por parte de ejecutivo en reorientar la provincia hacia el turismo, fijando de alguna manera el rumbo hacia la aplicación de una ***política turística***, que sutilmente se incorpora a la discusión en la agenda política del ejecutivo provincial. Lamentablemente como en la mayoría de los casos, de este plan poco y nada se ha ejecutado de sus actuaciones.

Seis meses después (20 diciembre 2001) de la presentación y del empoderamiento colectivo, las condiciones políticas, sociales y coyunturales del país habían sufrido un vuelco inesperado. La Argentina comienza a vivir una de sus peores crisis políticas, económicas, sociales e institucionales y sobre todo de gobernabilidad y credibilidad de la democracia moderna, la paridad cambiara (peso – dólar), había dejado de existir, el dólar paso a cotizarse a $ 1.40 los últimos días de ese diciembre trágico y a mediados de marzo del siguiente año la moneda estadounidense se ubica en el rango de los $4.25.

En este marco situacional de la Argentina, el mencionado plan estratégico logra dejar su secuela en la implementación de las zonas y regiones turísticas, la discusión de la importancia del turismo para la provincia, la apuesta al futuro de la actividad marcando el primer intento institucional y político consensuado por el sector de la mano de un plan estratégico. Como así también ser reconocido en todos los ámbitos políticos y de diversos sectores de la economía, ***se incorpora a la agenda política a partir del discurso del Gobernador Carlos Eduardo Rovira en la sesión de apertura del XXIX período de sesiones ordinarias, (1º de Mayo 2002***), dejando en claro que esta sería, una herramienta al cual sus acciones de gobierno en materia de turismo estarían orientadas al desarrollo del turismo en directa concordancia con las directrices del Plan Operativo en Turismo.

A un año de la presentación oficial, un grupo de legisladores misioneros, conscientes además de la situación política, económica y social en la estaba el país y entendiendo la dificultad económica del estado provincial para la realización de algunas de las propuestas del plan, y por sobre todo a aquellas que deberían ser encaradas con gastos provenientes sólo del Estado provincial, presentaron un proyecto de comunicación con fecha

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

29/04/2002, solicitando al Poder Ejecutivo provincial y a través de la Subsecretaria de Turismo (Oficina técnica del plan) se informe fundamentalmente sobre: a) Si se ha determinado un presupuesto detallado para la ejecución de los programas de actuación, de acuerdo a lo que establecía el plan como una de las primeras tareas del ámbito de gestión del mismo. b) conocer el grado de avance de las actuaciones prioritarias previstas a corto plazo (2001 – 2002) correspondiente en cada uno de los programas de competitividad, comercialización y desarrollo de productos.-c) a través de este medio también se solicitaba conocer los mecanismos que posibilitara el acceso para la consulta de los cuatro tomos que contenían los documentos finales.

Este último reclamo en definitiva consistiría en la materialización de un pedido generalizado del sector, al cual resulto imposible acceder a la información total, socializándose únicamente un documento síntesis. Esta información estuvo disponible en el sitio oficial de la página web del Gobierno provincial.

Este pedido de informes también posibilito identificar las postura de los legisladores firmantes (todos de la oposición al partido gobernante) del proyecto de comunicación, quienes demostraron su desacuerdo por la decisión adoptada por el gobierno, primero de contratar a una firma española para la realización del plan, estos legisladores sostenían que en la provincia se encontraban los recursos humanos y técnicos preparados para la realización haciendo mención a la universidad de misiones a través de su carrera de turismo, segundo sostenían que no ser suficiente la oferta local para la realización del plan consideraban que en el país se encontrarían instituciones académicas y consultoras con experiencia para ser contratados.

Este proyecto de comunicación por último deja constancia y realiza un aporte a la credibilidad del plan, los legisladores manifiestan que " existe un amplio consenso de implementar en forma urgente muchas de las recomendaciones propuestas", haciendo hincapié en la urgente necesidad de implementación de los programas de Gestión de destino turístico, la reorganización de la subsecretaria de turismo, la aplicación del programa de desarrollo y modernización de la oferta y realizar las acciones de sensibilización.

"PROGRAMA DE MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TURÍSTICO" (2005)

El segundo antecedente analizado por la Subsecretaría de Ordenamiento Territorial corresponde a la incorporación de la provincia de Misiones al "Programa de mejora de la competitividad del sector turístico" Denominado Formulación del Plan de Ordenamiento Urbano de las localidades de San Ignacio, Candelaria, Santa Ana y Loreto de la Provincia de Misiones. Préstamo del BID 1648/OC-AR. Secretaría de Turismo de la Nación – 2005.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

El mencionado programa, corresponde a la implementación del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS), creado por Ley Nacional del Turismo Nº 25997/05, cuyo objeto corresponde "al fomento, el desarrollo, la promoción y regulación" de la actividad turística, a partir de la ***formulación e implementación de políticas turísticas "en el marco de un plan federal estratégico" (2005).*** De esta manera se puede mencionar la incorporación del concepto de "política turística como una parte de la política que establece las directrices de ordenación, planificación, promoción, y control de la actividad turística en un país llevados a cabo por los poderes públicos, que se convierten en agentes turísticos a través de los órganos de la administración pública."(Montaner Montejano. 1998: 33)

El objetivo estratégico del plan consistía en incrementar sostenidamente la generación de divisas provenientes de la actividad turística en el " corredor de los lagos" y en el ***" corredor Iguazú Misiones",*** su objetivo especifico correspondía a la puesta en valor de los atractivos turísticos de titularidad pública, la información y promoción de los destinos turísticos, el apoyo a la estructuración y promoción de los corredores y el fortalecimiento de la capacidad institucional de la secretaria de turismo dependiente de la presidencia de la nación. Estas actuaciones particulares del Estado nacional, generaron a nivel país profundos cambios en el entorno global, de política públicas capaces de incidir en las estrategias de largo plazo del desarrollo nacional, de manera que la integración a la economía global sea consiente con una mayor integración social. (Leonardo Garnier. 1999: 5)

Las acciones de la puesta en valor en el corredor "Iguazú Misiones" representaron USA 6.1 millones, correspondientes al 13% del total del desembolso del préstamo. La puesta en valor de los atractivos alcanzó un monto total de USA 5.5 millones el 90 % del total correspondiente al corredor, repartiéndose el resto entre los conceptos de información, promoción del destino y apoyo a la estructura del corredor.

Ilustración 1

CORREDOR IGUAZÚ-MISIONES - PRÉSTAMO BID 1648/OC-AR

COMPONENTE	TOTAL
VALORIZACIÓN DE ATRACCIONES TURÍSTICAS	5.500.000
INFORMACIÓN Y PROMOCIÓN EN DESTINO	200.000
APOYO A LA INFRAESTRUCTURA Y PROMOCIÓN DE CORREDORES	400.000
TOTAL	6.100.000

Elaboración propia. Fuente: iNFORME FINAL PROYECTO PCR AR L1004

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

La localidad de Santa Ana fue beneficiaria directa del préstamo, del aprovechamiento de sus obras y puesta en valor de sus atractivos, en primera instancia por estar ubicada dentro del corredor "Iguazú – Misiones" y segunda instancia por contener territorialmente a las Reducciones Jesuíticas de Santa Ana, en ese marco el Proyecto 127 del mencionado crédito hacía referencia a la Puesta en Valor de las Reducciones Jesuíticas de San Ignacio Mini y de Santa Ana, ambos por un valor de USA 1.436.323.

Las obras del presente crédito se han ejecutado y finalizado en su totalidad en tiempo y forma, además los mencionados trabajos se encuentran a la fecha en buen estado de conservación apreciándose un mantenimiento correcto de las intervenciones, según las apreciaciones con fecha Enero 2014 correspondiente a Evaluación Final; (Préstamo BID 1648/OC-AR p 66)

En el siguiente cuadro también se puede visualizar la importancia que ha revestido para el crédito (BID); los patrimonios jesuíticos, observándose que a los mismos le corresponderían un porcentaje muy importante ante otros desembolsos para el mismo fin especifico, "la puesta en valor de los atractivos turísticos de titularidad pública" en el corredor Iguazú – Misiones. Estas obras, una vez finalizadas cumplieron con su principal objetivo, mejorar la calidad de la oferta y la satisfacción de los visitantes, promoviendo la diversificación de la oferta turística a nivel nacional y provincial, obras que fueron consideradas prioritarias dentro de los planes maestros de turismo provinciales, de esta manera se ***demuestran las concordancias entre las políticas turísticas nacionales y provinciales,*** que además fueron sometidos a consultas públicas antes de su aprobación, 23 de agosto del 200

Ilustración 2

VALORIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS - PRÉSTAMO BID 1648/OC-AR

COMPONENTE	TOTAL
PUESTA EN VALOR MISIÓN NUESTRA SEÑORA DE LORETO	3.449.019
PUESTA EN VALOR MISIÓN SAN IGNACIO MINÍ - SANTA ANA	1.436.223
SUBTOTAL MISIONES JESUÍTICAS	4.885.242
OTROS	614.758
TOTAL	5.500.000

Elaboración propia. Fuente: iNFORME FINAL PROYECTO PCR AR L1004

Finalmente la Subsecretaría de Ordenamiento Territorial luego del análisis de planes Consultur 2000 y del Ordenamiento Urbano de las localidades de San Ignacio, Candelaria,

Santa Ana y Loreto, realiza sus Observaciones generales del plan de Ordenamiento Urbano de las localidades de San Ignacio, Candelaria, Santa Ana y Loreto de la siguiente manera:

- Los objetivos generales, criterios básicos y objetivos particulares, planteados se consideraban vigentes con la urgente necesidad de actualización y desarrollo para su implementación.
- Se consideraba ausente un diagnóstico sobre fortalezas y debilidades del Gobierno local para implementar un plan.

Es importante destacar que estas observaciones de la Subsecretaría de O.T corresponden a un tiempo previo a la idea y ejecución del Parque Temático como atractivo turístico, (factor fundamental considerado hoy para el desarrollo turístico y loca). En segundo plano la preocupación radicaba en la urgencia de un diagnostico sobre las capacidades del gobierno local , esta ausencia de análisis corresponde a que el mencionado plan pertenece a la esfera de la nación, más precisamente al Ministerio de Turismo de la Nación y en este nuevo marco de la planificación el modelo de aplicación corresponde únicamente a escala provincial y local, en este entorno se intentan incidir en la vertiente competencial de las distintas administraciones del Estado únicamente provincial y local, entendiéndose a la política turística ***no como una política sectorial de la política económica, sino como una política pública substantiva*** (Pérez, Flora M.2006: 9)

A esta dimensión considerada de Políticas Públicas de carácter sustantiva, también se asocia a las generales de las políticas públicas de carácter ***procedimentales.*** A raíz de que la primera se relaciona con lo que estado va a montar directamente, tratándose de políticas que directamente proporcionan a la población ventajas y desventajas en relación a algo. La segunda, las políticas procedimentales se asocian con la manera en que se va a montar ese algo o con quien va a emprender y organizar la construcción, buscando la especificación de los procesos procedimentales para llevar adelante las actividades.

De esta manera Las prioridades de funcionamiento del CPOT (Consejo Provincial de Ordenamiento Territorial) se centraron en las grandes obras públicas en ejecución en Santa Ana, estimulando a los demás organismos responsables del estado en participar en la planificación. La convocatoria efectuada fue amplia a fin de que la totalidad de los integrantes del Consejo tengan la posibilidad de presentar sus respectivas visiones y acciones sectoriales sobre la intervención del municipio.

El Consejo Provincial de Ordenamiento Territorial, se constituyó entonces por un conjunto de reparticiones y organismos provinciales, convocándose además a representantes de organismos nacionales, Universidad Nacional de Misiones, Dirección Nacional de Vialidad, y binacionales como la Entidad Binacional Yacyretá.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Es muy importante destacar que, por tratarse de articular acciones dentro del proceso de ordenamiento territorial de Santa Ana se contó permanentemente con la participación del municipio, sus equipos técnicos y referentes de la comunidad. El Consejo Provincial de Ordenamiento Territorial, desde la toma de la decisión política que significo la intervención en el municipio, busco lograr un proceso de planificación en términos participativo, representativo de carácter abierto e inclusivo, con la directa concertación de distintos estamentos y organismos provinciales.

En cuadro siguiente se puede observar en forma esquemática las intervenciones de los diferentes organismos e instituciones de carácter nacional, provincial y municipal en la intervención y ejecución del proyecto, este menú de temas constituyo el orden del día de una de las primeras reuniones del CPOT, conjunto de temas tratados en vinculación de Santa Ana.

La dinámica de este trabajo posibilitó la toma de conocimiento de temas prioritarios y complementarios, pero ambos con una visión global y de conjunto. En este esquema se ve reflejado la multiplicidad de actores que intervinieron y que se encontraban vinculados por la actividad turística en un conjunto de acciones de carácter gubernamental como política turística, estas decisiones se adoptan con la intención de intervenir, exclusivamente, en el sector turístico. (Pérez, Flora. 2006:6)

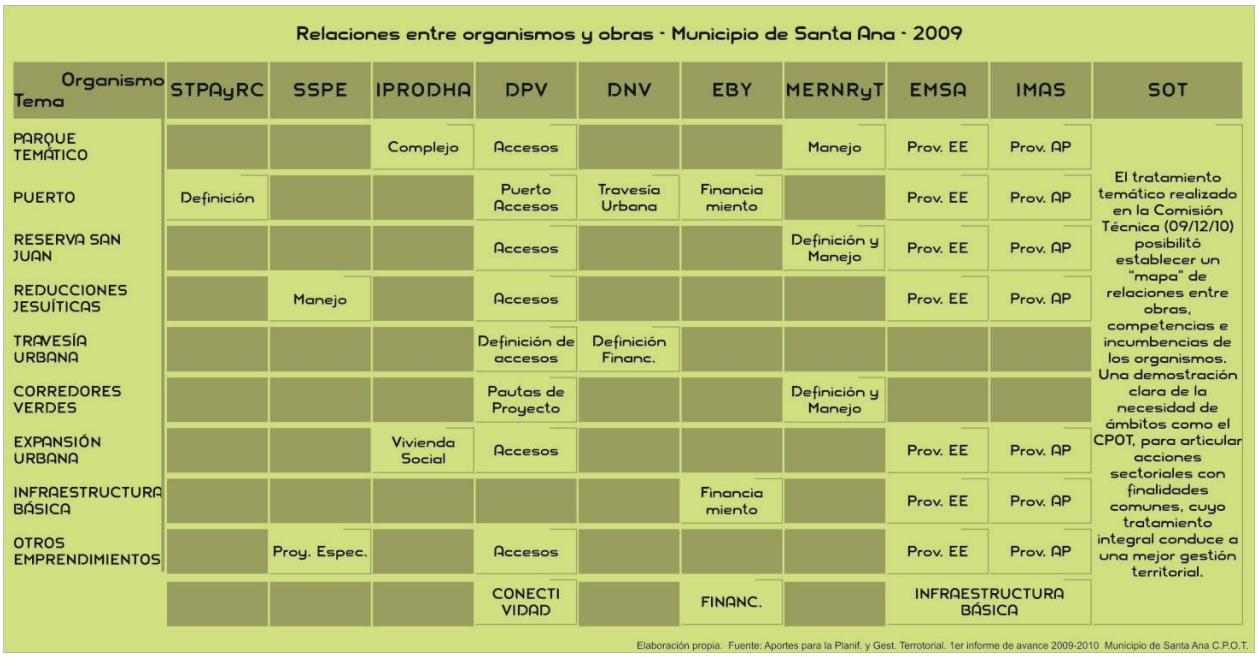
Producto del análisis de la documental y el carácter de la intervención del Estado provincial en la comuna de Santa Ana, se observa que el estado provincial se aleja de la utilización de una política sectorial de carácter turístico que corresponde únicamente a factores de la política económica. El Estado provincial, ***adopta un formato correspondiente a un modelo de política pública substantiva***; en esta línea (Velasco en Flora M Díaz) la define como “el conjunto, articulado y coherente, de decisiones y actuaciones que llevan a cabo los gobiernos en el ámbito territorial de su competencia, con la intención de alcanzar unos objetivos determinados”.

En este marco de actuaciones procedimentales en aras de un objetivo común, coincide con la definición de “ políticas turísticas” con que cuenta el Tesauro turístico de la Junta Académica del Tesauro Argentino , creado por resolución Nº 31/2012 del Ministerio de Turismo en la cual define política turística como: “conjunto de decisiones en materias turísticas que integrados armoniosamente en el contexto de una política de desarrollo, orientan a la conducción del sector y norman las acciones a seguir las cuales se traducen en estrategias y cursos de acción”.

Estas estrategias y cursos de acción a seguir se pueden observarse claramente en el siguiente cuadro, en el cual se puede no perder de vista claramente la distribución de las actividades y tareas en virtud a cada uno de los organismo intervinientes en el proyecto, siguiendo el objetivo común, “la construcción de parque Temático la Cruz de Santa Ana”, primer parque temático de carácter público construido en la provincia de Misiones.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Ilustración 3·



Relaciones entre organismos y obras - Municipio de Santa Ana - 2009

Organismo / Tema	STPAyRC	SSPE	IPRODHA	DPV	DNV	EBY	MERNRyT	EMSA	IMAS	SOT
PARQUE TEMÁTICO			Complejo	Accesos			Manejo	Prov. EE	Prov. AP	El tratamiento temático realizado en la Comisión Técnica (09/12/10) posibilitó establecer un "mapa" de relaciones entre obras, competencias e incumbencias de los organismos. Una demostración clara de la necesidad de ámbitos como el CPOT, para articular acciones sectoriales con finalidades comunes, cuyo tratamiento integral conduce a una mejor gestión territorial.
PUERTO	Definición			Puerto Accesos	Travesía Urbana	Financia miento		Prov. EE	Prov. AP	
RESERVA SAN JUAN				Accesos			Definición y Manejo	Prov. EE	Prov. AP	
REDUCCIONES JESUÍTICAS		Manejo		Accesos				Prov. EE	Prov. AP	
TRAVESÍA URBANA				Definición de accesos	Definición Financ.					
CORREDORES VERDES				Pautas de Proyecto			Definición y Manejo			
EXPANSIÓN URBANA			Vivienda Social	Accesos				Prov. EE	Prov. AP	
INFRAESTRUCTURA BÁSICA						Financia miento		Prov. EE	Prov. AP	
OTROS EMPRENDIMIENTOS		Proy. Espec.		Accesos				Prov. EE	Prov. AP	
				CONECTI VIDAD		FINANC.		INFRAESTRUCTURA BÁSICA		

Elaboración propia. Fuente: Aportes para la Planif. y Gest. Terrotorial. 1er informe de avance 2009-2010 Municipio de Santa Ana C.P.O.T.

De esta manera se puede observar fehacientemente a los distintos organismos provinciales intervinientes y su correspondiente grado de participación en el proyecto; en síntesis:

- Subsecretaría de Transporte, Puertos, Aeropuertos y Redes de Comunicación: Intervino en la mejora de las vías navegables y del diseño de un nuevo sistema portuario, dentro del cual se incorpora el Puerto de Santa Ana. Este organismo entendió al turismo y la producción primaria como los ejes centrales dentro de la visión estratégica del transporte.
- Subsecretaría de Planificación Estratégica: Intervino en el desarrollo de emprendimientos especiales: complejo residencial, construcción de una pista de aterrizaje para pequeñas aeronaves, plan de manejo del Corredor Jesuítico Guaraní.
- Dirección Provincial de Vialidad: Participo en el desarrollo de las obras portuarias, la pavimentación del acceso al puerto y al Parque Temático del Cerro Santa Ana. Revisión de la travesía urbana de la RN Nº12.
- Entidad Binacional Yacyretá: financiación de construcción nuevo puerto, toma de agua y Autovía Posadas San Ignacio.
- Instituto Misionero de Agua y Saneamiento: Ampliación del servicio de potabilización y distribución de agua potable, lo que permitió incrementar un 100% la disponibilidad de agua segura en la localidad de Santa Ana. Implementó además un sistema mixto con perforaciones en barrios más distanciados de la red.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

- Instituto Provincial de Desarrollo Habitacional: Se responsabilizo de la construcción del proyecto del Parque Temático del Cerro Santa Ana y todas las previsiones del complejo, en un área aproximada de 60 Has. Incluye un conjunto de equipamientos complementarios con servicios destinados a la actividad turística que culminan en el monumento de La Cruz.

FONDO MISIONES JESUÍTICAS

Santa Ana es alcanzada nuevamente por la definición de las Políticas Públicas de carácter sustantivas, tratándose estas de, políticas que directamente proporcionan a la población ventajas y desventajas en relación a algo. De esta manera la comunidad local es alcanzada por los beneficios que aportan la ley 4476/2009 ***Fondo Misiones Jesuíticas***, publicada en el boletín oficial Nº 12532 de fecha 23 de junio del 2009.

Se trata de la conformación de un fondo de carácter provincial que garantizaría de alguna manera una redistribución económica más justa y equitativa a la comunidad y a los inmuebles en donde se encontraban ubicadas las ex Misiones Jesuíticas. El objetivo principal de estos fondos estaría destinado a ***apoyar la recuperación*** y puesta en valor del Patrimonio Jesuítico Guaraní, existente en la Provincia. De manera que Santa Ana por contener a las Reducciones Jesuíticas de San Ana podría utilizar parte de esos fondos a financiar diferentes tipos de proyectos de investigación, acciones y obras relacionadas con aspectos sociales, culturales, ambientales, históricos, arqueológicos, económicos y turísticos, según reza el Art. 5º.

La presente busca garantizar la redistribución de los recursos a cada una de los monumentos históricos priorizando su mantenimiento y lo menciona específicamente en Art. 6. “La administración e inversión del ***Fondo Misiones Jesuíticas debe asegurar que el cuarenta y cinco por ciento (45%) de lo recaudado por derecho al acceso a cada asentamiento jesuítico, sea destinado al municipio del respectivo enclave jesuítico para ser invertido en obras de mantenimiento del entorno de los monumentos***.

A los efectos de la administración de los recursos, se crea la cuenta especial denominada “Fondo Misiones Jesuíticas”, en el ámbito de la Subsecretaría de Gestión Estratégica, dependiente de la Secretaría de Estado General y de Coordinación de Gabinete. Esta Subsecretaria de gobierno interviene trasversalmente en las políticas turísticas provinciales desde el año 2001, año que ha sido designado coordinador General del “Plan estratégico de Turismo Sustentable” Decreto 1164/201, además tuvo una participación activa como uno de los organismos intervinientes en el Consejo Provincial de Ordenamiento Territorial según decreto 245/07.

Los antecedentes y acciones antes mencionadas y revisadas cronológicamente para la presente investigación, nos deja entrever un hilo conductor y un horizonte evidente, la

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

planificación, como una de las herramientas fundamentales de la actividad turística como política de Estado Provincial, concebidas en el marco de la generación de planes estratégicos llevado a cabo para el desarrollo turístico. Estos conceptos resultaron ser los primeros considerados del decreto 1837 de fecha 15 de octubre del 2010 por el cual el Gobernador de la Provincia de Misiones Dr. Maurice Fabián Closs, Decreta la creación del Ministerio de Turismo de la Provincia de Misiones.

CREACION MINISTERIO DE TURISMO

Entre los objetivos fundamentales del decreto de creación del ministerio, se hacía referencia y se destacaba el concepto de la planificación, la coordinación y la ejecución de políticas turísticas para el corto, mediano y largo plazo; asimismo dentro de los considerandos además se mencionan como antecedentes validos para la implementación de políticas turísticas, las acciones llevadas a cabo hasta el momento de la firma del decreto resaltando que: el gobierno de la provincia ha venido desarrollando distintas estrategias para el desarrollo del turismo con resultados que muestran un crecimiento de la afluencia turística en la provincia. En tanto que, los emprendimientos eco y agro turismo radicados en los lugares más bellos de nuestra provincia, es el resultado de otras de las políticas emblemáticas del gobierno provincial. De esta manera el decreto deja expresa constancia antecedentes de políticas implementadas con éxito.

El decreto de la creación se fundamentaba en 16 considerandos, de los cuales es importante destacar uno de ellos, por el cual la provincia se adhiere a la Ley Nacional Nº 25.198 (2005) donde se declara de interés nacional al turismo como actividad socioeconómica, estratégica y esencial, para el desarrollo del país y de las provincias que las conforman. Ley XXIII Nº 12 (Antes ley 4.021).

En otros de los considerandos se destacan las pretensiones de la creación del ministerio y la necesidad de insertar al destino misiones en los mercados: a) Que, con la creación del Ministerio de Turismo se pretende fomentar el desarrollo, la promoción y la regulación de la actividad y el recurso turístico mediante la determinación de los mecanismos necesarios para la conservación, protección y un mejor aprovechamiento de los atractivos turísticos de la provincia. Y que, a través de las acciones necesarias se pretende insertar al destino Misiones dentro del mercado turístico nacional e internacional no solo a través de sus innumerables bellezas naturales, sino también los aspectos étnicos, culturales, históricos, ecológicos y religiosos. Estos objetivos se llevarían a cabo pretendiendo además concientizar a la sociedad misionera, promoviendo el desarrollo sostenible de la actividad turística, buscando beneficios socioeconómicos para los misioneros.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Asimismo uno de los considerandos se refiere a las acciones de gobierno en materia turísticas se hallan orientadas al desarrollo competitivo y sostenible del turismo en misiones promoviendo el accionar mancomunado de los sectores públicos y privados.

En definitiva los considerandos de la creación del Ministerio de turismo, ***es el reflejo de la importancia que la actividad turística reviste para el estado provincial***. En los mismos se manifiestan las acciones más importantes y referenciales correspondientes a los distintos planes estratégicos llevados a cabo a la fecha de promulgación del decreto, manifiesta claramente los objetivos del ministerio y las acciones principales a llevar a delante como políticas de estado. Estas políticas están enmarcadas en acciones que, promuevan el desarrollo sostenible de la actividad turística, buscando beneficios socioeconómicos para todos los misioneros como actividad inclusiva, promoviendo el accionar mancomunado entre los sectores públicos y privados.

De esta manera el decreto Nº 1837 (2011), crea el Ministerio de Turismo en la provincia de Misiones con cuatro subsecretarias. a) Subsecretaria de capacitación y control de calidad cuyas competencias están basadas en el cumplimiento de las normativas turísticas vigentes ejerciendo la fiscalización impulsando programas de calidad turísticas y contribuyendo con el posicionamiento de la imagen de los productos. b) Subsecretaria de turismo, dependencia es la encargada de organizar y coordinar programas, proyectos y actividades para desarrollar el potencial turístico del estado, de acuerdo con los objetivos y metas del plan del gobierno provincial. c) Subsecretaría de Marketing y Promoción de eventos, estamento encargado de establecer las estrategias de desarrollo de la oferta turística, las acciones de mercadeo orientado a la promoción de los mercados especializados definidos como prioritarios. d) Subsecretaria de Eco Turismo, a cargo de la generación y promoción de actividades eco sustentable en todo el territorio misionero.

POLÍTICAS DE CARÁCTER PÚBLICAS

Es importante volver a recordar el concepto y la dimensión de Políticas de carácter públicas, entendiendo que la misma, se puede identificar en San Ana bajo el paragua de políticas públicas de carácter sustantivas, también asociando a las generales de las políticas públicas de carácter procedimentales. La primera se asocia con lo que estado va a montar directamente, tratándose de políticas que directamente proporcionan a la población ventajas y desventajas en relación a algo. La segunda, las políticas procedimentales se asocian con la manera en que se va a montar ese algo o con quien va a emprender y organizar la construcción, buscando la especificación de los procesos procedimentales para llevar adelante las actividades.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

En este marco se han definido claramente el impacto, y las ventajas que acarrearía la construcción del PT en la población local, como así también la generación de un área de nuevas oportunidades turísticas en la región. Una región hasta ahora muy devaluada turísticamente a pesar de que en la misma se cuentan con atractivos con peso propio.

En este escenario y paralelamente a la construcción de PT, se ha identificado una necesidad urgente, la insuficiencia radicada en la formación de los recursos humanos, fundamentalmente en la formación de recursos humanos relacionado con el turismo, buscando siempre una formación que supere la visión del corto plazo en el tiempo. Esta dirección permitió rápidamente orientar las acciones en el tiempo, de manera de consolidar grupos de trabajos, con capacidades para enfrentar los distintos tipos de desafíos que implica el proceso de construcción de destinos turísticos competitivos. (Otero, A. 2006: 65).

La comunidad de San Ana identificó los cambios que observaba venir, comprendió de la trasformación de su comunidad hacia un nuevo escenario de oportunidades que le generaría el turismo, pero entiende además que esos cambios no los enfrenta solo como comunidad si no que los enfrenta con sus aliados estratégicos, las distintas áreas del gobierno provincial que estuvieron involucrados directamente con el proyecto y con el cambio. Esto responde entonces a un nuevo modelo que supone a priori un desarrollo con procesos de colaboración no sólo con parte del estado provincial sino que además incluye a las empresas en sus diferentes niveles y la comunidad educativa, comienza la sociedad entonces a identificar a los actores sociales del destino turístico, capaz de generar sinergias de conjunto, que complementan los esfuerzos y los saberes individuales y crean capital social. (Otero, A. 2006: 66).

FORMACION TURISTICA

En este contexto y ante la ausencia de centros de formación turística en la comunidad, la falta de profesionales con formación en turismo locales o radicados en Santa Ana y la urgente necesidad de capacitar a los miembros de la población local seleccionada que accedería a trabajar en le PT. La municipalidad, a través de convenios con unidades académicas provinciales y con el ministerio de turismo (antes subsecretaria de turismo) llevo a cabo el primer programa de capacitación turística en el año 2006. Este es el primer antecedente que encontramos en cuanto a la capacitación se refiere. Posteriormente en año 2012 nuevamente la Municipalidad e Santa Ana llevo adelante un curso de formación, esta vez destinado a futuros Informadores Turísticos. Este curso contaría con la certificación y el aval del Consejo General de Educación (CGE) Misiones con una duración de 8 meses. El propósito del curso se fundamentaba en la necesidad de potenciar la capacitación en el turismo, brindando a los Santaneros una herramienta más

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

para la alternativa laboral futura. Este curso de formación conto con un gran número de inscripto que ha superado las expectativas iníciales, inscribiéndose mas 100 postulantes. Con esta demanda de inscriptos la municipalidad decidió llevar a cabo el curso subdividiendo a los inscriptos en tres grupos diferenciados, el primero de ellos destinados exclusivamente para quienes serian trabajadores del Parque Temático, el segundo grupo destinados a alumnos que en esos momentos cursaban el tercer año de la escuela nocturna y el tercer grupo destinados únicamente a empleados de la municipalidad.

No obstante a la oferta de formación constante, la necesidad de una formación específica formal en turismo resulto ser un reclamo de la comunidad local y de la región lindante a Santa Ana. Finalmente en el segundo cuatrimestre del 2014 desembarca en esta localidad la carrera de Técnico Superior en Gestión Turística y Hotelera de la mano de EL IPESMI, Institución de Nivel Superior adscripta y reconocida por el Ministerio de Educación desde el año 1990, según resolución 345/90 del consejo General de Educación de la provincia de Misiones.

SOCIEDAD DEL ESTADO – DIMENSIÓN ECONÓMICA

La dimensión económica resulta la columna vertebral de cualquier política turística, ya que sin esos recursos no sería posible llevarlo adelante (Wallingre N. Villar, A. 2014:47) Este es el eje central en la búsqueda de respuestas a las fuentes de financiamiento o manteniendo que el Estado provincial y7o local buscaban para costear la administración y el normal funcionamiento del PT.

No hace falta entrar en detalles o referenciar que cualquier trámite que ingrese al circuito administrativo del estado cualquiera sea su figura están caracterizados por ser altamente burocráticos, desde el proceso de recepción hasta el proceso de solución a los problemas pasando por la celeridad y/o la lentitud administrativa que les imprimen los RRHH de la administración pública general.

Estos procesos burocráticos siempre se encuentran a contra tiempo de las necesidades de la actividad turística, cuya dinámica no se condice con los tiempos de la administración central, encontrándose casi siempre a destiempo de las necesidades. Por esta razón el estado provincial buscó resolver esta cuestión a través de un organismo que gestione eficientemente esta iniciativa, que acierte una pronta solución y que además represente a un organismo que no se encuentre viciado con las generales de la burocracia administrativa cumpliendo con su contraparte económica, para garantizarse de esta manera la administración y correcta explotación turística del PT lejos de los vicios burocráticos de cualquier ministerio o administración local.

La solución recae de la mano de un convenio con una sociedad del estado provincial, de esta manera el Instituto provincial de desarrollo habitacional (I.PRO.D.HA) entidad

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

encargada de la construcción de obra, una vez culminada parcialmente el Parque Temático la cruz de Santa Ana, y a través de un convenio confiere el uso, la administración, explotación, mantenimiento y conservación del predio y de las instalaciones del PT al Instituto Provincial de Lotería y Casinos. Sociedad del Estado (IPLYC S.E).

Para la formalización del traspaso y para dar cumplimiento a este convenio, primeramente se crea por decreto provincial Nº 588 del mes de Mayo 2011 dentro del ámbito del instituto Provincial de loterías y casino el " YPLYC Confort créditos y servicios Sociedad del Estado". Dentro de los considerandos del decreto de la creación, se hace mención que el mismo se crea en el marco de las políticas de Estado que desde la gestión de gobierno se vienen implementando, situación que no hace otra cosa que ***sostener el marco político referencial del Estado***.

En otro de los considerandos también hace referencia a las políticas de Estado, dejando en claro que, para la continuidad de las políticas señaladas resulta pertinente la constitución de una sociedad de Estado que tenga por objeto, optimizar y obtener rentabilidad de las actividades comerciales, inversiones, emprendimientos turísticos y asistenciales que se desarrollan a partir de los emprendimientos dispuestos y/o que se disponga por el Instituto Provincial de Lotería y Casino Sociedad del Estado.

Un tercer considerando del presente decreto de creación alude a que las mismas orientan el esfuerzo de una gestión proactiva del gobierno tendiente a la generación de mayor actividad económica en la provincia y a generar fuentes de trabajo. Estos considerandos resultaron y fueron suficientes en el decreto para facultar al ex gobernador mandato cumplido (2007-2015) M. Closs a firmar. De la lectura de presente decreto se puede resumir que, las políticas de Estado apuntan a la generación de actividades económicas, la generación del empleo, con el objeto de obtener mayor rentabilidad de actividades comerciales, inversiones y favorecer a los emprendimientos turísticos, caso PT la Cruz de Santa Ana.

El artículo 4º correspondiente al título II del anexo I, del mencionado Decreto de creación, se hace referencia a que el IPLYC confort créditos y servicios sociedad del estado tiene por objeto, entre otras cosas: la compra y venta de artículos del hogar y muebles con financiación conveniente para el público de la provincia. Comercializar, por si o en convenios asociativos con terceros, seguros para el sector público y/o privado. Crear o administrar por si, en convenios asociativos o por medios de consorcios de cooperación con terceros un sistema de tarjetas de créditos. Fomentar las actividades económicas en la provincia de misiones a través del financiamiento de proyectos productivos, turísticos, industriales y/o comerciales que resulten de interés para el estado provincial. Desarrollar y llevar adelante proyectos de infraestructura de interés social y/o turísticos estratégicos para la provincia de misiones, explotándolos por si, asociados a terceros o por terceros.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Desarrollar productos turísticos que coadyuven de la protección de los ecosistemas ambientales, la conservación y el mantenimiento del patrimonio cultural, arqueológico y evolutivos naturales, proteger áreas naturales para que la sociedad pueda disfrutar de la recreación en convivencia con la naturaleza y en ese marco dotar a las áreas referidas de las infraestructuras, equipamiento y recursos humanos necesarios, promoviendo los valores y principios de la conservación de la naturaleza. A esos fines podrá solicitar concesiones a las autoridades pertinentes y/o firmar convenios a esos mismos fines.

El articulo 5º correspondiente al mismo título, hace referencias a las facultades para cumplir con el cometido del la nueva sociedad del estado. Entre otros se destaca que podrá celebrar toda clase de convenios y contratos con personas físicas y jurídicas, bancos oficiales y privados, organismos extranjeros, nacionales, provinciales y municipales, para el mejor desarrollo de sus actividades.

La materialización del traspaso de explotación del Parque Temático Cruz de Santa Ana, se formaliza primeramente a través de la Resolución Nº 272 de fecha 10 de Junio del año 2011. Aprobándose el convenio por el cual el I.PRO.D.HA le trasfiere el uso, la administración, explotación, mantenimiento y conservación del predio y las instalaciones del PT al IPLYC S.E, resolución que tiene por un término de valide de 6 meses. Posteriormente y una vez constituidos los estatutos y la conformación definitiva del IPLYC CONFORT CREDITOS Y SERVICIOS SOCIEDAD DEL ESTADO, con fecha 07 de Octubre del 2011. Se materializa la firma definitiva del convenio de explotación del PT.

Con estos antecedentes focalizados se han localizado antecedentes de una estrategia con formato de la política turística. Con una mirada externa, se pueden encontrar los lineamientos de una estrategia, explicita que guía el comportamiento de los actores relevantes. (Wallingre, N. – Villar, A. 2014:42). actores que fueron interviniendo desde la concepción misma de la idea, hasta llegar al carácter de la explotación del nuevo atractivo. Un horizonte propuesto hacia un mismo fin por un lado la construcción de una obra emblemática de un gobierno provincial, la construcción del primer parque temático y por otro lado la explotación turística del PT en manos de una sociedad del ***estado establecido casi a medida con una visión de aprovechamiento empresarial, escapando al sistema burocrático de cualquier ámbito administrativo de la administración central***. En definitiva estas acciones movilizaron a los actores provinciales y locales, a los actores involucrados directa o indirectamente en el proyecto hacia una determinada dirección que se sostiene en el tiempo, estas estrategias implícitas y tal vez algo difusas fueron suficientes para el nacimiento y el desarrollo de destinos turísticos que hoy están consolidados. (Wallingre, N. –Villar, A. 2014:42).

Estas últimas consideraciones caracterizan a las generales de Santa Ana como futuro destino turístico, que comienza paulatinamente a definirse, buscando su perfil e identificando su demanda.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Santa Ana se encuentra marcada estrategia de política centralizada, orientada desde la Dirección de Políticas Públicas de carácter turístico con fuerte alianzas de carácter local y acuerdo además entre los principales actores que intervienen en el Destino. Acuerdos que permitirán dota de mayor coherencia a las acciones reasignando prioridades e intentando superar las alternancias de los gobiernos, buscando transformar ese déficit partidario en políticas que mantengan una misma dirección de las políticas turísticas que busquen la consolidación del Destino.

MARCO POLÍTICO –TURÍSTICO PROVINCIAL 1999-2015

En este marco de superación de las alternancias de los gobiernos, en el presente análisis se observa claramente una dirección hacia el cumplimiento de las primeras líneas estratégicas del turismo, basados en la planificación y ejecución de su plan estratégico de turismo sustentable desde los comienzos del 2001.

A continuación se presentan en los siguientes cuadros una cronología de los programas y de las acciones prioritarias llevadas a cabo por los gobernantes en su periodo de gobierno, acorde a las políticas orientada al desarrollo del sector.

La información se presenta por un lado destacando el resumen de las principales acciones políticas en materia turística, llevadas a cabo por el poder ejecutivo provincial entre los periodos 1999 -2015, en el mismo se menciona el cumplimiento de los programas de actuación y las estrategias utilizadas. Con el mismo formato se presentan las principales acciones en materia turística llevadas a cabo en el Municipio de San Ana.

Como se puede observar claramente la línea política del estado provincial en materia turística tiene su correlato directo en el municipio de Santa Ana. Este cuadro situacional permitió dar cumplimiento a los proyectos a nivel provincial y materializarse a nivel municipal otorgándole a la comunidad local la autonomía suficiente para transformarse en verdaderos garantes de su propio desarrollo turístico.

Está evidenciado en los siguientes cuadros, como la política turística provincial y su correlato municipal posee una transversalidad a los gobiernos de turno superando los distintos periodos políticos. En definitiva, se puede considerar entonces, que **la política turística de carácter público**, buscó alcanzar resultados coordinados con diferentes sectores sociales y políticos, con objetivos comunes. En este caso particular trasformar a la comunidad anfitriona y contenedora del PT Cruz de Santa Ana, en un destino turístico; siendo esta la forma en la que el estado provincial adoptó mecanismos para generar políticas turísticas y convertir a Santa Ana un destino turístico a su vez competitivo.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

POLITICAS, PROGRAMAS DE ACTUACIÓN Y ESTRATEGIAS SEGÚN PERÍODO DE GOBIERNO PROVINCIAL

Ilustración 4

Partido	**Frente Justicialista**	**Frente Renovador**		
Periodo	10/12/1999 - 09/12/2003	10/12/2003 - 09/12/2007	10/12/2007 - 09/12/2011	10/12/2011 - 09/12/2015
Gobernador	**Ing. Carlos E. Rovira**	**Ing. Carlos E. Rovira**	**Dr. Maurice F. Closs**	**Dr. Maurice F. Closs**
Políticas	*Definición del modelo de desarrollo turístico para la provincia de misiones*	*Ordenamiento de la Oferta Turística Provincial y Definición de productos*	*Modelo de desarrollo turístico basado en A) promoción del Destino Misiones en su conjunto, b) desarrollo de la infraestructura básica y c) sinergia con el sector privado*	*El turismo como herramienta del desarrollo provincial.*
Programa de actuación	2001 Plan estratégico de turismo sustentable. Decreto 1164/201**	2005 Plan de competitividad turística **corredor Iguazú-Misiones.** Sectur BID 1648/OC-AR.	2007 Creación Subsecretaria de Ordenamiento Territorial.	2011 Creación Ministerio de turismo de la provincia. Decreto 1837/10.
Estrategias	**Instrumentación de políticas estratégicas integrales para promover el Desarrollo Turístico de la Provincia de Misiones**	**Instrumentación de políticas turísticas de contexto global con enfoque de clúster.**	**Instrumentación de políticas de planificación territorial y recuperación del rol del estado como planificador.**	**Política de Consolidación del Destino Misiones**
Acciones destacadas	Incorporación del turismo a la agenda como política de gobierno Apropiación Política del"Plan estratégico provincial de turismo": 2001 Definición de 8 regiones turísticas Creación Consejo de Turismo de Misiones Conformación de la oficina técnica del Plan. Subsecretaria de Turismo Designación coordinador general del plan, Subsecretario de gestión estratégica Proyecto de elaboración de Ley de Turismo estableciendo las bases de ordenación del sector Turístico de Misiones. Diseño e implementación del Plan Integral de Calidad Turística de Misiones.	Programa de mejora de la competitividad Sector turismo Sectur BID (1648/OC-AR) Formulación del Plan de Ordenamiento Urbano de las localidades de San Ignacio, Candelaria, Santa Ana y Loreto de la Provincia de Misiones.* Plan Maestro para el Desenvolvimiento Integral de las 600 hectáreas del destino Iguazú(2006) Desarrollo de la infraestructuras básica del turismo. Inauguración del Centro de Convenciones de la ciudad de Posadas (2007) Definición ruta Parque costera 2. Acondicionamiento y mejora de rutas provinciales Programa de concientización medio ambiental. Programa de Fomento de las actividades Náuticas y actividades de Multiaventura Programa de puesta en valor de las Misiones Jesuíticas Fomento y mejora de los espacios de recepción e interpretación de las Misiones Jesuíticas de Guaraníes: Santa Ana, Loreto y Santa María. Marca de producto de artesanía de la provincia de Misiones.	Consejo Provincial de Ordenamiento Territorial. Decreto 245/07 Campaña de promoción cataratas del Iguazú, nueva maravilla del mundo. New 7 Wonders Programa de agregación de valor al Turismo PROVALOR Desarrollo de polos estratégicos. Iguazú. Moconá, San Ignacio y Parque temático la Cruz de Santa Ana Construcción Parque temático la cruz de Santa Ana Recuperación de las fiestas populares. Programa Carnavales Misioneros. Agregación de valor Reducciones Jesuíticas de San Ignacio. Espectáculo de Imagen y sonido Incorporación de servicios básicos Parque Provincial Moconá Incorporación de infraestructura, equipamiento e instalaciones turísticas Parque Provincial Salto Encantado. Instalación Aerosillas Programa de asistencia económica a los camping Programa de promoción de la oferta turística para el mercado local Creación Fondo Misiones Jesuíticas ley 4476/09	Incorporación del turismo a agenda como política de Estado. Fortalecimiento de Misiones como primer destino de turistas extranjeros luego de CABA de Argentina Programa de reempadronamiento de la oferta de alojamientos turísticos Estudio de demanda turística en destino. Cataratas nueva Maravilla Natural del mundo Incorporación al SAT*** Programa de asistencia económica pro-alojamiento y servicios turísticos. Resolución 102/15 Construcción monumento a las Cataratas en Capital Federal (Inaugurado en dic. 2013) Conectividad aérea; aumento de frecuencias de vuelos regulares y nuevos vuelos. Iguazú: IGR-ROS IGR-FTE Vuelo Federal (IGR-COR-MDZ-IGR) BUE(AR)-IGR (AR)-RIO(BR) Posadas: Incorporación de frecuencia BUE-PSS-BUE Creación de la Marca Misiones

* Implementación "Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable" (PFETS) Ley Nacional de Turismo Nro. 25997/05.
** Consultur 2000
*** Sistema Argentino de Calidad Turística

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

POLÍTICAS, PROGRAMAS DE ACTUACIÓN Y ESTRATEGIAS SEGÚN PERIODO DE GOBIERNO MUNICIPAL

Ilustración 5

Partido	**Frente Justicialista**	**Frente Renovador**		
Periodo	**10/12/1999 - 09/12/2003**	**10/12/2003 - 09/12/2007**	**10/12/2007 - 09/12/2011**	**10/12/2011 - 09/12/2015**
Gobernador	**Ing. Carlos E. Rovira**	**Ing. Carlos E. Rovira**	**Dr. Maurice F. Closs**	**Dr. Maurice F. Closs**
Intendente	**Adolfo Potschka**	**Mabel Pezoa**	**Mabel Pezoa**	**Mabel Pezoa - Pablo Castro - Aníbal Clos**
Políticas	*2001 Incorporación a la de santa Ana a la región de las misiones Jesuíticas* →	*2005 Plan de ordenamiento Urbano Santa Ana, Bid 1648/OC-AR* →	*2007 Concejo provincial de ordenamiento territorial . Decreto 245/07* →	*Políticas de Promoción y posicionamiento Destino Santa Ana.*
Programas de Actuación	Acondicionamiento de áreas de aparcamiento de vehículos en zonas próximas Las Misiones Jesuíticas. Acondicionamiento de los accesos a las Misiones Jesuíticas de Guaraníes. Fomento y mejora de los espacios de recepción e interpretación de las Misiones Jesuíticas de Guaraníes: Santa Ana, Loreto y Santa Maria Impulso y fomento de proyectos turísticos de integración de las Misiones Jesuíticas. Fomentar la realización de campañas internacionales de arqueología en la Reducción Jesuítica de Mártires	Mejora del equipamiento de las reducciones jesuíticas de Santa Ana Fomento y mejora de los espacios de recepción e interpretación de las misiones jesuíticas de Santa Ana. Puesta en valor de las reducciones jesuíticas de santa Ana.- Valorización de las actraciones turísticas. Información y promoción del destino Apoyo a la infraestruictura y promoción de corredores.- Cursos de formación para informadores turísticos 06/10/2005 Inauguracion alfactado acceso a las reducciones jesuíticas de santa ana 700 metros .	Jerarquización del recurso reconocido a nivel internacional, Reducción Jesuítico-Guaraní. Creación de la Reserva Campo San Juan presentado como atractivo con potencial de recurso , ambos componentes identitarios de Santa Ana. Construcción Parque Temático Cerro Santa Ana, orientado al desarrollo de la actividad turística. Construcción del Nuevo Puerto que potencie el perfil productivo de la región. ley 4476/2009 Fondo Misiones Jesuíticas, publicada en el boletín oficial Nº 12532 de fecha 23 de junio del 2009 2007 Expropiacion Campo san juan- EBY, Reserva compensatoria 2010 Proyecto: "Fomento al desarrollo local en las comunidades aledañas a las Misiones Jesuíticas de Santa Ana, Loreto y Santa María" 2010.- Plan de Manejo Misiones Jesuíticas: Santa Ana 2008, cuando la empresa Dragados y Obras Portuarias ganó la licitación para la construcción del nuevo puerto de Santa Ana.	IPLYC CONFORT CREDITOS Y SERVICIOS SOCIEDAD DEL ESTADO, con fecha 07 de Octubre del 2011. Se materializa la firma definitiva del convenio de explotación del PT. declarado de interés Cultural y Patrimonio Turístico de la provincia, según ley VI –Nº 173 fechada el 21 de agosto del 2014. Desarrollo marca turística de San Ana.- Llamado a licitación para la construcción del Puerto de Santa Ana. Promoción nacional y regional del Parque Temático de la Cruz. Definición del Parque Temático como espacio de turismo religioso.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

CAPITULO II PROVINCIA DE MISIONES

Provincia de Misiones.

CARACTERIZACIÓN PROVINCIA DE MISIONES DEPARTAMENTO CANDELARIA

Ilustración 6

La provincia de Misiones es considerada como el tercer distrito más pequeño del todo el territorio nacional en su conjunto, en cuanto a su superficie se encuentra ubicado únicamente detrás de la provincia de Tucumán y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, sus 29.801 kilómetros cuadrados (km2) de superficie representan solamente el 0,8% del total de la superficie nacional; situada en el extremo Nordeste de la República Argentina, está comprendida entre los paralelos 25° 28' y 28° 1 O' de Latitud Sur, y los meridianos 53° 38' y 56° 03' de Longitud Oeste. (Gran Atlas de Misiones. P 10).

Misiones es una de las provincias del litoral argentino que se encuentra estratégicamente localizada entre los países de Brasil y Paraguay, únicamente el 20% de su territorio limita con otra provincia argentina, con la provincia de Corrientes.

Los límites geográficos de Misiones están delimitados por ríos; el Paraná al Oeste; Iguazú y sus afluentes, al Norte; San Antonio al Este, seguido luego por una línea convencional que lo une a las nacientes del río Pepirí Guazú, y por este último hasta el río

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Uruguay. El limite Suroeste, corresponde al límite con la provincia de Corrientes lo conceden los arroyos ltaembé, Anyico y Chimiray.

Desde el punto de vista político-administrativo, la provincia está integrada por (17) diecisiete departamentos. Es importante destacar que estos departamentos tienen escasa significación y vinculación política, los mismos no representan unidades políticas-administrativas por carecer de autoridades específicas. En definitiva, los departamentos son entidades únicamente con carácter censal y/o estadísticos y de referencias legales.

De acuerdo a la Constitución Nacional Argentina, cada provincia dicta su propia Constitución, asegurando de esta manera su autonomía provincial, reglando su alcance y contenido en el orden institucional, político, administrativo, económico y financiero. Los municipios, según la Constitución provincial, son categorizados en función y a partir del número de habitantes, en ese sentido encontramos dos antecedentes muy importantes.

El primer antecedente provincial se remonta a la aplicación de la Ley Orgánica de Municipalidades Nª 257 del año 1964, que a su vez reemplaza a la Ley Nº 23, La mencionada norma establece en ese año tres tipos de categorías de municipios de acuerdo al número de sus habitantes. Los municipios de Primera (+ de 10.000 habitantes), Segunda categoría (+ de 5.000 a 10.000 habitantes) estos municipios son ejercidos por una rama ejecutiva y otra deliberativa, en tanto que los municipios de Tercera categoría (+ 3.000 hasta 5.000 habitantes) se conducidos y administrados por Comisiones de Fomento. La distribución de las concejalías de los municipios, correspondían según esta ley de la siguiente manera; a) cinco concejales para los municipios de tercera y segunda, b) siete para los de primera, c) nueve para su capital Posadas. Los municipios de primera categoría podrían dictarse sus propias cartas orgánicas, y el gobierno ejercido por un Departamento Ejecutivo y otro Deliberativo; en tanto que el gobierno de los municipios de tercera categoría seria ejercido por las Comisiones de Fomento.

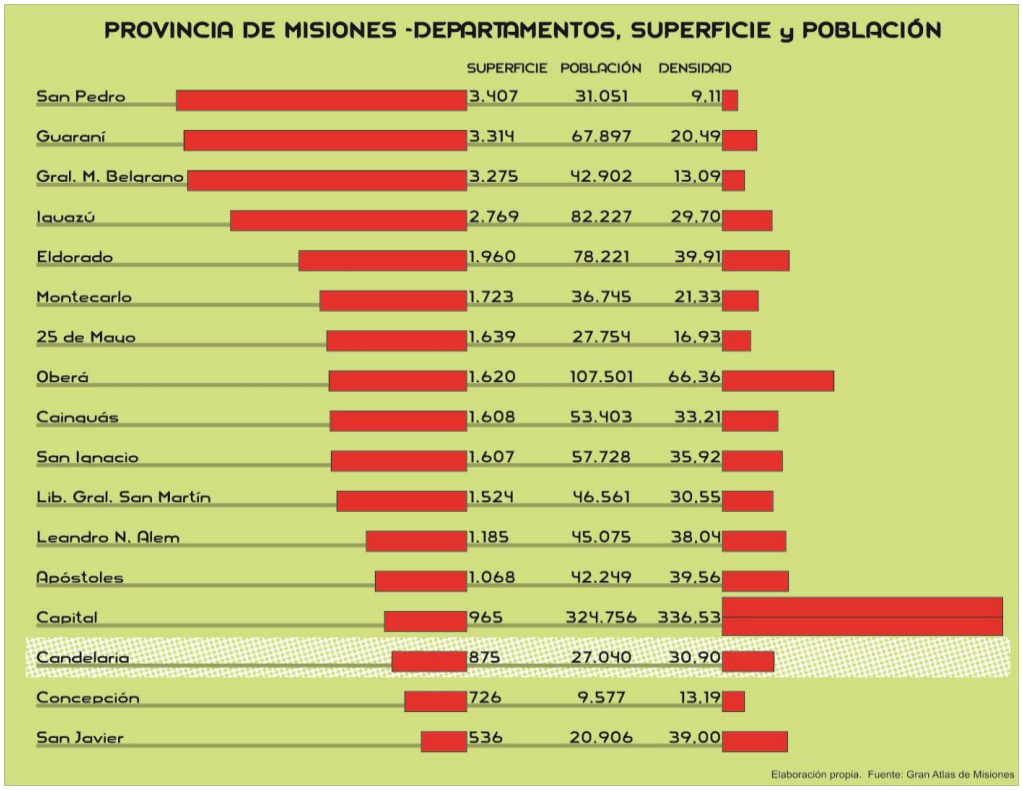
El segundo antecedente, data posteriormente al 6 de mayo de 2002, al entrar en vigencia la ley Nº 3.848, introduciendo una serie de modificaciones en referencia a las categorizaciones de los municipios y el número de concejales. La misma ley eleva a segunda categoría a todos los municipios de tercera existentes en ese momento; estableciendo así, municipios de primera, segunda y tercera categoría, según lo prescribe la Constitución provincial. Los centros poblacionales que no exceden los 4000 habitantes son reconocido como de tercera categoría, mientras los que posean más de 4000 habitantes y no exceden de 10.000, son considerados de segunda categoría, y quienes exceden dicho número son de primera categoría. Esta norma también regula el número de concejales, los municipios que no exceden más de 10.000 habitantes elegirán tres concejales de carácter titular e igual número de suplentes, los que superen dicho número y no exceden más de 200.000 elegirán cinco concejales titulares e igual número de

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

suplentes y los municipios que exceden de 200.000 habitantes elegirán diez concejales titulares e igual número de suplentes.

De acuerdo a los datos del último Censo Nacional de Hogares y Viviendas, (2010), Misiones posee 1.101.593 habitantes, el siguiente cuadro muestra la distribución de la población por Departamentos, según superficie y densidad poblacional, reflejando al Departamento Candelaria, en décimo quinto lugar.

Ilustración 7



Según los datos registrados en este Censo de 2010, la poblacional misionera representa un 2.7 % del total de la población nacional, incrementándose en 136.071 habitantes más con respecto al censo del año 2001.

Ilustración 8

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Provincia de Misiones. Evolución de la población.

AÑOS	Población en valores absolutos MISIONES	ARGENTINA	Población de Misiones sobre el total país
1947	246.396	15.893.827	1,51 %
1960	361.440	20.013.793	1,80 %
1970	443.020	23.364.431	1,89 %
1980	588.977	27.949.480	2,10 %
1991	788.915	32.615.528	2,41 %
2001	965.522	36.260.130	2,66 %
2010	1.101.593	40.117.096	2,74 %

Elaboración propia. Fuente: Gran Atlas de Misiones

Como dato relevante se puede destacar, que además, de superar el millón de habitantes, la provincia de Misiones se posiciona como la novena jurisdicción nacional más poblada del país, superada por Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe, Tucumán, Entre Ríos, Salta, CABA y Mendoza, abandonando de esta manera el undécimo primer puesto comparándolos con los datos del censo anterior.

Ilustración 9

Región NEA. Evolución el en ranking nacional de población por provincia. Años 1947 - 2010

Provincia	Posición en el ranking según años 1947	1960	1970	1980	1991	2001	2010
CHACO	10°	8°	8°	8°	9°	9°	10°
CORRIENTES	8°	9°	9°	10°	10°	11°	11°
FORMOSA	19°	16°	16°	16°	16°	16°	17°
MISIONES	13°	12°	12°	11°	11°	10°	9°

Elaboración propia. Fuente: Gran Atlas de Misiones

Esta cantidad de habitantes también confirman que la provincia de Misiones, es la provincia con mayor cantidad de habitantes del Noreste Argentino (NEA), seguida en orden decreciente por las provincias del Chaco, Corrientes, y Formosa.

Ilustración 10

Con el aumento de los 136.071 habitantes más en comparación con el año 2001, la provincia resultó ser la quinta jurisdicción que más aumentó su población, en términos absolutos, durante el último período interesal, solo superada por Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe y Mendoza.

En relación a la distribución espacial, el último censo indicó que, el 78.8 % de la población misionera vive en zonas urbanas, el 26.2 % de la población restante reside en zonas rurales, de la totalidad de los pobladores rurales el 81.2 % vive en zonas consideradas dispersas o en aéreas denominadas picadas o parajes. Con el mismo comportamiento que en el censo anterior, la capital misionera, Posadas continua siendo el municipio con mayor concentración de población Urbana 99.1 %. Le siguen en orden decreciente Candelaria 97.2%, Oberá 96.7 % Puerto Iguazú 95.8 %, Garupa 95 %.

La provincia de Misiones, en cuanto a su Producto Bruto geográfico muestra un crecimiento exponencial en los últimos años, representando un crecimiento anual promedio del 19 %; este crecimiento está conformado por un alza de la producción, una mayor cantidad de Empleo y un aumento en los precios (Gran Atlas de Misiones, 2013: 121). La Argentina a escala nacional generó un crecimiento del PBI a precios corrientes del 27.7 % en el año 2011, y del 17.5 % en el 2012, representando un crecimiento anual promedio para el período (2000 – 2012) del 48%; mientras que, Misiones, durante el mismo periodo el crecimiento representó un 4.55 % del PBI a precios corrientes.

Las actividades económicas que se desarrollan en la provincia se las puede sintetizar en tres sectores fuertemente diferenciados; el **primario**, es el encargado de la obtención de bienes sin procesos partiendo de los recursos naturales, el sector denominado **secundario**, lugar en el cual se aplican los procesos industriales con el objetivo de obtener bienes de consumo e inversión y; finalmente el sector **terciario**, sector que aglutina el conjunto de servicios. En la provincia de Misiones el principal eje de la economía es el

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

sector de los **servicios**, el terciario, sector que aporta un 51.5 % al PBG corriente en el 2012. Lo siguen en orden de importancia, el sector secundario con el 37.4 % y finalmente el sector primario con un aporte al PGB de 11.1.

Ilustración 11

Es muy importante destacar que pese a su menor peso en la economía, el sector primario de la provincia es muy importante dentro de la renta provincial , debido a que la misma genera recursos que son explotados, trasformados y procesados por otros sectores o sub sectores de la economía. Misiones es la primera provincia a nivel país en la producción de madera y la producción yerba mate, como la incipiente ganadería que toma fuerza en los últimos años. En definitiva el sector primario de la economía provincial es generado por la agricultura, la ganadería, la granja, la silvicultura y la explotación de las minas y las canteras de piedras, destacándose como principales actividades de la silvicultura, la forestación y la producción de madera en montes implantados.

Sector secundario:

Este sector es el encargado de la elaboración de productos que surgen de un proceso de producción y trasformación de la materia prima, representa el 37.5 % de la actividad económica misionera y muestra un crecimiento del 8%. Las actividades más representativas corresponden a la industria, la construcción y la generación de agua, luz y gas. Dentro de la actividad manufacturera se deben destacar los aserraderos, la elaboración de papel y pasta de papel y la elaboración de la yerba mate, es importante también destacar a la fabricación de muebles, laminados y terciados, como así también el tabaco.

Sector terciario.

El sector terciario de la economía provincial genera por encima del 50% del nivel de actividad económica. Mostrando un crecimiento superior al 9% :En este sector muestra su

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

expansión las actividades relacionadas con el trasporte de cargas, comercios minoristas, trasporte aéreos, actividades bancarias, servicios educativos, la actividad turística representadas por el conjunto de servicios que involucran directa o indirectamente el turismo.

La actividad turística se ha convertido paulatinamente en una actividad muy importante para la matriz económica de la provincia, hoy esta actividad de los servicios se ha incorporado a la agenda política en los últimos ocho años. Para ello, el Estado lleva adelante políticas de desarrollo con inversión en infraestructura y en la mejora del equipamiento e instalaciones de carácter turístico, en atractivos propiedad del Estado y en Aéreas Protegidas. El segundo factor importante en el desarrollo de las políticas turísticas se ve reflejado en la promoción del destino misiones en su conjunto a nivel regional, local e internacional.

Estas acciones apuntalan La política de consolidación de los cuatros ejes estratégicos prioritarios a) consolidación internacional del Destino Iguazú, b) agregación de valor del destino San Ignacio, c) posicionamiento del Destino Moconá d) desarrollo del Parque Temático “Cruz de Santa Ana” y área de influencia.

En los últimos años, la actividad turística provincial ha experimentado un importante crecimiento no solamente en las localidades donde se encuentran las bellezas más destacadas, como las Cataratas del Iguazú y el Saltos del Moconá, sino también en pueblos y ciudades de la provincia que han mejorado la oferta turística mediante el acompañamiento del Gobierno provincial.

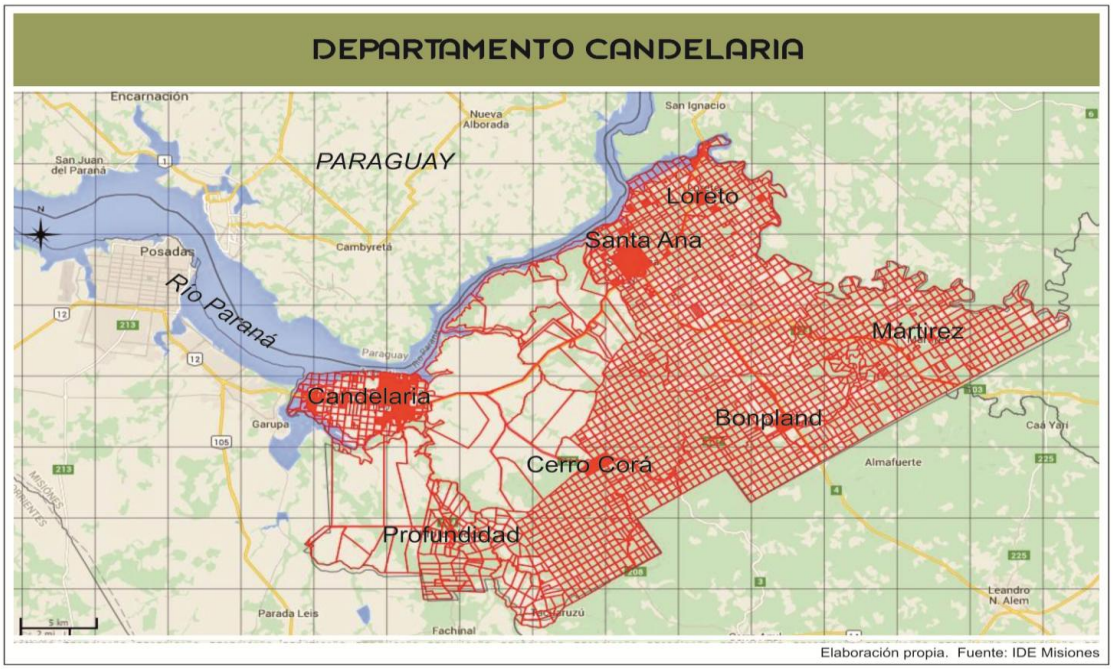
Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

DEPARTAMENTO CANDELARIA

El municipio de Santa Ana se encuentra localizado en el departamento de Candelaria. Este departamento se localiza al sudoeste de la provincia de Misiones. El departamento Candelaria lo integran además de Santa Ana y Candelaria, los municipios de Bompland, Loreto, Mártires y Profundidad, que en su conjunto posee una superficie total de tan sólo 875 kilómetros cuadrados con una población total de 27.040 habitantes y una densidad poblacional de 30.9 habitantes por kilómetros cuadrados, este departamento es uno de los más pequeños de la provincia, representando en superficie el 2.9 % de la superficie total provincial, siendo Santa Ana es la cabecera departamental.

Santa Ana, se encuentra localizada estratégicamente sobre la Ruta Nac. Nº 12, principal vínculo carretero que une la capital provincial y la localidad de Puerto Iguazú, esta vía, toma real importancia no sólo por ser una de las principales rutas de la provincia de Misiones, sino porque se posiciona como una ruta troncal y turística que une a todo el país con principal centro turístico de Misiones, las Cataratas del Iguazú. De esta manera la localidad de Santa Ana es un paso obligado para llegar a las maravillas de las Cataratas del Iguazú.

Ilustración 12



CANTIDAD DE HABITANTES Y DENSIDAD POBLACIONAL

El municipio de Santa Ana es el segundo municipio del departamento Candelaria con mayor cantidad de habitante 6.059, posee la mayor superficie 189 kilómetros cuadrados, asimismo registra la segunda mayor densidad poblacional del municipio 32.1 habitante por kilómetros cuadrados.

Ilustración 13

MUNICIPIOS DEL DPTO. CANDELARIA

	Candelaria	Santa Ana	Bonpland	Mártirez	Cerro Corá	Loreto
Población	14.180	6.059	2.355	1.371	1.333	1.113
Superficie	112 km2	189 km2	99 km2	100 km2	144 km2	107 km2
Densidad	126,6 hab/km2	32,1 hab/km2	23,8 hab/km2	13,7 hab/km2	9,3 hab/km2	10,4 hab/km2
Tipo de Municipio	1ra.	2da.	2da.	2da.	2da.	2da.
Fecha de Fundación del Municipio	10/oct/1895	8/abr/1933	6/nov/1929	6/nov/1929	15/oct/1957	16/nov/1939

Elaboración propia. Fuente: Gran Atlas de Misiones

MUNICIPIO DE SANTA ANA.

Este municipio posee fecha de fundación el 8 de abril de 1933, aunque sus límites definitivos datan de fecha 12 de noviembre de 1968, según Ley XV-Nº 6 (antes Decreto Ley 436/68). Santa Ana es el pueblo cabecera del departamento Candelaria. Esta pequeña localidad misionera es considerada como ciudad histórica, sus orígenes se encuentran heredada y asociada a la Reducción Jesuítica de “Nuestra Señora de Santa Ana”, anteriormente localizadas y fundada en las serranías del tapé, al norte de la ciudad de Cachoeira do sul en 1633 en el estado brasileño de Rio Grande do Sul. Sus primeros fundadores fueron los sacerdotes Jesuíticos Pedro Romero y Cristóbal de Mendoza. Esta comunidad Jesuítica resultó atacada por una poderosa Bandeira integrada por Paulistas, indios y mamelucos que invadieron la región. Este pueblo fue arrasado y destruido por los bandeirantes. Los padres jesuitas Pedro Romero y Agustín Contreras con la finalidad de salvar a más de 2.000 indígenas de la reducción de Santa Ana dispusieron su huida, a través de un éxodo por la selva que lo llevaría a recorrer cerca de 1000 kilómetros, situándose primeramente en 1638 sobre el rio Paraná localizándose en cercanías del cerro Peyuri, finalmente en 1660 se establecen definitivamente al sur de la localidad de Loreto, hoy identificado como el Lote rural 70, ubicado en la base del cerro de Santa Ana.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

La Reducción Jesuítica de Santa Ana llegó a alcanzar por el año 1.760 más de 6.000 habitantes, con estos datos queda demostrado que esta reducción resultó ser una de las más populosas de la región, mostrando de cara al fututo un continuo crecimiento.

Recién en el año 1878 la administración de Corrientes (a la cual la actual provincia de Misiones estaba anexada), encomendó al agrimensor Zacarías Sánchez la traza de la colonia y del pueblo de Santa Ana, pueblo que se delineó sobre la base de la antigua reducción jesuítica de Santa Ana cuyos restos, se conservan aún, formando parte del Patrimonio Histórico de la localidad y de la provincia.

Posteriormente, el gobierno nacional decide nuevamente en 1883 practicar un deslinde de la colonia y de los pueblos de Santa Ana, esta tarea le es encomendada por el Estado Nacional a Rafael Hernández. Este deslinde corresponde a la distribución catastral actual vigente.

Este antecedente catastral histórico define a la Localidad de Santa Ana como la segunda colonia fundada en provincia de Misiones. El casco céntrico actualmente se encuentra distribuida en lotes, cuatro en total de 100 hectáreas cada uno, con avenidas de circunvalación de 50 metros de ancho, de la mismas formas que otras dos avenidas que lo atraviesan octogonalmente por el centro, totalizando 256 manzanas el área urbana con un total de 410 hectáreas. Sobre la distribución territorial le corresponde al área rural un total de 19.030 hectáreas, que sumado al área al espacio urbano totalizan 19.440 hectáreas el municipio en su conjunto.

En el corazón del casco céntrico se encuentra el Centro Cívico, al mismo le corresponde diseños característicos del tipo íbero-portugueses, el área central se relaciona a un formato del tipo oval, sobre el límite del mismo y enfrentados al anfiteatro se encuentran la Municipalidad y el Concejo Deliberante, Centro de Salud, Biblioteca Popular, Asociación de Bomberos Voluntarios, el Salón de Eventos Municipal, las primeras casas correspondientes a las familias, complementan el Centro Cívico, la Iglesia, el Mástil, más un pequeño centro comercial. La comunidad radicada en los espacios considerados como urbanos se encuentran distribuidas en barrios. Esta área urbana posee un total de 11 barrios, 5 de los cuales pertenecen a centros habitacionales construidos por el IPRODHA, Instituto Provincial de Desarrollo Habitacional, identificados como los barrios: 45 viviendas, 40 viviendas, 49 viviendas, 10 viviendas, 23 viviendas. Los restantes 6 barrios: Las Rosas, Los cedros, Nueva esperanza, Centro, Martin Chico y San Pantaleón, son de los barrios tradicionales considerados como los más populosos y auténticos. Según el censo 2010, Santa Ana, cuenta con un total de **1699** viviendas de las cuales 1344 se encuentran localizadas en espacios considerados urbanos, 355 viviendas se encuentran emplazadas en ámbitos rurales de las cuales 335 viviendas se encuentran dispersos y únicamente 20 viviendas se encuentran bajo la figura de vivienda rural de carácter agrupado.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

El municipio de Santa Ana se encuentra territorialmente subdividido en cinco espacios totalmente diferenciados.

A) Planta Urbana, espacio en la cual se concentra mayoritariamente la actividad comercial y de los servicios, en esta área también se localizan los servicios básicos destinados a la actividad turística. La localización de los servicios turísticos ocasionan un nuevo frente urbano que corresponde a la ubicación estratégica de cara a la Ruta Nac. Nº 12. La misma forma y complementa un nuevo concepto de eje urbano, como espacio destinado a la incorporación de servicios correspondiente al equipamiento turístico.

B) Cerro Santa Ana antiguamente conocido “Cerro Peyuré” (Cerro de los vientos). Espacio rural localizado a poco kilómetros del casco urbano, El cerro santa Ana pertenece al cordón de las “Sierras de Misiones”, posee una altura máxima de 372 MSM, es el segundo lugar más alto de la provincia, se ubica detrás de Bernardo de Irigoyen localidad situada a 800 MSM. La cumbre de este cerro es relativamente plana y posee una superficie total aproximada de 30hs, aquí predominan los afloramientos basálticos con poca vegetación, sus las laderas en cambio se encuentra cubierta de vegetación natural y en algunos sectores con selva en recuperación natural, producto del abandono de la plantaciones de caña de azúcar, tabaco y la explotación de la ganadería. Sobre el coronamiento del cerro se encuentra el primer y único parque temático de la provincia de misiones el “Parque Temático Cruz de Santa Ana”. Único emprendimiento turístico, proyectado, construido y explotado en su totalidad por el estado misionero, se comenzó a construir en el 2008 y finalmente fue inaugura en abril del 2011.

La atracción principal del parque gira acorde a la tematizacion que le corresponde a la construcción de una gran cruz metálica de más de 50 metros de altura, construido sobre una plataforma de hormigón de 30 metros de altura; totalizando 80 metros de altura, considerándose el monumento más alto de nuestro país.

C) Puerto Santa, uno de los más antiguos puertos localizados sobre el Rio Paraná, su fundación data del siglo XVII. histórico puerto ligado al embarque del principal producto de Santa Ana, la yerba mate. Alrededor del Puerto y a mediados del siglo XX se instalaron primeramente los galpones del Mercado Consignatario de yerba mate canchada situación que trajo aparejada un gran movimiento económico marcando un rápido progreso del lugar conjuntamente con la radicación de nuevos pobladores atraídos por la generación de la fuente laboral y la llegada de los comerciantes que marcaron el desarrollo de un nuevo espacio poblacional en la localidad. Ante la desaparición paulatina del uso del sistema fluvial argentino sumado a la crisis la yerba mate de los 90, el puerto y su área de influencia comienza su decadencia, el puerto en la actualidad se encuentra inoperable. Sin embargo el estado provincial nuevamente apuesta a desarrollar y reactivar el Puerto

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

de Santa Ana, para lo cual ha destinado 176 hectáreas para la construcción del nuevo puerto, el mismo se encuentra en etapa de construcción y las obras se enmarcan en el Plan de terminación de obras de Yacyretá. El proyecto final integrará al Puerto de Santa Ana con el Puerto de Posadas como una política de reactivación del sistema portuario provincial. Estas obras pertenecen y corresponden a la reposición de infraestructuras afectadas por el embalse Yacyretá.

D) Reducción Jesuítica de Santa Ana, perteneció al conjunto de los 30 pueblos misioneros fundados a partir del siglo XVII, por la orden religiosa de la Compañía de Jesús. Esta reducción forma parte de los pueblos misioneros que se asentaron y se distribuyeron geográficamente en la región de la siguiente manera: 8 (ocho), reducciones se ubicaron en República del Paraguay, 7 (siete) en la República Federativa de Brasil y las restantes 15(quince) en Argentina.

La reducción de Santa Ana se encuentra estratégicamente ubicada a 1.500 metros de la Ruta Nac. Nº 12 a pocos metros del acceso a la Localidad, situada a pocos kilómetros de distancia de las reducciones de Nuestra Señora de Loreto y la de San Ignacio Mimí. Su status legal como monumento histórico le corresponde. A) Monumento histórico Provincial (1.969) - Ley Nº 510, B) Monumento Histórico Nacional (1.983) - Decreto Nº 2210, C) Patrimonio de la Humanidad (1.984) – UNESCO. La reducción jesuítica de Santa Ana pertenece a los bienes patrimoniales de la provincia que apunta a la conformación de un circuito turístico internacional común.

E) Campo San Juan localizado estratégicamente a orillas del rio Paraná, perteneciente antiguamente a la propiedad de la empresa “Ingenio San Juan” considerado como el primer ingenio azucarero de la provincia de Misiones que funcionara entre los años 1883 y 1904, produciendo caña, alcohol y miel de caña. Esta empresa de carácter privada fue impulsada a radicarse en Misiones con el objetivo de consolidar un polo azucarero destinado a competir con los principales centros azucareros del NOA, esta inversión fue impulsada por el entonces gobernador Rudecindo Roca. El ingenio entre los años 1886 y 1888 perteneció también a una de las familias muy reconocidas en la provincia, la familia de Otto Bemberg propietario de la cervecería y malteria Quilmes. La empresa deja de funcionar aproximadamente en el año 1904 y finalmente vendida a la Caja de Crédito Hipotecario, a comienzos de 1930.

El campo San Juan se encuentra estratégicamente ubicado sobre la Ruta Nac. Nº 12, el rio Paraná y entre los arroyos San Juan y Santa Ana, posee una superficie total de 5.160 hectáreas; su paisaje se caracteriza por bosques de Urunday encontrándose en el ecotono límite entre la selva paranaense y los campos del sur misionero.

Como antecedente de conservación del espacio campo San Juan, se puede mencionar que fue propuesto en un proyecto en 1996 como Parque Nacional, finalmente

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

en 2007 fue expropiada las 5.000 hs por la Entidad Binacional Yacyretá, (EBY), adquiriéndose la misma bajo la figura de “reserva compensatoria de la represa”.

Los restos materiales del antiguo ingenio azucarero San Juan, situados y distribuidos en los Lotes A 5 A6 y 7 D, con una superficie total de 468 hectáreas, han sido declarados de interés Cultural y Patrimonio Turístico de la provincia, según ley VI –Nº 173 fechada el 21 de agosto del 2014. Mediante esta ley se faculta al Poder ejecutivo provincial por un lado a “arbitrar los medios conducentes al rescate, conservación y puesta en valor de los restos materiales de las instalaciones Art 2, y por otro lado iniciar las gestiones pertinentes ante la comisión Nacional de Museos, Monumentos y Lugares Históricos, para la declaración homologa a nivel nacional Art. 4.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Con el objetivo de conocer de buena fuente la filosofía que fuera utilizada en la propuesta base del proyecto y diseño del primer Parque Temático Provincial; a continuación se presenta el análisis correspondiente al documento base titulado “PARQUE TEMÁTICO SANTA ANA - INSTITUTO PROVINCIAL DE DESARROLLO HABITACIONAL” escrito por Arquitecto David Levy, quien se ha desempeño durante todo el proceso de construcción como inspector de obras del Parque Temático Cerro de Santa Ana por parte del INSTITUTO PROVINCIAL DE DESARROLLO HABITACIONAL, entidad del estado provincial encargado de la construcción del parque. Es importante destacar que este documento corresponde al primer instrumento con que se sociabiliza la información provincial referente a la construcción de Parque Temático, el mismo tiene como fecha de publicación 13, noviembre del 2010.

En el presente documento, el arquitecto David Levy primeramente hace referencia y destaca la decisión de estado provincial en la construcción del primer Parque temático, entendiendo que, él Gobierno de la Provincia de Misiones, en el marco de la instrumentación del Plan Turístico Provincial[2], decidió en su momento impulsar la creación de atractivos complementarios para el Circuito de las Misiones Jesuíticas; sostiene además, que estas inversiones redundarían en un futuro en beneficios a corto, mediano y largo plazo para la economía de la zona sur de la provincia.

Según el escrito de Levy, la decisión política entendió que la construcción de la cruz en “El Cerro Santa Ana”, poseía un conjunto de ventajas que lo hacían atractivo para su definición como centro de desarrollo turístico, se desprende de ésta respuesta, que desde la génesis del proyecto se ha considerado siempre a la localidad contenedora del parque como un destino turístico emergente. Respecto al lugar propicio para la construcción y la elección del lugar para el montaje del PT, el Inspector de las obras, expuso las ventajas de la elección para su emplazamiento;

- Relieve, destacado por su morfología y altura 360 metros S.N.M, corresponde al lugar más alto en sur la provincia de Misiones.
- Visibilidad, el cerro permite ser divisado desde diversos lugares del sur de la provincia, incluyendo a la ciudad de Posadas; capital provincial ubicada a 49 kilómetros.
- Historia, asociada a la historia del patrimonio intangible, de la colonización y desarrollo de Misiones.
- Ubicación: cercano a zonas densamente pobladas (Posadas, Oberá, Alem, etc.)

[2] CONSULTUR 2000.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

- Infraestructura de accesos, próximo a rutas nacionales y provinciales.
- Entorno natural, aprovechamiento de monte natural característico del sur misionero.
- Proximidad a las Misiones Jesuíticas de Santa Ana y San Ignacio Mini.

El arquitecto Levy entiende que, este conjunto de ventajas descriptas anteriormente posibilitó en su momento imaginar un escenario hacia el desarrollo del Cerro Santa. Desarrollo que permitiría pensar en la localidad de Ana como cabecera de una serie de actividades que permitirían:

- Incrementar el turismo interno.
- Estimular el desarrollo del turismo escolar.
- Generar actividades de recreación para desarrollar nuevos mercados locales.
- Mejorar la relación del habitante misionero con la naturaleza.
- Incrementar la estadía del turismo interno en el sur de la provincia de Misiones.

Levy, entiende que para provocar ese escenario potenciando las actividades, se debían desarrollar justamente esas ventajas enunciadas. “El Cerro Santa Ana debía disponer de la infraestructura necesaria para recibir visitas como así también ofrecer un atractivo adicional y que, a la vez, provoque el interés necesario para incitar el turismo, dadas las ventajas estratégicas del relieve y la ubicación”. Levy sostiene entonces que, “es indudable que una construcción en altura sobre la cúspide del cerro ofrecería el atractivo buscado”.

El inspector fundamenta que, “El proyecto buscó encontrar en una construcción la asociación con el lugar, con el acervo popular y con las manifestaciones religiosas, por eso la elección de una cruz, símbolo de la cristiandad y vínculo implícito con nuestra historia; el monumento a la cruz reunía las condiciones requeridas del proyecto”. Además se considero que una cruz metalizada de 80 metros de altura emplazada sobre el Cerro a 360MSM, sería visible desde varios lugares de la provincia y que la incorporación de un sistema de iluminación ofrecería un espectáculo adicional a las noches misioneras para incentivar la visita al lugar.

Levy, también manifiesta en su escrito que estas cuestiones relacionadas con la construcción de la cruz deberían trascender la mera contemplación de la cruz; entonces se hizo necesario ofrecer un conjunto de actividades que posean atractividad y por esa razón según el arquitecto, surge la idea de desarrollar un PARQUE TEMÁTICO, ya que el mismo posibilitaría incorporar una serie de actividades complementarias e integradas a la visita al monumento de la cruz. Actividades de las que se apropie el proyecto; por ejemplo:

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

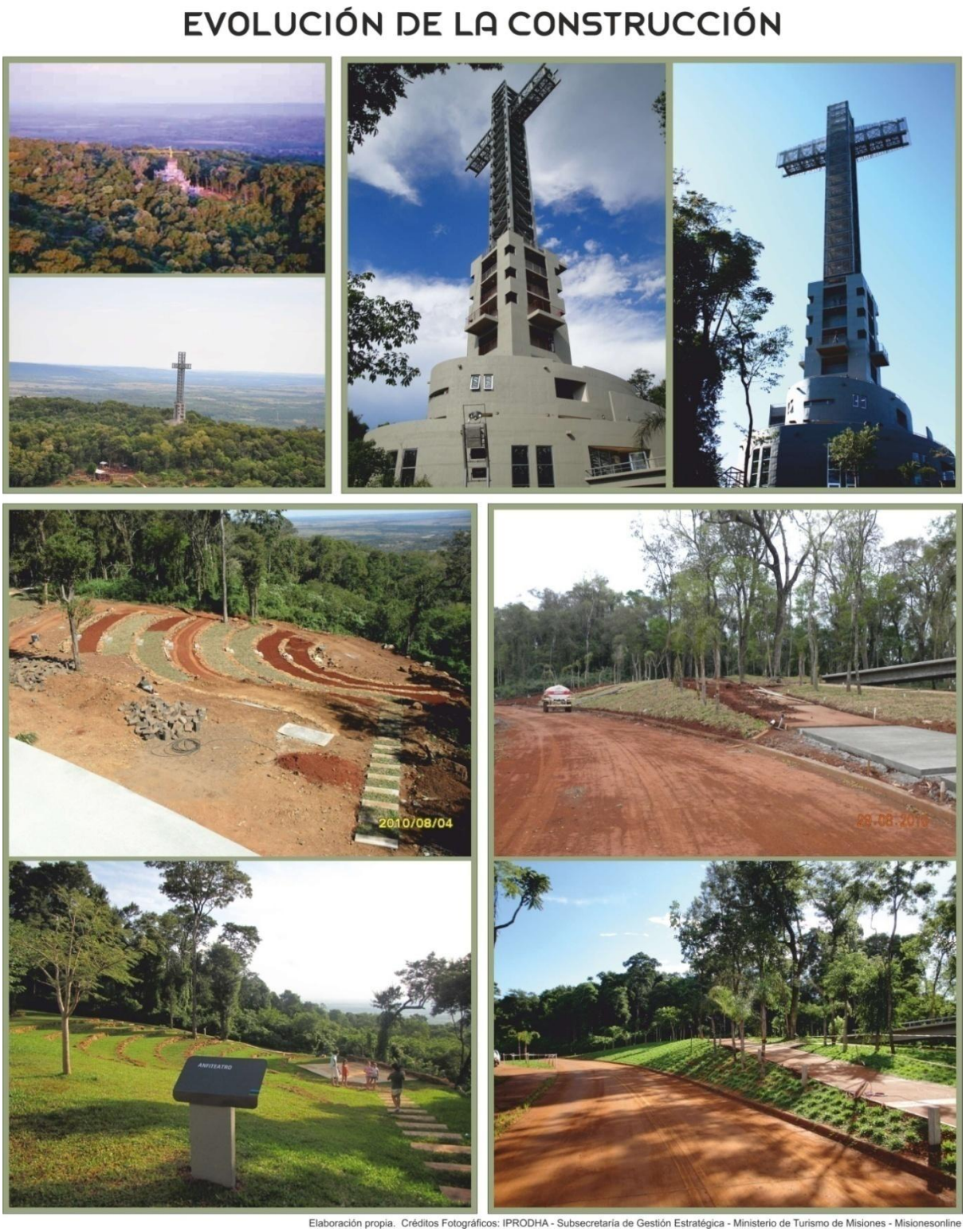
- Contacto con la naturaleza (recorridos a través de senderos por el monte natural).
- Actividades al aire libre.
- Celebraciones religiosas ecuménicas.
- Incorporación de actividades culturales.
- Museo de las Misiones. (proyecto aun sin ejecutar)
- Observación del paisaje (aprovechando la altura del Cerro).
- Ámbito de desarrollo para la población de Santa Ana.
- Observación de flora, fauna y especialmente la observación de aves.

Entonces Levy sostiene finalmente que; “Esta obra, PARQUE TEMÁTICO SANTA ANA, es el puntapié inicial de una etapa de revalorización y potenciación de nuestros recursos naturales de la zona sur; el mismo se articulara con los programas de recuperación de las Misiones Jesuíticas y las actividades y programas culturales del municipio de Santa Ana. Cumpliendo, “así el estado provincial su función de motor de desarrollo, proveyendo las herramientas y la infraestructura necesarias para la posterior intervención del sector privado, quien será el responsable de incrementar las inversiones en el sector”.

Levy, en una entrevista realizada para la presente investigación, hace referencia a la importancia que significó el parque temático desde el inicio de la construcción para la localidad anfitriona, el inspector resaltó que el proyecto siempre considero a la comunidad local como un socio estratégico. Al respecto comentó que, sobre un total de 75 empleados utilizado mensualmente en la construcción del PT, un 30 % de los mismos correspondieron a mano de obra local. Asimismo explicó que, la materia prima e insumos necesarios para la construcción que se pudieron encontrar en esta localidad fueron adquiridos directamente en Santa Ana, fundamentalmente lo referido a la industria de la madera y a los materiales en construcción destacándose la compra de arena y piedra.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Ilustración 14



Elaboración propia. Créditos Fotográficos: IPRODHA - Subsecretaría de Gestión Estratégica - Ministerio de Turismo de Misiones - Misionesonline

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

CARACTERÍSTICAS: PARQUE TEMÁTICO LA CRUZ DE SANTA ANA.-

El PARQUE temático la cruz de Santa Ana, se encuentra geográficamente ubicado al sur de la provincia de Misiones en el departamento Candelaria, municipio de Santa Ana, su principal acceso se encuentra ubicado aproximadamente a seis kilómetros del casco céntrico de la localidad de Santa Ana, al sur de la Ruta Nac. Nº 12, por la Ruta Prov. Nº 103.

Su ubicación geográfica es considerada como estratégica:

- Por estar localizado a tan sólo 45 kilómetros o apenas 30 minutos de la ciudad capital provincial Posadas, metrópoli de los servicios turísticos. Ciudad con más de 380.000 habitantes.
- Por estar ubicado en inmediaciones de una de las principales autovías de la provincia de Misiones y de la región, la Ruta Nacional 12. Principal medio de comunicación terrestre que une a la localidad de Iguazú ciudad contenedora de una de las nuevas 7 maravillas del mundo las "Cataratas del Iguazú", recurso que recibe más de 1.200.000 turistas anuales. Por esta autovía se moviliza el mayor porcentaje de turista nacionales que se movilizan utilizando el automóvil como medio de trasporte y por esta misma vía transita el mayor porcentaje del trasporte de pasajero trasladados en servicios de micros de corta, media y larga distancia desde Posadas a Iguazú y viceversa, como así también al resto del país. La ruta nacional 12 posee un movimiento anual de más de 2.000.000 de vehículos.
- Por estar ubicado a tan sólo 16 kilómetros del segundo destino turístico de la provincia de misiones, San Ignacio. Ciudad contenedora de las "Reducciones Jesuíticas de San Ignacio", lugar que recibe en promedio cerca de 250.000 visitantes al año
- Por estar ubicado a tan sólo 60 kilo0metros de la segunda ciudad en importancia de la provincia de misiones, Oberá localidad con aproximadamente unos 80.000 habitantes.

El proyecto del Parque Temático se desarrolló sobre el cerro Santa Ana, a 360 metros de altura sobre el nivel del mar, en un espacio natural cuya superficie total es de 57,5 hectáreas; conformada en un principio por 50 has de terrenos pertenecientes al estado provincial y el restante 7,5 has se ha incorporado al proyecto a través de la compra de un lote a unos de los antiguos lugareños.

Este paisano incorpora posteriormente su emprendimiento comercial al circuito turístico que genera el PT, emprendimiento insignia del cerro ***la Fábrica artesanal de rapadura,*** la superficie anexada posibilitó la construcción de la estructura de la cruz en el punto más panorámico y más alto del cerro Santa Ana. Esta ubicación fue considerada como la más acertada dado que el mismo responde a una ubicación estratégica

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

privilegiada que se favorece con un excelente centro panorámico, posibilitando de esta manera una atractiva visibilidad desde todos los ángulos

Desde sus inicios el proyecto del parque consideró para su desarrollo, el aprovechamiento de forma integral de la superficie total disponible con la premisa de preservar y conservar el ecosistema propio del lugar. Los espacios que fueron degradados anteriormente al proyecto, se esgrimieron para el emplazamiento de obras, caminos, estacionamientos y lugares de esparcimiento.

Como premisa de la conservación y preservación del ambiente, dentro del espacio nativo natural se protege un nuevo formato, un parque natural; espacio en la cual co-existen caídas de aguas, especies arbóreas autóctonas, enmarcados por un entorno de selva natural misionero.

CARACTERÍSTICA DEL EDIFICIO CENTRAL LA CRUZ DE SANTA ANA

El edificio principal de la cruz corresponde a las características de un edificio de hormigón armado con una altura máxima de 31.5 metros, altura comparada al equivalente a un edificio de 10 pisos; sobre el coronamiento de este edificio se funda la cruz, una estructura metálica con un total de 52.5 metros de altura, lo que sumado al edificio de hormigón logra los 84 metros finales de altura.

El edificio principal, opera como basamento de la cruz y posee una superficie total 3.000 metros cuadrados cubiertos, incluyendo las terrazas y los miradores que bordean el edificio principal. La fachada exterior se caracteriza por las formas elípticas, cuyo objetivo del mismo obedecieron a la generación rampas de circulación de carácter externas que encierren áreas útiles internas que permiten el ascenso a los niveles superiores del edificio base de la cruz, obteniendo de esta manera en forma simultánea, estabilidad estructural, rampas de circulación y superficies funcionales.

Las rampas de circulación externa al edificio central permiten el acceso rápido a diferentes niveles del edificio, la cual fueron aprovechados como miradores, con lo cual se ha logrado que los visitantes disfruten de escenarios visuales accesibles y de carácter panorámicos. Estos escenarios se encuentran localizados por sobre de la altura máxima de la vegetación nativa circundante.

El edificio central de la de la Cruz, posee dos ascensores internos que llegan hasta el mirador principal, este servicio además posibilita el acceso a personas con capacidades diferentes. Desde este primer mirador, mediante otro ascensor, uno de carácter externo y panorámico, se puede acceder hasta la misma base de la estructura metálica de la cruz, esta base se encuentra a un nivel de más 31.50m. Nuevamente en ese nivel se dispone de un prodigioso mirador que, además, es el punto de inicio del recorrido por el interior de

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

los brazos la cruz metálica. Es importante destacar que este nivel se podrá realizarse de dos maneras, por escaleras ó mediante un ascensor.

El proyecto intentó siempre jerarquizar la utilización de la estructura del basamento de la cruz como medio de observación paisajística valorizando la utilización de sus terrazas y sus miradores, con el objeto de que la visita no sea meramente contemplativa, sino que se integre al visitante en la sensación de ascender por encima de los niveles de la vegetación.

Las demás áreas funcionales del PT , conforman la otra mitad del proyecto, están incluido en el mismo los siguientes sectores: salón de usos múltiples, museo de las Misiones, sanitarios, locales gastronómicos, salas de primeros auxilios, salas técnicas y de servicios. Además de los espacios dedicados al anfiteatro, orquidiarios y mariposarios.

TIPOLOGÍA DE LA CONSTRUCCIÓN

- El edificio central y base de la cruz, ha sido diseñado y construido con estructuras de hormigón armado a la vista, piso de mosaicos graníticos, carpinterías metálicas e instalaciones acorde diseño.
- El monumento a La Cruz ha sido construida en su totalidad con perfiles metálicos galvanizados en caliente, adoptando la forma de una típica cruz latina, recubierta con una piel de lamas horizontales de aluminio. Los brazos de la cruz alcanzan los 29 metros de desarrollo total, en tanto que la sección transversal de la estructura es de de 25 m2 (5m.x5m).
- El monumento de la cruz, posee una iluminación externa de carácter ornamental, que posibilita la visualización nocturna de la cruz desde varios lugares de la provincia. Para lograr este efecto se utilizaron artefactos especiales de última generación, compuesta por reflectores integrada a un sistema de luces blancas muy potentes, incorporándose a las mismas luces de leds con multi escala cromática.

Forma de llegar

El principal acceso al Parque se localiza sobre el sector sureste a 6 kilómetros de la ruta provincial 103. En este sector se encuentra ubicado el área de recepción e ingreso de los visitantes y los estacionamientos. En el edifico de acceso se localizan al personal de RRPP del parque quienes tiene la función de orientar al visitante, este edificio además posee un espacio destinado para exposiciones de los artesanos locales y apoyatura gastronómica.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

A partir del ingreso, los visitantes podrán optar por iniciar el camino de ascenso al edificio central de la cruz utilizando un servicio de trasporte de aproximación propio del parque o ascender a pie iniciando un recorrido pedestre bosquejado para tal fin, un circuito de senderos naturales especialmente diseñado para el aprovechamiento e integración paisajística. Este circuito integra áreas de interés de diversas atractividad: arroyos, cascadas, selva en estado natural, miradores. Este circuito es un lugar ideal para la observación de la flora, fauna y la observación específica de aves.

Definición de áreas y actividades

El edificio principal fue construido en un área natural del bosque misionero, único en su tipo en la zona sur de la provincia de misiones, Por tal razón resulto muy importante para el aprovechamiento conjunto del lugar, el diseño de los senderos y los paseos que complementarán la visita al sector. Estos circuitos permiten el acceso a lugares de interés natural y se integrarán con áreas de descanso y esparcimiento. A este circuito natural se le incorpora un conjunto de obras que complementan la oferta turística del Parque, a través de la incorporación de atractivos como un mariposarios y un orquidiarios, complementando la oferta un centro de eventos, locales comerciales y un centro gastronómico.

Actividades complementarias

La propuesta de actividades complementarias gira básicamente sobre el aprovechamiento del:

- Mariposario, Brinda al público la posibilidad de vivenciar, en cualquier época del año, un acercamiento a las especies de mariposas que habitan particularmente el cerro Santa Ana. Es un espacio inspirado en la naturaleza propia del lugar, con su fauna y elementos florísticos, que no permanece estático, sino que evoluciona con el tiempo, junto con las mariposas. Es el primero de Misiones, con una infraestructura adecuada para la producción y exhibición permanente de mariposas misioneras, recreando las condiciones óptimas para la supervivencia y reproducción de las especies.
- El Orquideario: Es un ambiente especialmente diseñado que recrea las condiciones de su hábitat natural, el Orquideario del Parque es una muestra permanente de especies terrestres y epífitas rescatadas en la zona y reproducidas luego con el doble objetivo de exhibirlos y repoblar el cerro. El lugar propone informar al visitante sobre la gran diversidad de orquídeas presentes en la zona, cómo cuidar y cultivar estas plantas y cómo conservarlas en la naturaleza.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

- Senderos. Propone un recorrido de 600 metros a través de un sendero abierto en el monte nativo, con dos posibles interpretaciones alternativas o en simultáneo. El recorrido "interpretativo" permite identificar especies, disfrutar de los sonidos únicos de la naturaleza, así como visualizar el ambiente autóctono de vegetación, especies animales y vertientes naturales. El recorrido "religioso" ofrece la posibilidad de recorrer 7 estaciones para la oración y la reflexión del peregrino.
- "Teatro de la Selva", En el interior de la base de la cruz se encuentra un anfiteatro con un escenario propuesto para espectáculos de jerarquía, equipado con tecnología de última generación en materia de acústica e iluminación.
- Centro de venta y distribución de artesanías Curuzu Vera. A este lugar le corresponde la puesta en valor de las artesanías locales y regionales, este local cumple el rol de exhibir las artesanías a los visitantes del lugar y actúa además como centro de acopio de los trabajos de los artesanos locales.
- "Bio Plaza" El monumento a la cruz se integran a una plaza central. El acceso al mismo se realiza en forma peatonal mediante veredas que la vinculan al edificio principal.
- Ascensor al Cielo. La estructura metálica de la cruz posee ascensor externo panorámico que llega hasta los brazos de la Cruz, este recorrido se puede hacer únicamente por ascensor.
- Capilla San Ana, Dentro del predio del parque se construyo una pequeña capilla, este proyecto implicó la generación un espacio beato dentro de las propuestas del Parque, la capilla recrea con simpleza el lenguaje de la arquitectura eclesiástica colonial. [3] Representada en forma de un prisma de doble envolvente y techo a dos aguas, blanco por afuera para remedar a las construcciones jesuíticas y franciscanas de la época colonial.

Gastronomía.

La gastronomía resulto desde un principio del proyecto un eslabón clave para el desarrollo y la integración con los demás servicios del parque. El proyecto consideraba dos emprendimientos gastronómicos el **Santanero resto Bar** ubicado en el segundo piso del edificio central de la cruz, su temática gastronómica posee una fuerte impronta en cuanto al aprovechamiento de la cocina local y su integración con la gastronomía regional, este restaurante trabajaría únicamente con el servicio dedicado exclusivamente al almuerzo, abriéndose sábados y domingo únicamente para el servicio de cena. El otro emprendimiento gastronómico corresponde al **Santanero Drugstore**: un emprendimiento

[3] La obra corresponde a los arquitectos Daniel Cella, Pedro Peralta y Lucía Cella

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

dedicado al servicio de comidas rápidas, bebidas y artículos regionales, destacándose que los servicios que brindaría estarían ligados al desayuno y a la merienda.

Desde la cocina del Santanero resto funciona el servicio de el "Santanero Catering" una unidad de negocio con característica de catering: desde esta cocina se elaboran los panificados que se consumen en los complejos Salto Encantado en Aristóbulo del Valle y Saltos del Moconá en El Soberbio, asimismo y con la misma temática se elaboraran los insumos PRE elaborados apoyados con una línea de logística y distribución hacia estos centros turísticos provinciales". Esta iniciativa se gesto con el objetivo de desarrollar dentro del parque temático un verdadero polo gastronómico, brindando servicio y alimentos a los demás parque provinciales con una apertura eventual para satisfacer cualquier necesidad gastronómica privada del sector.

Horario de atención al parque.

El parque se encuentra abierto a excepción de los días martes el resto de los días de la semana. El día martes corresponde al día que es utilizado para las tareas de mantenimiento general y aprovisionamiento del parque. Los días lunes, miércoles, jueves, viernes y sábados se encuentra abierto desde las 10.00 hs hasta las 17.00, en tanto que los días domingos el parque abre sus puertas en el mismo horario manteniéndose abierto hasta las 18.00 hs.

CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL PARQUE TEMÁTICO.

Comitente: Instituto Provincial de Desarrollo Habitacional IPRODHA, a través de la Dirección de Planificación y Urbanismo.

Proyecto: Arquitectos Daniel Cella, Pedro Peralta y Lucía Cella. Cálculo: Ing. Carlos Alberto Perenson.

Empresa constructora: Hidrelco S. R. L.

Superficie construida: 400 m2.

Monto inicial de la obra 22.000.000. Monto finalización de obra 85.000.000

Inicio de obra 2007, finalización de obra 2010.

Fecha de inauguración 14 Abril 2010.

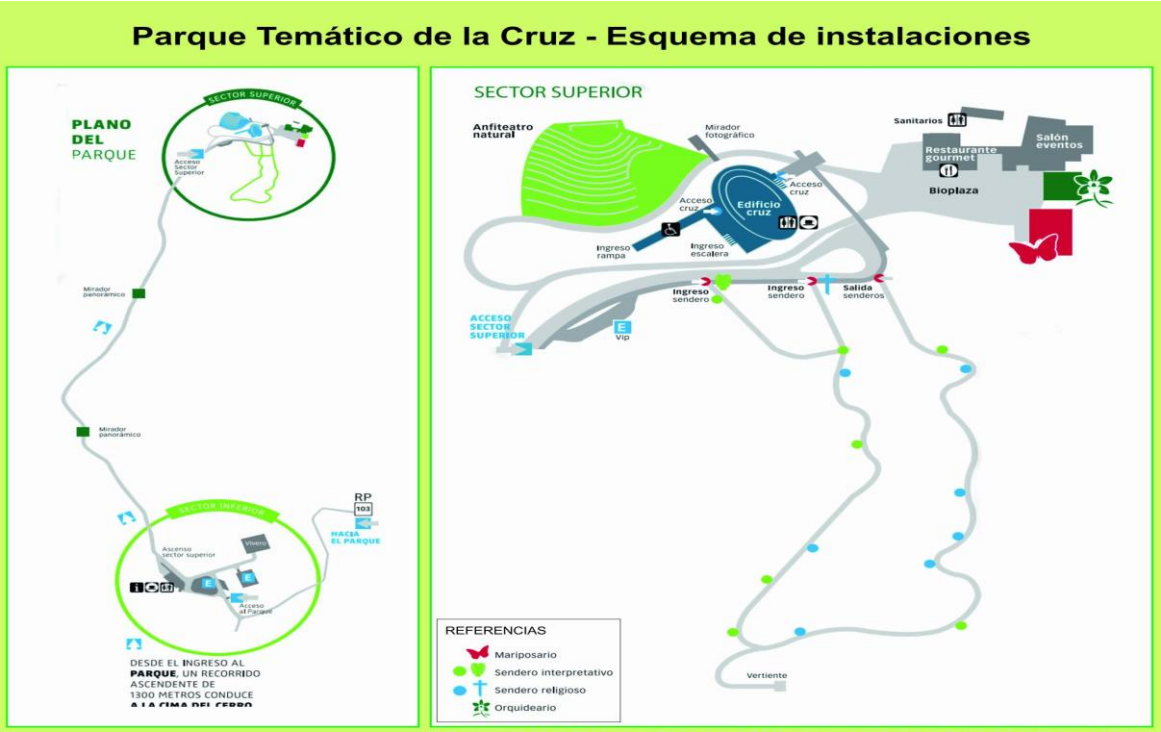
Organismo Gerenciador. I.P.L.Y.C. S.E. Instituto Provincial de Loterías y casinos, S. de Estado.

Administración. Subsecretaría de Gestión Estratégica

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

PARQUE TEMÁTICO. ESQUEMA DE LAS INSTALACIONES

Ilustración 15



Elaboración Propia. Fuente: Subsecretaría de Gestión Estratégica

Ilustración 16

IMAGEN NOCTURNA CRUZ DE SANTA ANA, PARQUE TEMÁTICO.

Crédito Ya Misiones.

IMAGEN AEREA PARQUE TEMÁTICO, CRUZ DE SANTA ANA.

Ilustración 17

Crédito Misiones OnLine.

IMAGEN ÁREA COMPLEJO, PARQUE TEMÁTICO.

Ilustración 18

Crédito Sentí Argentina. Com.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA PROVINCIAL – PARQUE TEMÁTICO DE LA CRUZ, NUEVO ESCENARIO DE VISITA

La actividad turística y su correspondiente clúster de servicios viven en misiones en general en casi todo su territorio un momento especial. Esta situación esta generada por una marcada afluencia turística en crecimiento constante y por el exponencial incremento que se viene dando en los últimos 10 años. Crecimiento que se acrecentó notoriamente aun más en el último lustro. La población en su conjunto y el sector de los servicios identifica al turismo como el motor del desarrollo económico en destinos tradicionales como Iguazú y San Ignacio, entendiendo que el turismo es una actividad integradora de los diferentes sectores económicos y con una fuerza propia capaz de generar un impulso que arrastren al conjunto de actividades económicas al sistema turístico.

Históricamente La provincia de misiones se identificaba en el escenario turístico nacional e internacional únicamente a través de dos faros turísticos muy potentes, las Cataratas del Iguazú y de las reducciones jesuíticas de San Ignacio, ambos atractivos patrimonios de la humanidad. Esta situación de concentración turística se comienza a contrarrestar con política turísticas de carácter público tendientes a redistribuir la demanda turística a otros destinos turísticos no tan tradicionales, es así que en los últimos doce años los gobiernos provinciales que se fueron sucediendo a través de los distintos periodos constitucionales, los mismos le han prestado suficiente atención a la actividad imprimiéndoles un formato de continuidad política, con el claro objetivo de posicionar a la provincia de misiones como una provincia turística primeramente a nivel nacional y posteriormente a nivel internacional.-.

El marco de este nuevo escenario, de un creciente incremento sostenido de visitantes a la provincia, se produce a raíz de que su principal el destino "Cataratas del Iguazú" se ha transformado en uno de los nuevos iconos turísticos del mundo, Cataratas de Iguazú una de las nuevas maravillas del mundo moderno. La participación del destino Iguazú en este concurso internacional marco un quiebre en su posicionamiento turístico como destino, en primer lugar por hacerse conocer internacionalmente a través de una campaña viral globalizada, la primera en su tipo y en segunda instancia por haber sido el único destino de la argentina en calificar.

Esta situación le permitió al destino Iguazú una vez finalizado el concurso 11/11/2011 recibir un incremento muy significativo de nuevos visitantes, escenario que genero una re-distribución de visitantes a otros atractivos provinciales también importantes caso de las reducciones Jesuíticas de San Ignacio, los Saltos del Moconá y al parque temático de la cruz de Santa Ana, parque inaugurado el 14/04/2011, 6 meses antes de ser declarada nueva maravillas, las cataratas del Iguazú.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Con el objetivo de resaltar el crecimiento de la actividad turística en la provincia de misiones, primeramente se efectúa un Análisis de la demanda histórica correspondiente al número de visitantes de los principales recursos turísticos provinciales “Cataratas del Iguazú “y los “Conjuntos “Jesuíticos”

Destino “Cataratas del Iguazú”

En el siguiente grafico 1, se describe claramente el incremento de visitante que posee el principal recurso turístico misionero, “Cataratas del Iguazú”. En el mismo no se puede perder de vista el crecimiento exponencial que presenta el recurso en los últimos 14 años, acentuándose notoriamente el crecimiento desde el año 2011hacia adelante.

Está claro que el periodo de crecimiento del destino se comienza a observar como una repuntada desde el 2003, luego de la superación de la crisis institucional argentina (2000), Este periodo de crecimiento 2003 hacia adelante, coincide con la mejora en la distribución de los ingresos en el país situación a la que la actividad turística es beneficiada directamente. En los periodos 2006/7 nuevamente se puede observar un pico interesante en cuanto al crecimiento de número de visitantes, esto coincide con el aumento del consumo turístico interno que se da en líneas generales en el país.

Es importante destacar que en el año 2009, presenta claramente una disminución en cuanto a visita, registrándose un numero 952.185 visitante, esta escenario coincide con el impacto negativo que genero en los viajes la crisis internacional y la gripe A, Iguazú no fue ajeno a este fenómeno ocurrido a escala mundial.

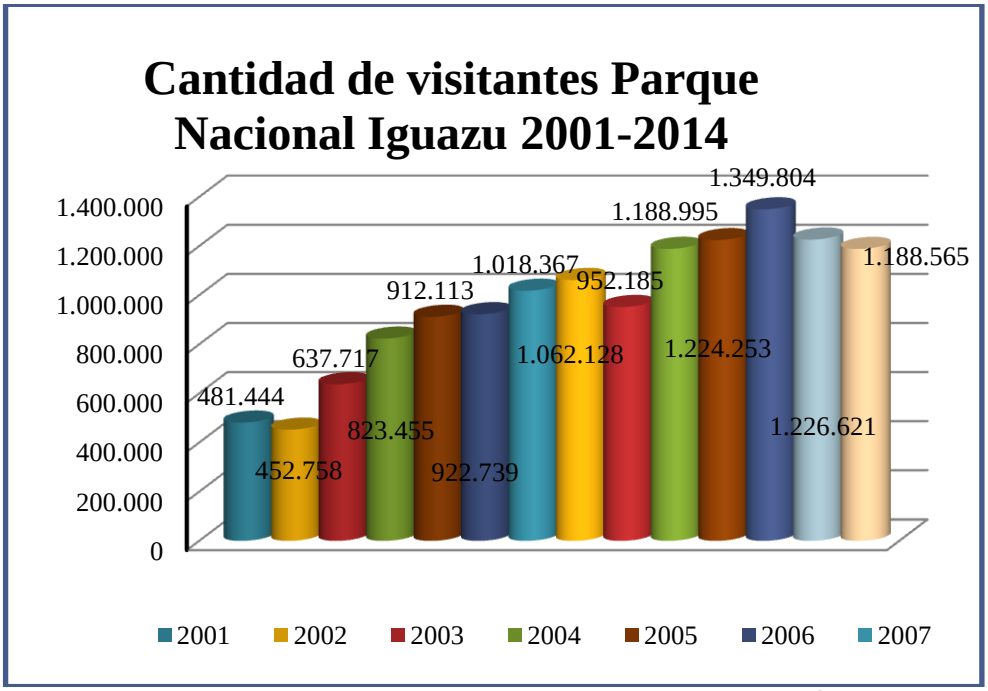
Además se puede identificar claramente en el presente grafico que año 2012 le corresponde al destino Iguazú el año de mayor afluencia turística, totalizando 1.349.804 visitantes, número record en la historia del Parque Nacional Iguazú. Este fenómeno se produce justamente el año siguiente de la declaración de Cataratas como nueva maravilla del mundo.

Es importante destacar que en el año 2014, el PNI presenta una pequeña disminución en cuanto a visitantes 1.188.565. Situación entendible producto de las grandes crecientes del Rio Iguazú. Este fenómeno climatológico afecto en gran parte no solo a la provincia de misiones, sino que también a las provincias todas del Litoral Argentino.

Finalmente es importante destacar y comparar el comportamiento de visitantes PNI en el periodo 2003-2014, con los resultado del informe del Mintur 2015, estudio que enuncia un crecimiento de visitantes a los PN de más del 88 % en el mismo periodo con una tasa anual media de crecimiento de 5.9 %.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Gráfico 1



Fuente: Elaboración propia. 2016

Cantidad de visitante cataratas del Iguazú, según origen Mercosur extranjeros.

En los siguientes gráficos se puede observar: por un lado el comportamiento y crecimiento de los visitantes del Mercosur a las cataratas de Iguazú, periodo 2001-2014 (grafico 2), como así también la cantidad de visitantes de origen extranjeros (países no limítrofes) al Parque nacional Iguazú en el mismo periodo (grafico 3).

De esta manera nuevamente se observa el crecimiento sostenido en el periodo 2002-2010, evidenciando igualmente un repunte en el crecimiento muy importe a partir del periodo 2010-2013 y un salto cuantitativo en el periodo 2011- 2013.

Al Igual que en el grafico anterior, se observa una disminución en la visita de los residentes en el Mercosur en el año 2009 con 78.550 visitantes, también producto causante del fenómeno de la crisis internacional y de la gripe A.

Finalmente se puede observar claramente que el año 2013, corresponde al año de mayor número de visitante de residente en el Mercosur con 169.684 visitante.- Este dato se corrobora junto al anuario turístico del ministerio de turismo de la nacional 2015, en la cual se destaca el crecimiento de de la llegada de los visitantes a Argentina originarios de los países limítrofes (2013), correspondiéndole a estos visitantes un crecimiento cercano a los 20 %, siendo los países que más contribuyeron con turistas los procedentes de Uruguay, Paraguay y Brasil.

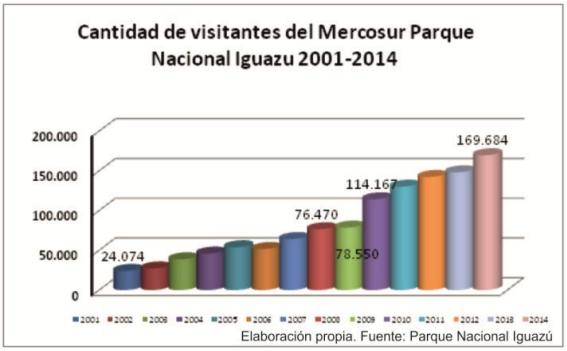
En el siguiente grafico se analizan además, la cantidad de visitantes de origen extranjeros (países no limítrofes) al Parque nacional Iguazú. En el mismo se observa

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

claramente que el destino tiene un repunte en cuanto a números de visitas se refiere a partir del año 2003 con 241.360 visitantes. Este repunte se genera a partir de que la argentina recupera su confiabilidad internacional luego de superar su crisis institucional interna.

El periodo 2005- 2008 se mantiene con un numero de visitante sostenido cercano a los 400.000 visitante promedio en el mismo periodo, mientras que en el periodo 2009 – 2012 el promedio de visitante se estableció como una constante de 350.000 visitante al año, finalmente en el último año (2014) se observa un pequeño crecimiento totalizando para ese año 368.987 visitante. A este año le corresponde el repunte turístico, producto de la campaña globalizada a nivel mundial de la promoción de New 7 wonders.

Gráfico 2



Elaboración propia. Fuente: Parque Nacional Iguazú

Gráfico 3

Elaboración propia. Fuente: Parque Nacional Iguazú

CANTIDAD DE VISITAS SEGÚN ORIGEN NACIONAL, CATARATAS DEL IGUAZÚ

En el siguiente grafico 4 se analiza la variación de visitas del turismo interno en el periodo 2001 – 2014 al Parque Nacional Iguazú.

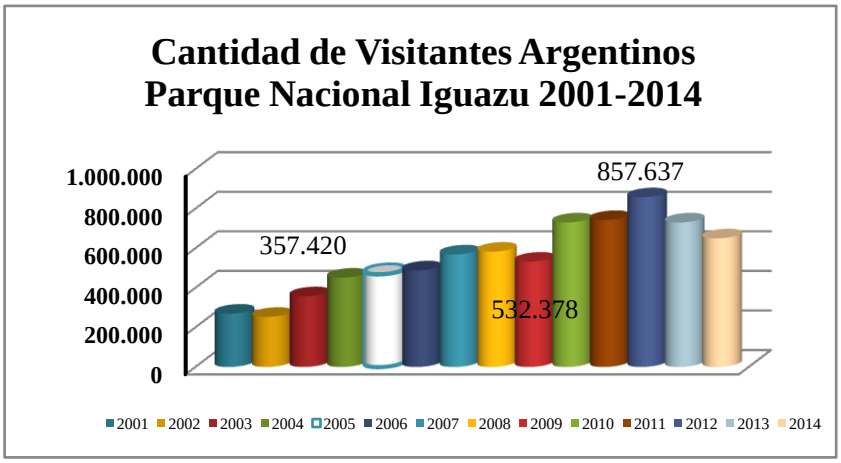
Al respecto se puede observar que a lo largo de este periodo, el mercado del turismo interno muestra una tendencia en líneas generales de crecimiento en cuanto a números de visitantes se refiere. Se observa claramente como en los gráficos anteriores el crecimiento sostenido a partir del año 2003 (357.420) en adelante. El año 2009 posee un comportamiento retráctil en números de visitantes al igual y al mismo comportamiento de los viajeros internacionales y del Mercosur, productos de la crisis internacional y de la gripe A. Nuevamente el número de visitante a partir del 2010 posee un promedio de crecimiento sostenido hasta el 2011 que se produce un pico muy importante, 857.637 visitantes. Este fenómeno se produce en el año de mayor promoción del destino catatas coincidentes con la finalización del concurso de New 7 Wonders.

En el informe anual del Mintur 2015, el mismo destaca el crecimiento sostenido de 88 % de los visitantes al los PN en el periodo 2003– 2014, destacando el crecimiento de los turistas residentes en un 92% y los no residente en un 7.8 % en igual periodo. Un dato

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

también importante para destacar corresponde a que en el año 2014 los PN alcanzaron un nuevo record, recibieron 3.5 millones de visitantes. El PN Iguazú recibió ese mismo año un total 1.188.565, el 33 % del total de las visitas a los PN. El otro parque más visitado correspondió al PN Los Glaciares con el 19 %.

Gráfico 4



Fuente: elaboración propia. 2016

LUGAR DE ORIGEN Y PROCEDENCIA, CATARATAS DEL IGUAZÚ

En los siguientes gráficos 5 y 6 se muestran la importancia que reviste los visitantes al PNI, según sus lugares de origen clasificados en extranjeros, Residentes del Mercosur y nacionales en el periodo 2001 – 2014 Expresados en cantidades (grafico 5) y en porcentajes (grafico 6). En los mismos está claramente demostrado la importancia que reviste el mercado interno para el PNI con un total de visitantes 7.683.597, en segundo nivel aparece el mercado de visitantes internacional acumulando en el mismo periodo un total de 4.592.739 visitante, y por último los visitantes provenientes del Mercosur (países vecinos Paraguay, Brasil, Uruguay) 1.164.808 visitantes, último mercado pero en franco ascenso en cuanto a crecimiento en los últimos años.

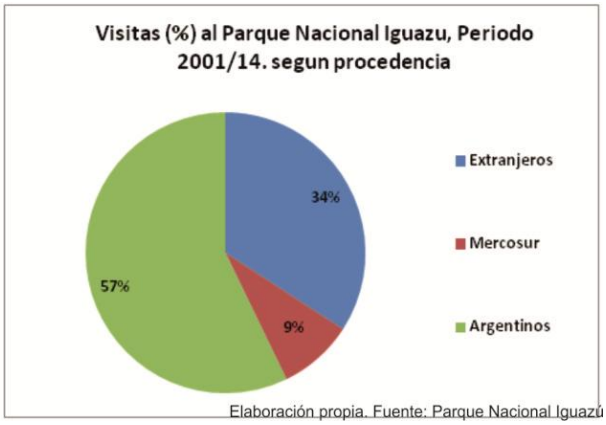
Por otra parte se demuestra la importancia de los visitantes al PNI según procedencia en el periodo 2001 – 2014, expresados en porcentaje. En la cual se puede observar claramente el predominio del mercado nacional con más del 57 %, sobre el resto, aunque el mercado extranjero representa un 34 %.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Gráfico 5

Elaboración propia. Fuente: Parque Nacional Iguazú

Gráfico 6



Elaboración propia. Fuente: Parque Nacional Iguazú

Finalmente es importante incorporar un dato realmente importante a la hora de culminar con el estudio de la cantidad y tipología demanda del PNI, según el informa de Mintur para el conjunto de parques nacionales, expresa que el ultimo año (2014), los PN que recibieron la mayor proporción de visitas de turistas no residentes resultaron Iguazú (49,3%), siguiéndole en importancia el PN Glaciares (28,8%) y el PN Tierra del Fuego (12,8%); mientras que los PN que recibieron mayor proporción de turistas para el mismo periodo pero para residentes también resulto Iguazú en primer lugar (27,1%), Los Glaciares (14,7%) y Nahuel Huapi (13,7%).

CONJUNTOS JESUÍTICOS.

El segundo destino turístico en importancia de carácter provincial se encuentra localizado en la localidad de san Ignacio, localidad distante a tan solo 10 kilómetros de Santa Ana. Este es el segundo destino marcado también por una afluencia turística importante, aunque lejos del PNI si los comparamos en número de visitantes entre ambos destinos o entre ambos atractivos.

Conocer la cantidad de visitantes a las reducciones Jesuíticas de San Ignacio nos ubicara en un escenario aproximado a la realidad de la demanda de la región del sur de la provincia de misiones, espacio que incorpora al mismo a la localidad de Santa Ana. Esta región pertenece según el plan estratégico de turismo sustentable CONSULTUR 2001 a la región de las misiones jesuíticas.

Cabe aclarar que, resultó prácticamente imposible hallar datos referentes a la demanda histórica de ingresos individuales de cada reducción para esta investigación. Los datos que se obtuvieron del organismo de aplicación corresponden al conjunto jesuítico. Los mismos son analizados y presentados únicamente en forma conjunta.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Con los datos que se obtuvieron de la demanda histórica de los conjuntos jesuítico, se puede demostrar en el siguiente grafico 7. La evolución de las visitas a los conjuntos jesuíticos entre los periodos comprendido entre el 2002 – 2015. El año 2003 es el año en la cual la demanda comienza a crecer con carácter sostenido hasta la fecha. Este periodo de crecimiento hacia adelante, coincide con la mejora en la distribución de los ingresos en el país situación a la que la actividad turística es beneficiada directamente. En los periodos 2006/7 nuevamente se puede observar un pico interesante en cuanto a número de visitante se refiere, situación coincidente con el aumento del consumo turístico interno que se da en líneas generales en el país., según el anuario estadístico 2015.-

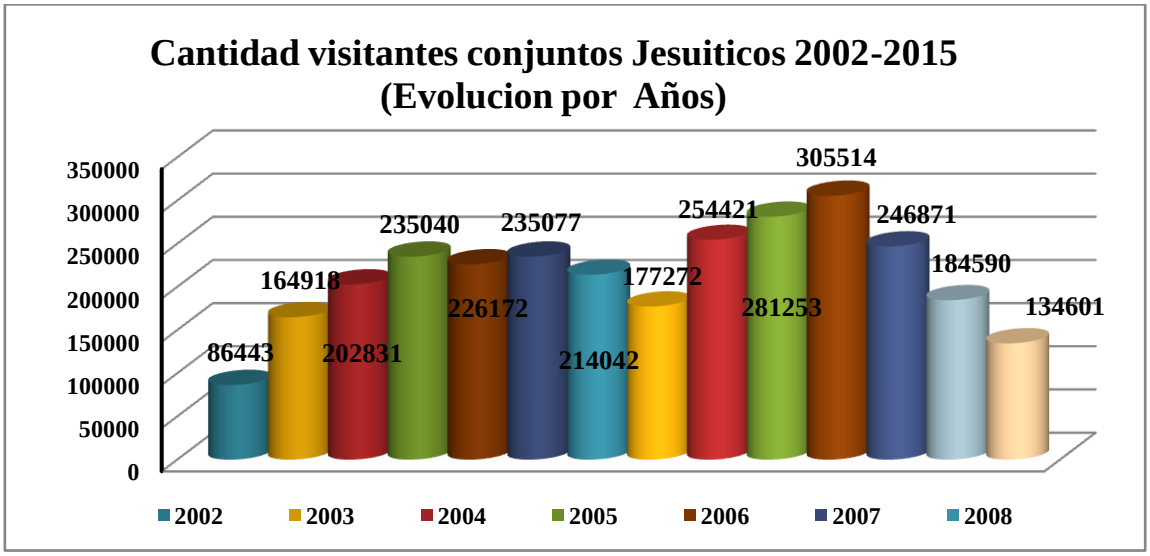
Al Igual que en los análisis anteriores, en los conjuntos jesuíticos también se observa una disminución en cuanto a visitantes el año 2009 con un total 177.272 visitantes, también producto causante del fenómeno de la crisis internacional y de la gripe A, del mismo modo se puede observar que el efecto causa de estos fenómenos no trajeron ninguna complicación residual en los conjuntos jesuíticos, rápidamente se repone de la disminución de visitantes, a tal punto que al año siguiente la cifra de visitantes ascendió a un total de 254.423, representando esta cifra un crecimiento solo en ese año 2010 de más del 69%.

El año de máximo visitantes a las reducciones jesuíticas corresponde al 2012, fenómeno que también es observado como producto y consecuencia de la campaña globalizada Voto cataratas de la New 7 Wonders.

A partir del 2012 los conjuntos jesuítico muestran un ligera disminución en su número de visitantes, esto se observa claramente en el periodo 2013 – 2014, El ultimo año 2014 la disminución de visitas son coincidentes a las consecuencia del fenómeno climático de las crecientes que afecto a la región del Litoral. Sin embargo el periodo 2015 tomando los ingresos únicamente al mes 06 del presente año, presenta un ligero repunte en comparación de los dos últimos años.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Gráfico 7



Fuente: elaboración propia. 2016

En la presentación del análisis de la demanda histórica de los Recursos turísticos PNI (gráfico 1) y del conjunto de reducciones jesuíticas (gráfico 7), se puede observar claramente que ambos atractivos tienen un comportamiento similar en cuanto a número de visitante se refiere a lo largo del periodo 2002 – 2014. Se observa claramente que luego de la crisis institucional vivida en argentina, a partir del 2003 se vivencia un repunte turístico, nuevamente en el 2007 se observa otro repunte interesante. Ambos recursos muestran un comportamiento similar en año 2009 que se ve reflejado en la merma sustancial de visitantes producto de la crisis mundial y de la gripe A. Sin embargo nuevamente ambos recursos se reponen con el aumento de su demanda, se posicionan rápidamente con un fuerte crecimiento entre el 2011 y 2012, una vez culminada la campaña global de cataratas del Iguazú (concurso New 7 Wonder) concurso que culmino el 11/11/11 situación que a priori se entiende como el beneficio al que pertenece al residual de la macro campaña a nivel internacional, nacional y regional.

La culminación del concurso y el nuevo galardón obtenido por las Cataratas de Iguazú denota un antes y un después, esto se puede observar claramente en el aumento en la cantidad de visitantes a los principales atractivos provinciales, Cataratas del Iguazú y Reducciones Jesuíticas de San Ignacio.

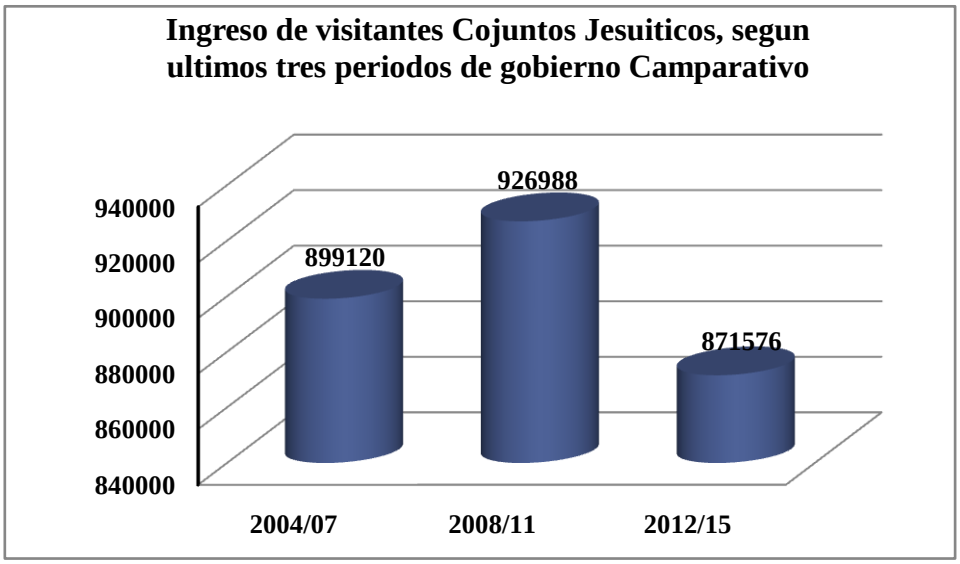
En siguiente grafico (gráfico 8) se muestran en números de visitantes a los conjuntos jesuíticos correspondiente a los últimos tres periodos de gobierno provincial, en un comparativo de visitantes en relación con los periodos de gobiernos 2003/07 Gobierno de Carlos Rovira, y Maurice Closs periodo 2007/2011 y 2011-2015.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Se presentan en el mismo grafico el comportamiento del último periodo de gobierno 2012/2015 también perteneciente al mandato del gobernador Closs, pero esta vez presentándose en forma Parcial, por faltar incorporar al mismo los datos de cantidad de visitantes del último semestre 2015.El grafico evidencia claramente que durante el primer mandato del ex gobernador Closs, periodo coincidente al concurso que se inicio 07/07/07 y finalizo 11/11/11, es el periodo que correspondió al de mayor acumulación en número de visitas 926.988. También es importante destacar que faltando incluir el último semestre al presente periodo de gobierno 2012/2015 los datos de cantidad de visitantes casi igualan al periodo 2004/2007 gobierno perteneciente al Ing. Rovira. Con las estimaciones que se tiene en cuanto al comportamiento de la demanda histórica y de la demanda real nos permite inferir que este último periodo será tan importante o mejor que el anterior.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Gráfico 8



Fuente: elaboración propia. 2016

PARQUE TEMÁTICO LA CRUZ- CONJUNTOS JESUÍTICOS.

En el siguiente grafico se analizan y se comparan la demanda histórica de visitantes al conjunto jesuítico y al Parque Temático La cruz de Santa Ana.

El Parque Temático se ha inaugurado en el mes de mayo del 2011 y durante los primeros 6 meses luego de su inauguración el parque se mantuvo abierto en forma experimental con entrada libre y gratuita, cabe destacar que la administración del mismo abrió sus puertas en Semana Santa del 2011. Únicamente en ese periodo el parque recibió 16.000 personas. Finalmente el parque en el 2011 totalizan cerca del 120.000 visitas, número record e histórico de visitantes a la fecha.

A los efectos de esta investigación ese periodo correspondiente al año 2011, no ha sido siendo considerado como demanda histórica, debido a que el mismo se lo ha tomado como un periodo o etapa de prueba, o como un tiempo destinado a ajustar detalles con visitantes, sin costo y con los servicios también de prueba.

En el gráfico 9, se presentan los ingresos comparativos de visitantes al parque Temático y a los conjuntos Jesuíticos, de esta manera por un lado se presenta la demanda histórica de los tres primeros años desde la inauguración del PT, como así también se puede observar la relación en cuanto a la cantidad de visitas en comparación con el conjunto jesuítico. El PT presenta el mismo comportamiento correspondiéndole al año 2012 el mayor número de visitantes 79.687, disminuyendo considerablemente en el año 2014 con 55.601 visitante.-

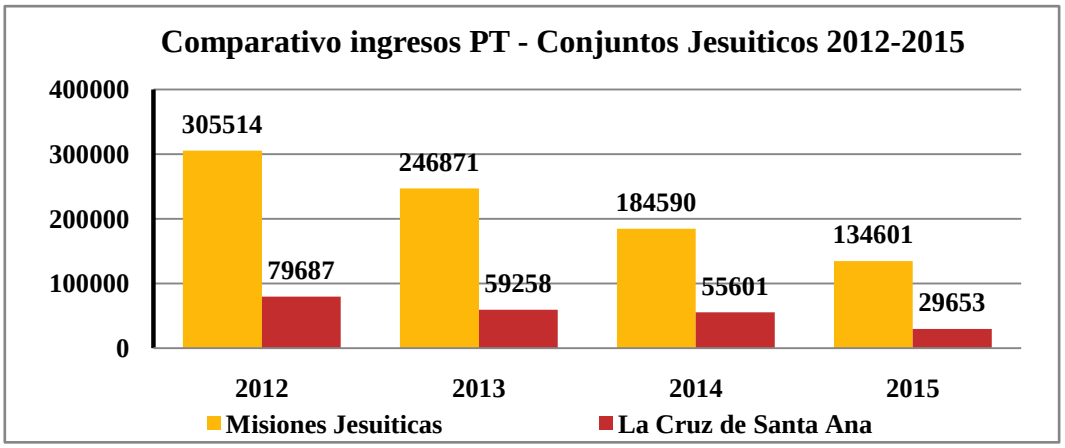
En el presente grafico, también se puede observar el comportamiento de la demanda a los conjuntos jesuíticos de los últimos tres años, el año correspondiente al 2012 es el

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

año coincidente con mayor visitas al conjunto jesuítico totalizando 305.514 visitantes, los dos últimos años el conjunto jesuítico muestra una disminución de visitantes, siendo el año 2014 el año de menor visitantes únicamente con 184.590 visitantes, cabe recordar que ese año corresponde al año de las ultimas crecientes de los ríos del litoral, afectando esta situación climática directamente en la disminución de visitantes en el Litoral Argentino y en particular en la provincia de Misiones.

Finalmente y a modo comparativo, se presentan los datos correspondientes al total de visitas al PT y al conjunto jesuíticos correspondientes al primer semestre 2015.

Gráfico 9



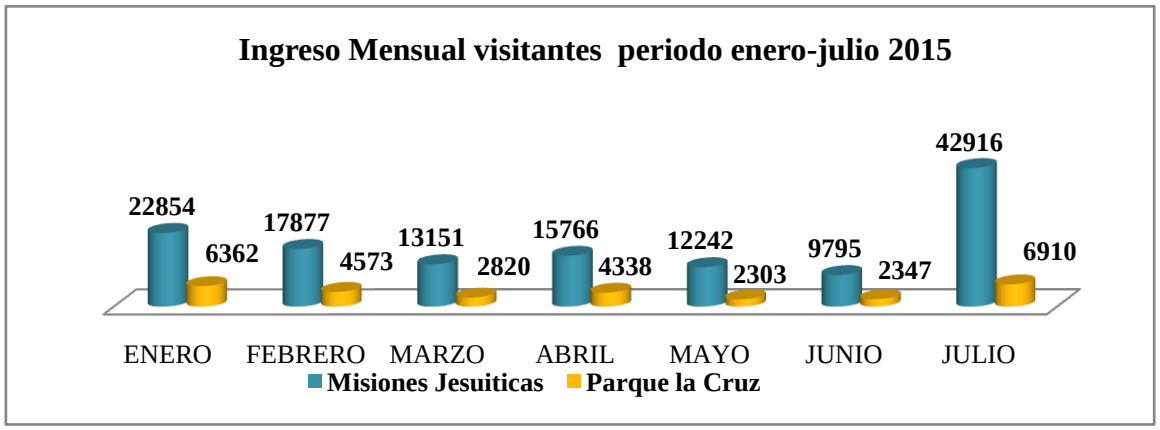
Fuente: elaboración propia. 2016

En el gráfico 10 permite comparar la cantidad de visitantes entre ambos atractivos, Parque Temático y Reducciones Jesuíticas, presentándose esta vez únicamente el comportamiento de la demanda en número de visitantes, correspondiente al primer semestre del año 2015; En el mismo se observa claramente que los meses de mayor concentración de visitantes corresponden a los meses de julio y de enero,

Se demuestra además en el presente grafico la disparidad existente en cuanto a demanda entre los Conjuntos Jesuíticos y el Parque Temático. La demanda de visitante al PT es casi insignificante frente a los números de los conjuntos Jesuíticos.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Gráfico 10



Fuente: elaboración propia. 2016

ESTUDIO DE MERCADO

El Parte Temático la Cruz de Santa Ana es considerado desde su génesis como un atractivo de carácter masivo, por lo tanto su administración comienza a entender al mercado como a la totalidad de los compradores reales (compradores del momento) o compradores (potenciales) del futuro. Pero sin embargo está claro que el PT no podrá atraer en su conjunto a todos los compradores reales o potenciales, su primer obstáculo radica en que los consumidores son realmente difíciles de mensurar y además se encuentran dispersos, en tanto que sus necesidades y conductas de compra son muy diferentes y además diversas.

El PT se encuentra desde su inauguración frente a una competencia desigual, los estímulos que acarrean los turistas al llegar a la provincia en conocer, vivenciar y experimentar los atractivos provinciales se resumen y se focalizan en las cataratas del Iguazú y en los monumentos jesuíticos.

El PT corresponde a un nuevo atractivo que busca su posicionamiento rápidamente en el mercado regional y nacional buscando fundamentalmente su puesta en valor como recurso en una región emergente que procura ser reconocida como un destino turístico.

Una vez cuantificada la demanda histórica de los atractivos iconos de la provincia, analizada el comportamiento de los visitantes a lo largo en un periodo de más de 10 años, de cuantificar la demanda del PT y realizar una comparación de atractividad (en los visitantes) que posee el PT en comparación con sus atractivos considerados como competencia directa. Se hace necesaria la búsqueda de información que nos proporcionara la ubicación en el contexto de la demanda generalizada, identificando los mercados referentes prioritarios. En la actualidad estos mercados se encuentran desmasificándose rápidamente, transformándose en un sin número de micro mercados

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

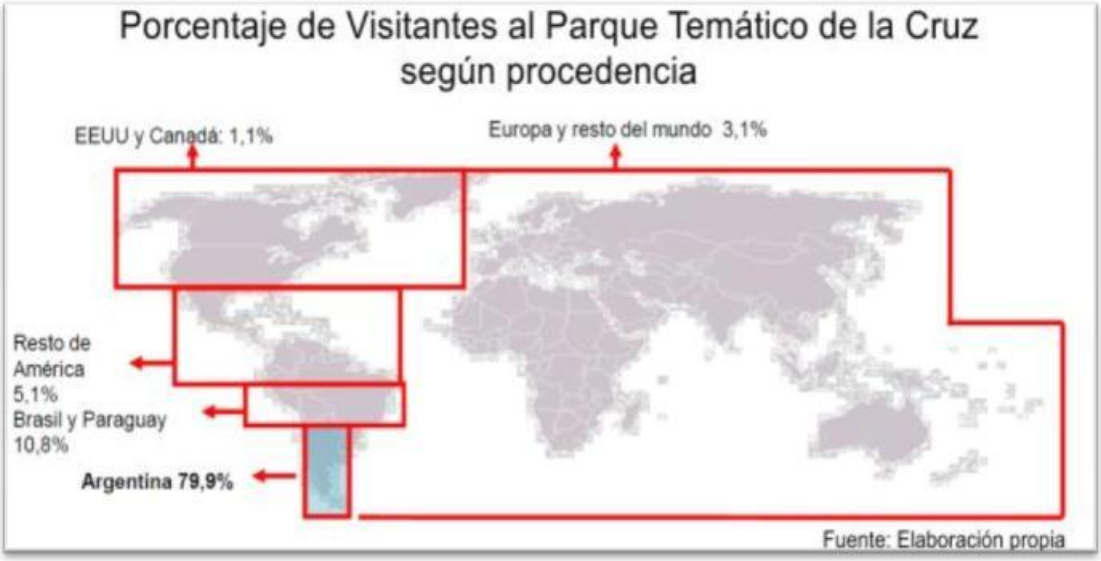
caracterizados, segmentados por diferentes grupos, que persiguen experiencias y productos diferentes. En virtud a esto se presenta a continuación una segmentación de la demanda al PT, basada en la segmentación propuesta por Philip Kotler quien se basa en criterios geográficos, demográficos, psicográficos y según los criterios del comportamiento del comprador.

SEGMENTACIÓN CON BASE EN CRITERIOS GEOGRÁFICOS.

A continuación se analiza la variable lugar de origen de los visitantes del PT. En primera instancia se presentan los datos de forma global, posteriormente se analizan las procedencias de los visitantes segmentados por mercados de acuerdo al grado de importancia (nacional, regional y del Mercosur).

En el siguiente ilustración (19) se analizan en porcentaje el origen de los Visitantes al PT, los mismos se presentan con una segmentación clasificada en unidades geográficas correspondiente a, EEUU y Canadá, Europa y resto del Mundo, Resto de América o Mercosur y residentes Argentinos.

Ilustración 19



En la presente ilustración se observa claramente la importancia que reviste en general a la provincia y en particular al PT el mercado nacional, el mismo representa el 79.9 % del total de visitante al PT. Asimismo se marca la importancia del mercado regional, Paraguay y Brasil 10 % del total de visitantes.

En los siguientes gráficos (11 y 12) se caracterizan por un lado la demanda de visitantes según su origen nacional al PT (gráfico 11), y por otro lado se describe al visitantes al PT según su origen de las regiones turísticas del país; los mismos se

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

presentan en porcentajes y según la importancia que revisten los principales centros emisores y la importancia del mercado nacional segmentado por regiones turistica.

Un dato importante que surge del análisis de la demanda del mercado interno (gráfico 11), resulta la importancia que reviste el mercado local, sobre el total de los visitantes un 16 % de los visitantes son misioneros. Este segmento de mercado se ubica segundo únicamente detrás de Buenos Aires y GBA quien representa el 21.3 % del total de visitantes. El tercer mercado en importancia que marca tendencia en los visitante al PT le corresponde a CABA con un 10.7 %, si a este centro emisor les sumamos la Provincia de Buenos Aires encontramos al principal centro de emisor de turista del país con un 32.59 %.

Finalmente es importante destacar la importancia de los visitantes residentes en la región del litoral, Santa Fe 5.1%, Entre Ríos 4.8 %, corrientes 3.5 % y Chaco 2.3 %.

La infografia (gráfico 12) caracteriza la importancia del mercado nacional según lugar de origen, segmentado por regiones turistica.- En el mismo fácilmente se puede observar la importancia que reviste los mercados emisivos identificados con las regiones del litoral (46%) y la de Buenos Aires (38.8%) como principales centros emisores de turistas al PT. La sumatoria de ambas regiones representa más del 84% del total de visitantes del resto del país al PT. La región de córdoba se ubica en tercer lugar en importancia representando únicamente un 4.7 % del total de visitantes.

Gráfico 11

Fuente: elaboración propia. 2016

Gráfico 12

Fuente: Consultora Mayol

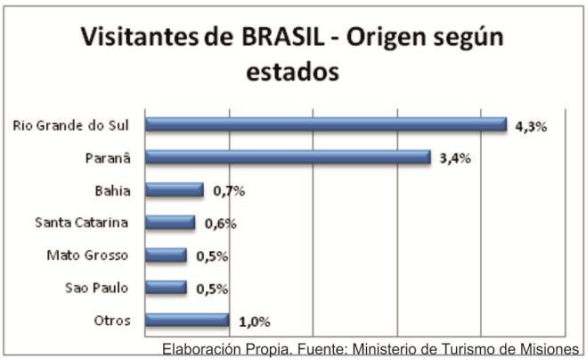
VISITANTES DE BRASIL Y PARAGUAY, SEGÚN ESTADO Y DEPARTAMENTO

En los siguientes gráficos 13 y 14 se analizan la demanda de visitantes de origen de países vecinos “Mercosur” al PT. La información se presenta segmentada por países en este caso Brasil (gráfico 13) y Paraguay (gráfico 14) por ser los mismos vecinos inmediatos de la provincia de misiones. Se presentan en porcentajes y según la importancia que reviste los principales estados centros emisores turísticos del país. Se analizan, además la comparación correspondiente entre los principales centros emisores por cada país.

El gráfico correspondiente al análisis de la demanda de Brasil (gráfico 13), identifica el origen de los visitantes clasificados en importancia según los estados. Como se puede observar los estados de Rio Grande do Sul (4.3%) y el estado de Paraná (3.4) corresponden a los estados de los cuales provienen el mayor porcentaje de visitantes al PT. Es significativo destacar que estos estados son los estados brasileros vecinos y colindantes de la provincia de misiones.

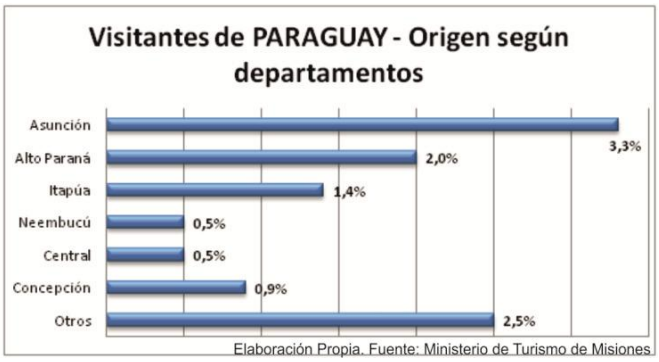
El gráfico correspondiente al análisis de la demanda de Paraguay (grafico 14), identifica el origen de los visitantes clasificados en importancia según departamento. De esta manera se puede observar que mayoritariamente los visitantes al PT son originarios de su ciudad capital, Asunción 3.3 %. En orden de importancia se encuentran los estados de Alto Paraná 2.0% y Itapuá 1.4 %, estados vecino y muy cercanos al PT.

Gráfico 13



Elaboración Propia. Fuente: Ministerio de Turismo de Misiones

Gráfico 14



Elaboración Propia. Fuente: Ministerio de Turismo de Misiones

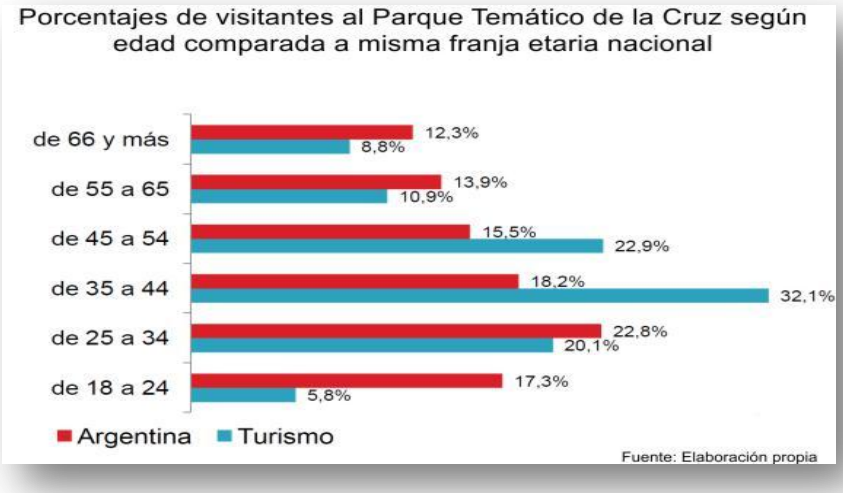
SEGMENTACIÓN CON BASE EN CRITERIOS DEMOGRÁFICOS.

Esta segmentación consistió sub dividir el mercado de visitantes al PT en grupos basándose en variables demográficas, el tamaño de la familia, el ciclo de vida familiar, estructura de gastos, ocupación, y la educación alcanzada.

En el grafico 15 se presentan a los visitantes al PT mayores de 18 años segmentados en franja etaria.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Gráfico 15



En el presente grafico se puede observar el porcentaje de visitante según franja etaria y su correspondiente comparación con el porcentaje de la franja etaria nacional, observándose claramente que el mayor porcentaje de visitante se encuentra en la franja etaria de 25 a 54 años, correspondiéndole al mayor porcentaje de visitantes a la franja etaria de 35 a 44 con un porcentaje total de 32.1 % del total de los visitantes, la segunda franja etaria más representativa corresponde al segmento de visitante localizado entre los 45 y 54 años con un 22.9 %.

NIVEL DE INSTRUCCIÓN – ESTRUCTURA DE GASTOS

En los siguientes gráficos 16 y 17 se presentan el análisis de los visitantes al PT según nivel de formación y su correspondiente estructura de gasto promedio de los visitantes

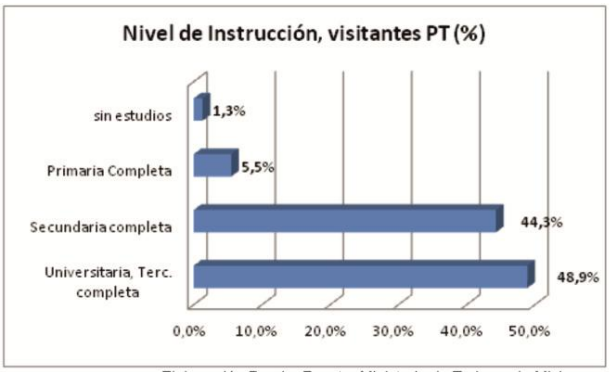
Con respecto al nivel de formación en el correspondiente grafico puede observar claramente que un alto porcentaje del total de visitantes poseen nivel de formación. Un 48.9 % del total de los visitantes poseen una carrera universitaria o terciaria completa. Asimismo un 44.3 % poseen secundaria completa. De esta situación se puede inferir claramente que el mayor porcentaje de visitantes al PT es considerado como un turista calificado.

Con respecto a la estructura de gasto el gráfico 17, muestra en promedio que, para los visitantes le corresponde al rubro del alojamiento con un gasto promedio de $ 300 por personas, seguido del gasto promedio utilizado para las actividades de recreación $ 150. El almuerzo le representa un promedio de gasto de $100 y quienes se han trasportado en micro de media distancia o trasporte de aproximación en promedio han gastado $ 140.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

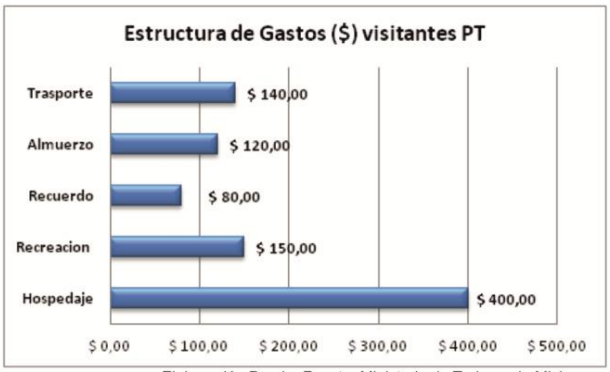
Como un dato también relevante se puede destacar que los visitantes al PT gastan de promedio cerca de $ 150 diarios destinados a actividades recreacionales y suvenires.

Gráfico 16



Elaboración Propia. Fuente: Ministerio de Turismo de Misiones

Gráfico 17



Elaboración Propia. Fuente: Ministerio de Turismo de Misiones

SEGMENTACIÓN CON BASE EN CRITERIOS PSICOGRÁFICOS.

Para la presentación de los datos correspondiente a sus variables se ha procedido a dividir a los visitantes en diferentes grupos basándose fundamentalmente en el estilo de vida o en características personales.

Composición del viaje-forma de organizar el viaje

En los siguientes gráficos se muestran la clasificación más frecuente que utilizaron los visitantes al PT en cuanto a la organización y composición del viaje (grafico 18), como así también la forma de organización de dicho viaje (grafico 19).

Con estas variables se observa claramente que la mayoría de los visitantes viajan a conocer el PT en familia. Este segmento representa el 42.1 % del total de los visitantes. Otro porcentaje importe corresponden a segmentación de parejas sin hijos con un 38.5 %, ambos segmentos de viajeros totalizan casi el 80 % de los visitantes.-

De acuerdo la "Forma de organizar su Viaje". Un altísimo porcentaje un 87.2 % del total de los viajeros al PT los hicieron por sus propios medios utilizando además para llegarse, sus propios vehículo. Un 7.6 % del total de los visitantes se llego hasta el PT a través de la organización de una EVT y únicamente un 5. 5 % del total de los visitantes se llego hasta el PT atreves de la organización de una mutual.-

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Gráfico 18

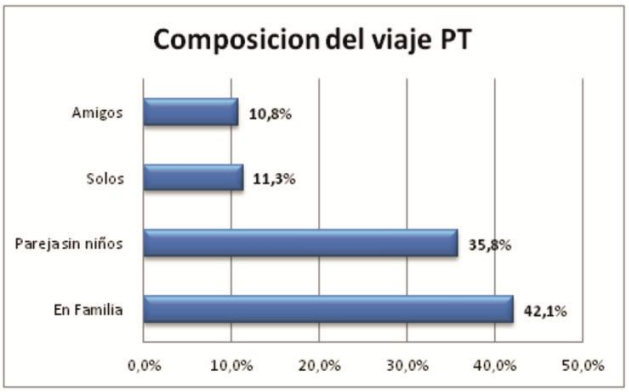
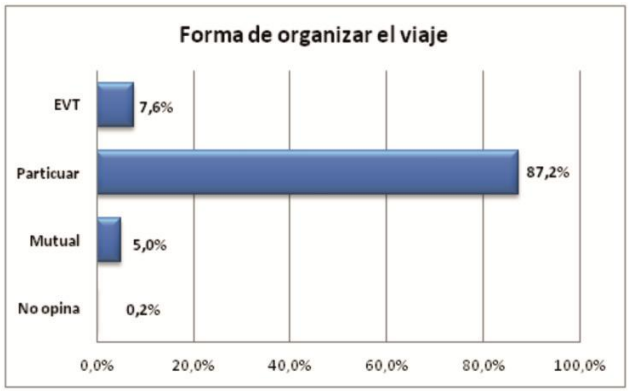


Gráfico 19



Como dato relevante del análisis de los gráficos anteriores, de los mismos se desprenden la importancia que reviste la organización del viaje en forma particular. Quedando evidenciada de forma notoria y rotunda la ausencia de la agencia de viajes como instrumento comercial a la hora de recurrir a la organización del viaje al PT.

MEDIO DE TRASPORTE UTILIZADO-CONSULTA DE INFORMACIÓN SOBRE DESTINO

En los siguientes gráficos, se muestran los diferentes medios de transporte utilizados por los visitantes para arribar al PT (grafico 20) y las fuentes de consulta de información previa del destino Santa Ana (grafico 21)

Gráfico 20

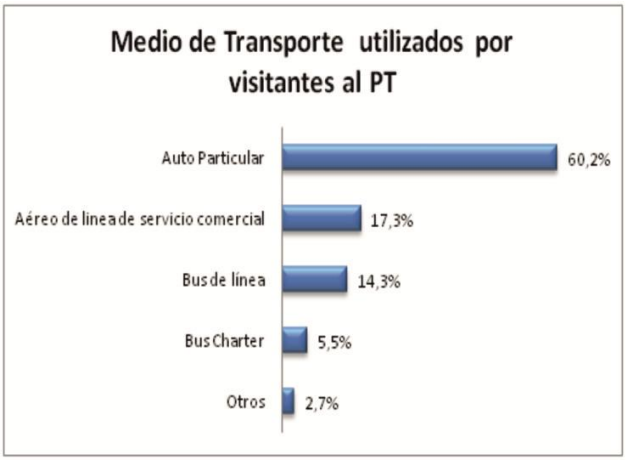


Gráfico 21

Fuente. Elaboración propia. 2016

De esta manera en el grafico 20 se puede observar que, el vehículo particular es el medio más utilizado por la totalidad de los visitantes un 60.2 % del total de los visitantes,

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

un 14.3 % del total de visitantes ha utilizado el trasporte de ómnibus para llegarse hasta el parque. Un 5.5% del total de viajeros también han utilizado el micro como medio para llegarse al parque pero esta vez lo hicieron bajo la modalidad de chárter, de manera que un 19.9% del total de viajeros utilizaron como medio de transporte para llagarse al PT el Ómnibus. Únicamente un 17.3 % del total ha manifestado llegarse a la provincia primeramente utilizando la trasportación aérea.-

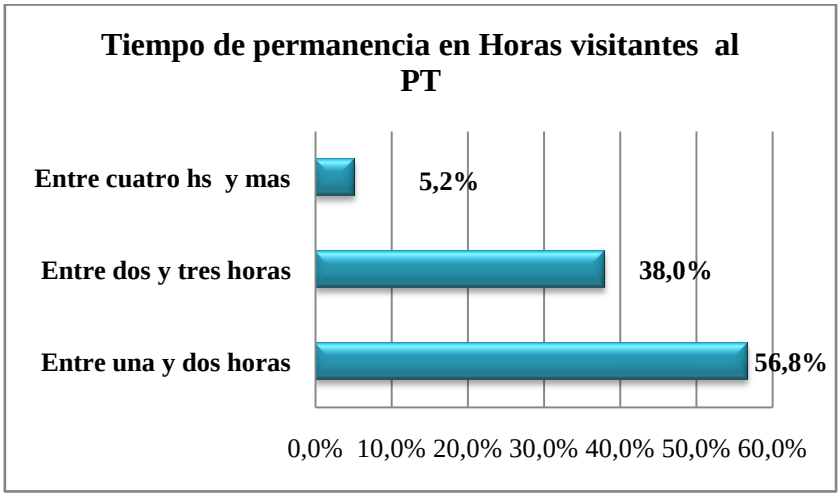
También se describe en grafico 21, la fuente de información previa en los cuales los visitantes al PT recurrieron buscando información específica. En el mismo se puede observar claramente que la fuente de mayor consulta corresponde a la herramienta informática de internet con un 79.6 % del total de los visitantes, la segunda opción de consulta corresponden a los comentarios de amigos y de familiares con 65.3 % del total de los visitantes, solo un 26.3 % ha resaltado como fuente de información a los programas o comerciales televisivos y únicamente un 9.2% del total de los visitantes a recurrido a una agencia de viajes como fuente de información.

TIEMPO DE PERMANENCIA –HORAS DE VISITA PARQUE TEMÁTICO

Finalmente en el siguiente grafico (grafico 22) se presentan los datos referentes al comportamiento de los visitantes en cuanto al promedio de permanencia expresados en horas. Tiempo utilizado para conocer y recorrer las diferentes propuestas del PT.

Se puede observar claramente que el mayor porcentaje de los visitantes, un 56.8 % del total utilizan un promedio de visita cuya duración oscila de entre una y dos horas, mientras que un 38 % utiliza para recorrer el PT un promedio de entre dos y tres horas, mientras que solo un 5.2 % recorren el parque utilizando un tiempo superior a cuatro horas.

Gráfico 22



Fuente: elaboración propia. 2016

CAPITULO VI DERRAME TURÍSTICO LOCAL. ANÁLISIS ECONÓMICO

Como se viene observando en la presente investigación la localidad de Santa Ana resulto ser rápidamente abordada por una nueva actividad, una actividad moderna correspondiente al sector terciario de la economía, como lo es el turismo. De esta manera la actividad turística se convierte en un nuevo eje de trasformaciones locales y de generación de nuevas oportunidades de negocios.

Este contexto sin embargo le correspondía a una situación previsible puesto que la localidad contaba de antemano con un ordenamiento territorial trazado y pensado a partir del aprovechamiento de las grandes obras proyectadas para la localidad y justamente el PT era parte de estas grandes obras. De igual manera la implementación del turismo a partir del PT origina en la localidad un tratamiento que obedece a la readecuación de los espacios públicos, equipamiento urbano, y re- definición de zonas turísticas con aéreas de reubicación de los prestadores de servicios turísticos. A esta situación también le incumbe una organización económica correspondiente a la conformación de la oferta de nuevos servicios, hasta hace poco desconocida para la comunidad.

El factor económico es un factor fundamental para poder logar un verdadero desarrollo de carácter sustentable, entendiendo al concepto de la diversificación de la oferta de servicios que es tan importante como entender de la diversificación de la oferta o de mercados. Apuntando a la consolidación de la prestación de los servicios turísticos a nichos de mercados de quienes dejan mayores beneficios.

De esta manera en el capitulo anterior se han analizado el comportamiento de la demanda turística del PT comparándoselos en iguales condiciones con la demanda de los viajeros a las Reducciones Jesuítico Guaraní de San Ignacio. Estos paralelos se realizan únicamente con el objetivo de comparar grado de atractividad de cada uno de los recursos, ubicándolo en un contexto de región (región de las misiones jesuíticas CONSULTUR 2001). El PT o las Reducciones Jesuíticas de San Ignacio se definen como atractivos que tienden a generar efectos de agrupamientos o clúster de servicios, como así también, causan efectos sobre la demanda incidiendo en cambios de hábitos o acelerando el consumo, originando de esta manera un movimiento importante en las economías locales.

Visto el análisis y el comportamiento de la demanda de los atractivos, se hacen necesarios en estos momentos realizar una cuantificación económica por ingresos de los atractivos. La presente cuantificación se realiza de manera independiente PT y Reducción jesuítico Guaraní de San Ignacio, durante el periodo comprendido entre los años 2012-2014 de manera de realizar una comparación de cuanto genera cada atractivo en concepto únicamente de ingresos (pago de entradas). En los siguientes cuadros se pueden

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

observar los ingresos y las recaudaciones correspondientes a cada uno de los atractivos, en los mismos se presentan la recaudación anual por año (periodo 2012 -2014), en pesos y en dólares discriminados según lugar de origen de los visitantes, clasificados en extranjeros, latinoamericanos, nacionales y misioneros. Se presentan además el número de visitante que corresponden a los visitantes locales y a los liberados (no pegantes), si bien es cierto que estos últimos no abonan las entradas, la información interesa como referente del número de personas locales que visitan anualmente los atractivos y que también poseen en destino un gasto turístico.-

Los ingresos totales se presentan en pesos y en dólares, también se ha elegido esta ultima denominación a los efectos de buscar una moneda al cual se pueda anclar un valor real sobre la constante de los valores inflacionarios de los últimos tiempos. En estas condiciones se adopta para el cálculo de los ingresos totales en dólares, un valor promedio anual del dólar (valor oficial) correspondiente a cada uno de los años en cuestión.

De esta manera se puede observar (ilustración 29) en cuanto a recaudaciones que las reducciones jesuíticas, ha reunido en el periodo 2012-2014 una suma total en todo concepto por recaudaciones de $ 31.821.695 con un promedio anual de recaudaciones de $ 10.607.232, correspondiéndole el año de mayor recaudación al año 2013 con $ 11.177.245, año que le correspondió un total de 246.335 visitantes.

El año de mayor recaudación en dólares corresponde al año 2014 con un total en la recaudación de USA 11.910.920, esto obedece al fuerte incremento que sufrieron ese año las tarifas de extranjeros y visitantes del Mercosur, como así también le pertenece a este año el valor promedio del dólar más alto de los últimos tres años ($ 7.48) sin embargo a este año también le corresponde el mayor numero de ingreso de turísticas provenientes del Mercosur, 16.230 visitantes.

En el presente análisis se deja evidenciada la importancia que reviste el mercado nacional a quien el año de mayor recaudación también correspondió al 2014 con un monto total de $ 9.156.350. El mercado nacional totalizo un aporte de $ 24.813.720 en los últimos tres años con un promedio anual en la recaudación de $ 8.271.240.-

Al año 2013 le correspondió al año de mayor ingresos de visitantes liberados, a ese año le correspondió un total de 23.725 visitantes.

A continuación en el cuadro siguiente (Ilustración 20) se presentan los valores correspondientes a las recaudaciones en concepto de entradas del Parque temático. La recaudación total en concepto de entradas en el periodo 2012-2014 correspondió a $ 3.754.040, con un promedio de $ 1.251.347 por año. El año de mayor recaudación en dólares correspondió también y como en el conjunto jesuítico al año 2014 con un total de USA 1.588.630, producto de un sustancial aumento en las tarifas como así también le pertenece a este año el valor promedio del dólar más alto de los tres años ($ 7.48).

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

El mercado nacional posee igual comportamiento que en las reducciones jesuíticas al año 2014 le corresponde el año de mayor recaudación $ 829.200, totalizando en concepto de recaudación por los últimos tres años un total de $ 2.013.590, con un promedio anual de ingresos de $ 671.197.-

En definitiva estos atractivos ubicados en la región Jesuíticas de las Misiones han recaudado únicamente en concepto de entradas en el periodo 2012-2014 la suma de $ 35.575.735, correspondiéndole un aporte de $ 31.821.695 de las reducciones jesuíticas de san Ignacio y de $ 3.754.040 al PT (conceptos únicamente correspondientes a entradas).

Este último análisis es muy importe a la hora de identificar los aportes que realizan los atractivos a las comunidades locales contenedoras de dichos atractivos, en el caso de la Reducción Jesuítica de San Ignacio y dando cumplimiento a la ley VI Nº 136 Fondo Misiones Jesuítico, y según el Ar 6º reza que: La administración e inversión del Fondo Misiones Jesuíticas debe asegurar que el cuarenta y cinco por ciento (45%) de lo recaudado por derecho al acceso a cada asentamiento jesuítico, sea destinado al municipio del respectivo enclave jesuítico para ser invertido en obras de mantenimiento del entorno de los monumentos. De manera que el municipio de San Ignacio recibió en concepto de reintegro para inversiones y mantenimiento de sitio únicamente en el periodo 2012-2014 la suma de $ 14.319.762, una cifra considerable frente a comunidad de Santa Ana que no percibe ningún aporte económico de la cruz.

Ilustración 20

REDUCCIONES DE SAN IGNACIO - INGRESOS Y RECAUDACIÓN ANUAL EN AR$ Y U$D

Categorías	2012				2013				2014			
	Cantidad Vistantes	*valor entrada en AR$*	*Total AR$*	*Total U$D (x̄=4,62)*	*Cantidad Vistantes*	*valor entrada en AR$*	*Total AR$*	*Total U$D (x̄=5,73)*	*Cantidad Vistantes*	*valor entrada en AR$*	*Total AR$*	*Total U$D (x̄=7,48)*
EXTRANJEROS	16.091	50	804.550 ARS	174.145 USD	14.783	70	1.034.810 ARS	180.595 USD	13.463	90	1.211.670 ARS	161.988 USD
LATINOAM.	14.864	40	594.560 ARS	128.693 USD	16.511	60	990.660 ARS	172.890 USD	16.230	80	1.298.400 ARS	173.583 USD
NACIONALES	228.279	30	6.848.370 ARS	1.482.331 USD	176.180	50	8.809.000 ARS	1.537.347 USD	130.805	70	9.156.350 ARS	1.224.111 USD
MISIONES	32.410	15	486.150 ARS	105.227 USD	13.711	25	342.775 ARS	59.821 USD	12.220	20	244.400 ARS	32.674 USD
LOCALES	1.270		0 ARS	- USD	1.425		0 ARS	- USD	748		0 ARS	- USD
LIBERADOS	12.600		0 ARS	- USD	23.725		0 ARS	- USD	11.104		0 ARS	- USD
TOTAL	305.514		8.733.630 ARS	1.890.396 USD	246.335		11.177.245 ARS	1.950.654 USD	184.570		11.910.820 ARS	1.592.356 USD

Recaudación Acumulada 2012-2014	31.821.695 ARS
Recaudación promedio anual 2012 - 2014	10.607.232 ARS

Fuente: Ministerio de Turismo de Misiones - Elaboración Propia

* Dólar promedio año.

Ilustración 21

PARQUE TEMÁTICO DE LA CRUZ - INGRESOS Y RECAUDACIÓN ANUAL EN AR$ Y U$D

Categorías	2012				2013				2014			
	Cantidad Vistantes	*valor entrada en AR$*	*Total AR$*	*Total U$D (x̄=4,62)*	*Cantidad Vistantes*	*valor entrada en AR$*	*Total AR$*	*Total U$D (x̄=5,73)*	*Cantidad Vistantes*	*valor entrada en AR$*	*Total AR$*	*Total U$D (x̄=7,48)*
EXTRANJEROS	352	50	17.600 ARS	3.810 USD	356	70	24.920 ARS	4.349 USD	410	80	32.800 ARS	4.385 USD
LATINOAM.	996	40	39.840 ARS	8.623 USD	1.009	60	60.540 ARS	10.565 USD	1.347	70	94.290 ARS	12.606 USD
NACIONALES	19.233	30	576.990 ARS	124.890 USD	12.148	50	607.400 ARS	106.003 USD	13.820	60	829.200 ARS	110.856 USD
MISIONES	30.756	15	461.340 ARS	99.857 USD	18.839	20	376.780 ARS	65.756 USD	21.078	30	632.340 ARS	84.537 USD
LOCALES	1.250		0 ARS	- USD	855		0 ARS	- USD	1.244		0 ARS	- USD
LIBERADOS	27.100		0 ARS	- USD	26.051		0 ARS	- USD	17.752		0 ARS	- USD
TOTAL	79.687		1.095.770 ARS	237.180 USD	59.258		1.069.640 ARS	186.674 USD	55.651		1.588.630 ARS	212.384 USD

Recaudación Acumulada 2012-2014	3.754.040 ARS
Recaudación promedio anual 2012 - 2014	1.251.347 ARS

Fuente: Ministerio de Turismo de Misiones - Elaboración Propia

* Dólar promedio año.

En los siguientes cuadros se detallan las recaudaciones del conjunto jesuítico guaraní y del PT de Santa Ana. Esta vez la información se presenta anualmente en el periodo 2012-2014 semestralmente con el objetivo de tener una apreciación más certera del comportamiento recaudatorio, verificando la importancia que revisten los semestres y las temporadas turísticas. Los valores de la recaudación se presentan en pesos y también expresados en dólares.

A esta observación, y con el objetivo de contar con información actualizada se incorpora el análisis del primer semestre del presente año. Correspondiéndoles al primer semestre 2015 en todo concepto por recaudación al conjunto jesuítico $ 8.763.040 con un promedio semestral de recaudación de $ 1.460.506. El total del ingreso semestral 2015 representa más del 73 % de lo recaudado en el año anterior.

En cuanto a cantidad de visitantes el primer semestre del presente año visitó el sitio histórico 91.685 personas, esta cantidad representa un 49 % del total de visitante del año 2014. Es importante destacar que el atractivo mantiene los promedios de visita pero la recaudación es muy superior respecto al año 2014. La recaudación ha mejorado notoriamente en el último semestre en virtud a que los valores de las entradas sufrieron un fuerte incremento, superando en algunos casos el 30% en cuanto a sus valores anteriores.

En Tanto el parque temático la cruz de santa Ana en el primer semestre del presente año lleva acumulado en concepto de entrada $ 917.200, con un promedio mensual de ingresos de $ 152.866. Este total de ingreso semestral 2015 representa el 58 % del total de la recaudación que correspondiera al año 2014. La recaudación total del primer semestre en USA representa 104.583 Dólares (cálculo efectuado a un dólar oficial promedio de $ 8.77)

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Ilustración 22

Visitantes y recaudación total anual por semestre Reducciones Jesuíticas de San Ignacio Miní								
Periodo		EXTRANJEROS	LATINOAM.	NACIONALES	MISIONES	LOCALES	LIBERADOS	TOTAL
2012	Valor entrada (AR$)	50	40	30	15			
	Primer Semestre	8.453	6.989	109.803	11.348	0	0	136.593
	Total AR$	422.650,00	279.560,00	3.294.090,00	170.220,00	0,00	0,00	4.166.520,00
	Total U$D (Prom. 1 U$D = 4,43 AR$)	95.406,32	63.106,09	743.586,91	38.424,38	0,00	0,00	940.523,70
	Segundo Semestre	7.638	7.875	118.476	34.932	0	0	168.921
	Total AR$	381.900,00	315.000,00	3.554.280,00	523.980,00	0,00	0,00	4.775.160,00
	Total U$D (Prom. 1 U$D = 4,74 AR$)	80.569,62	66.455,70	749.848,10	110.544,30	0,00	0,00	1.007.417,72
2013	Valor entrada (AR$)	70	60	50	25	0	0	
	Primer Semestre	6.487	8.042	92.711	7.511	1.143	8.108	124.002
	Total AR$	454.090,00	482.520,00	4.635.550,00	187.775,00	0,00	0,00	5.759.935,00
	Total U$D (Prom. 1 U$D = 5,16 AR$)	88.001,94	93.511,63	898.362,40	36.390,50	0,00	0,00	1.116.266,47
	Segundo Semestre	8.296	8.469	83.469	6.200	282	15.617	122.333
	Total AR$	580.720,00	508.140,00	4.173.450,00	155.000,00	0,00	0,00	5.417.310,00
	Total U$D (Prom. 1 U$D = 5,96 AR$)	97.436,24	85.258,39	700.243,29	26.006,71	0,00	0,00	908.944,63
2014	Valor entrada (AR$)	90	80	70	20	0	0	
	Primer Semestre	6.529	8.568	70.212	6.890	559	6.893	99.651
	Total AR$	587.610,00	685.440,00	4.914.840,00	137.800,00	0,00	0,00	6.325.690,00
	Total U$D (Prom. 1 U$D = 7,37 AR$)	79.729,99	93.004,07	666.871,10	18.697,42	0,00	0,00	858.302,58
	Segundo Semestre	6.934	7.662	60.593	5.330	189	4.211	84.919
	Total AR$	624.060,00	612.960,00	4.241.510,00	106.600,00	0,00	0,00	5.585.130,00
	Total U$D (Prom. 1 U$D = 8,31 AR$)	75.097,47	73.761,73	510.410,35	12.827,92	0,00	0,00	672.097,47
2015	Valor entrada (AR$)	150	130	100	30			
	Primer Semestre	5.441	8.197	66.513	7.666	405	3.463	91.685
	Total AR$	816.150,00	1.065.610,00	6.651.300,00	229.980,00	0,00	0,00	8.763.040,00
	Total U$D (Prom. 1 U$D = 8,77 AR$)	93.061,57	121.506,27	758.415,05	26.223,49	0,00	0,00	999.206,39

Fuente: Ministerio de Turismo de Misiones - Elaboración Propia

Ilustración 23

Visitantes y recaudación total anual por semestre Parque Temático de la Cruz de Santa Ana								
Periodo		EXTRANJEROS	LATINOAM.	NACIONALES	MISIONES	LOCALES	LIBERADOS	TOTAL
2012	Valor entrada (AR$)	60	50	40	20			
	Primer Semestre	154	523	9.878	28.048	0	0	38.603
	Total AR$	9.240,00	26.150,00	395.120,00	560.960,00	0,00	0,00	991.470,00
	Total U$D (Prom. 1 U$D = 4,43 AR$)	2.085,78	5.902,93	89.191,87	126.627,54	0,00	0,00	223.808,13
	Segundo Semestre	198	473	9.355	31.058	0	0	41.084
	Total AR$	11.880,00	23.650,00	374.200,00	621.160,00	0,00	0,00	1.030.890,00
	Total U$D (Prom. 1 U$D = 4,74 AR$)	2.506,33	4.989,45	78.945,15	131.046,41	0,00	0,00	217.487,34
2013	Valor entrada (AR$)	70	60	50	20	0	0	
	Primer Semestre	130	476	6.962	10.017	400	9.414	27.399
	Total AR$	9.100,00	28.560,00	348.100,00	200.340,00	0,00	0,00	586.100,00
	Total U$D (Prom. 1 U$D = 5,16 AR$)	1.763,57	5.534,88	67.461,24	38.825,58	0,00	0,00	113.585,27
	Segundo Semestre	226	533	5.186	8.822	455	16.637	31.859
	Total AR$	15.820,00	31.980,00	259.300,00	176.440,00	0,00	0,00	483.540,00
	Total U$D (Prom. 1 U$D = 5,96 AR$)	2.654,36	5.365,77	43.506,71	29.604,03	0,00	0,00	81.130,87
2014	Valor entrada (AR$)	80	70	60	30	0	0	
	Primer Semestre	272	773	8.054	11.762	849	6.701	28.411
	Total AR$	21.760,00	54.110,00	483.240,00	352.860,00	0,00	0,00	911.970,00
	Total U$D (Prom. 1 U$D = 7,37 AR$)	2.952,51	7.341,93	65.568,52	47.877,88	0,00	0,00	123.740,84
	Segundo Semestre	138	574	5.766	9.316	395	11.051	27.240
	Total AR$	11.040,00	40.180,00	345.960,00	279.480,00	0,00	0,00	676.660,00
	Total U$D (Prom. 1 U$D = 8,31 AR$)	1.328,52	4.835,14	41.631,77	33.631,77	0,00	0,00	81.427,20
2015	Valor entrada (AR$)	80	70	60	30			
	Primer Semestre	120	916	7.597	12.922	146	1.042	22.743
	Total AR$	9.600,00	64.120,00	455.820,00	387.660,00	0,00	0,00	917.200,00
	Total U$D (Prom. 1 U$D = 8,77 AR$)	1.094,64	7.311,29	51.974,91	44.202,96	0,00	0,00	104.583,81

Fuente: Ministerio de Turismo de Misiones - Elaboración Propia

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

COMPARATIVO RECAUDACIONES "REDUCCIONES JESUITICAS DE SAN IGNACIO PARQUE TEMÁTICO" 2012-2014.

Finalmente estos atractivos pertenecientes a la región Jesuíticas de las Misiones han recaudado únicamente en concepto de entradas en el periodo 2012-2014 la suma de $ 35.575.735 más la suma de $ 9.680.240 correspondiente al primer semestre 2015, totalizando la suma de $ 45.255.975. Correspondiéndole un aporte de $ 40.584.735 de las reducciones jesuíticas de san Ignacio y de $ 4.672.175 al PT (conceptos únicamente correspondientes a entradas).

En el siguiente grafico (ilustración 24), se observa cantidad de visitantes periodo 2012-2015, por periodo semestral, por atractivos R. J San Ignacio y PT, en el mismo se observa claramente que el mayor pico de visitantes corresponde al segundo semestre 2012 y a partir del mismo ocurre una disminución de visitantes a partir del primer semestre 2013 mostrando un breve repunte desde el segundo semestre 2014.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Ilustración 24

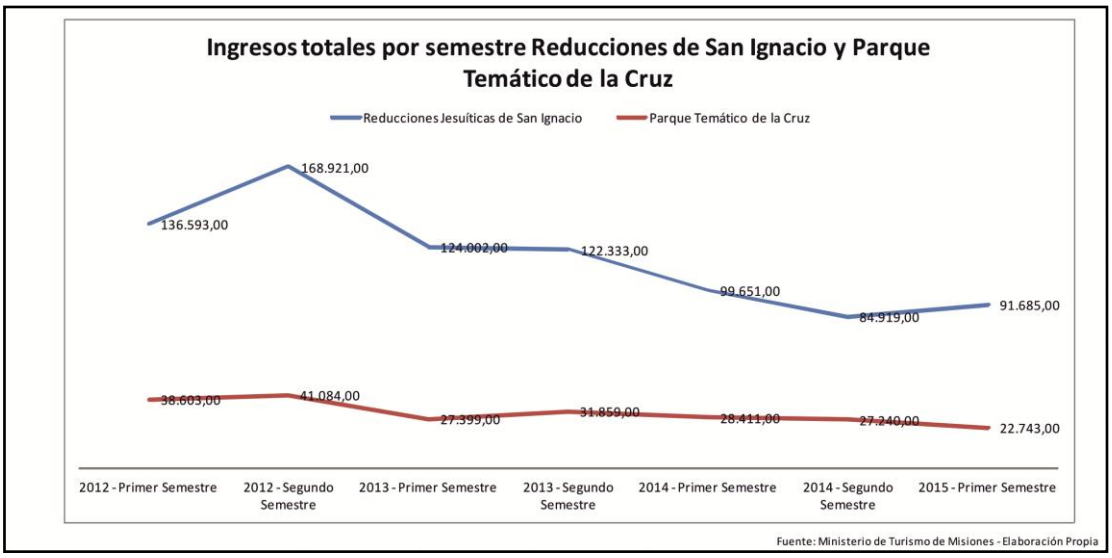
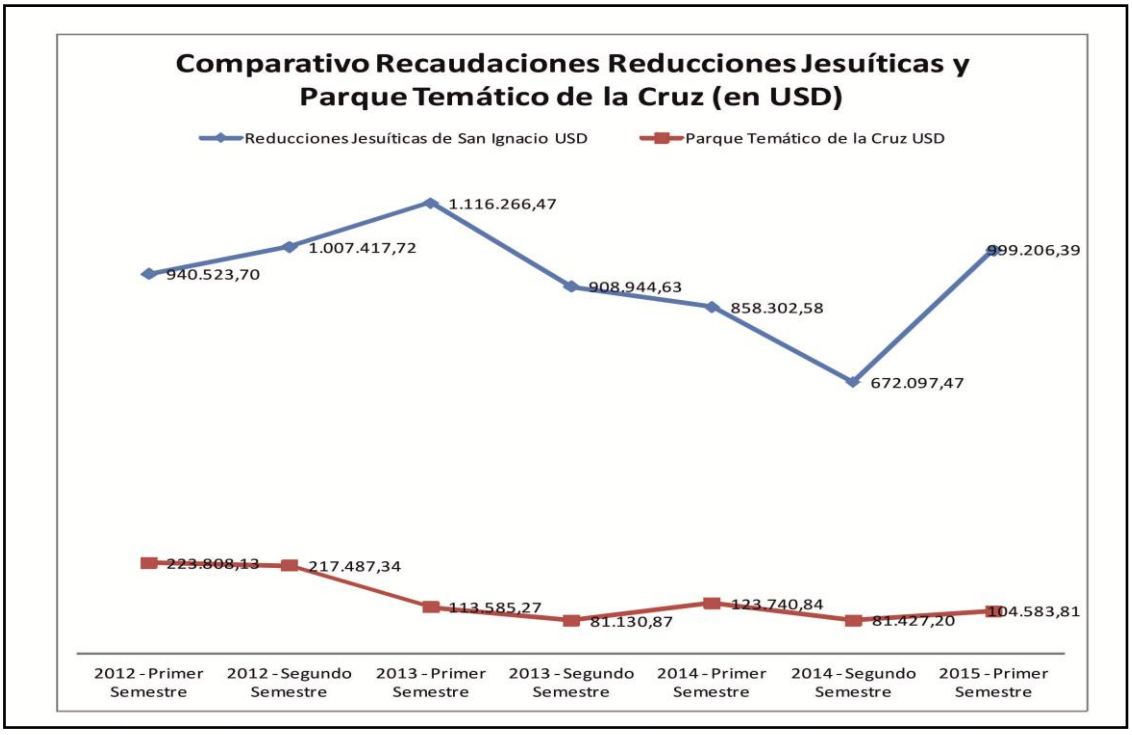


Ilustración 25



En el gráfico anterior (ilustración 25) se muestra la línea recaudatoria expresada en dólares de la RJ de San Ignacio y el PT, periodo 2012-2015 por semestre. En el mismo se puede observar claramente la importancia que reviste las reducciones Jesuíticas de San Ignacio en virtud a su capacidad recaudatoria frente al PT. Se registra en San Ignacio el primer semestre del 2013 como pico máximo de recaudación de los últimos tres años USA 1.116.266,47. A partir de ese semestre comienza a mostrar una caída en la recaudación en los siguientes semestres, recuperándose notoriamente en el primer semestre del 2015. Esta situación obedece al aumento en el costo de las tarifas de RJ San Ignacio, también

es importante destacar que el promedio de visitantes para este semestre se mantiene en la media semestral.-

Con la asimilación realizada en cuanto a la capacidad recaudatoria de los atractivos PT y Reducción Jesuítica de San Ignacio, queda realmente evidenciada la importancia que reviste la reducción de San Ignacio frente al PT desde el punto de vista no solamente económico sino así también en atractividad a juzgar por la cantidad de visitantes que reciben anualmente. El presente análisis se realiza en el periodo 2012 -2015 periodo en el cual se incorpora el PT a la oferta turística local de San Ana. Inmediatamente a su inauguración, el estado provincial lo incorpora al PT dentro de la política de desarrollo turístico de los polos estratégicos, incorporándose de esta manera a los 4 ejes estratégicos planteados como prioritarios para el desarrollo de los destinos turísticos provincial, Reducción Jesuítica San Ignacio, los Saltos del Moconá y las Cataratas del Iguazú. Este análisis nos permite referenciar al PT, en relación con los principales Atractivos provinciales y ubicarlo además en el contexto de la región de las misiones jesuíticas.

Definido la capacidad recaudatoria en concepto de entrada que posee el PT, entendemos a que esta es una primera aproximación del gasto en que incurren los turistas en el destino Santa Ana, observados como parte componente del gasto de la demanda. Hasta aquí la recaudación nos permitió observar únicamente la capacidad recaudatoria que posee el PT.

Una mirada más amplia en cuanto a los gastos del visitante nos permitirá ir definiendo el derrame económico de la actividad turística en la comunidad de Santa Ana, en principio como destino, y posteriormente como región integrada, "Región de las misiones jesuíticas." La situación a tener en cuenta para la medición de la derrama es considerar a los productos turísticos como verdaderos bienes de consumo que se demanden en destino propuestos a satisfacer la necesidad del consumidor final y que el mismo posee una valoración económica de los bienes y servicios que los turistas consumen durante sus visitas o desplazamiento.

A los efectos de esta cuantificación económica, se hace imprescindible poder cuantificar los consumos turísticos teniendo en cuenta algunas variables de base. Variables referidas en cuanto a número de viajeros, origen y sus principales características la cual nos permitirá distinguir diferentes segmentos. Esta caracterización se presenta en el capitulo Análisis de la demanda, en la cual también se presentan los análisis de otras variables ligada mas al consumo. (Motivo del viaje, nivel de instrucción, tipología de los servicios que consume, gastos promedios, niveles de ingreso, destino principal y destinos secundarios, tipología del trasporte utilizado.

En virtud de conocer el gasto total de los visitantes, se hace necesario primeramente conocer el gasto promedio que incurren los turistas que visitan el lugar segmentado por

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

lugar de origen del visitante, esta segmentación primaria que se realiza tiene su importancia debido a la necesidad de conocer la capacidad de gastos que tienen nuestros visitantes, entendiendo que el extranjero tiene mayor capacidad de gasto en relación con los turistas nacionales.

El ministerio de turismo de la provincia de misiones a través de su subsecretaria de la calidad turística viene realizando estudios sistemáticos años tras año con el objetivo de conocer el gasto promedio de los visitantes a la provincia. A tal efecto la subsecretaria de calidad realiza una segmentación primaria de la demanda agrupándolos en conjuntos de visitantes que se llegan a la provincia en familia y en pareja (diferenciándolos a estos grupos según sus origen, en nacionales y extranjeros), amigos y personas que viajan sola o solos, seguidamente busca construir una estructura estándar de gasto turísticos, discriminados por oportunidad de oferta turística disponible en el lugar de visita. Esta estructura de gasto está compuesta por servicios básicos alojamiento, gastronomía (almuerzo y cena) traslados, sumándoles los gastos de Excursiones, Ingresos, más gastos de la compra de algún recuerdos o artesanías locales. De esta manera entonces y con los datos a nuestro alcance, estamos en condiciones de iniciar una búsqueda aproximada de conocer un cálculo probable de la derrama que provoca el turismo en la comunidad de Santa Ana y en la región de las misiones, el mismo se obtendrá del producto de la estimación de la afluencia de visitantes PT por tipo de turistas multiplicado por el gasto promedio de los turistas según segmento que se analizan. A los efectos de conocer la derrama de Santa Ana se utilizara al número de visitantes del PT, por ser este el único sitio en el cual se puede contabilizar el número de visitantes al lugar. Mismo procedimiento se utilizara para la comunidad de San Ignacio, el número correspondiente a la afluencia turística corresponde a la cantidad de visitante registrado en el Monumento Jesuítico.-

GASTO PROMEDIO DE LOS VISITANTES

A continuación se hace necesario como primera medida conocer el gasto promedio de las turísticas. En el cuadro siguiente (ilustración 26) se presentan, los gastos promedio diario por persona que visitan el área del PT, localizados en Santa Ana o en las Reducciones Jesuíticas de San Ignacio perteneciente al aérea de la región jesuítica. Con el objetivo de identificar el crecimiento histórico del gasto promedio turístico en el área de intervención de la presente investigación, los mismos son presentados anualmente en el periodo 2012 -2014 según agrupamiento de mercado y segmentado según lugar de origen.

De esta manera se observa claramente que en el 2014 los extranjeros que viajan en grupo familiar son quienes más gastaron, con un promedio de gasto $ 2.015 por día por

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

cada uno de los integrantes de la familia, en tanto que al viajero nacional que viajo con su familia tuvo un promedio de gasto de tan solo $ 607 por persona por día. Los visitantes nacionales que viajaron con amigos gastaron un promedio de $ 1.141 por día y la persona que viajo solo gasto de promedio $ 1400, correspondiéndole a este segmento de mercado al segmento de mayor promedio de gasto por día.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Ilustración 26

Gasto diario promedio por persona según segmento en PESOS

Segmentos		2012 AR$ = U$D 4,62 (?)	2013 AR$ = U$D 5,73 (?)	2014 AR$ = U$D 7,48 (?)
Familia	Extranjera	1.244,97	1.544,09	2.015,67
	Nacional	375,50	465,72	607,95
Pareja	Extranjera	1.045,06	1.296,14	1.692,00
	Nacional	435,75	540,44	705,50
Amigos		705,19	874,61	1.141,73
Persona Sola		864,71	1.072,46	1.400,00

Fuente: Ministerio de Turismo de Misiones - Elaboración Propia

En el presente cuadro y a los efectos del cálculo aritmético del gasto promedio, se incorpora en la estructura de gasto del visitante, el concepto de oportunidad de oferta de servicios. Este concepto está ligado al gasto correspondiente a la disponibilidad y tipología del alojamiento que se encuentran ofertadas en el área. De esta manera para los turistas nacionales se consideran el costo promedio del alojamiento a establecimientos del tipo hotel dos estrellas o residenciales, por ser estos los únicos tipos de establecimiento hoteleros con que cuenta el área. De la misma manera el costo promedio del alojamiento de los extranjeros es considerado al establecimiento tipo hotel tres estrellas, pero en este caso el pernocte de los visitantes se realizan fuera del área en cuestión, en su mayoría de los casos las oferta de alojamiento de estos tipos de alojamiento y superiores se encuentran en la ciudad de Posadas.

La demanda que visita cualquiera de estos atractivos lo hace de modo muy fugas, la duración de la visita en el atractivo es cuantificable en pocas horas, en su gran mayoría las personas no superan la cuatro horas de tiempo en el lugar. De esta manera, quienes visitan el lugar lo están realizando de paso y con el tiempo que lo apremia para su llegada al próximo destino final. Esta situación es fácilmente comprobable, si se compara la cantidad de vistas que reciben anualmente el PT o la reducción jesuítica y el número de cuartos disponibles en Santa Ana o en San Ignacio. Esta primera apreciación también nos hace presumir que un alto porcentaje de los visitantes que se llegan a visitar estos atractivos no pernoctan en el lugar y solo permanecen unas pocas horas, este fenómeno reduce considerablemente el promedio del consumo turístico en el lugar.

En virtud a lo anteriormente expuesto se presenta en el cuadro siguiente, el promedio de gasto de los visitantes que se llegan al área, al cual se le ha excluido el servicio básico de alojamiento. Con esta ecuación se reduce considerablemente el gasto promedio. En este cuadro se analiza únicamente el segmento de marcado nacional por ser el considerado como el mercado más importante en cuanto a la cantidad de visitante representa anualmente al PT. Con este nuevo esquema de gastos se apreciaba que una familia nacional en el año 2014 gastaba de promedio por día por persona la suma de $ 436, una pareja $ 533, en tanto que una persona sola poseía un promedio de gasto de $

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

1.058. El gasto promedio del extranjero por día resulto ser para ese año $ 1.182. Con el objeto de observar el comportamiento del gasto promedio del visitante, del mismo modo se presentan en este cuadro los gasto promedio turísticos por persona correspondiente a los años 2012 y 2013, por último se incorpora por año el promedio anual oficial del dólar con el objeto de trazar un paralelismo con moneda extranjera puesto que entre el año 2012 y el 2014 hay un crecimiento de más del 65 % en el gasto promedio, producto de la situación inflacionaria vivida en el país en los último años.

Ilustración 27

Gasto diario promedio por persona según segmento en PESOS (sin alojamiento)

Segmentos		2012 AR$ = U$D 4,62 (?)	2013 AR$ = U$D 5,73 (?)	2014 AR$ = U$D 7,48 (?)
Familia	Nacional	269,50	334,25	436,33
Pareja	Nacional	329,77	409,01	533,92
Amigos		493,95	612,63	799,73
Persona Sola		653,47	810,47	1.058,00
Extranjeros		730,65	906,20	1.182,96

Fuente: Ministerio de Turismo de Misiones - Elaboración Propia

CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA. ATRIBUTOS DE LA SEGMENTACIÓN.

En capítulo correspondiente a la demanda, se ha procedido a identificar la segmentación del mercado que visita el PT, se ha logrado detectar que la demanda se agrupa a través de su diferencia en Familias 42.8 %, parejas sin hijos 35.8% y amigos 11.3 %. A continuación se procederá a la búsqueda de Mensurar la demanda PT en función de la diferencia correspondiente a los segmentos detectados como más importantes, buscando re-descubrir el comportamiento de accesibilidad de la demanda y su adecuado grado de sustentabilidad. El análisis de estos comportamientos de la demanda no identificara el grado correcto de acceso y atención de la demanda como así también de conocer el tamaño y su importancia en el destino. La interpretación de la demanda al PT se presenta en los siguientes cuadros, realizando además un análisis cuantitativo de los mismos correspondientes al periodo 2012-2014.

Para el presente análisis se presentan tres escenarios de la demanda, la derrama promedio que genera el visitante en el área de Santa Ana según: a) turista que pernocta en el lugar, b) Turista que no pernocta en el lugar, c) visitantes de la provincia (gastos de alojamiento excluidos).

El primer análisis que corresponde a la derrama que genera en Santa Ana los visitantes al PT, se puede observar en el siguiente cuadro (ilustración 27). Gasto estimado anual según segmento de mercado nacional en pesos, periodo 2012-2014. La demanda total es mensurada en función a los porcentaje que le corresponde a cada segmento de

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

mercado, de esta manera se cuantifica cada uno de los segmentos diferenciales. En el presente cálculo se incorpora al promedio de gasto el alojamiento turístico.-

En el mismo se observa claramente que el aporte que generan el segmento familia, produce un derrame económico en la comunidad local con un promedio cercano a $ 3.000.000 por año, seguido del segmento de viajan en parejas sin hijo con un aporte promedio anual de $ 2.947.000, el segmento de quienes viajan con amigos generaron una aportación promedio en los últimos tres años de 1.438.00, por último el segmento de quienes viajan solos aportaron en promedio la suma de $ 1.845.938. De esta manera los segmento analizados y mensurados ocasionaron una derrama económica en el periodo comprendido entre el 2012 y el 2014 un total de $ 27.654.830, derrama que se genera en la localidad de Santa Ana.

Ilustración 28

Parque Temático de la Cruz - Gasto estimado anual según segmento de mercado nacional en ARS

Turistas Nacionales	Cant. de visitantes	Familia (42,1%)	Gasto promedio por persona por día	*Gasto total segmento familia*	Pareja sin hijos (35,8%)	Gasto promedio por persona por día	*Gasto total segmento pareja s/hijos*	Amigos (10,8%)	Gasto promedio por persona por día	*Gasto total segmento amigos*	Solo (11,3%)	Gasto promedio por persona por día	*Gasto total segmento persona sola*	*Gasto total anual en ARS*
2012	19.233	8.097,09	375,50	3.040.446,51	6.885,41	435,75	3.000.319,15	2.077,16	705,19	1.464.787,34	2.173,33	864,71	1.879.299,32	***9.384.852,32***
2013	12.148	5.114,31	465,72	2.381.813,57	4.348,98	540,44	2.350.378,75	1.311,98	874,61	1.147.479,61	1.372,72	1.072,46	1.472.191,58	***7.351.863,51***
2014	13.820	5.818,22	607,95	3.537.186,85	4.947,56	705,50	3.490.503,58	1.492,56	1.141,73	1.704.100,53	1.561,66	1.400,00	2.186.324,00	***10.918.114,96***

OBS. Porcentaje de los segmentos de acuerdo a Estudio de demanda en destino (Enriquez & Mayol 2014)

Fuente: Ministerio de Turismo de Misiones - Elaboración Propia

En el siguiente cuadro (ilustración 29) se analiza la misma situación de la derrama económica producto de la actividad turística que genera el PT en la localidad de Santa Ana, en el mismo periodo de tiempo. Esta vez el análisis de la derrama es presentada con la quita en el promedio de gasto del costo del alojamiento. Esta información es procesada en virtud a que la estancia promedio en horas en el área del visitante es muy corta en el destino, promediando la misma en tres o cuatro horas. Esta situación nos lleva a repensar a priori que la demanda incurre en este comportamiento por la ausencia del alojamiento en el destino santa Ana o por la falta de servicios complementarios que motiven la mayor permanencia en el destino, alternativa que busca ser sustituida en la región. El siguiente análisis nos presenta un cuadro situacional de la derrama más cercana a situación vivenciada en el destino, entendiendo esta situación por la casi nula oferta de alojamiento existentes en la comunidad local de Santa Ana. De esta manera se observa nuevamente que el segmento de mercado correspondiente a la Familia ocasiono en los últimos años el promedio más alto en cuanto a la derrama económica con un aporte promedio anual de $ 2.213.303.12

Ilustración 29

Parque Temático de la Cruz - Gasto estimado anual según segmento de mercado nacional en ARS (sin alojamiento)

Visitantes Nacionales	Cant. de visitantes	Familia (42,1%)	Gasto promedio por persona por día	*Gasto total segmento familia*	Pareja sin hijos (35,8%)	Gasto promedio por persona por día	*Gasto total segmento pareja s/hijos*	Amigos (10,8%)	Gasto promedio por persona por día	*Gasto total segmento amigos*	Solo (11,3%)	Gasto promedio por persona por día	*Gasto total segmento persona sola*	*Gasto total anual en ARS*
2012	19.233	8.097,09	296,50	2.400.788,07	6.885,41	329,77	2.270.602,97	2.077,16	493,95	1.026.015,16	2.173,33	653,47	1.420.205,30	***7.117.611,51***
2013	12.148	5.114,31	334,25	1.709.457,45	4.348,98	409,01	1.778.777,95	1.311,98	612,63	803.760,76	1.372,72	810,47	1.112.551,62	***5.404.547,77***
2014	13.820	5.818,22	436,33	2.538.663,93	4.947,56	533,92	2.641.601,24	1.492,56	799,73	1.193.645,01	1.561,66	1.058,00	1.652.236,28	***8.026.146,46***

OBS. Porcentaje de los segmentos de acuerdo a Estudio de demanda en destino (Enriquez & Mayol 2014)

Fuente: Ministerio de Turismo de Misiones - Elaboración Propia

Finalmente se hace necesario conocer la derrama que genera el mercado local que vista el PT. Este mercado es muy importante en virtud al número de visitante que estos representan todo el año en el atractivo. No responde a ninguna casualidad, que se pueda observar en el siguiente cuadro (ilustración 30) la importancia que reviste la derrama de los visitantes locales, su comportamiento es superior en cuanto a las aportaciones económica al destino a que los del mercado nacional (sin alojamiento).

En este mercado también se puede observar la importancia del segmento familia con un aporte promedio en el periodo 2012-2014 de $ 3.120.698.50, en tanto que el promedio para el mismo periodo de la derrama del segmento pareja sin hijo le corresponde $3.472.803. Se observa también como dato destacado que al año 2014 le corresponde al año de mayor derrama económica en Santa Ana con un total aproximado de $ 12.241.325.25.

Ilustración 30

Parque Temático de la Cruz - Gasto estimado anual según segmento de mercado provincial en ARS (sin alojamiento)

Visitantes Provinciales	Cant. de visitantes	Familia (42,1%)	Gasto promedio por persona por día	*Gasto total segmento familia*	Pareja sin hijos (35,8%)	Gasto promedio por persona por día	*Gasto total segmento pareja s/hijos*	Amigos (10,8%)	Gasto promedio por persona por día	*Gasto total segmento amigos*	Solo (11,3%)	Gasto promedio por persona por día	*Gasto total segmento persona sola*	*Gasto total anual en ARS*
2012	30.756	12.948,28	296,50	3.839.163,83	11.010,65	329,77	3.630.981,39	3.321,65	493,95	1.640.728,03	3.475,43	653,47	2.271.087,94	***11.381.961,19***
2013	18.839	7.931,22	334,25	2.651.009,95	6.744,36	409,01	2.758.511,50	2.034,61	612,63	1.246.464,35	2.128,81	810,47	1.725.334,21	***8.381.320,01***
2014	21.078	8.873,84	436,33	3.871.921,73	7.545,92	533,92	4.028.919,74	2.276,42	799,73	1.820.524,57	2.381,81	1.058,00	2.519.959,21	***12.241.325,25***

OBS. Porcentaje de los segmentos de acuerdo a Estudio de demanda en destino (Enriquez & Mayol 2014)

Fuente: Ministerio de Turismo de Misiones - Elaboración Propia

Finalmente se presenta la derrama del mercado internacional (ilustración 31) correspondiente al gasto promedio anual efectuado en destino en el periodo 2012-2014. Se observa claramente que el año 2014 le correspondió al de mayor visita es coincidentemente con el mayor costo de los gastos promedios y por ende también se presenta como el año de mayor derrama económica en destino.

Ilustración 31

Parque Temático de la Cruz - Gasto estimado anual según segmento de mercado internacional en ARS (sin alojamiento)

Visitantes Provinciales	Cant. de visitantes	Gasto promedio por persona por día	*Gasto total segmento extranjeros*
2012	1.348	730,65	***984.918,58***
2013	1.365	906,20	***1.236.960,23***
2014	1.757	1.182,96	***2.078.460,72***

OBS. Porcentaje de los segmentos de acuerdo a Estudio de demanda en destino (Enriquez & Mayol 2014)

Fuente: Ministerio de Turismo de Misiones - Elaboración Propia

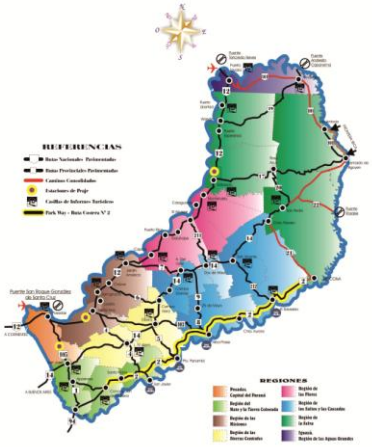
REGIÓN INTEGRADA, "REGIÓN DE LAS MISIONES JESUÍTICAS."

El presente estudio de este capítulo nos referencia un análisis territorial más amplio en cuanto al área de influencia de la derrama de los gastos de los visitantes al PT. Este escenario permite definir el derrame económico de la actividad turística en la comunidad de Santa en un principio como destino y posteriormente ubicándole en un contexto territorial más amplio perteneciente a una región integrada, "Región de las misiones jesuíticas." Se hace necesaria estas observaciones recordando a que los turistas que visitan Santa Ana, muchos de los productos turísticos, actividades o bienes de consumo que se demanden en destino no lo puede satisfacer por ausencia de oferta, entonces estas necesidades del consumidor final se satisfacen y se consumen en la región de su visitas o desplazamiento. En el siguiente grafico (ilustración 33) se describen las regiones turísticas provinciales y se mencionan las localidades integrantes de la región de las "Misiones Jesuíticas" región que integran los municipios de Santa Ana y San Ignacio.

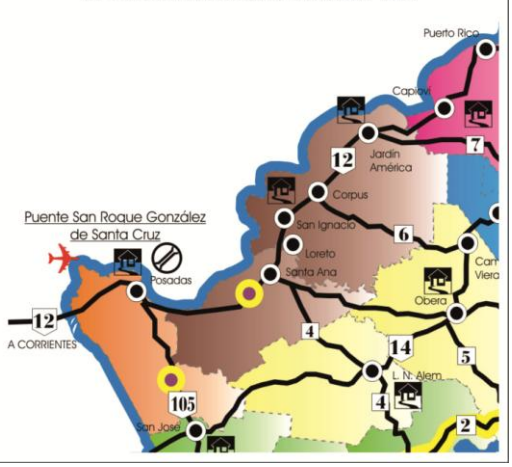
REGION TURÍSTICA. "MISIONES JESUITICAS"

Ilustración 32

Región Turísticas de la Provincia - Plan Estratégico de Turismo Sustentable Consultur 2001



Región Turística de las Misiones - Plan Estratégico de Turismo Sustentable Consultur 2001



Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

La ausencia en la prestación de uno de los servicios básicos del turismo el “alojamiento” en el destino Santa Ana resulta notoria, en virtud a esto se presentaron precedentemente los gastos promedios de los visitantes según su origen, durante el periodo do 2012-2014 con la alternativa de conocer la derrama promedio incluidos o no el ítem alojamiento, análisis obligado a raíz de que este destino no cuenta con el servicio de hotelería. En virtud a la presente necesidad del alojamiento, en el siguiente cuadro (ilustración 33) se presenta la oferta hotelera en la región, del mismo modo la capacidad en cuanto a números de plazas y habitaciones por establecimiento y por disponibilidad de cantidad mensual y anual, también se presentan en promedios el numero de los visitantes según clasificación de origen correspondiente a los principales atractivos turísticos de la región, Rediciones Jesuíticas de San Ignacio Y Parque temático de Santa Ana. Es sumamente importante destacar que la totalidad de la hotelería que se menciona corresponde a establecimiento de categoría inferior a tres estrellas, en su gran mayoría pertenecen a la clasificación de cabañas, residenciales y hostel.

En el presente grafico se puede observar claramente que el mayor número de plazas se encuentra localizada en la localidad de las Reducciones Jesuíticas, Santa Ana es la segunda localidad con mayor cantidad de plazas, destacándose que la suma de plazas de los alojamientos del resto de las localidades que componen la región no llegar a alcanzar al número de plaza de Santa Ana. La lectura de este cuadro nuevamente evidencia la carencia del servicio de alojamiento, esta vez manifiesta en la región salvo la localidad de San Ignacio.

Un dato relevante surge del análisis de comparar los datos correspondientes a la cantidad de plazas de cada una de las localidades y el número de visitantes por año por cada una de las localidades, de esta manera podemos deducir que la localidad de San Ignacio está en condiciones de albergar a la cantidad de turistas año, 259.515 plazas distribuidas durante todo el año pueden albergar a un promedio de 228.516 visitantes año. Semejante análisis se puede realizar en la localidad de santa Ana sobre un total de 60.225 plazas año puede albergar en su totalidad al promedio de 40.216 visitante año. Se evidencia además que la cantidad de plaza año de la localidad de San Ignacio está en condiciones de alojar anualmente a la totalidad los visitantes del Parque temático. Sin embargo los visitantes a ambos destinos llegan a visitar los atractivos en su gran mayoría en temporada alta (semana santa, vacaciones de invierno, vacaciones de verano y algunos fines de semana largos), situación que genera una pronta saturación de los servicios de alojamientos presentándose insuficiente en temporada alta el servicio de alojamiento en ambas localidades y en la región. Ante estas condiciones de oferta de servicios de la región, es la ciudad de posadas quien se beneficia directamente por ser la ciudad de servicios por excelencia.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Ilustración 33

PLAZAS HOTELERAS - Región de las Misiones							Turistas nacionales por año (promedio 2012-2014)	Turistas internacio-nales y nacionales por año (promedio 2012-2014)	Total de turistas por año - internacionales y nacionales y provinciales- (promedio 2012-2014)	Recaudacion por ventas totales de habitacion por año*
Localidad	Cantidad de Establecimientos	Cantidad de Habitaciones	Cantidad de habitaciones Año	Cantidad de Plazas	Cantidad de plazas/mes	Cantidad de plazas/año				
Santa Ana	2	37		165	4.950	60.225	15.067	16.557	40.216	6.752.500
San Ignacio	20	217		711	21.330	259.515	178.421	209.069	228.516	63.364.000
SUBTOTAL	22	254		876	26.280	319.740				
Loreto	2	12		32	960	11.680				
Candelaria	5	26		90	2.700	32.850				
Corpus	0	0		0	0	0				
SUBTOTAL	7	38		122	3.660	44.530				
TOTAL	*29*	*292*		*998*	*29.940*	*364.270*				

Región de las Misiones

* Calculado en base al promedio de costo de habitación: Santa Ana $500 y San Ignacio $800

Fuente: Ministerio de Turismo de la Provincia de Misiones - Elaboración Propia

La problemática del alojamiento como se puede observar, responde a una problemática pura y exclusivamente de distribución de las temporadas turística. Si la demanda de visitantes anual fuera distribuida de forma escalonada y equitativamente durante el año no habría problema de saturación de oferta. Con este escenario de ocupación plena la derrama hotelera correspondería a San Ignacio un total de 63.364.000 pesos años y a San Ana un total de 6.752.500 pesos años. Pero el comportamiento real de la demanda demuestra otros escenarios con periodos cortos y picos de mucha demanda, con periodos largos y poca demanda, de esta manera se pasa rápidamente de la saturación de la poca oferta hotelera, local o regional a la ociosidad en la venta de los servicios.

El gran desafío de la gestión turística del destino, deberá centrase por un lado en optimizar los ingresos y la derrama por ingresos de pernoctación reduciendo la densidad en temporada alta, aumentando la estadía fuera de temporada o en temporada baja, optimizando de esta manera los ingresos por alojamientos obteniendo un máximo rendimiento de las visitas y el gasto turístico en determinadas épocas y a lo largo del año. Por otro lado el objetivo de la política turística deberá reducir la tendencia de los turistas de carácter foráneos aumentando las horas de permanencia en el parque buscando elevar la calidad de la demanda y conseguir un turista repetitivo que responda a nuevas atractividades y experiencias.- Este contexto aparentemente aun lejano opacado por la situación real del destino contribuirá a una mejor redistribución de la derrama entre los sujetos de del turismo y la comunidad local. Esta nueva práctica se lograra únicamente de la mano de una gestión pública acompañada de la gestión privada de la cual el turismo como actividad busca una visión estratégica para seguir creciendo de carácter armónico y sustentable.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Como se ha visto la derrama económica que produce el turismo a partir de la captación de visitantes al PT, en la localidad y en la región es realmente poco significativa a juzgar por los ingresos que se originan únicamente por el concepto de recaudación por ventas de ventas entradas.

La recaudación en el periodo 2012/14 resulto ser tan solo de $ 3.754.040 pesos a un promedio anual por año de $ 1.251.347, una cifra realmente poco significativa si se lo compara directamente con El Conjunto de Las reducciones Jesuíticas de San Ignacio (segundo destino turístico de la provincia), otro recurso turístico de importancia que se encuentra situada en la propia región turística y separada apenas por escasos 15 kilómetros de Santa Ana.

En cuanto a la derrama que genera los servicios turísticos se puede observar fácilmente un verdadero déficit, primero por la falta de oferta de servicios ligados al turismo y segundo por el poco tiempo que el viajero le dedica a conocer al PT, a la ciudad receptora y la región, situación que lo convierte básicamente en un turista de paso. Anteriormente en el capítulo correspondiente al marco teórico describíamos que los Parques Temáticos corresponden a centros de ocios verdaderamente atractivos, y que los mismos deberían seducir o entretener a los visitantes como mínimo un promedio de 7 horas. En este caso la duración promedio es mucho menor dejando evidenciado con este comportamiento de los visitantes la poca atractividad complementaria que posee el Parque o la falta de oferta complementaria de ocio manifiesta en la localidad receptora y en la región.

La justificación para la re - formulación de políticas públicas de desarrollo económico local para acá en adelante, radicara, además de la presencia de los problemas de índoles económicos, ***concentrase en la existencia de determinadas potencialidades socios - políticas y estructurales que no han sido aprovechadas fehacientemente hasta el momento***. Este es quizás el supuesto más importante que sustentara las acciones en este campo y serviría como marco de orientación para las estrategias, que deben estar basadas en la identificación y estudio de dichas potencialidades. Por supuesto, las potencialidades son diferentes entre el aprovechamiento del PT, la comunidad local y la región, seguramente también cabe la posibilidad de que ciertos lugares o atractivos locales no tengan potencialidad alguna o que las mismas sean muy reducidas o poco relevantes.

En palabras de Vásquez Barquero, "la hipótesis de partida es que las localidades y los territorios tienen todos un conjunto de recursos (económicos, humanos, institucionales y culturales) y de economías de escala no explotadas que constituyen su potencial de desarrollo. Sostiene Vázquez que cada localidad o territorio se caracteriza, por una determinada estructura productiva, un mercado de trabajo, un sistema productivo, su capacidad empresarial y su conocimiento tecnológico, una dotación de recursos naturales

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

e infraestructuras, y un sistema social y político unido a la tradición y cultura, existentes sobre los cuales se articulan los procesos de crecimiento económico local".

La existencia de este potencial es por tanto una condición necesaria para que en determinado momento una comunidad local pueda poner en marcha procesos para mejorar su competitividad y estimular la actividad económica. Es así entonces que se identifica a la actividad turística como un contribuyente al desarrollo de sectores de la economía local como la producción de artesanías, sectores destinados a los alimentos y bebidas, la industria manufacturera, actividades recreativas de ocio y de diversión, trasporte, hotelería y comunicaciones.

Como hemos visto el desarrollo de estas prestaciones ha resultado escaso o casi nulo en la mayoría los componentes de los servicios turísticos locales y por ende a la comercialización, por lo cual se hace muy difícil medir la dinámica que presentan estos servicios como motores de la economía local y mucho menos regional, la profundización de este análisis deberá en un tiempo cercano promover cambios significativos en cuanto a las políticas promocionales, la planificación política, el fomento a la actividad y la protección de marcos regulatorios hasta hoy inexistentes, cuestiones en definitivas tendiente a la radicación de servicios directa o indirectamente ligadas a la actividad turística.

Es así que ante la imposibilidad de obtener datos ciertos referente a la medición de la derrama económica que se genera en la comunidad a partir del sector de los servicios***, se ha optado el cálculo de la derrama probable, la cual se obtiene como resultado del producto de la estimación de visitantes por tipología y el gasto promedio***, aquí los resultados son un poco más alentadores los turistas que vistan el PT generan un gasto promedio anual de 8.000.000 de pesos entendiendo que la principal demanda de mercado responde al nacional y al segmento de familia.

Con este análisis resulta evidente una respuesta, el estado provincial y municipal no han generado conjuntamente o independientemente políticas y condiciones propicia para el desarrollo de un polo turístico en la comunidad de Santa Ana y mucho menos fomentar el desarrollo de economías de aglomeración que constituyan ventajas en la región determinando sectores complementarios, sin embargo el estado ha llevado adelante un esfuerzo económico importante en cuanto a inversión del desarrollo de la infraestructura y las obras publicas. Este manifiesto en la presente investigación que esta cuestión sola no ha alcanzado para generar la radicación de inversores e inversiones productivas suficientes en el ámbito de los servicios turísticos asociados a la inversión del estado. Es entonces que se deberá pensar en llevar a cabo una política regional identificada con el concepto de " abajo hacia arriba" la cual permita identificar políticas y estrategias capaces de ofrecer o viabilizar soluciones a los problemas estructurales existentes enfocando

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

definitivamente en la administración de los recursos hacia los objetivo claros en el desarrollo.

En el siguiente cuadro se referencian los entornos de las potencialidades de crecimientos identificadas en la existencia de determinadas potencialidades del tipo socios - políticas y estructurales en la comunidad local, potencialidades identificadas a partir de la incorporación de la actividad turística a la economía local. Los entornos se encuentran y se presentan basados en indicadores de carácter, políticos, económicos, sociales identificados como prioritarios, en la segunda columna se identifican los alcances y se subrayan las acciones más destacadas que se ha podido rescatar en este proceso de incorporación del turismo al desarrollo local, la tercer columna se mencionan las acciones más relevantes y la en la última columna se identifican las necesidades detectadas, necesidades de carácter más prioritarias.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Ilustración 34

Entornos de crecimiento - instancia de los procesos e incorporación al desarrollo económico local" (A)
Potecialidades detectadas del entorno socio-económico, políticos y estructurales en la comunidad de Santa Ana

Entorno		Alcance	Acciones destacadas	Necesidades detectadas
Economico	Generación directa de ingresos	Incorporación relativa de la actividad turística a la estructura económica local.	Preferencia de apoyo a la actividad turística	Orientar las actividades económicas hacia los servicios.
	Económico	Efecto multiplicador de la actividad económica del turismo	Incorporacion paulatina de nuevos oferentes de actividades y servicios	Necesidad de un integración horizontal de los servicios, y de encadenamiento productivos
	Empleo (capacitación mercado de trabajo).	Apoyatura Local a la capacitación hacia el turismo	Incorporación de institutos de enseñanza en turismo	Aumento en la matricula
	Relación empleo y servicios.	Incorporación de mano de obra local a la actividad	Principal demandante PT	Baja incorporación mano de obra local en los emprendimientos turístico locales
Sistema Productivo	capacidad empresarial	Emprendimiento Turísticos	Interés de los emprendedores turísticos Orientar la actividad comercial hacia los servicios turisticos	Déficits en la prestación de los servicios. Ausencia en la prestación de los servicios básicos para el turismo. Falta de organización del sector. Necesidad de formación.- Ausencia de proveedores
Recursos Naturales	Recursos Naturales	Protección de espacios medio ambientales	Creación Parque Provincial " Parque San Juan"	Definición de la figura de protección Definición de la figura juricional
	Valoración de los recursos naturales	Identificación de los recursos medio ambientales Relevancia de los recursos naturales locales	Zonificación del plan de Ordenamiento Territorial	Urgente actualización del plan
Infraestructurales	Infraestructuras	De los Atractivos	Incorporación de Equipamiento e estalaciones en los atractivos locales Pavimentación Accesos a atractivos	Ausencia Trasporte de aproximación publico al PT. Señalizacion turística insuficiente Necesidad de construcción de una terminal de ómnibus acorde. Déficit sistema energético
		De la ciudad	Zonificacion estratégica. Definición emplazamiento grandes obras locales Definicion Zona del Nuevo puerto	El 80 % de las calles urbanas necesitan cordon cuneta y asfaltado. Ausencia del sistema de cloacas Servicio de agua potable insuficiente Déficit en el sistema de recolección de residuo
		De transporte publico	Muy buena conectividad con el servicio de trasporte de larga y media distancia provincial	Ausencia del trasporte público local Deficit en la prestación de servicios de trasfer
		De las comunicaciones vial	Construcción multitrocha a Posadas. Construcción multitrocha a San Ignacio	Restan el 20 % de la obra Restan el 30% de la obra

Junio 2016

Elaboración propia. Fuente propia.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Ilustración 35

Entorno de crecimiento - instancia de los procesos e incorporación al desarrollo económico local" (B)
Potecialidades detectadas del entorno socio-económico, políticos y estructurales en la comunidad de Santa Ana

Entorno		Alcance	Acciones destacadas	Necesidades detectadas
Estructuras	Sistema social.	Salud,	Hospital publico	Prestación limitada y deficitaria
		Educación	Sistema de provincial de educación	Suficiente para la comunidad existente
			Incorporación. Tecnicatura en turismo	Matricula baja
		Seguridad	Incorporación policía turística, nuevo	Necesidad construcción destacamento
	Sistema Político	Fomento al surgimiento empresarial	Formación cámara de turismo local	Ausencia de programas de incentivo de fortalecimiento
			Incipiente desarrollo de la actividad comercial hacia el área de los servicios	Combatir el desempleo estructural de la comunidad
	Conocimiento tecnológico	Trasferencia de tecnología	Cursos de Capacitación.- Jornadas de sensibilización turística	Marcada ausencia de mano de obra local capacitada
			Jornadas de concientización turística.-	Necesidad de modernización del sector comercio
			Capacitación constante personal PT	
		Recursos tecnológicos	Avance hacia la " Frontera Tecnologica".	Necesidad constante de una readecuación que obedecen a los cambios generacionales en cuanto a cambios tecnológicos
			Practicas del saber hacer especifico	
		Capacidad de la organización de la ciudad	Incorporación de la dirección de turismo municipal	Area sin desarrollar.
		Fortalecimiento institucional		Fortalecimiento de políticas y norma legales que beneficien al desarrollo del sector TCO
Tradición y cultura	Cultura	Fundación de Artesanías Misionera programa trasnacional de artesanías	Centro de comercialización y ventas de artesanías PT Desarrollo del centro de artesanía en santa ana	Ausencia de la integración con el mundo guaraní
	Gastronomía	Revalorización de la gastronomía local. Caña dulce. Rapadura Chipa	Incorporación al PT, del emprendimiento paseo de la rapadura.	Integración a la oferta turística local
	folklorico	Revalorización fiesta populares y religiosas	Reprogramación de festivales	Desaprovechamiento local

Junio 2016 — Elaboración propia. Fuente propia.

ENTORNO DE CAMBIOS, OPORTUNIDAD DE DESARROLLO Y CONCEPTOS DE CAMBIOS

A partir de la implementación del PT, la comunidad local en su conjunto considera como una oportunidad de desarrollo local la vinculación al turismo a partir de la construcción del Parque temático anhelando en un futuro cercano la transformación de

Santa Ana en un Destino Turístico, y aspiran que finalmente Santa Ana pudiera transformarse en un verdadero Polo Turístico de desarrollo.

La comunidad de Santa Ana vio interrumpida su tradicional cotidianidad pueblerina, a partir del primer día de la presentación en sociedad de la construcción del proyecto parque Temático la cruz de Santa Ana, inmediatamente entendió que su nuevo destino como localidad, debería ser discutida entre todo y con todos, a partir de observarse que el turismo podría llegar a ser una nueva y verdadera herramienta que le permita a localidad abandonar su actual letargo económico-social y transformarse en un tiempo no muy lejano en un nuevo destino turismo provincial, pensando que el desarrollo viene de la mano del turismo y que su espacio geográfico sufrirá una pronta transformaciones convirtiéndose en un nuevo territorio de oportunidades económicas y sociales. Entendiéndose al territorio: "como un factor de trasformación, en donde los actores se desarrollan interrelacionándose, y no como un soporte pasivo de las actividades". (Vázquez Barquero, 1999)

Este nuevo territorio de oportunidades se presenta como un nuevo desafío para los diferentes actores directamente involucrados en el municipio. El municipio le cabe la responsabilidad de re-encausar su prioridades políticas antes un nuevo escenario económico promisorio, la comunidad local deberá comprender los cambio que se producirán y deberán acordar y acompañar una gestión turística con crecimiento del tipo de abajo hacia arriba, propiciando de esta manera el tan anciano desarrollo local, apuntando a un enfoque del desarrollo endógeno que deposita su atención en el papel de las iniciativas locales, orientadas a satisfacer las necesidades de la población local fomentando su activa participación y poniendo su acento en su acercamiento al funcionamiento de un nuevo sistema productivo, deberá bregar además por la construcción de un diseño con marca local que priorice los conceptos de sustentabilidad del destino como una de las verdaderas ventaja competitiva del lugar. Los pocos empresarios locales ligados a otros sectores de economía pueblerina pronto deberán reencauzar su visión de negocio, deberán pensar y proyectar un encadenamiento productivo con los diferentes sectores vinculados directamente o indirectamente con el turismo. En pocas palabras más, se tendrá que comenzar entre todos los sectores a definir productos turísticos que no es más otra cosa que: "una promesa de prestación de servicios básicos y complementarios en tiempo concreto y entorno determinado", La definición de los productos turísticos definirá la estrategia de integración de los atractivos y de los servicios, hasta hoy ausente.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

PARQUE TEMÁTICO, COMUNIDAD LOCAL, BENEFICIOS SOCIO-ECONOMICOS DEL TURISMO, INTERÉS DE LA POBLACION LOCAL Y DESARROLLO EMPRESARIAL

En la presente investigación y a lo largo de las observaciones realizadas en los capítulos anteriores, la documental hace referencia contantemente a la importancia y al acompañamiento local en la diferente etapa del proceso constructivo de Parque Temático. Este acompañamiento nace desde la génesis misma del proyecto cuando el estado provincial encargado de la construcción y en la materialización del proyecto considera a Santa Ana como un socio estratégico para el desarrollo del mismo. El proyecto resulto más ambicioso aun que la construcción en si misma del PT, paralelamente al desarrollo arquitectónico el proyecto comenzó a buscar la trasformación local hacia el turismo, convirtiéndose Santa Ana rápidamente en un destino turístico emergente. En este sentido recordamos lo apuntado en el marco teórico de la presente investigación, el turismo se "presenta en la comunidad local como una actividad económica que presenta muchísimas ventajas para poder motorizar definitivamente el desarrollo del territorio"

El parque temático desde los inicios de la construcción supo instrumentar un fuerte mecanismo de relación con el componente local. La apropiación del proyecto por parte de la comunidad anfitriona obedece a un marco y a una decisión política institucional, primeramente al involucramiento de la intendencia local como socio estratégico en el desarrollo del proyecto, y en segunda instancia, la comunidad comprende primeramente al PT como una fuente generadora de empleo directo, indirecto y de carácter diferido. La comunidad comienza a identificar los beneficios de la actividad turística a partir del incremento de las posibilidades de empleo generando ingresos genuinos y diferentes frente a los ingresos que generan el empleo informal y temporario, tipología del empleo al que la comunidad local está acostumbrada a percibir cotidianamente. Esta nueva fuente laboral permitió la diversificación del empleo local y contribuyo con el beneficio de la estabilidad laboral favoreciendo paulatinamente a aumentar los niveles de vida de la comunidad obrera permitiendo poder proyectarse a otros escenarios sociales.

La diversificación laboral producto del turismo, contribuyo a la comunidad a frenar en un principio el éxodo de la población rural hacia las aéreas más pobladas, permitiendo el fortalecimiento de un nuevo espacio que se comienza a generar en cercanía del lugar del emprendimiento del PT, de esta manera es revalorizada las propiedades circundantes y comienza la agregación de valor a estos lugares a partir de la incorporación de servicios

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

básicos, Esta situación permite además a los lugareños reconsiderar su lugar y su espacio en la comunidad.

La incorporación de mano de obra local al emprendimiento se produce en dos momentos claves, al principió de la construcción y al momento de la inauguración. Para la primera etapa que concierne al momento de la construcción del PT, en el periodo que corresponde de agosto 2007 a abril 2011.Un 30 % del total de los obreros correspondió a los trabajadores de Santa Ana, 24 sobre un total de 75 obreros mensuales. La obra llego a cobijar en algunos momentos claves de la construcción un total de 150 operarios, número que significo la contratación de 52 operarios locales.- La obra se llevo a cabo en 45 meses lo que genero un aporte a la comunidad local de un pago final de 1080 mensualidades que fueron distribuidas en 24 familias de forma permanente durante el periodo que duro la obra, incorporándose temporalmente según la necesidades otros 28 obreros mas.

Para la segunda etapa, la contratación del personal se procedió a través de una selección más exhaustiva de los aspirante al primer empleo formal del PT, los seleccionados de esta manera trabajarían en el parque una vez inaugurado el mismo. Los aspirantes se habrían inscripto para cubrir los cargos de Informantes turísticos, guía de turismo, seguridad, personal de mantenimiento, limpieza y personal de contacto, cargos que la organización del PT consideraba necesarios al momento de apertura. La municipalidad de Santa Ana en la persona de su intendente Mabel Pezoa fue la encargada de la selección del personal, previo curso de capacitación. A los efectos de capacitar al personal preseleccionado a formar parte del proyecto, la municipalidad conjuntamente con el Ministerio de Turismo de la provincia y la Subsecretaria Estratégica dependiente del Ministerio de Coordinación de Gabinete han facilitado un curso de capacitación específico para estos aspirantes. La municipalidad de Santa Ana incorporó asimismo a este curso alumnos del último año de las escuelas secundaria de la localidad y a los interesados en general, de manera de generar conciencia turística en la comunidad. Resulto ser esta acción, la primera gestión formal en cuanto a la capacitación se refiere.

De esta manera se incorpora los primeros 42 empleados al PT, de los cuales el 40 % correspondió a la comunidad de Santa Ana y zona de influencia (15 empleados en total). De esta forma el parque en su segunda etapa desde la su inauguración en abril del 2011 a julio de 2015, ya lleva 50 meses aportando un total de 750 mensualidades.

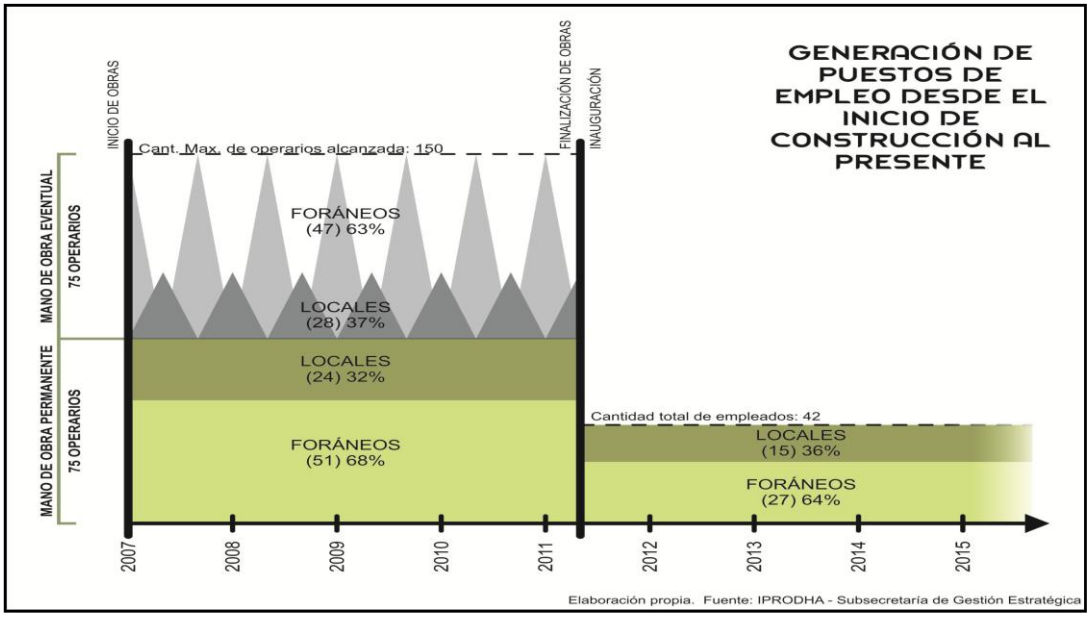
El ente encargado de afrontar los salarios a la totalidad de los empleados del PT le corresponde a un organismo del estado, el Iplyc[4]. Ente que desde su inauguración se hace cargo del pago de los salarios del personal y los gastos que demanda el mantenimiento general del PT. Esta dependencia mantiene a los empleados trabajando bajo la figura y régimen de contratos, los mismos son renovados cada 6 meses. Este formato de

[4] Iplyc. Instituto de Loterías y Casinos.

contratación viene generando una situación incómoda para el personal, los mismos con el correr del tiempo no han podido lograr su tan ansiada estabilidad laboral.

Con esta confrontación queda evidenciado que el parque en su etapa constructiva ha beneficiado en mayor medida en la generación del empleo local y se evidencia además que, en la medida de las exigencias de una mayor formación o capacitación para la cobertura de un puesto de trabajo, la comunidad comienza a mostrar su déficit en cuanto a la oferta de mano de obra con especialización, por lo que se hace necesario entonces la búsqueda de personal capacitado provenientes de otros lugares, especialmente si son necesarias habilidades especiales.

Ilustración 36



INCORPORACIÓN DE MANO OBRA LOCAL. GASTRONOMÍA.-

La actividad comercial de Santa Ana intenta paulatinamente fortalecerse y comienza a re-inventarse de la mano de la actividad turística, es así como varios establecimientos gastronómicos anteriormente dedicado a la prestación de servicios de catering de un tiempo a esta parte y atendiendo en la necesidades de la demanda turística, han aprovechado su experiencia ampliando y diversificando su oferta gastronómica en restaurantes y algunos más ambiciosos le han sumado al proyecto gastronómico la venta de artesanías. Conforme a este tipo de fortalecimiento empresarial también se observan el crecimiento de emprendimientos gastronómicos informales de menor nivel que abren sus emprendimiento según la estacionalidad de la demanda. En la ilustración 16, se observa la oferta gastronomía formal de la Localidad destacando su antigüedad en el mercado, su

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

correspondiente tipología organizacional y el número de empleado de cada establecimiento.

Ilustración 37

Oferta Gastronómica de Santa Ana

Nombre	Antigüedad	Organización	Empleados
CATERING TIO TOTI	13 años	familiar	50
PARRILLA TIO TOTI	4 años	familiar	25
CATERING PARADOR SANTA ROSA	14 años	familiar	25
PARRILLA PARADOR SANTA ROSA	5 años	familiar	25
RESTAURANTE TACUARA	5 años	familiar	5

Fuente y elaboración propia

ARTESANÍA

La artesanía es un rubro que ha venido creciendo de una manera constante, hoy la localidad cuenta con dos locales comerciales dedicados a la venta de artesanías, ambos son emprendimientos privado de carácter familiar al cual se le debe sumar a partir del 2010 el ***Artesanato de las Misiones Jesuíticas de Santa Ana***, proyecto logrado con el apoyo y la labor conjunta de la municipalidad de Santa Ana, la Agencia Española de Cooperación Internacional y Desarrollo conjuntamente con el Programa Misiones Jesuíticas de la Provincia de Misiones. El mismo es el resultado del trabajo mancomunado con la comunidad local de Santa Ana a través del cual la población puede acercar y vender su producción artesanal en los locales preparados especialmente para la venta aprovechando su ubicación estratégica sobre la ruta nacional N 12.

De los tres locales de ventas de artesanías, actualmente se encuentran funcionando únicamente los dos emprendimientos comerciales privados. El artesanato al momento de la investigación, los locales se encontraron en su gran mayoría vacios, únicamente funciona dos locales del total de 10 y los locales que se encuentran funcionando se dedican a la reventa de artículos de bisutería. El fracaso, según fuentes locales consultada obedece a la falta de acompañamiento del proyecto y de las políticas locales a favor de los pequeños emprendedores o artesanos.

ALOJAMIENTO

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

La inversión quizás más necesaria en cuanto a servicio turístico que se hacía notar en la comunidad correspondía al rubro hotelero, históricamente Santa Ana no contaba con alojamientos considerados turísticos. Sin embargo la Cadena hotelera Nitra en el 2009 decide invertir en la localidad, en un establecimiento hotelero tipo "hotel tres estrellas" con una capacidad de 115 plazas, con una inversión total de dos millones de pesos. La inauguración oficial se realizo en diciembre del 2012.

El nuevo emprendimiento turístico demando la incorporación de 15 empleados locales, la firma se incorporaba al mercado local con un proyecto ambicioso, al momento de la inauguración del establecimiento la firma hotelera se comprometió ampliar el número de plaza construyendo un albergue para estudiantes y cabañas. A la fecha el emprendimiento no ha ampliado el establecimiento, consultado a sus propietarios el porqué, los mismos respondieron que el establecimiento hotelero no resulto un proyecto rentable como se habría previsto, es más, en virtud a la baja venta de las habitaciones se vieron en la necesidad de recurrir a disminución del personal y cerrando un ala del establecimiento. De esta manera y con este panorama en cuanto a las ventas el hotel se encuentra actualmente trabajando con el 50 % de sus plazas

CAPACITACIÓN:

El primer antecedente en cuanto a capacitación que se logra identificar, hace referencia al curso que se realizara con los postulantes al primer empleo en PT, posteriormente y antes la necesidad manifiesta en la carencia de RRHH capacitados en la comunidad. Nuevamente es el municipio es quien reacciona a la necesidad y organiza un curso de capación sin costo alguno, esta vez con mucha mayor formalidad incluyendo certificación avalados por el Consejo General de Educación (CGE) de Misiones. El mencionado curso resulto denominado "informador turístico", curso cuyo objetivo apuntaba a potenciar la actividad turística brindando a la comunidad local una posible alternativa más de trabajo de cara al crecimiento turístico de la comuna. El curso estaría dirigido principalmente para los trabajadores del PT, alumnos que cursaban el 3º año de la única escuela nocturna de Santa Ana y para aquellos interesados en general. El curso tuvo una duración de 8 meses y se inscribieron 100 personas, el mismo se repitió en la corte de los años 2014-2015

La búsqueda constante de la capacitación y el interés por la misma del municipio concluyen con un convenio académico que garantiza la educación formal del turismo, de esta manera desembarca en la localidad de Santa Ana la institución terciaria Ipesmi[5], quien acerca a la comunidad su oferta educativa, la tecnicatura en turismo y hotelería.

[5] Ipesmi. Instituto Provincial de Educación Superior, Misiones

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

La primer corte 2015, correspondió al número de 50 de alumnos inscriptos, los mismos fueron becados en su totalidad por la municipalidad local.

INFRAESTRUCTURA:

La visión estratégica de consolidación turística le permitió a la comunidad el desarrollo e incorporación a una infraestructura básica programada a las unidades que componen el rubro vial de las comunicaciones y de aproximación a los atractivos, de carácter externo e interno. Con estos criterios se destacan.

DESARROLLO DE LA INFRAESTRUCTURA INTERNA Y DE APROXIMACIÓN A LOS ATRACTIVOS.

El primer antecedente con que se cuenta data de junio del 2005, el mismo pertenece a la implementación correspondiente al "Plan de pavimentación urbana y de caminos de accesos a lugares históricos y atractivos turísticos" Plan encarado por el estado provincial y ejecutado por la Dirección provincial de Vialidad. De esta manera se pavimentaron los 750 metros de caminos que vincularon las Reducciones Jesuíticas de Santa Ana con la ruta nacional 12, con una inversión de 557.738 pesos. Paralelamente al asfaltado del acceso, este mismo plan ejecuto la pavimentación de un total de 30 cuadras en el casco céntrico de la localidad con una inversión de 675.389 pesos, además se realizaron bacheos de la ruta 103 desde la plaza de rotonda hasta el puerto por una inversión de 194.843 pesos, finalmente el plan realizó la restauración de más 35 kilómetros de y mantenimiento y accesos de caminos terrados por 185.000 pesos. Posteriormente y a la fecha no se han realizado nuevas obras de asfaltado de las arterias del interior de Santa Ana.

El segundo antecedente identificado correspondiente al desarrollo de obra de infraestructura de aproximación a los recursos, corresponden específicamente a la construcción y asfaltado del acceso principal al PT. Esta obra vial posee una longitud total de 9.000 metros uniendo el acceso principal, ubicada sobre la ruta provincial 103 y llegando a la parte más alta del cerro a la misma base del monumento de la cruz, esta obra terminada en su totalidad fue construida en dos tramos.

El primero de los tramos corresponde a la realización de la denominada "etapa 1"correpondiente a la construcción del tramo **"acceso parque temático y desagüe**", obra de 2.600 metros de longitud, licitada en febrero del 2009, financiada por la Dirección Provincial de Vialidad y ejecutada la empresa Hidrelco SRL por un monto aproximado de 12.000.000 de pesos. Posteriormente en el mes de julio del mismo año, se llamo a licitación correspondiente a la segunda parte del asfaltado final del mismo acceso, lo

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

restante 6.660 metros. Este llamado a licitación se realizo bajo las mismas operatorias descripta en la primera licitación, resultando esta vez la empresa Maceva S.A la ganadora de la construcción del último tramo por un monto de 9.999.950,05pesos. Complementándose de esta manera la totalidad de la construcción y asfaltado del acceso al PT desde la intersección con la ruta provincial 103 a la base del monumento.

DESARROLLO DE LA INFRAESTRUCTURA EXTERNA Y DE COMUNICACIÓN VIAL Y TRASPORTACIÓN.

La localidad de Santa Ana históricamente pertenece por su localización al corredor vial de la ruta nacional 12, en la actualidad su localización ha sufrido una puesta en valor en virtud que la misma se encuentra estratégicamente ubicada y vinculada por la autovía multi-trocha ruta nacional 12, primer autovía construida en la provincia de misiones con el objetivo de mejorar de calidad de circulación del tránsito que según datos del Ministerio de planificación Federal, Inversión Pública y Servicios a aumentado en los últimos 4 años un 30 % y que por la mencionada vía circulan más de 2.000.000 de usuarios anualmente.

Esta obra pertenece a las denominadas Grandes Obras de Infraestructura del Bicentenario Argentino, impulsadas por el Ministerio de Planificación a través de un convenio marco (2012) entre la Entidad Binacional Yacyretá con la Dirección Nacional de Vialidad. La presente autovía se encuentra actualmente en etapa de realización. La ejecución vial se viene realizando paralelamente en dos tramos, ***el primero uniendo la localidad Santa Ana con Posadas y el segundo tramo vinculando Santa Ana con la ciudad de San Ignacio***. Ambos tramos sobre la ruta nacional 12, que une Posadas capital de la provincia con la ciudad turística de Puerto Iguazú. Las obras consisten en la duplicación de la actual calzada, transformándola en una multi-trocha con dos carriles centrales de 7,30 metros por cada sentido de circulación, desarrollo de banquinas internas y externas de 2,50 metros con carpeta asfáltica. La autovía prevé además la instalación de barreras de hormigón divisoria entre los carriles de circulación vehicular, barandas metálicas y señalización horizontal y vertical. Estas obras comenzaron a construirse en marzo del 2014 con un plazo de ejecución de 24 meses, sin embargo en septiembre del 2015 recién se llama nuevamente a licitación el último tramo, incorporándose al presupuesto 800 millones de pesos a valores 2015[6].

Con esta obra Santa Ana, es nuevamente beneficiada por el resultado de la gestión política provincial en cuanto a construcción de las obra pública y la dotación de infraestructura, a este tramo sur de la ruta Nacional 12 le corresponde el mayor volumen de tránsito vehicular y turístico, de esta manera Santa Ana se conecta con mayor fluidez y

[6] Stellato Director de Vialidad Provincial de la Provincia de Misiones. Diario El territorio pag.3 jueves 24 de Septiembre 2015.-

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

menor tiempo hacia el sur con la capital provincial, principal centro de servicios turísticos y hacia el norte se vincula directamente con los dos centros turísticos más importante de la provincia. Primeramente a solo 16 kilómetros San Ignacio y posteriormente 240 kilómetros a Iguazú. Esta obra de la ingeniería vial aporta en un principio un nuevo formato de urbanización a la localidad, contribuye con la seguridad vial del viajero beneficiando directamente al ordenamiento vehicular la rapidez y la fluidez en el transito posibilitando un traslado de forma más segura y eficiente.- Esta obra actúa finalmente como un verdadero centro distribuidor de tránsito automotor para el acceso rápido a las ciudades de Posadas, Encarnación - Paraguay (Puente San Roque González de Santa Cruz) y vinculación a la ruta 105 con destino a Capital Federal .

COMUNIDAD

El común de los residentes locales de Santa Ana intentan percibir al fenómeno turístico de una forma positiva, identificando a la actividad turística local con un gran potencial, primeramente porque a partir de esta se produce la incubación de nuevos puestos trabajo, comprenden que la actividad turística comienza a contribuir con la generación y la redistribución de los ingresos y que gracias a la actividad turística se ha mejorado en gran parte con la escasa por no decir nula, infraestructura local existente. Los residentes santaneros consideran además, que en la medida que la actividad crezca los servicios básicos se irán desarrollando a mediadas de las nuevas necesidades y que este crecimiento redundara en beneficio de la comunidad.

La actividad turísticas es ampliamente percibida por parte la comunidad y población local como la nueva base económica potencial de Santa Ana, proporcionando elementos que pueden mejorar la calidad de vida tales como oportunidades de un nuevo empleo, la diversificación del trabajo, la diversificación económica, e ingresos por impuestos

En este marco, indudablemente los residentes son muy conscientes de la implicancia que genera esta nueva actividad y se manifiestan como en todo destino turístico, de forma positiva y negativa, opiniones probablemente basadas en conclusiones relativas en función de sus propios beneficios y a sus propias oportunidades.

La identificación de estas percepciones por parte de los residentes en virtud al desarrollo del turismo en la comunidad, nos identifica el grado de apropiación real de los residentes sobre los beneficios del turismo y grado de importancia que reviste el mismo para la comunidad.

A los efectos de identificar en la comunidad local, la contribución o beneficio social que genera el parque, identificando el interés por el mismo de la población y caracterizando la mejora e incremento de los servicios sociales que se produjeron en la

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

comunidad, la presente investigación realizo una encuesta de opinión a referentes de la comunidad.

De esta manera, se ha investigado la actitudes e interés asumidas por la comunidad frente al nuevo fenómeno local que es generado partir del PT, estudiando virtuales enlaces entre los residentes y la actividad turística, identificando su grado de participación en las diferentes actividades turísticas, su grado de relación - contacto que tenga con los turistas, identificando sus beneficios económicos derivados del sector, conociendo sus expectativa para un futuro cercano.

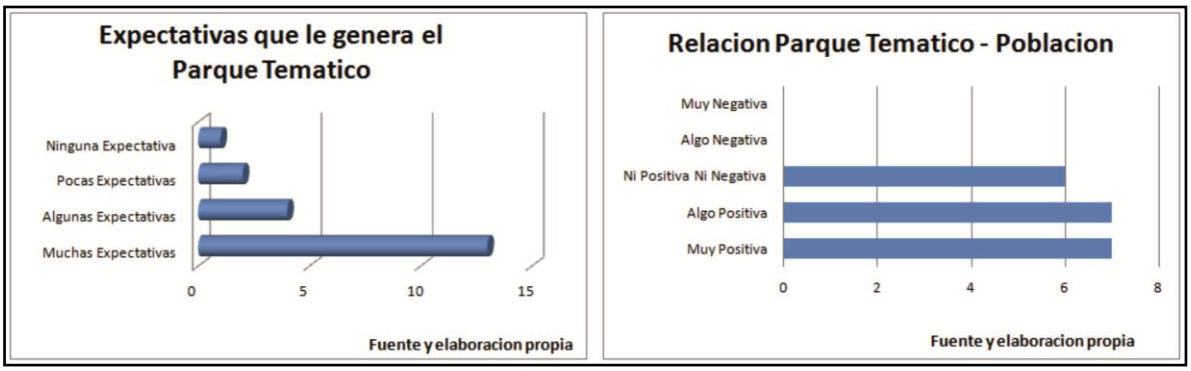
El primer análisis que se presenta está relacionado con las expectativas que genera el PT en la población local vinculándole directamente con la percepción que le genera la relación del PT con la comunidad. Identificar esta relación comunidad PT, es muy importante en virtud a que el PT se desarrolla en un área rural y ajena al ejido urbano. La comunidad en principio y a comienzo de la obra se mantenía equidistante del proyecto desconociéndole inclusive como un proyecto local.

EXPECTATIVAS QUE GENERA EL PARQUE TEMÁTICO. RELACIÓN PARQUE TEMÁTICO COMUNIDAD

Las expectativas que provocó el PT es evidente que ha mejorado a lo largo del proceso de construcción y puesta en escena del parque. Así se lo puede observar en los gráficos siguientes, la mayoría de los informante claves manifiestan (Grafico 23), que el PT ***genera en la comunidad muchas expectativas y que poseen sobre el mismo una relación muy positiva***. La relación de la comunidad con el parque está en franco crecimiento, un alto porcentaje de los nuevos emprendimientos tienen vinculación directa o indirecta con el parque. Este cambio actitudinal de la comunidad en su conjunto hacia el PT, se manifiesta en la necesidad de conformar una cámara de turismo local, luego de varias reuniones se logra el 27 de abril del 2015 la formación provisoria de la ***comisión de desarrollo turístico de Santa Ana***. Comisión integrada en un principio por propietarios de pequeños y micros emprendimientos turístico de carácter rural, comerciantes locales, propietarios de hospedajes y comedores, emprendedores relacionados con la fabricación de productos regionales (rapaduras, chipa), artesanos y vecinos. Esta comisión provisoria fue formada con 30 miembros iníciales contando con la apoyatura municipal y con varias asociaciones locales. El objetivo planteado como prioritario a trabajar corresponde a la pronta creación de circuitos turístico integradores con el aprovechamiento de la demanda que genera el PT, aumentando de esta manera la estadía de los visitantes favoreciendo al aumento del consumo turístico en Santa Ana y en la redacción de un documento base con formato de anteproyecto de ordenanza municipal, tendiente a la preservación y conservación de los monumento históricos con que cuenta la comunidad.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

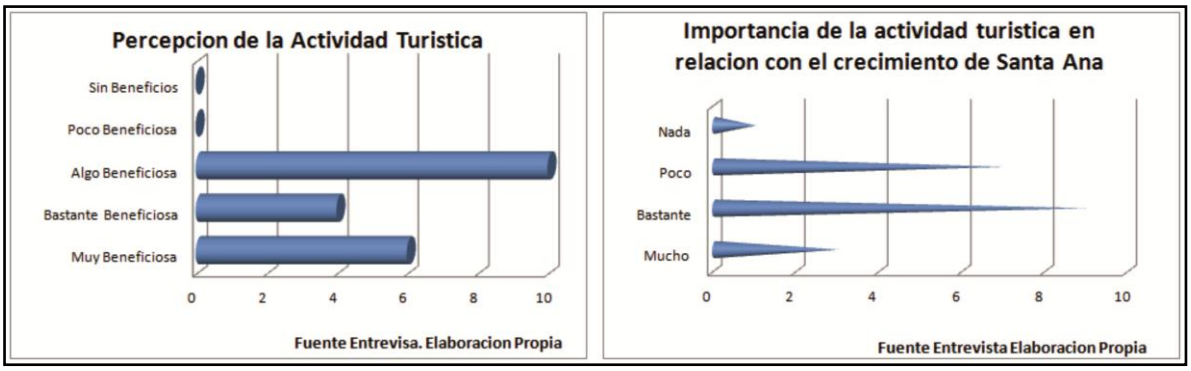
Gráfico 23 ***Gráfico 24***



PERCEPCIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA- IMPORTANCIA DE LA ACTIVIDAD Y RELACIÓN CRECIMIENTO LOCAL

En los gráficos siguientes se pueden observar claramente que los informantes claves manifiestan por un lado (Gráfico 25) que la actividad turística en la comunidad es algo beneficiosa, demostrando de esta manera que a la fecha no estar tan convencidos de los beneficios que aportan a la comunidad el turismo, sin embargo un 50 % de los entrevistados si manifiestan que la actividad es muy beneficiosa para comunidad en su conjunto. De la misma manera un alto porcentaje de los entrevistados (Gráfico 26) consideran que la actividad turística ha contribuido bastante en el crecimiento y desarrollo de la Santa Ana. Finalmente se observan en ambos cuadros que tanto las variables percepción de la actividad turística o la importancia de la actividad los indicadores sin beneficios, poco beneficiosos o nada son los que menos respuestas obtuvieron de parte de los informantes claves.

Gráfico 25 ***Gráfico 26***



POBLACIÓN LOCAL RELACIÓN CON EL TURISMO E INTERACCIÓN LOCAL Y VISITANTE

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

En los siguientes gráficos, se analizan esta vez la opinión de los pobladores en relación al sujeto de la actividad turística, el turista (Grafico 27), como así también identificar en la comunidad local el grado de aceptación e interacción con el visitante (Grafico 28). De esta manera podemos conocer el grado interacción y reacción que posee la comunidad con relación a los visitantes identificando transacciones en cuanto a relaciones sociales que finalmente pueden ser medibles en términos de esfuerzos individuales o colectivos tendientes a maximizar o minimizar los beneficios relacionales. Estos beneficios relacionales están en manifiesto en cuanto los mayores porcentajes de los entrevistados manifestaron que su opinión en ***relación con los visitantes es buena y muy buena***. Un 42% de los entrevistados manifiestan que se sienten cómodos compartiendo su espacio con los turistas, en tanto que un 32 % de los entrevistados manifestaron que aunque les interese relacionarse con el turista le cuesta. Esta situación favorable de la población local frente a los visitantes corresponde a una situación comprensible a raíz que de que la actividad turística es muy reciente y la interacción es muy alta por la expectativa que genera el mismo.- Los entrevistados también manifestaron la caracterización y el comportamiento de los visitante en el lugar, los turistas se muestran muy cordiales, amables e interesados en conocer, resultaron las consideraciones más frecuentes de los entrevistados.

Gráfico 27

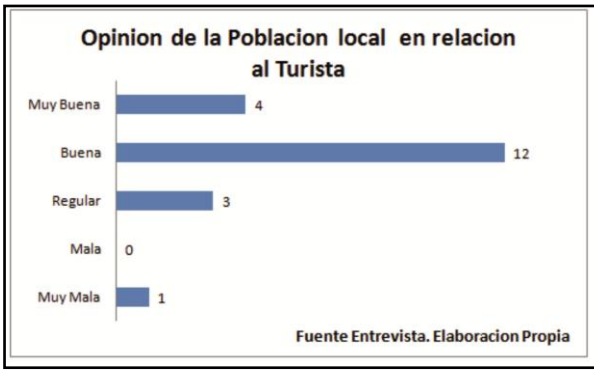
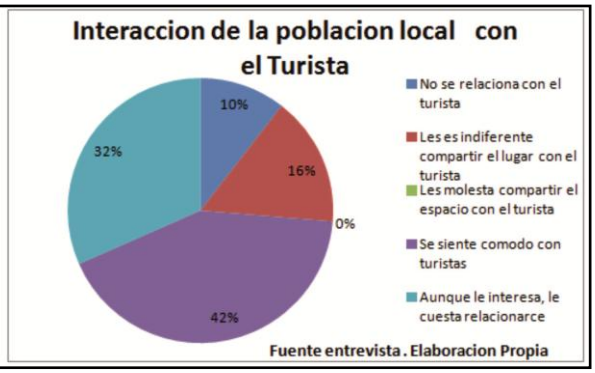


Gráfico 28



OFERTA DE SERVICIOS TURÍSTICO OFRECIDOS- NECESIDADES DE SERVICIOS DETECTADAS

Otra de las consideraciones relevantes y prioritarias propuestas en la presente investigación consistiría en conocer por parte de la comunidad local si los mismos identifican a Santa Ana como un lugar con oferta de servicios turísticos acordes a las necesidades de los visitantes (Gráfico 29) y si la comunidad local identifica los servicios que demandan los turistas (Gráfico 30). De esta manera podemos apreciar en los gráficos siguiente que: Un 45 % de los consultados consideran estar algo de acuerdo con que la

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

ciudad cuenta con servicios turísticos acordes a las necesidades de la demanda, un 20 % está bastante en desacuerdo con esta apreciación y un 10 % está totalmente en desacuerdo con que Santa Ana posea servicios acordes a la demanda. Sin embargo si analizamos la tipologías de los servicios que requieren y demandan los turistas en la localidad, según los referentes. El grafico es mucho mas referencial dejando en claro que la mayor demanda radica en los servicios ligados a la gastronomía y al alojamiento. La demanda de la compra de souvenir también es muy importante al momento de manifestarse como necesidad. Una mención especial en cuanto a los requerimientos de servicios por parte de los turistas radica en la prestación de servicios adicionales brindados por la única estación de servicio que se encuentra en la localidad. Estos servicios son considerados por los visitantes como deficitarios, insuficientes e informales, sin embargo los viajeros rescatan la buena predisposición de los RRHH en la atención. Un requerimiento importante que no se manifiesta en las respuestas corresponde al rubro trasporte. Santa Ana por su ubicación estratégica sobre ruta nacional posee una conectividad más que satisfactoria, sin embargo la conectividad local desde el municipio al PT es deficiente. Al principio de la apertura se contaba con servicio de transfer, con varios servicios, varias veces al día (cuatro) que unía el centro de la ciudad y el PT, pero por cuestiones de rentabilidad el servicio se encuentra suspendido. Los entrevistados también manifiestan en cuanto a las necesidades de servicios, la ausencia de una terminal de ómnibus local con servicios acorde a los tiempos. Esta localidad no cuenta con este servicio, siendo este un reclamo de vieja data en la comunidad. Las compañías transportadoras de pasajeros utilizan como terminales a las paradas informales ubicada sobre la ruta en acceso a la localidad.

Gráfico 29

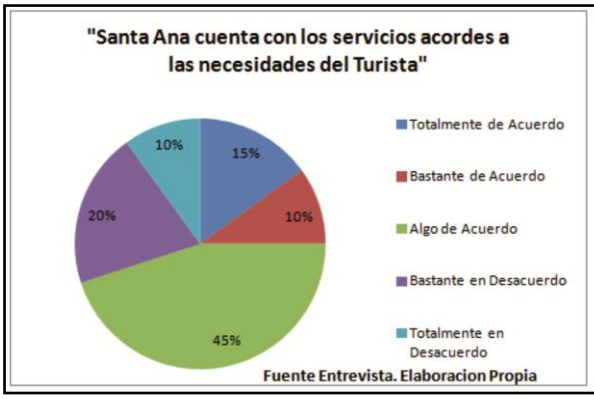
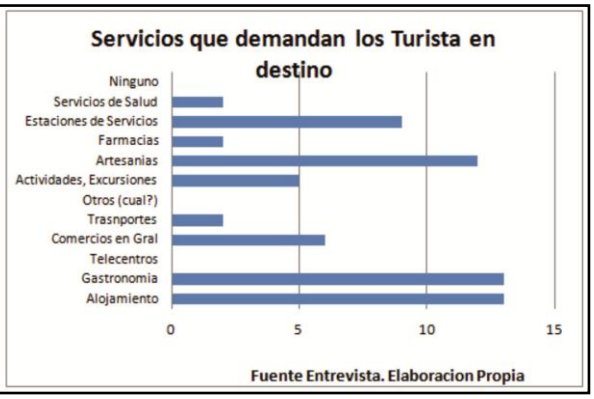


Gráfico 30



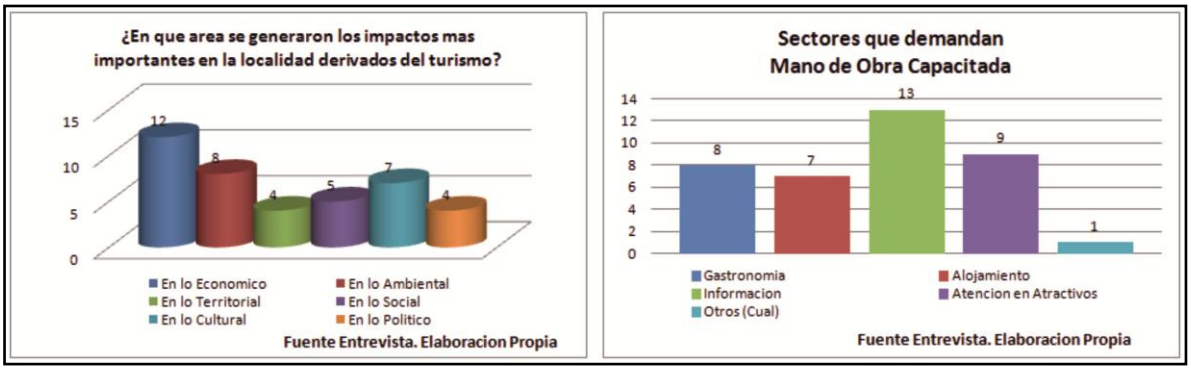
IMPACTOS DERIVADOS DEL TURISMO –DEMANDA DE MANO DE OBRA

Para la presente investigación se hacía necesario entre otras cuestiones identificar en la comunidad local su percepción, en relación a los impactos que produce el turismo en la comunidad local, identificando a los sectores que se consideran por la comunidad como más beneficiado por la actividad (Gráfico 31). De esta manera el mayor porcentaje de los referentes manifiestan que el mayor impacto producto de la actividad se puede observar en el sector de la economía, haciendo referencia directa a los nuevos emprendimientos comerciales localizados en la comunidad y en la generación de una nueva fuente de empleos. El segundo lugar en cuanto a impacto, los referente lo ubica en lo ambiental, considerando que a partir de la actividad turística coexiste una mayor apertura y conciencia ciudadana hacia la protección del medio ambiente, la creación de espacios con figura de protección y la consolidación de un nuevo área destinado a los emprendimientos turístico, como así también la revalorización de las tierras. La actividad turística ha impactado en lo cultural de forma muy favorable, según los informantes claves en la actualidad el turismo posibilito volver a redescubrir a Santa Ana, revalorizar sus fiestas populares, poner nuevamente en valor sus tradiciones y sus festividades religiosas. De este marco de revalorización un grupo de legisladores han presentado a la honorable cámara de representante de la provincia de misiones un proyecto que propicia declarar a Santa Ana como: “Capital Cultural Provincial”. De la misma manera el ministerio de la iglesia en año 2000 por decreto del Obispo Martínez declara a Santa Ana como “Capital Provincial de la Espiritualidad y Centro de Peregrinaciones.- En tanto que la subsecretaria de gestión estratégica y el ministerio de turismo de la provincia ha desarrollado un proyecto financiado por el CFI, destinado a la puesta en valor de las artesanías misioneras, gestión y aprovisionamiento de productos artesanales como centro de comercialización con en el Parque Temático. Otro indicador importe que favoreció a la cuestión cultural local esta manifiesta con la Declaración de “Patrimonio Cultural y Patrimonio Turístico de la Provincia” a los restos materiales del antiguo Ingenio Azucarero San Juan del municipio Santa Ana.

En cuanto a los sectores que demandan mano obra capacitada (Gráfico 32), los referentes en su mayoría coinciden que el sector de los servicios de información turística es el más necesitado teniendo un correlato directo también en la necesidades de RRHH en la atención de los atractivos, como así también en el sector de la gastronomía y el hotelero en orden de importancia.- El reclutamiento de personal local capacitado e idóneo en turismo resulta como uno los principales déficit, por esta razón una de las principales preocupaciones comienza a tener respuestas de capacitación con la llegada de la tecnicatura en turismo y hotelería que viene a contribuir a formación de recursos locales.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Gráfico 31 ***Gráfico 32***



COMPROMISO POLÍTICO LOCAL HACIA LA ACTIVIDAD TURÍSTICA- NUEVOS DESAFIOS

En el presente capitulo se viene analizando poniendo de manifiesto hasta aquí, el análisis por parte de los referentes locales de una serie de variables extrínsecas relacionadas fundamentalmente con los beneficios y los aportes del turismo al entorno socioeconómico de la comunidad, vinculándoles directamente con la percepción de los impactos. Estas variables del tipo extrínsecas responden a identificar en la comunidad local, los aportes que generan el turismo al sector de la economía local y las posibles repercusiones y /o preocupaciones manifiesta colectivamente en la comunidad.

En los siguientes gráficos se buscan identificar por parte de los residentes, primeramente si los mismos identifican la existencia de un compromiso político municipal hacia la actividad turística (Grafico 33) y conocer posteriormente cuales serán los próximos desafíos que debe enfrentar la comunidad para transformarse definitivamente en un destino turístico (Grafico 34).- Las consideraciones relacionada a que si el municipio cuenta en la actualidad con políticas de apoyo al sector turísticos, las respuesta comparte una equidad entre estar algo de acuerdo, bastante de acuerdo y totalmente de acuerdo, dejando de lado a los desacuerdos. En cuanto a los desafíos el mayor porcentaje de las respuestas 24 % apuntan a que se deberán desarrollar nuevos servicios, el 22 % considera que se deberá trabajar en la capacitación, un 18 % considera que el desafío pasara por planificar el desarrollo local, en tanto que un 16 % apuntan a fortalecer la calidad en la prestación de los servicios locales.

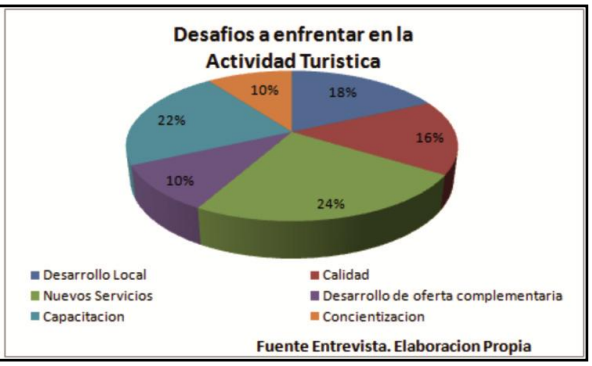
Estos desafíos planteados por los referentes son coincidentes con las generales de las respuestas de otros sectores de la comunidad, quienes sostienen que se deberá trabajar en el mejoramiento de los servicios existente buscando la radicación de nuevos emprendimientos que ofrezcan servicios con el objetivo fundamental de aumentar el tiempo de permanencia de los visitantes en Santa Ana desarrollando la posibilidad de un mayor consumo de productos, servicios y gastos extras. Esta ecuación aumento de

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

tiempo mayor consumo posee su correlato directo en el total de tiempo de permanencia de los visitantes al área, el 67 % de los referentes encuestados manifiestan que los visitantes permanecen en el área como máximo medio día, razón por la cual uno de los mayores ***desafíos que deberá enfrentar la actividad estará vinculada directamente con el aumento de la oferta, servicios y desarrollo de la oferta complementaria.***

Gráfico 33

Gráfico 34



EMPRESARIALES.

Una vez identificados mediantes los referentes sociales los primeros impactos que generaron la actividad turística en la comunidad, se hace necesario del mismo modo identificar las expectativas de los beneficios y los impactos producidos por la actividad turística en el sector empresarial de la comunidad. Es la intención de esta segunda parte del capítulo caracterizar los impactos, identificando las condiciones estructurales que brinda la comunidad en la cual se desarrolla la actividad turística de carácter privada, identificando los cambios que se han producidos a partir del turismo y sus repercusiones a través de las relaciones sociales y culturales, identificando igualmente las condiciones del contexto socio político en relación con la actividad y las propuestas de cara al futuro.

En líneas generales se pueden observar en los siguientes gráficos, el grado de ***percepción respecto de la actividad*** (Gráfico 35 en los empresarios turísticos locales y las consideraciones en relación al ***grado de crecimiento de la actividad en el municipio*** (Gráfico 36). Respecto al primero un 37 % de los empresarios encuestados consideran que la actividad turística en el municipio es muy beneficiosa, un 27 % considera a la actividad como bastante beneficiosa, mientras que un 36 % considera como algo beneficiosa la actividad. En cuanto al crecimiento de la actividad turística en el municipio, se puede observar una paridad en la opinión de los emprendedores. Un 46 % de los empresarios consideran como bastante el crecimiento turístico en la comunidad, asimismo un 36 % de los encuestado consideran que el crecimiento a la fecha le resulto como poca. Únicamente un 18% considera el crecimiento turístico en la comunidad como

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

mucho. En definida se observan claramente que las ambas opiniones poseen un anclaje directo sobre el termino de bastante. Término que ***no permite observar claramente la postura de los empresarios. Estos asumen un escenario de marcada expectativa con un significado interés de cara a la potencialidad al futuro desarrollo turístico local***. Los empresarios consideran que la actividad debe proseguir en franco crecimiento en el desarrollo de la oferta y de la competitividad. Esta actividad es considerada por los empresarios como la única actividad capas de motorizar el desarrollo de otros sectores de la economía. Situación que puede observarse localmente en la puesta en valor del atractivo "fabrica de los dulces artesanales" (rapadura, miel de caña), producto característico de Santa Ana, la producción de productos artesanales tal es el caso de varios artesanos radicados recientemente en Santa Ana, quienes se dedican a la producción y elaboración de artesanías en madera.

Gráfico 35

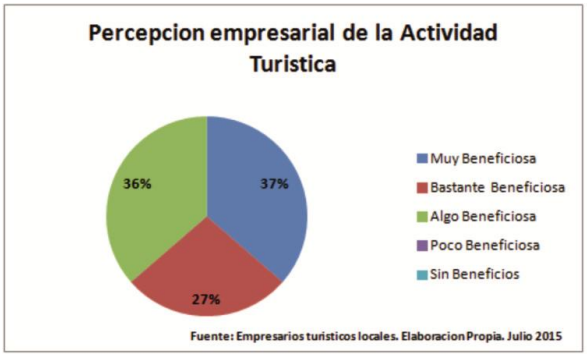
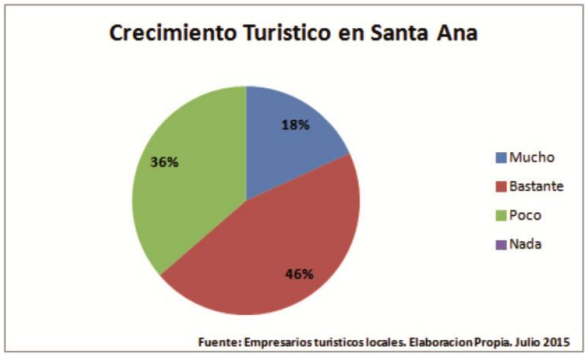


Gráfico 36



TOLERANCIA EMPRESARIAL HACIA A LA ACTIVIDAD TURÍSTICA LOCAL

El segundo análisis que se presenta busca identificar en los empresarios una posible ***cultura de la tolerancia social*** hacia el sujeto de la actividad el "turista" (Gráfico 37). De esta manera identificamos que un 73 % de los empresarios poseen una opinión de carácter buena del turista y un 18 % muy buena. Acerca del comportamiento turísticos (Gráfico 38), 8 empresarios consideran que el turista se presenta en Santa Ana con un carácter cordial y amable, 8 empresarios también define el comportamiento del turista como una persona que se muestra interesado en conocer. Esta respuesta posibilitó a los empresarios identificar una falencia en los servicios de información turística, situación que posibilita un análisis y replanteo de la mejora en los RRHH, la atención y generación de de información que se brinde a los visitantes con una visión de aumentar el consumo y la estadía en la localidad.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Gráfico 37

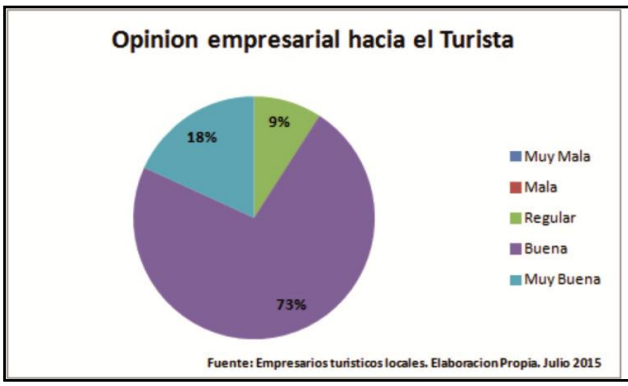
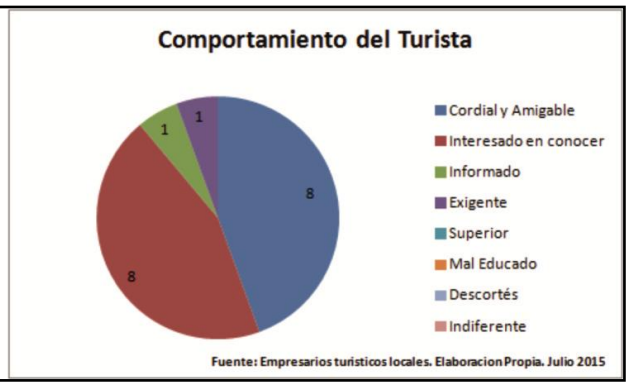


Gráfico 38



Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

TIPOLOGIA DE SERVICIOS, ESTRUCTURA DE SERVICIOS OFERTADOS Y DEMANDADOS EN LA LOCALIDAD

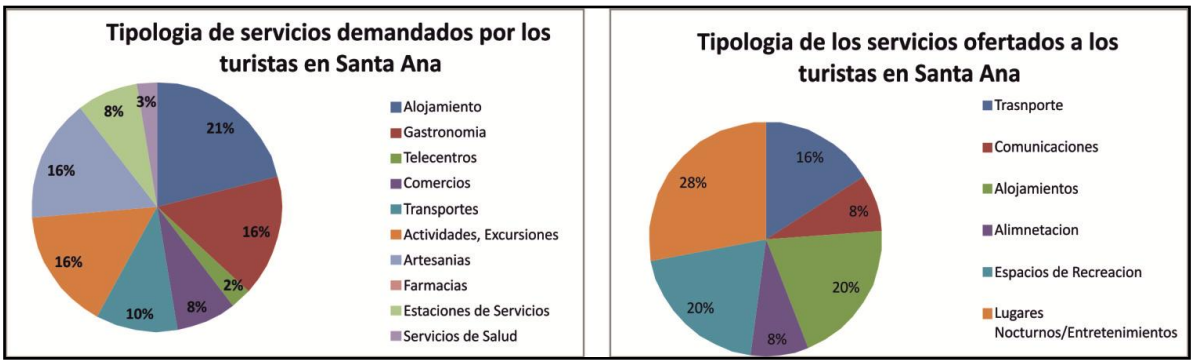
En los siguientes gráficos se identifican a partir de las respuestas de los empresarios ***"la tipología de servicios demandados por los turistas*** (Gráfico 39). ***Identificando la estructura de servicios ofertados en la localidad"*** (Gráfico 40). De esta manera se puede observar que los visitantes demandan una serie de servicios y prestaciones turísticas que la localidad no cuenta o en algunos la oferta se presenta con escasos servicios o insuficientes, en la mayoría de los casos no alcanzan a satisfacer a la demanda.

El mayor requerimiento de los visitantes radica con la demanda de los servicios ligados al alojamiento un 21 % manifiesto, en tanto un 16 % de la demanda solicita servicios ligados a la gastronomía, otro 16 % se refiere a la demanda de servicios de actividades y excursiones, 16 % a la venta de artesanías, un 10 % a los servicios de trasporte. Posterior mente y no alcanzando un 10 % de necesidades manifiestas se encuentran los reclamos de Servicios de telefonías, comercios, farmacias, estaciones de servicios y servicios de salud. En cuanto a la tipología de servicios ofertados en la comunidad, los empresarios dictaminan de la siguiente manera. Un 28 % de los consultados sostienen que Santa Ana cuenta lugares nocturnos y de entretenimiento, un 20 % manifiestan que en la localidad se pueden encontrar servicios de recreación, otro 20 % al alojamiento y un 16 % servicios de transporte.

Con la lectura de estos gráficos se observan claramente que las necesidades demandadas por los visitantes responden a reclamos de servicios básicos ligados a la actividad, en cambio los servicios ofertados en la comunidad responden básicamente a servicios propios de la comunidad o de índole recreativa. De esta se observa notoriamente la contrariedad entre la demanda solicitada y la oferta delo ofrecido, es evidente que el desarrollo de los servicios se han originado localmente para la prestación domestica, evidenciándose una marcada ausencia de los servicios básicamente turísticos. Santa Ana posee un déficit en cuanto a la prestación de los servicios de trasporte locales o de aproximación, a la fecha no se cuenta con un sistemas de trasporte de aproximación a cualquiera de sus recursos turísticos locales o más próximos "reducciones jesuíticas de san Ignacio", imposibilitando con esta condición la interacción y vinculación de los visitantes con los atractivos o servicios turísticos que se encuentren en San Ignacio o en la región. Este escenario imposibilita el desarrollo de un circuito turístico regional. Los empresarios también manifiestan la necesidad local de contar con una terminal de ómnibus cómoda, eficiente y moderna.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Gráfico 39 ***Gráfico 40***



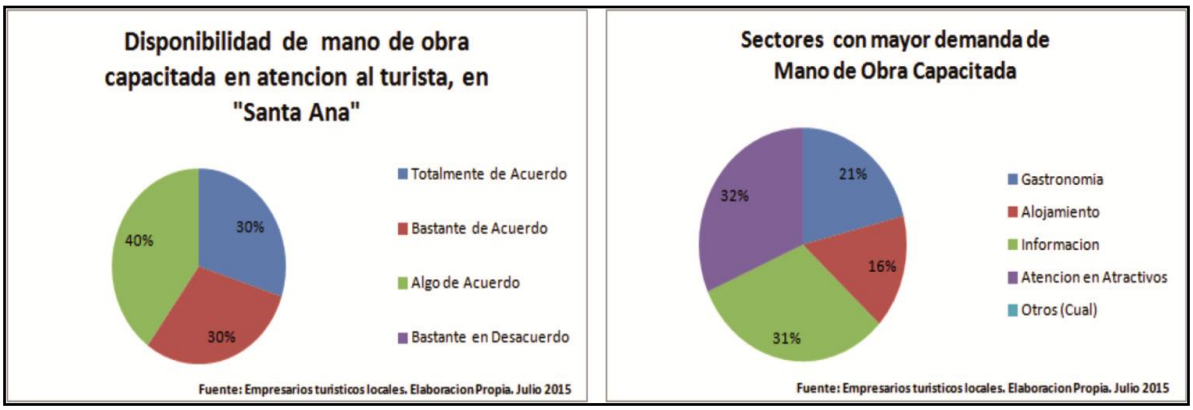
LA VALORACION EMPRESARIAL CON RESPECTO A LOS RECURSOS HUMANOS

En los siguiente cuadros se buscan identificar por parte de los empresarios ***la valoracion con respecto a los recursos humanos*** (Grafico 41), la disponibilidad local de los mismos y los sectores que que generan demanda de mano de obra capacitada o especializada (Grafico 42).

En cuanto a la disponibilidad de los RRHH en la locaidad un 40% de los empresarios sostienen estar en algo de acuerdo, mientras que un 60% se repartes en cifras iguales el concepto de totalmente de acuerdo y bastante de acuerdo. Se identifica al sector de la atencion de los atractivos como a la fraccion mas importante que demanda mano de obra capacitada 32%, el sector de la informacion turistica es identificada como uno de los sectores con mayor demanda de especializacion 31%, lo siguen en orden de importancia el sector de la gastronomia y el alojamiento 21% y 16% respectivamente. Los empresarios consultados coinciden en espresar que los RRHH empleados en sus emprendimiento provienen en su gran mayoria de la comunidad local. Los empresarios gastronomicos, varios de ellos devieron capacitar a su personal teniendo en cuenta el cambio que se produjo en su establecimiento, cambio basado fundamentamente en la atencion, debido a que se paso de atender pura y esclusivamente a lugareños a turistas o eventuales visiantes, situacion que demando basicamente en principio un cambio de actitud y una urgente capacitacion. En funcion a esto los empresarios celebran la apertura de la tecnicatura en turismo y hoteleria.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Gráfico 41 ***Gráfico 42***



IMPLEMENTACIÓN DE POLÍTICA TURÍSTICAS LOCAL, PRINCIPALES DESAFÍOS.

En los siguientes gráficos se ponen de manifiesto el contexto socio político, según los empresarios locales existentes al momento del desarrollo del presente trabajo. Estas condiciones objetivas manifiestas pueden mutar ante cualquier situación externa o interna de cambio. De esta manera se presentan las valoraciones del empresariado acerca de la implementación de ***políticas locales de gestión pública***, de apoyo al sector y además se presentan la ***valoración a los principales desafíos futuros*** que consideran estos empresarios la comunidad deba enfrentar**.**-

De esta manera se puede observar (Gráfico 43), que un 37% del empresariado se encuentra totalmente de acuerdo con que la comunidad ha implementado políticas turísticas de apoyo al sector, un 36 % considera que se encuentra bastante de acuerdo con la implementación de políticas y el restante 27 % considera como algo de acuerdo a las políticas aplicables en el sector. En cuanto a los desafíos a futuro al cual deberá afrontarse la comunidad (Gráfico 44), las valoraciones se distribuyen de la siguiente manera. Un 24 % consideran que se deberá apuntar a políticas que favorezcan a la incorporación de nuevos servicios turísticos, otro 24 % sostiene que se deberá trabajar en programas de capacitación, un 21 % considera que se deberá apuntalar el desarrollo local, un 14 % consideran que se deberá apuntar a la excelencia en la calidad, trabajando en programas de calidad aumentando el cupo de participación a los programas nacionales existentes caso Buenas Prácticas, Sigo, Compromiso con la Calidad Turística, Directrices Accesibilidad en alojamientos y servicios turísticos. En la localidad de Santa Ana únicamente el PT ha trabajado y logrado alcanzar satisfactoriamente los programas de Buenas Practica, Sigo y actualmente se encuentra culminando el programa de Directrices

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

de Accesibilidad, programas todos estos del sistema argentino de calidad turística SACT Mintur 2015.[7]

Gráfico 43

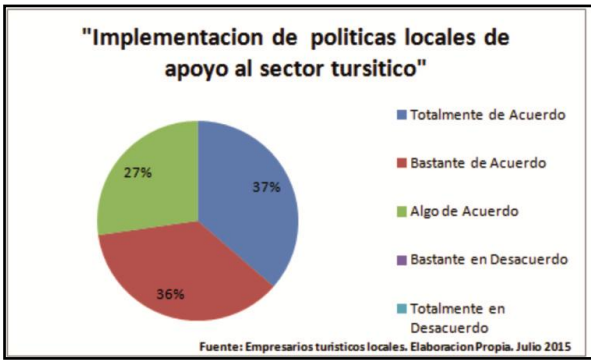
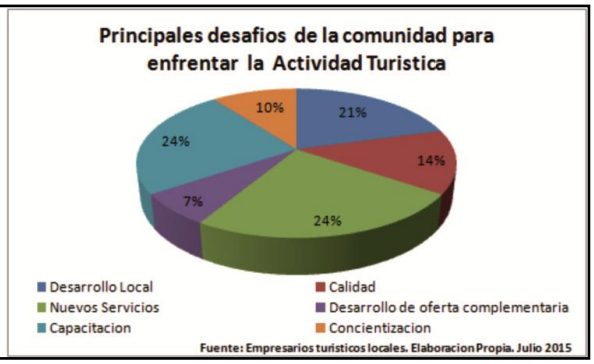


Gráfico 44



[7] SACT. Sistema Argentino de la Calidad Turística.-

IMPACTOS QUE GENERA EL TURISMO-VALORACION DE LOS ATRACTIVOS LOCALES

En los siguientes gráficos se hace referencia a la construcción de indicadores de carácter subjetivo en la cual los empresarios hacen referencia y localización ***de los impactos que genera el turismo*** (Gráfico 45), en el entorno de la comunidad y la valoración de los atractivos locales con que cuenta la localidad (Gráfico 46). De esta manera se desprende que un 22 % hace referencia del impacto turístico en lo económico, otro 22 % considera que el impacto se localiza en lo ambiental, un 21 % hace referencia del impacto en las cuestiones culturales y un 14 % pone énfasis del impacto en las cuestiones políticas.- En relación a la valorización de los atractivos, los resultados se presentan en valores absoluto intentando demostrar la importancia de la respuestas por parte de los empresarios. De esta manera 8 empresarios manifiestan que el PT es recurso turístico más importante, 7 respuestas consideran que el principal atractivo local corresponde a las Reducciones Jesuíticas de Santa Ana, 6 respuestas consideran al puerto como un atractivo principal.

Gráfico 45

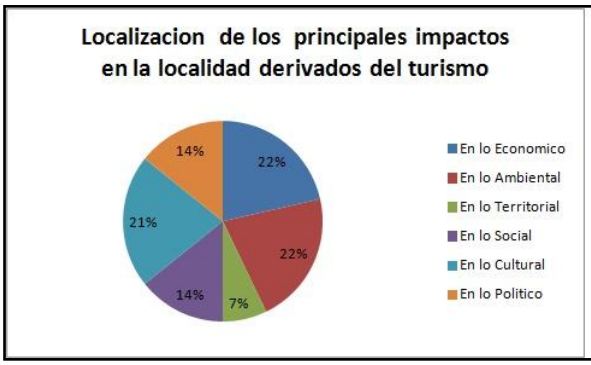
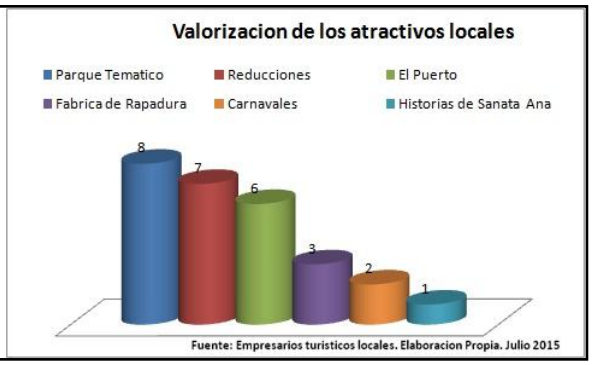


Gráfico 46



RELACION ATRACTIVOS LOCALES –CONOCIMIENTO DE NUEVOS EMPRENDIMIENTOS

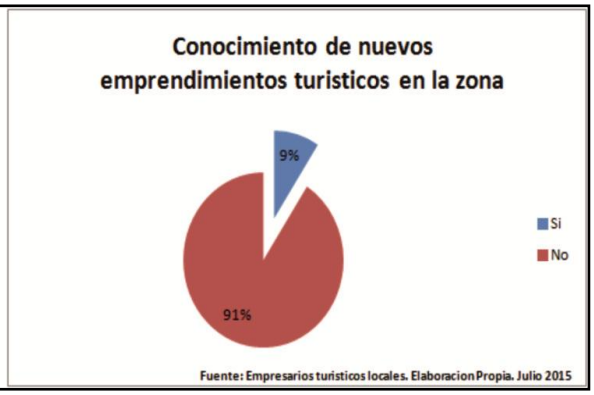
En los siguientes gráficos se expresa el grado de ***vinculación de los empresarios locales en relación con otros atractivos locales y regionales*** (Grafico 47), vinculándose con el ***grado de conocimiento de nuevos emprendimientos en la zona*** (Grafico 48)***.*** Los gráficos son contundente a la hora de mostrar resultados únicamente un 22 % del total de los empresarios tienen una vinculación comercial con otros atractivos y únicamente un 9 % del total de los empresarios tienen conocimiento de la existencia de nuevos emprendimientos.- Esta contundencia demostrada por los empresarios en cuanto al desconocimiento de nuevos emprendimientos y falta de vinculación con otros atractivos,

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

también fue evidenciada en las sucesivas reuniones organizadas por la comunidad para la formación de la comisión de desarrollo turístico local. ***En esas reuniones se ha dejado en claro la falta de articulación local existente entre los diferentes prestadores de servicios, la comunidad y los nuevos emprendedores.*** Esta situación de necesidad de organización local se ve reflejada claramente puesto que el 91% de los empresarios entrevistados no pertenecen ni se encuentran asociados de carácter formal a ninguna asociación o cámara turística, únicamente el restante 9 % pertenece a la figura de socio activo a la cámara de turismo de misiones CATUMI.[8]

Gráfico 47

Gráfico 48



VINCULACIÓN COMERCIAL

La falta de vinculación comercial existente con los atractivos locales y regionales, el desconocimiento por parte de los empresarios de nuevos emprendimientos que se están desarrollando, dejan evidenciado una falta de articulación local demostrada con la ausencia de complementación en la prestación de los servicios turísticos existentes en forma conjunta. Esta situación también es el reflejo de la oferta comercial local que evidencia la inexistencia de circuitos o programas que incluyan recorridos locales que tiendan a aumentar la estadía y el consumo de los visitantes. Los empresarios consideran que estas falencias responden a los próximos desafíos como destino turístico, esta problemática necesita un tratamiento urgente para poder incorporase a la oferta turística provincial. Asimismo manifiestan que se hace necesario en carácter de urgente el trabajo en conjunto con operadores turísticos y prestadores de servicios locales y regionales en busca de la organización de un clúster turístico regional. Nuevamente en este sentido se vuelven a manifestar a favor de la creación de la cámara de turismo local considerando que esta organización local contribuirá con la resolución de estas deficiencias manifiestas en el sector.

[8] CATUMI, Cámara de Turismo de la Provincia de Misiones, única cámara que nuclea d todos los prestadores turísticos de la provincia.-

CONCLUSIONES

A lo largo del documento se ha analizado la difícil tarea que conlleva la gestión hacia el desarrollo de un destino turístico y que la misma no resulta una labor sencilla para llevarse a cabo simplemente por parte del estado central únicamente. La gestión de un destino comprende una tarea de planificación, ejecución y desarrollo con la participación de varios o múltiples actores, para el mismo resulta vital el liderazgo provincial y fundamental el acompañamiento del estado municipal, como así también el aporte del entramado de los prestadores de servicios turísticos privados con la participación y la voluntad de la comunidad local en todo su conjunto.

El estado provincial entendió que la actividad turística en el sur de la provincia de misiones necesitaba un fuerte atractor turístico que lo identifique, que lo diferencia y que actué como un recurso integrador de los atractivos regionales, locales, capaz de generar un nuevo espacio o región de desarrollo turístico. El Parque Temático de la Cruz de Santa Ana resulto ser ***el monumento detonante y la excusa suficiente***, como para comenzar a delinear por parte del estado provincial nuevas estrategias de desarrollo turístico en el sur de la provincia a partir del aprovechamiento y puesta en valor de un nuevo atractivo Turístico construido el “Parque Temático de la Cruz de Santa Ana”.- El estado provincial juzgó que una instalación de esas características tendrían importantes implicancias económicas (Fuentes, E. 2000:37), directas o indirectamente con el resto de los sectores de la economía local y traería aparejado ciertos beneficios a la comunidad local.

El PT desde el principio de su construcción rápidamente se posesiono como una verdadera herramienta de reactivación económica en la empobrecida comunidad local, planteando una cuestión de desarrollo en tiempos de creciente integración económica social y política (Mardoery, O. 2000: 9): Desde un comienzo y con el pretexto de la construcción del PT se comienzan a abordar las trasformaciones territoriales locales, en un principio y posteriormente los cambios socios - económicos que se fueron produciendo en la comunidad. En la actualidad la comuna local se encuentra conviviendo su propia trasformación económica-social, intentando dejar de lado su economía de arrastre, una economía con tradición agroforestal para trasladarse lentamente hacia una economía de los servicios, acomodándose paulatinamente a las necesidades del sector turístico.

Este nuevo escenario local, se origina y busca su consolidacion a partir de la inyeccion economica resultado de la insipiente actividad turistica que ocasiona la transformación inmoviliaria del suelo, en valor de mercancía. La aparición de estos nuevos

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

usos del espacio, la adaptación de las estructuras territoriales preexistentes a nuevas o a diferentes funciones, y la transformación de la base productiva local y regional. (Anton, Clave. 1998: 26) corresponden a los primeros cambios que la comunidad local detecta. En definitiva estas trasformaciones hacen referencia a la costruccion de un nuevo espacio local, un territorio considerado como destino turistico que busca paulatinamente un nuevo formato hacia los procesos de urbanizacion turistica, procesos por los cuales al momento se han desarrollado nuevas espacios urbanos con la finalidad fundamental de producir, vender y consumir servicios y bienes que producen placer a residentes temporales. (Anton, Clave. 1998:25).

La generacion en cuanto a produccion de servicios y bienes serian la resultante y la materializacion producto de la trasformacion turistica del nuevo destino, originados por una nueva corriente turistica que genera el PT, encontrandose actualmente La localidad de Santa Ana en una etapa de crecimiento cuantitativo del componente de la oferta turistica, viviendo un un periodo de reestructuracion de su nuevo territorio, convirtiendolos en nuevos espacios comeriales producto del aprovechamiento y de la mejora continua de una nueva y reciente infraestructura destinada al turismo, de los servicios basicos y de comunicaion vial.

Como se ha visto y como se ha desarrollado en capitulos anteriores, la oferta turistica local es aun insuficiente para el poco numero de visitantes que se llega a destino, sin embargo su crecimiento es de carácter paulatino pero sostenido en el tiempo. Este crecimiento a la fecha resulta insuficiente, la hoteleria es el sector mas demandados por los turisticas y por los empresarios locales quienes se ven imposibilitados de generar productos, paquetes o recorridos que tiendan a aumentar la estadia de los visitantes en destino, precisamente por la falta de la alojamiento.

La localidad de Santa Ana cuenta con atractivos con jerarquia, pero carece de prestadores de servicios que vincule la visita con el PT con los demas atractivos locales o que enlase un circuito con la visita con las Reducciones Jesuiticas de San Ignacio, segundo destino turistico en impotancia en la provincia de misiones. Se sostiene en la presente investigacion que el crecimiento es paulatino y sostenido en virtud a que son varios los nuevos emprendedores turisticos que motivados por la insipiente pero creciende demanda de servicios, hoy apuestan su futuro comercial en la costruccion de cabañas, hostel o emprendimientos del tipo de turismo rural.

El empresariado local comprende el momento especial en el cual se encuentran, ellos comprenden que se encuentran coexistiendo en pleno proceso de evolucion como destino turistico y que la misma evolucion lo lleva a incorporase al modelo ecomonico de los servicios. En terminos generales los empresarios consideran como positiva la insipiente actividad turistica, consideran ademas como muy importante el incremento de visitates al PT y redoblan la apuesta al desafio ***“ si el incremento de visitantes es sostenido el***

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

dessarrollo de la oferta acompañara seguramente el crecimiento", lo sostiene ***L Galan,*** un nuevo emprendedor turistico que suma al rubro alojamiento y que se encuentra en la actualidad construyendo 4 cabañas.

Los empresarios son concientes que este proceso de restruturacion economica resulto posible de realizar y sostener por la incorporacion de este nuevo recurso que suma atractividad a los recursos locales y regionales, pretenden ademas, que el mismo genere una nueva demanda caracterizada como heterogenea, generado por el nuevo atractivo y con una vinculacion directa al turismo de masa, buscando introducir al mercado nuevos productos que apunten a mercados especificos con habitos de informacion , consumos y compra diferenciados.

Es así que podemos inferir a que Santa Ana es un destino que se encuentra focalizada ***con un modelo de desarrollo del tipo extensivo***. Extensivo porque se lo puede considerar como una alternativa que incorpora la construcción de nuevos complejos funcionales caso del PT, acompañando la expansión de los vigentes. Estos complejos poseen además una infraestructura qué tiende a vincular y unificar toda la región. (Wallingre, N. – Villar, A. 2009:32). Esta debiera ser el desafío y una de las principales característica de este destino a futuro, unificar una región a partir de un atractivo insignia con el aprovechamiento de la infraestructura existente, por el momento esto es simplemente una ambición o una expresión de buenos deseos. La situación que mas acerca y que da ***cumplimiento al modelo considerado como extensivo radica desde el enfoque del empleo y del espacio, porque la misma contempla la ordenación integrada que se centran en el respeto a la escala local, en la participación de la población residente y la distribución de los beneficios*** en estas (Wallingre, N.– Villar, A. 2009:32). Estas premisas fueron siempre respetadas y las mismas han acompañado al proyecto desde la génesis, a lo largo del proceso de la construcción del parque y en la actualidad en pleno funcionamiento.

Los empresarios y los referentes de la comunidad coinciden plenamente al considerar a la incorporación de mano de obra local como a uno de los impactos más importante ocurrido desde el inicio de la obra. Esto posibilito según ellos, desde un principio la incorporación de trabajadores locales directamente desde el inicio de la construcción del parque a la fecha en pleno funcionamiento. Estos referentes además consideran más que satisfactorio el aumento del número de visitantes que recibe la localidad, asimismo vivencian ellos un paulatino aumento de nuevas clientelas a los establecimientos comerciales tradicionales, y además perciben como satisfactorio la nueva corriente turística que contribuye al beneficio de la incorporación de nuevos emprendimientos de servicios turísticos en la localidad.

Es evidente que de a poco el turismo está alcanzando un nuevo dinamismo, en una localidad caracterizada tradicionalmente por la ausencia de los servicios turísticos. Sin

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

embargo la oferta hotelera sigue siendo escasa y únicamente en temporada alta se puede recurrir al concepto de rentabilidad temporal, el resto del año difícilmente se pueda cubrir los costos fijos de un establecimiento hotelero. De esta manera se observa dos posiciones antagónicas por un lado se hace necesario la incorporación de nuevos emprendimientos ligados al alojamiento y por el otro lado, la actividad hotelera en destino a la fecha no es rentable, así lo menciona el propietario del hotel Santa Ana, único establecimiento hotelero en la localidad.

La decisión política de la construcción del Parque temático, ha beneficiado a Santa Ana a partir de la gestión política tendiente a la trasformación local en destino turístico, esta impronta ha generado una nueva trasformación, el diseño de infraestructuras receptivas de accesibilidad y movilidad. Dinámica que favorecieron a la implementación del proyecto y que acompañan al desarrollo de la comunidad. Algunos de los proyectos todavía se encuentran en plena etapa de ejecución, la terminación de la autovía Ruta Nacional 12 reducirá sustancialmente el tiempo de recorrido para llegarse a la ciudad capital, centro de servicios turísticos por excelencia. La culminación de la autovía mejorara fundamentalmente el transito y disminuirá los factores de riesgos de accidentes automovilísticos.

Por otra parte el estado provincial continúa gestionando la Incorporación definitiva del atractivo de carácter natural "Parque natural San Juan", y su puesta en valor eco-turístico. Se continua además, con los trabajos tendientes a la culminación del puerto santa Ana, paso fronterizo que posibilitara finalmente reconstruir e incorporarse a la ***"ruta internacional jesuítica- guaraní***", articulando con las localidades del sur de la provincia que contengan en su territorio vestigios de las reducciones jesuíticas al cual se les suma los conjuntos jesuíticos guaraníes de Paraguay. La gestión política del mismo modo posibilito el acceso a líneas de créditos de carácter internacional para la financiación destinada a la recuperación y la puesta en valor de las reducciones jesuíticas de Santa Ana, otro de los recursos de jerarquía con que cuenta la localidad.

Estas obras respondieron y refieren básicamente al concepto de aplicación de políticas turísticas ***"acción que desarrolla el sector público desde el conjunto de administraciones e instituciones que lo componen que afectan de manera relevante a la actividad pública*** (OMT 1994) De esta manera se evidencia que los objetivos planteados en un principio por el "Consejo Provincial de Ordenamiento Territorial" continúa vigente en pleno proceso de desarrollo una vez concluida el PT, recordemos que la escala urbano regional destacaba la ejecución de grandes obras El PT y el Puerto Santa Ana, las puesta en valor de las Reducciones de Santa Ana y la provincializacion del parque San Juan

La lectura de la implementación de políticas turísticas con carácter provincial, es fácilmente asociada a las políticas públicas de ***carácter sustantivas, mancomunadas***

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

también a las generales de las políticas públicas de carácter procedimentales. Esto se fundamenta claramente a raíz de que la primera de las tipologías políticas planteadas se asocia con lo que el estado resulto ser el responsable directo del montaje del PT, tratándose además de políticas que afectan directamente y proporcionan a la población local ventajas y desventajas en relación a algo. La segunda, las políticas procedimentales se asocian con la manera en que se va a montar ese algo o con quien se va a emprender y organizar la construcción, buscando la especialización de los procesos procedimentales (Flora. M .Pérez. 2006:9) para llevar adelante las actividades, recae esta obligación de construcción del PT al Instituto Provincial de Desarrollo habitacional, IPRODHA.

A lo largo del análisis de la presente investigación se observa claramente la dedición política del Estado provincial en cuanto a la construcción de un nuevo atractivo turístico, su localización y su preponderancia como posible polo atractor de una corriente turística, anhelando la trasformación local en un nuevo destino turístico dinamizador con carácter regional.

Con esta perspectiva académica construida, se ve reflejada en forma concluyente en las palabras del Arq. David Levy, quien se desempeñara como Inspector de Obra del IPRODHA en todo el proceso constructivo del PT. El Arq. Sostuvo en una entrevista que: "El PARQUE TEMÁTICO SANTA ANA, es el puntapié inicial de una etapa de revalorización y potenciación de nuestros recursos naturales de la zona sur". El Arq. Sostenía además que el proyecto PT se articularía con los programas de recuperación de las Misiones Jesuíticas y las actividades y programas culturales del municipio de Santa Ana. Cumpliendo "así el estado provincial su función de motor de desarrollo, proveyendo las herramientas y la infraestructura necesarias para la posterior intervención del sector privado, quien seria en definitiva el responsable de incrementar las inversiones en el sector".

Se evidencia a lo largo de la presentación de este trabajo que, la construcción del PT por parte del estado tendría en claro entonces dos propósitos fundamentales, la primera generar la agregación de valor turístico a una localidad con atractivos turísticos importantes pero que se encontraba afuera del sistema tradicional de destinos turístico de carácter provincial, esta agregación de valor se consolidaría a partir del impulso de la actractividad que generaría el nuevo PT. La segunda intención clara del estado estaría dado con la terminación del proyecto PT y radicaría en apuntar a la trasformación local en un destino turístico.- El impacto futuro, por tanto, se dejará notar desde el punto de vista socioeconómico, en la medida en que la mayor afluencia de visitantes contribuya a la reactivación del sector y a la mayor oferta comercial de servicios, y éstas arrastren al sector de la construcción y contribuyan a la tercerización de la ciudad. (Lordies, Bosque. P: 166).

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Es así que al momento de la culminación de la presente investigación el parque temático es un claro reflejo de su intensión política, asume el papel protagónico en cuanto a atractividad e intensión de visita, su construcción es fácilmente referenciada a "un parque recreativo que tiene varias identidades temáticas que determinen las distintas alternativas en materia de atracciones, (IAAAPA)[9]. El parque se encuentra en plena etapa de crecimiento inicial, buscando consolidarse primeramente en el mercado local y buscando posicionarse en el mercado regional. Su localización es estratégica y su ubicación se halla privilegiada por su cercanía a los grandes centros urbanos, provinciales y regionales. Otras de las ventajas de su localización que resulta clave, es el factor climático lo que permite al parque estar abierto al público 360 días del año. Posee una identidad temática fácilmente asociable a los principales atractivos turísticos que identifican a la región jesuítica guaraní, esta imagen corporativa es sencillamente aprovechable para sumar la construcción de nuevos atractivos, sumar actividades recreativas o crear nuevas experiencias. Posee además el PT altos niveles de protección ambiental, observable fácilmente en todo su superficie del parque, situación que genera un ambiente agradable en los visitantes. Las actividades en su gran mayoría el visitante lo puede realizar conforme a una única entrada al parque, quedando reservado a un nuevo pago únicamente los ascensores panorámicos. Este formato de ingreso responde a una política de comercialización, destinados a hacer frente a precios accesible facilitando el acceso a un mayor número de la población o visitantes en general.

Con el correr del tiempo y desde su inauguración el PT temático continua resultando ser una intención de convertirse en un gran atractor turístico, como se ha analizado preferentemente en el capitulo demanda turística y derrama turística. Al PT no se le puede negar un número importante de visitas, importante a la hora de comparar con el número de visitantes que recibía anualmente la localidad de Santa Ana antes del emplazamiento del Parque. Por esta razón se compara su atractividad frente a la reducciones jesuíticas de San Ignacio, comparación que resulta contundente, el PT recibe únicamente un tercio de las visitas que recibe san Ignacio anualmente, inferior aun si lo miramos desde el punto de vista de la competitividad, en los números de visitantes de san Ignacio se incluye a la totalidad de los visitantes del PT. Está claro que el parque se encuentra en su etapa inicial como atractivo que despierta un interés local y regional, al cual se deberá implementar políticas que aseguren en un futuro no muy lejano nuevos atractivos con el objeto de generar en el mercado intensión de visitas para quienes no conocen o como incentivos de visitas o nuevas experiencias a quienes ya lo conocen o visitaron.

Del análisis de las entrevistas realizadas a informantes claves que actualmente se encuentran prestando servicios en el parque se puede apreciar fácilmente una línea de pensamiento generalizado. Mayoritariamente los empleados consultados concuerdan en

[9] Association of Amusement Parks and Atraccions

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

que: "una vez concluida como obra del PT, el mismo dejo de ser considerado como prioridad turística provincial y de percibir el acompañamiento político provincial y municipal". Sostienen los entrevistados que "la administración del parque nunca logro un marco de gestión acorde a las necesidades de un atractivo insignia como se lo ha plateado al comienzo". Pensar en la sustentabilidad del parque por estos momentos es imposible: Destacábamos en el capítulo de políticas turística el gran acierto político de conferir la administración central del PT a un ente descentralizado con normas propias y lejos de la acción burocrática de cualquier organismo oficial. Sin embargo a solo 4 años de su implementación el titular del Iplyc[10], organismo gerenciador de los parque provinciales (Decreto provincial 588. Mayo 2011) manifiesta su descontento frente a la comisión de presupuesto de la Legislatura provincial, mostrándose como un gerenciador contrariado con la administración y gestión interna del PT y reconociendo públicamente que "no tenemos decisiones, solamente nos hacemos cargo de los 126 empleados", redobla su queja exponiendo "en algún momento se tiene que normalizar y se tiene que crear un organismo que se haga cargo de la administración" (http://www.primeraedicion.com.ar/nota/6101), ya que el Iplyc lo hace por el momento por la facilidad administrativa para realizar los pagos. Sostiene además en su presentación que la inversión que realiza el organismo a su cargo el Iplyc es muy importante y el recupero es "básicamente insignificante", es significativo destacar que este organismo es el gerenciador de dos parques provinciales mas.

El presidente del Iplyc también destaca la importancia que reviste el PT frente a los otros parques (Saltos del Moconá y Parque Salto Encantado), el parque PT es el parque de mayor recaudación. El dato más lapidario de la presentación en relación con la sustentabilidad de los parques, le corresponde al momento de exponer que: "el gasto anual de los tres parques representa más de 17 millones de pesos y que los ingresos que generan los tres parques en concepto únicamente de entradas alcanza simplemente la cifra de cuatro millones de pesos".

Del análisis de la presente investigación y haciendo referencias a las herramientas políticas del estado que contribuyeron y acompañaron el proceso de construcción del PT, resulta evidente que estas políticas de acompañamiento ***hicieron foco casi exclusivamente en el proceso constructivo del parque***. Durante la construcción del mismo no se manifiesta ningún tipo de crisis políticas y no se han detectado inconveniente alguno producto de la pujas de los intereses sectoriales entre los diferentes estamento del estado quienes han tenido responsabilidad, competencia y participación en el mismo.

La puesta en escena y funcionamiento del parque es evidente que genero un nuevo escenario de obligaciones entre el organismo encargado del gerenciamiento general (Iplyc) y la Administración del propio Parque (Sub. de Gestión estratégica). De esta manera este

[10] Iplyc. Instituto Provincial de Loterías y Casinos

nuevo escenario de pujas políticas obligo a iniciar nuevos procesos de redefinición, de estrategias y de roles. Esta situación no llevo a una maduración y a un equilibrio justo y termina casi en un inútil enfrentamiento de capacidades institucionales en detrimento y deterioro de la gestión del atractivo, demostrando que una vez más, que la actividad turística no está exenta de las luchas y armonías de los procesos políticos (Capanegra, Cesar. 2006: 56)

La situación de conflicto puesto de manifiesto, no responde a otra cuestión más que a una puja de poderes, intereses e interpretación de la actividad turística, por un lado el organismo gerenciador, responde básicamente al abordaje del turismo como un ajuste constante entre la oferta y la demanda sin logar al momento un equilibrio entre los gastos que demandan la mantención del PT y los ingresos que genera el PT. De esta manera le reclama a la administración del parque una gestión que enfoque el producto a la demanda y a la definición de segmentos de mercados de intereses específico, que contribuya a la generación de oferta complementaria que satisfaga a nuevos turistas o visitantes de carácter repetitivos, en definitiva que adopte políticas tendientes a aumentar el número de visita. Este reclamo resulta más que interesante, teniendo en cuenta que la administración del PT realizo a lo largo de estos primeros años una gestión basada únicamente en la administración, mostrando un gran déficit en la gestión como un atractivo turístico.

El atractivo al momento posee una nula e incorrecta difusión, una marcada ausencias en las redes sociales y una pobre y ausente comercialización y distribución.-Esta situación particular de conflicto o de disputa de poderes debe necesariamente consolidarse en beneficio de sostener el proyecto, articulando un mayor esfuerzo entre las organizaciones involucradas en el desarrollo del atractivo buscando cumplimentar con el desafío de elevar el grado de competitividad global de la región, continuando con la generación de nuevas ofertas turísticas, propiciando la procreación de nuevo empleo y contribuyendo con el bienestar a la comunidad local.

Esta mas que manifiesto que, a medida que se acreciente la técnica del trabajo se generan limitaciones administrativas que conspiran contra el desarrollo de las políticas (Wallingre, N. Villar, A. 2014: 215). En definitiva esta nueva situación, inesperada para muchos de los que intervinieron en el proyecto nos demuestra que “las posiciones de los actores van cambiando a lo largo del proceso de las políticas públicas, por lo que cada actor mantendrá su participación real y activa en la instancia de articulación mientras la ecuación costo-beneficio le resulte positiva (Wallingre, N. Villar, A. 2014:214).

Otras de las cuestiones que han conspirado contra el desarrollo de políticas consensuadas de gestión y administración del parque, recae en la participación del municipio. Se ha destacado en varias oportunidades en esta investigación la cooperación activa del municipio durante todo el proceso constructivo del parque componiendo un

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

acompañamiento institucional como un verdadero socio estratégico. Este formato de participación decae abruptamente desde el momento que su ex alcalde (Mabel Pezoa) quien fuera la figura local líder y símbolo del acompañamiento deja su lugar, para transformarse en diputada provincial electa en las últimas elecciones legislativa (diciembre 2013). Quien lo reemplaza como intendente es su primer concejal partidario, a partir de este momento y producto del cambio, el municipio sufre un desequilibrio político institucional realmente severo, durante ese proceso se han vivido momento institucionales desafortunados, el municipio ha sido gobernado por intendentes que se fueron sucediendo y alternando conforme a escándalos políticos entre reclamos de legitimización de reemplazos y corrimientos de lista, manifiesta en dos figuras que reclaman la legitimidad de un gobierno local. Superado este escollo político, el nuevo intendente esta vez elegido legítimamente retoma la intención del acompañamiento local e intervención en el parque.

La investigación académica nos demuestra que actualmente PT, se encuentra estacionado en su primera etapa de vida de crecimiento como producto turístico. El enfrentamiento político entre su gerenciador y la administración es fácilmente observable a partir de claros indicadores que demuestra esta situación, comienza a notarse visiblemente el deterioro, el abandono y la falta de mantenimiento de las instalaciones, la infraestructura y equipamiento del parque. Producto de estas cuestiones el restaurante reduce sus horarios de atención y se encuentra en busca de una reingeniería de servicios basados en platos y en menús económicos abandonando la idea de convertirse en un verdadero polo gastronómico como fue concebida en un principio.

El personal del PT se considera un verdadero rehén del conflicto entre la administración y el gerenciador, los mismos se encuentran en constante estado de movilización y alerta en busca de una estabilidad laboral, denunciando en varias oportunidades la precarización laboral en el cual están sometidos, reclamando una pronta solución, el pase a planta permanente de la mayoría de los empleados.

Nuevamente recordamos la dedición política del estado provincial en cuanto a la construcción de un nuevo atractivo turístico, su localización y su preponderancia como posible polo o tractor de una corriente turística, anhelando la trasformación local en un nuevo destino turístico dinamizador con carácter regional. A esta altura de los acontecimientos resulta incuestionable que este nuevo atractivo turístico provincial, único en su tipo construido por el hombre ***es el resultado de la aplicación de Las políticas públicas sustantivas y procedimentales***. Los procesos burocráticos procedimentales se cumplieron en tiempo y forma acorde a la planificación y participación de los diferentes estamentos del estado provincial y municipal respetando el cronograma de la construcción. El resultado está a la vista la MEGAOBRA fue construida y terminada cumpliendo su primer gran objetivo ***"la construcción de un nuevo atractivo***", es evidente que el estado acompaño esta obra con el ejercicio y la expertiz de la obra pública, una vez concluida la

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

misma el escenario se le torno mucho más dificultoso a la hora de gestionar por una parte el atractivo y por otra la gestión de un nuevo destino turístico a nivel provincial, que pretendía en poco tiempo transformarse en un verdadero polo turístico. Esta situación es la verdadera materia pendiente del proyecto y la gestión política.-

Nuevamente se observan los mismo vicios de siempre del estado, vicios con que acarreara de la construcción del gran monumento a la cruz, el estado realiza su gestión en cuanto a la planificación del destino reduciéndole simplemente a un ordenamiento territorial sin un estudio de factibilidad, a partir del aprovechamiento y construcción de grandes obras, PT, puerto, culminación de las obras de jerarquización de la Reducciones Jesuíticas de Santa Ana, Autovía ruta N 12, accesos y vinculación terrestre, dejando de lado un posible estudio del impacto del turismo que produciría la incorporación a la oferta de un nuevo atractivo turístico en un nuevo escenario con propósito de convertirse rápidamente en un destino turístico emergente, máxime teniendo en cuenta que, el principal objetivo de la construcción de este atractivo se fundamentada a partir de la importancia que revestiría el PT como atractivo símbolo e insignia que motorizaría una corriente turística dinamizadora e integradora en la región.-

La segunda intención resultado del proyecto parque, le cabía a la comunidad de Santa Ana, El proyecto preveía convertirlo en ciudad contenedora de la actividad turística que originaria los visitantes al PT, en la cual se integren paulatinamente un nuevo régimen, el sistema turístico en mancomunión con los elementos del sistema territorial, como así también las relaciones que entre ellos se establezcan, generando de esta manera un nuevo formato de crecimiento cercano a un destino turístico. Como se ha analizado durante la documental, el pensamiento hacia el desarrollo turístico de la localidad se origina desde la incorporación local como integrante de una región turista a partir del primer plan provincial estratégico de turismo sustentable y posteriormente desde su ordenamiento territorial.

El presente trabajo nos referencia que nos encontramos lejos de poder asumir la idea de Santa Ana como un destino turístico. Los territorios que se constituyen en destinos turísticos cuentan con un conglomerado de productos y servicios que se ofertan en un lugar geográfico (Rodríguez Fariña. 2011:7). Santa Ana a prima facie no respondió a las expectativas oficial de convertirse rápidamente en destino turístico, las perspectivas de crecimiento de la oferta de servicios se someten a un reducido número de oferentes de nuevos servicios turísticos, además estos servicios son insuficientes a la hora de satisfacer las necesidades de la demanda, los visitantes no localizan otras atracciones importante que justifiquen su permanencia en el lugar por lo cual su estadía en Santa Ana se reduce simplemente a un par de horas. Sin embargo la localidad fácilmente es identificada con el modelo de destino ***turísticos contenedores*** por contar con un atractivo implantado desde el estado provincial con el consentimiento del municipio , pero que en la actualidad carece

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

de políticas o programas de incentivo al turismo, este destino emergente también se lo podría catalogar como un destino ***difuso por contener atractivos, recursos y productos que no se encuentran integrados entre sí por ausencia de políticas de coordinación*** y como resultado de estas ausencias no se cuenta con una personalidad clara en el mercado, y esta situación dificulta el posicionamiento y la comercialización de los productos en particular (PT) y del destino en general (Santa Ana). En definitiva el destino adolece de una propuesta comercial organizada en el mercado, el destino continua encontrándose en la primer etapa de penetración de los mercados, buscando urgente una estrategia de segmentación y diversificación que no puede concebirse sin una adecuada política de posicionamiento que permita sensibilizar estos mercados en busca de formar nueva clientela a partir de la selección de los canales de distribución adecuado.

Santa Ana actualmente es considerada como un destino turístico únicamente por reunir recursos e identidades que permitan en un futuro pensar en el desarrollo de productos turísticos compartidos, pero lejos se encuentra la actividad turística de ser considerada fuente única de ingreso y de redistribución de la economía, mas lejos aun, se encuentra la actividad de ser considerada como un efecto equilibrador y dinamizador de la debilitada economía local, pero está claro que contribuye en la mejora de los niveles de crecimiento y desarrollo económico paulatinamente, muy paulatinamente. Aun no se divisa rápidamente la posible formación de un clúster turístico conformado por empresas que directa o indirectamente se relacionen con el turismo por ausencia de una integración de carácter horizontal y vertical

El gran déficits manifiesto a lo largo de la presente investigación recae en la gestión. El formato utilizado para la construcción del atractivo, de las grandes obras insignia y de construcción de la infraestructura y el equipamiento turístico, funciono bajo el mismo esquema, el marco de las obras públicas, la provincia demostró en estos aspectos tener suma eficiencia y capacidad necesaria para dar a cumplimiento con las obras y los plazos de ejecución.

Sin embargo a la hora de la gestión del atractivo y del destino se desnuda las deficiencias, las incapacidades y falta de profesionalismo en la gestión turística, sumándoles a esto las competencias de los diferentes organismos que intervienen en el proyecto que buscan únicamente su rédito político desatendiendo las necesidades particulares del atractivo y colectivo del destino.

La falta de experiencia en la gestión turística, de ahora en mas no será solo una escusa, el parque temático rápidamente se trasformo en el tercer destino por excelencia en la provincia de misiones a medir únicamente por la cantidad de visitante, en su camino de posicionamiento desplaza al cuarto lugar al Parque Provincial Moconá, lugar emblemático al cual el estado también le ha conferido una impronta en la planificación como destino turístico de naturaleza.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

La tarea ahora se deberá radicar en los próximos gestores, provinciales, municipales o en la figura de a quien recaiga la obligación, a los efectos de ocuparse de integrar los diferentes recursos, bienes y servicios, infraestructuras, instalaciones y equipamientos (que convivan directa o indirectamente la actividad), tendiente a buscar un diseño de una planificación común realizable a través una gestión coordinada de todo este sistema, nuevo sistema poco tradicional para la comunidad. Se deberá re-pensar en una organización competente y que la misma posea determinadas idoneidades para coordinar programas de acción y ejecución. De manera que se hace indispensable pensar en una estructura organizativa que resuelva situaciones de carácter horizontal, vertical y que plantea a la actividad turística coordinando políticas sectoriales y empresariales, tendientes a resolver las principales cuestiones que a continuación se detallan en busca de consolidar un verdadero polo turístico de carácter primeramente local y posteriormente regional.-:

A futuro la autoridad competente en la gestión del PT y del destino, necesariamente deberá incluir a la actividad turística como factor fundamental y prioritario en sus planes generales de gobierno. Se deberá necesariamente articular políticas de carácter sectoriales municipales, provinciales, regionales y nacionales.

Se deberá buscar implementar políticas activas y de fomento hacia el fortalecimiento de oferta privada de los servicios turísticos, buscando nuevas inversiones y favoreciendo las mejoras y ampliación de las existentes, buscando fortalecer un crecimiento equilibrado y sostenido en el tiempo.-

Continuar con las inversiones de la infraestructura básica necesaria para el desarrollo de la comunidad y al fortalecimiento de la actividad.

Sujeto a las experiencia, se sebera fortalecer los niveles de coordinación horizontal con los demás organismo del estado provincial que poseen vinculación directa con el atractivo y con el destino...-

La materia pendiente deberá centrase necesariamente en asumir un papel muy crítico referente al PT de la Cruz, porque al momento solo se dibujan las pretensiones políticas del parque y no se integran a las comunidades cercanas que naturalmente son un producto y por ende una atracción que asociados tendrán una agregación de valor extra.

El concepto de sustentabilidad no deberá únicamente limitarse al concepto de lo verde, sino que deberá apuntar a recuperar y dignificar las culturas locales, algo difícil para nuestra educación europeizante, aquí radica una de las debilidades más notoria del proyecto, no haber podido a lo largo del proyecto integrar esa riqueza que a su vez responde a una reivindicación social necesaria y que beneficiaría sustancialmente al lugar.

Básicamente se ha detectado que el PT mantiene una visión antigua del turismo que separaba los pueblos testimonios de los patrimonios testimonios, hoy esta situación ha

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

comenzado a cambiar radicalmente, muchas veces no tan bien como se debería, ya que el turismo tiende a folclorizar o disneylizar las actividades. El desafío es justamente evitar este fenómeno por lo cual se hará necesario el involucramiento activo de la comunidad y los pueblos originarios.

La recuperación y puesta en valor de la cultura de nuestro pueblos originarios, no solo debe sintetizarse únicamente con la venta de productos regionales, si no recuperar la cultura al protagonismo he incorporándose definitivamente a la cotidianidad de las actividades del parque o sumándoles actividades a los visitante en las cuales tengan intervención los pueblos guaraníes, con visitas integradas a sus aldeas o actividades programadas.-

La actual baja derrama económica que posee el destino está vinculada a varios motivos, principalmente al carecimiento de un plan marketing integral y la falta de integración de los atractivos que generen productos turísticos regionales con identidad propia. Este déficit es preocupante pero no alarmante, es común en los destinos turísticos misioneros. Iguazú es el principal ejemplo y exponente, es caracterizado como un "Monstruo turístico", pero con los pies de barro, ya que la estadía es muy baja. Este destino en más de medio siglo no ha logrado una diversificación de productos que atraiga y permita una mayor estancia y con el ello una mayor derrama, es en esta situación extrema que se logra un parecido con el PT, la diferencia radica a que el parque es muy joven en el mercado.

"El Santero Drugstore" es la típica idea extraña en medio de una provincia con historia y productos gastronómicos que ofrecer. La gastronomía del parque se encuentra enclavada en una visión limitada que apunta únicamente a la generación de servicios y la venta de productos elaborados bajo normas de estandarización tradicionales. Se hace necesario fomentar la elaboración de productos locales, regionales y sumar más atracciones, como un mercado de los domingos, feriados o fiesta patria destinado la comunidad local.

El Parque Temático la Cruz, es un proyecto joven y en crecimiento como destino, en forma conjunta con los vestigios Jesuíticos, el aprovechamiento del Rio Paraná y demás potencialidades de carácter local y regional puede formar una dinámica muy interesante, no de la magnitud de las Cataratas, pero si se ha comprobado en la presente investigación que ha comenzado a cumplir con la función de un polo concentrador.

El desarrollo de nuevas plazas hoteleras en la Santa Ana, resulta muy importantes a la hora de sumar más pernocte, siempre teniendo en cuenta que el atractivo es el motivo principal de la visita. El desafío en cuanto al aumento de la estadía en destino, se encuentra en la generación de nuevas actividades que amplíen la estadía y que se consuman mayor cantidad de servicios en destino y en la región

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Ineludiblemente se deberá repensar y no caer nuevamente en el error de una “planificación desde la base”, porque finalmente a la comunidad se los llamo para sumarse al proyecto político, un error sería volver ver el PT como un producto con dinámica propia, la dinámica deberá ser regional y ello implicara organizarse nuevamente a trabajar y que el estado (local o provincial) lo entienda, promueva y apoye al igual que la sociedad civil y los inversionistas.

En el turismo las formas son de fondo, si no se entusiasma a la gente que se apodere del proyecto, los mismos no acompañan el desarrollo, el empoderamiento es una cuestión básica e imprescindible que identifica el destino. Es necesario identificar a la comunidad con el PT y que no se identifique únicamente al PT como una obra del estado.

Se hace necesario repensar en la necesidad de un nuevo plan estratégico que busque integrar una región turística entre dos minis polos Posadas y PT, buscando integrarse por medios de trasportes no convencionales existentes, por agua atreves del rio Paraná en embarcaciones , un tren ecológico, aprovechar y extender la línea del ferrocarril que llega hasta el municipio de Garupa.

En definitiva el Parque la Cruz debería es el extremo norte del corredor del sur, que coincide con el corredor económico del Paraná.

Se deberá repensar en el protagonismo de la localidad de Santa Ana, ¿nos estamos encontrando con una localidad que deberá transformarse en una ciudad de apoyo? En virtud de que los principales hoteles y la planta hotelera en su conjunto se encuentra en Posadas y ¿se busca mayor confort en hotelería y mejor precio en Encarnación?

Se deberá buscar mejorar los niveles de coordinación horizontal con los demás organismo que intervienen en el proyecto en busca de un bien común para el destino, abandonando la práctica egoísta y del manejo individual de cada uno de los intervinientes.

Se hace necesaria una urgente definición del posicionamiento turístico del PT y el destino Santa Ana, se hace necesario además en carácter de urgente definir una marca turística e imagen del destino

Finalmente, el parque tiene una ventaja, que no se ha explotado en su plenitud. La experiencia nos demuestra que la actual gestión del atractivo y del destino no lo pudo hacer por varios motivos, la falta de experiencia, por no estar a la altura de las necesidades, por no contar con las herramientas necesarias o simplemente por falta de coordinación interinstitucional.

La presente investigación nos señala que la actual gestión del atractivo y del destino no lo pudo llevar adelante por varios motivos, la falta de experiencia, por no contar con las herramientas necesarias o simplemente por falta de coordinación interinstitucional que abandone el egoísmo propio de cada repartición estatal que buscaba únicamente el rédito político y no el fortalecimiento de un atractivo y el desarrollo de un nuevo destino turístico.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Finalmente se destaca que la incipiente actividad turística forjada en Santa Ana, sigue generando una constante, un gran interrogante en la comunidad receptora, el mismo recae sobre una ansiedad inquebrantable en la comunidad de que la actividad turística sea aceptada como una alternativa viable al cambio, que permita adecuar, integrar y trasformar a esta comunidad y región buscando su consolidación como un polo turístico.

La integración con la región es una verdadera materia pendiente al igual que la generación de paquetes turísticos integrados. El turismo de masas seguirá siendo la apuesta, como verdadero sistema que los aloja al PT y del cual es tributario, esto está en vigencia y en plena actualidad, sin embargo necesita adecuarse a la nueva era de la globalidad a los intereses y al funcionamiento del sistema como modelo.

En definitiva la búsqueda como consolidación de un nuevo polo turístico será posible a partir de una gestión. La gestión hasta el momento no resulto eficaz para el desarrollo de nuevo destino turístico, solo nos encontramos enfrente de un nuevo atractivo que resulto concebido como ***una obra pública mas***, de las tantas construida en la provincia, que busca su lugar en el mercado turístico jerarquizando el mapa turístico de la provincia. Sin embargo hay que destacar el acompañamiento de la comunidad local quienes redoblan la apuesta a la actividad turística y refuerza el impulso hacia la consolidación de un próximo destino turístico. Situación que permitió generar una ventaja competitiva, permitió la formación de diversos conglomerados de prestadores de servicios turísticos, aislados, que apuntan y fomentan la conformación de una insipiente economía de aglomeración, determinando sectores complementarios, nos encontramos entonces quizás frente al próximo antecedente más cercano de formación de un nuevo polo de desarrollo turístico en la provincia de misiones, finalmente el atractivo ya está construido y funcionando, el nuevo desafío radica de acá en mas en la consolidación de Santa Ana como un nuevo POLO TURÍSTICO .

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

9.-BIBLIOGRAFÍA

- Adams J.A. The American amusement part industry. A history of technology and thrlls, Boston, Twayne publishers.
- Álvarez, Dorotea: 2008. El valor económico del español, una empresa multinacional". Universidad de Salamanca. Instituto Complutense de Estudios Internacionales, Universidad Complutense de Madrid. Campus de Somosaguas, Documentos de trabajos 2008.- ISBN 2.978-84-691-6665-9
- Amable A y otros: 2013.El Cerro Santa Ana Ayer y hoy. Ediciones Montoya. Misiones Argentina.
- Antón Clave S: 1999. El desarrollo de parques temáticos en un contexto de globalización. Uitat de Geografia. Universilet Rovira Virgilli Terragona España boletín de AGE nº 28.
- Antón Clavé. S: 1998 La urbanización Turística. De la conquista del viaje a la reestructuración de la ciudad turística. Universitat Rovira i Virgili. Unitat de Geografia. Plaça Imperial Tarraco, 1. 43005 Tarragona
- Arnaiz S. Cesar A: 2009. Geopolítica, recursos naturales y turismo. Una historia del Caribe Mexicano. Universidad de Guadalajara.
- Arnaiz S. Cesar A: 2008. Turismo y desarrollo, crecimiento y pobreza. Universidad de Guadalajara. Universidad de Buenos Aires. Universidad de Mar del Plata.
- Boisier Sergio: 1976. La teoría de los polos de crecimientos en las estrategias de desarrollo regional en América Latina.
- Capece G: 2012. Política Turística. Metodología para su concepción y diseño. Fundación pro turismo
- Cesar A. Arnaiz S: 2003. Turismo rural y economía local. Universidad de Guadalajara. Universidad nacional del litoral.
- Cesar A. Arnaiz S: 2005. Turismo Rural, Modelos y propuestas. Universidad de Guadalajara.
- Cesar A. Arnaiz S: 2006. Territorio y Turismo, Nuevas dimensiones y acciones. Universidad de Guadalajara, centro universitario de la costa. Puerto Vallarta Jalisco. México
- Cesar A. Arnaiz S: 2012. ¿El turismo un modelo funcional del capitalismo? Revista de ciencias Sociales Sumario. Universidad Nacional de Quilmes. Año 4 Nº 21
- Cesar A. Orozco J. Arnaiz S: 2005 Desarrollo Rural y Turismo. Universidad de Guadalajara- Universidad de Buenos Aires.
- Cesar, A. D. Arnaiz S: 2006. El Park Way. Desarrollo, Turismo y conservación en un área de frontera. Universidad de Guadalajara México. Universidad Gastón Dachary Posadas, Misiones Argentina.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

- Ejarque J: 2003 Destinos turísticos de Éxito. Madrid pirámide.
- Figuerola Palomo M:1995 Economía para la gestión de las empresas turísticas , Madrid Cerasa
- Gallicchio E:2006 ” El desarrollo local: cómo combinar gobernabilidad , desarrollo económico, y capital social en territorio, Universidad nacional de Quilmes- universidad nacional General Sarmiento
- Gallicchio, E: 2006. Desarrollo Local, Una revisión crítica del debate, El desarrollo local: cómo combinar gobernabilidad, desarrollo económico y capital social en el territorio. Universidad Nacional de Quilmes – Universidad Nacional de General Sarmiento. Editorial Espacio, Buenos Aires.-
- Hermansen, T: 1986. Polos y centros de desarrollo en el desarrollo nacional y regional. Elementos de un marco teórico México Siglo XXI.-
- Hernández S: 2009. El rol del desarrollo turístico en la reducción de la pobreza. CIETYD. Centro internacional de estudios turismo y desarrollo.
- Josep A. Ivars: 2002. Planificación Turística de los espacios regionales en España. Editorial Síntesis Sociedad Anónima SA Madrid
- Lozano Cortez: 2007, Teoría y Praxis. El impacto de las políticas de la planificación regional. Universidad de Quintana Roo.-
- Machin. A. C: 1995. Marketing y turismo. Introducción al Marketing de Empresas y destinos turísticos. . Madrid, Síntesis
- Mendoza Mario Blacutt: 2000. El desarrollo Local Complementario. Un manual para la teoría en acción. Universidad de Oregón, Nº de Registro 201318805 Enciclopedia virtual eumed.com.-
- Montejano Montaner, J: 1998. Estructura del mercado turístico.2º edición. Editorial Síntesis. España.
- Nidin. M, Lebian A: 2001 Turismo sostenible, comunidad Local y competencia para el desarrollo, Turismo Cultural y Desarrollo sostenible. Análisis de Aéreas Patrimoniales, Murcia. Universidad de Murcia.
- Otero A. González R: 2014. La Sombra del Turismo. Movilidades y desafíos de los destinos turísticos con migración de amenidad. Educo. Editorial Universitaria. Universidad Nacional del Comahue.
- Paz, S: 2009. Desarrollo y Gestión de los Destinos Turísticos. Universidad Nacional de Quilmes. Buenos Aires.
- Pearce. D: 1991, Desarrollo turístico, México trillas.
- Polece Mario: 1998. Economía Urbana y Regional. Introducción a la relación entre territorio y desarrollo. Libro Universitario regional, Cartago, Costa Rica.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

- Romero. C: 2001. Trasformaciones Globales. Instituciones y Políticas de desarrollo local. Editorial Homo Sapiens, Rosario.
- Sáez cala. A. Martínez P: 2006 Estructura económica del turismo. Madrid. Síntesis
- Schuter R: 2003 El turismo en Argentina. Del Balneario al campo.-
- Sergio Boisier: 1999. Desarrollo local: ¿de qué estamos hablando? Santiago de Chile, Agosto de 1999.
- Vázquez Barquero: 2005 Las nuevas Fuerzas del desarrollo, Barcelona
- Vázquez Barquero: 1997 ¿Crecimiento endógeno o desarrollo endógeno?, en Cuadernos del CLAEH, Montevideo
- Villar A: 2008. Políticas Turísticas en Desarrollo y gestión de los destinos turísticos. Políticas y estrategias... Universidad Nacional de Quilmes
- Wallingre N. Villar A: 2014 Gestión de los municipios turísticos. Instrumentos básicos de acción. Universidad Nacional de Quilmes.
- Wallingre N. Villar. A: 2009. Desarrollo y Gestión de los Destinos Turísticos. Universidad Nacional de Quilmes. Buenos Aires.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

- Anuario estadístico de Turismo Min tur 2014
- Chadefaud, M: 1987. Aux origines du tourisme dans les pays de l'Adour (Du mythe àl'espace: un essai de géographie historique). Pau: Département de Géographie et d'Aménagement de l'Université de Pau
- Concejo provincial de Ordenamiento Territorial: 2010. Primer informe de avance. Municipio de Santa Ana. Provincia de Misiones.
- Coraggio. José: 1973. Revisión de la teoría de los polos de desarrollo. Revista Eure. Volumen 3 Nº 8.-
- Corrales, Salvador: 2007. Importancia del clúster el desarrollo regional actual. FRONTERA NORTE, VOL. 19, NÚM. 37, p 174- 201.-
- Díaz Pérez. Flora M: 2006. La competitividad y sostenibilidad de los Destinos. Tirant Lo Blanch. Valencia España
- Fuentes A. Eugenio M. Carlos Abel molina Puertas: 2000.Los parques temáticos como estrategias de productos... Cuaderno de CC.EE, Nº39
- Garnier L: 1999 Función de coordinación de planes y políticas, en revista instituciones y desarrollo
- Gordon, I.R.; Goodall, B: 1992. «Resort cycles and development processes». Built Environment.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

- Gran Atlas de las Misiones: 2012.
- Lardies Bosque, Raúl: 2005. Un nuevo concepto de parques temáticos: origen e impactos de Dianopolis. Cuadernos de turismo. ISSN 1139-7861. Universidad de Murcia España
- Maldonado A: 2000. Descentralización y desarrollo económico local una visión general del caso de Colombia. Proyecto CEPAL "desarrollo económico local y descentralización en América latina"
- Méndez José S: Tesis doctoral. Universidad de Colima México. Facultad de Economía, Centro Universitario de Estudios e Investigaciones sobre la cuenca del Pacifico
- Molina S. Turismo creativo: el fin de la competitividad". Cuaderno Virtual de Turismo, vol. 12, núm. 3, diciembre, 2012, pp. 399-401 Universidade Federal do Rio de Janeiro Río de Janeiro, Brasil.
- Otero. A: 2007. La importancia de la visión de territorio para la construcción de desarrollo competitivo de los destinos turísticos. Cuadernos de Turismo. Nº 19 pp. 91-103.-
- PlantaTrecc Consultores: 2007. Plan de competitividad turística del corredor Iguazú Misiones. Documento final Tomo 1 Diagnostico
- Porter Michael: 1999. Trend Management/ Harvard Business Review volume 1/nº 21
- Porter, M: 1998 *Harvard Business Review, "The Dawn of the E-Lance Economy", Volumen 1. Nº 2.-*
- Porter, M: 1997 Programa Nacional para la competitividad de Nicaragua "Clúster Aglomerados y Competencia: Agenda Nuevas para Compañías, Gobiernos e Instituciones", Agenda 21.
- Préstamo BID 1648/OC-AR p66): 2014. Informe de terminación de proyecto PCR Proyecto AR – L1004, Programa de Mejora de la Competitividad del Sector Turismo. Numero de préstamo 1648/OC –AR
- Rafael Esteve Secall. 2001
- Ramos, Joseph: 1999 Complejos productivos en torno a los recursos naturales: ¿una estrategia prometedora? Parte I: "La estrategia de desarrollo en torno a los complejos productivos" Apertura económica y encadenamientos productivos. Reflexiones sobre el complejo lácteo en América Latina. Martine Dirven (compiladora). CEPAL. Agosto de 1999.
- Repositorio/MGTS. La localización de Actividades turísticas. http://www.ucipfg.com/ Reposi torio/MGTS/MGTS14/MGTSV-07/tema1/Analisis_territorial.pdf
- Rodrigo. C. González, Martín D. Mendieta. 2009. Cuadernos de Turismo, 23, (2009)

- Sáez Cala. Antonia: 2009 Semestre económico, volumen 12 nº 24. Edición especial. Medellín, Colombia.
- Universidad de Murcia, España: 2001 Nuevo segmento emergente de turismo: los parques temáticos. Cuadernos de Turismo, núm. 7
- Vázquez Barquero, A: 1997. Gran empresa y desarrollo endógeno: la convergencia estratégica de las empresas y territorios ante el desafío de la competencia". Revista Latinoamericana de estudios Urbanos y Regionales. (Eure), Paginas 5-18.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

ANEXO 1

MUNICIPIO DE SANTA ANA

MUNICIPIO DE SANTA ANA

POBLACION

Santa Ana corresponde a una las localidades más pequeña de la provincia de misiones posee tan solo 189 kilómetros cuadrados, con un total de 6.059 habitantes de los cuales 3.086 son varones y 2.973 son mujeres, a esta superficie y a su cantidad de habitantes le corresponde a este municipio una densidad de 32.1 habitante por kilometro cuadrado. Como se puede observar en el siguiente cuadro la población de esta localidad en cuanto a la cantidad de habitante en relación al departamento que la integra y a la provincia es mínima, posee tan solo un 0.5 % de la población provincial y un 22 % del total de su municipio

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

POBLACIÓN POR SEXO - 2010			
	TOTAL	SEXO VARONES	MUJERES
Total provincia	1.101.593	547.335	554.258
Dpto. Candelaria	27.040	13.734	13.306
Municipio Santa Ana	6.059	3.086	2.973

Elaboración propia. Fuente: Censo 2010

De acuerdo al rango etario que se muestra en el siguiente cuadro, podemos observar que el municipio de Santa Ana posee un alto porcentaje de población joven, más del 50 % de la población total posee menos de 30 años. Esta misma distribución etaria se puede observar en el departamento y en la provincia, demostrando que la provincia, el departamento de Candelaria y el municipio de Santa Ana poseen predominancia de una población joven.

Población según rango etario							
	POBLACIÓN	0-14	15-29	30-44	45-59	60-74	75 y +
Total Provincia	**1101593**	358271	293403	201473	147501	74630	26315
Dpto Candelaria	**27287**	9109	6982	4837	3566	1898	895
Municipio Santa Ana	**6159**	2091	1627	1067	755	439	180

En cuanto al porcentaje de extranjeros que viven en la localidad Santa Ana, el mismo corresponde a los promedios provinciales y al de su municipio. Santa Ana posee un 3.20 % de extranjeros sobre el total de su población, al municipio de candelaria le representan los extranjeros un 3.13 %, en tanto que a la provincia un 3.39 %. Este es un dato realmente e importante teniendo en cuenta que Santa Ana es una localidad fronteriza con República del Paraguay y su población está muy ligada a inmigración golondrina.

POBLACIÓN POR LUGAR DE NACIMIENTO - 2010			
	TOTAL	NACIONALIDAD ARGENTINA	OTRO PAIS
Total provincia	1.101.593	1.057.581	44.012
Dpto. Candelaria	27.040	26.193	847
Municipio Santa Ana	6.059	5.865	194

Elaboración propia. Fuente: Censo 2010

Santa Ana, posee tan solo 189 kilómetros cuadrados con un total de 6.059 habitantes y una densidad de 32.1 habitante por kilometro cuadrado, como se puede observar en el cuadro siguiente un alto porcentaje de la población vive localizada en área urbana, más del 82 % se encuentra localizada en el casco urbano. La población rural de Santa Ana representa únicamente un 17 % de la población total, en cambio para el departamento Candelaria esta población representa un 30%, mientras que para la provincia de misiones la población rural representa un 26% de la población total.

POBLACIÓN URBANA-RURAL - 2010

	TOTAL	URBANA	RURAL
Total provincia	1.101.593	812.654	288.939
Dpto. Candelaria	27.040	18.762	8.278
Municipio Santa Ana	6.059	4.985	1.074

Elaboración propia. Fuente: Censo 2010

Al casco céntrico o lugar más urbano de la localidad le corresponden cuatro lotes de 100 hectáreas cada uno, totalizando 256 manzanas distribuidas en 410 hectáreas. Sobre la distribución territorial le corresponde al área rural un total de 19.030 hectáreas, que sumado al área al espacio urbano totabilizan 19.440 hectáreas el municipio en su conjunto. De esta manera se pueden apreciar que la superficie urbana es muy reducida frente al espacio rural, sin embargo en cuanto distribución de habitante el área urbana (la más pequeña) concentra el mayor número de personas. La segmentación de la población diferenciada por sexo en cuanto al espacio rural o urbano se mantiene equitativamente distribuido en un 50 % encada espacio, esto se observa con mayor rigurosidad en los dos cuadros siguientes.

POBLACIÓN RURAL SEGÚN SEXO

POBLACIÓN RURAL	VARONES	MUJERES
Total provincia	152.228	136.711
Dpto. Candelaria	4.496	3.782
Municipio Santa Ana	588	486

Elaboración propia. Fuente: Censo 2010

POBLACIÓN URBANA SEGÚN SEXO

POBLACIÓN URBANA	VARONES	MUJERES
Total provincia	395.157	417.497
Dpto. Candelaria	9.238	9.524
Municipio Santa Ana	2.498	2.487

Elaboración propia. Fuente: Censo 2010

POBLACION- HOGARES -NBI

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

La comunidad de Santa Ana se encuentra compuesta por aproximadamente 1700 familias, de los cuales un 36.82 % de la población total cuenta con por lo menos un NBI, mientras que un 16 % de los hogares de la localidad cuenta con alguna de las necesidades básica insatisfecha. En este cuadro siguiente se muestra el comportamiento comparativo de los NBI de la localidad de Santa Ana en relación con la provincia y del Dto. Candelaria.-

POBLACIÓN Y HOGARES CON AL MENOS UN INDICADOR DE NBI - 2010

	TOTAL población	POBLACIÓN sin NBI	POBLACIÓN con NBI	TOTAL hogares	HOGARES sin NBI	HOGARES con NBI
Total provincia	1.091.733	883.242	208.491	302.953	255.609	47.344
Dpto. Candelaria	26.547	20.902	5.645	7.299	6.062	1.237
Municipio Santa Ana	6.057	4.773	1.284	1.673	1.398	275

Elaboración propia. Fuente: Censo 2010

Del total de la población local un porcentaje de 25.82 % se encuentra con alguna necesidad básica insatisfecha. Para una mayor interpretación de este porcentaje, en el cuadro siguiente se segrega el tipo de necesidades básicas insatisfecha. Correspondiéndole el mayor porcentaje al indicador del NBI hacinamiento un 19.79 %, el segundo porcentaje más alto le corresponde al indicador NBI Retrete con un 13.22 %. La presentación del presente cuadro deja en manifiesto las principales necesidades de la población local demostrando además bajo qué condiciones y cuáles son sus principales características socio-económicas en la que viven.

Necesidades Básicas Insatisfechas - Santa Ana

NBI	% POBLACIÓN
Hacinamiento	19,79%
Vivienda	3,13%
Escolaridad	5,17%
Retrete	13,22%
Subsistencia	5,27%
Población con algún tipo de NBI	36,82%

Elaboración propia. Fuente: Programa de Información y estadística y apoyo a los municipios (PRINEM)

HOGARES Y VIVIENDA.

Uno de los indicadores más significativo en cuanto a la definición de la calidad de vida de la población local, sin dudas se refiere a la vivienda. Este indicador también hace

referencias a los servicios que existen en el lugar o a la carencia de los mismos. Santa Ana sobre una población total de 6.059 habitantes, posee únicamente un total de 1.290 viviendas- Sobre un total de los 1.290 hogares o vivienda se han detectado:

- Un 29.92 % del total de las viviendas se lo han categorizado bajo la denominación de CALMAT IV, cuya vivienda presenta en su construcción materiales no resistentes ni sólidos o de desecho al menos en uno de los paramentos.
- Un 15.74 % del total de la vivienda se lo ha caracterizado bajo la clasificación de CALMAT III, cuyas viviendas presenta en su construcción materiales resistentes y sólidos en todos los paramentos pero le faltan elementos de aislación o terminación en todos sus componentes, o bien presenta techos de chapa de metal o fibrocemento u otros sin cielorraso; o paredes de chapa de metal o fibrocemento.
- Un 27.67 % del total de las viviendas se lo ha caracterizado bajo la denominación de CALMAT II: cuyas viviendas presentan en sus construcciones materiales resistentes y sólidos en todos los paramentos pero le faltan elementos de aislación o terminación al menos en uno de sus componentes (pisos, paredes, techos).
- Un 26.67 % del total de viviendas se los ha caracterizado bajo la denominación de CALMAT I: la vivienda presenta materiales resistentes y sólidos en todos los parámetros (pisos, paredes o techos) e incorpora todos los elementos de aislación y terminación.

De esta manera se puede apreciar claramente que un alto porcentaje, el 45.66 % del total de las viviendas de la localidad de Santa Ana son consideradas de baja calidad habitacional, únicamente un 26.67 % del total de las viviendas se ubican sobre el indicador de mayor calidad edilicia. Esto se puede observar claramente en el siguiente cuadro en la cual los datos son presentados en porcentaje, y en cantidades según la clasificación CALMAT y se los compara además los datos de Santa Ana con los datos totales de la provincia.

HOGARES Y VIVIENDAS - CALIDAD DE LOS MATERIALES (CALMAT)

CALIDAD	MUNICIPIO (cant)	MUNICIPIO (%)	PROVINCIA (%)
CALMAT I	344	26,67%	47,21%
CALMAT II	357	27,67%	19,73%
CALMAT III	203	15,74%	12,47%
CALMAT IV	386	29,92%	20,59%

Elaboración propia. Fuente: http://www.estadistica.laplata.gov.ar/paginas/CENSO/3%20Viviendas/v3-6.pdf

FAMILIA.

Del total de las 1700 familias localizadas en Santa Ana, cerca del 50% pertenece al tipo de clase media, media baja. Los jefes de familias generalmente tienen una vinculación laboral directa con algún estamento del estado (nacional – provincial o municipal), el restante 50 % poseen una situación social comprometida, con necesidades básicas insatisfechas, con ingresos generalmente por debajo de los ingresos mínimos. Este porcentaje de la población se mantiene al margen de un empleo sindicalizado, correspondiéndole a esta población trabajos informales y con formatos de changas temporales de acuerdo a la temporadas de las cosechas de algún producto primario, yerba-caña de azúcar o tabaco, lo cual también pone en manifiesto otro periodo, un periodo de desocupación frecuente. Este periodo de desocupación es sobrellevada con tareas ocasionales en las fabricas de ladrillo, como changarines en la producción de carbón o como ayudantes de albañiles. Según datos del último censo estos trabajadores que realizan tareas por cuenta propia representan el 26.11 % de la población.

Estas circunstancias económica social de una gran parte de la población local se refleja en la migración interna, de áreas rurales a áreas sustancialmente más urbanizadas del municipio. Esta migración obedece a la búsqueda de mejores condiciones de vida y fundamentalmente buscando mejores condiciones laborales o rebuscando una mayor oferta de trabajo ocasional o temporario, abandonando de esta manera sus tradiciones y dejando de lado su economía de autosuficiencia.

- Esta situación produce un nuevo espacio, un espacio de engrosamiento periférico del área urbana, quedando demostrado también sus necesidades básicas insatisfechas en la población. Los indicadores directo de esta situación corresponde a que un alto porcentaje de la población viven en condiciones de hacinamiento y en condiciones sanitarias rudimentarias.
- De esta manera también se produce un nuevo fenómeno, el vaciamiento espacial en cuanto a población se refriere de áreas que antiguamente eran consideradas Urbanas, hoy transformada a un espacio de abandono. Este caso particular corresponde el área considerada como urbana " Zona del Puerto" que con el cierre del mismo la comunidad migra en su conjunto más al centro, convirtiéndole a este área hoy en zona despoblada y marginal

EDUCACION

Entre las condiciones de Necesidades Básicas insatisfecha, la comunidad de Santa Ana presenta un porcentaje alentador en cuanto a educación se refiere, solo un 5 % del total de la población residente local no sabe leer y/o escribir. Otro 5 % corresponden a

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

ciudadanos extranjeros que viven en la localidad que no saben leer ni escribir, ubicándose este porcentaje de ciudadanos extranjeros en un rango etario con de más de 60 años.

POBLACIÓN QUE SABE LEER Y ESCRIBIR - 2010

	TOTAL	LECTO-ESCRITURA	
		SI	NO
Total provincia	1.032.127	926.172	105.955
Dpto. Candelaria	25.352	22.612	2.740
Municipio Santa Ana	5.650	5.014	636

Elaboración propia. Fuente: Censo 2010

En el cuadro siguiente se puede observar claramente el nivel de instrucción alcanzado por la población de Santa Ana y su comparativo con la provincia. Un alto porcentaje de la población total (40.37 %) no completo la primaria, mientras que un 44.52% del total de la población total posee la secundaria incompleta o primaria completa. Únicamente un 11.64 % de la población total alcanzo culminar con la escuela secundaria o no cumplimento sus estudios universitarios y un tal solo 3.47 % del total de la población logro graduarse en la universidad o en alguna tecnicatura.-

NIVEL DE INSTRUCCIÓN ALCANZADO.

NIVEL DE INSTRUCCIÓN ALCANZADO

NIVEL DE INSTRUCCIÓN	MUNICIPIO	PROVINCIA
Sin Instrucción o primaria incompleta	40,37%	33,78%
Primaria completa y secundaria incompleta	44,52%	45,00%
Secundaria completa y terciario o universitario incompleto	11,64%	15,47%
Terciario o universitario completo	3,47%	5,75%

Elaboración propia. Fuente: http://www.estadistica.laplata.gov.ar/paginas/CENSO/3%20Viviendas/v3-6.pdf

CENTROS DE FORMACION.

La localidad de Santa Ana cuenta con un total de 13 escuelas y 2 centros formativos de los cuales el primero pertenece un centro de formación profesional y el segundo a una tecnicatura de carácter superior. Del total de escuelas le corresponde según su localización: 8 escuelas de carácter urbano, 6 de carácter rural. En tanto que los centros educativos también están localizado en aéreas urbanas.

Del total de las escuelas de carácter urbano 6 corresponden a escuelas de nivel primario y dos de nivel secundaria. Del total de las escuelas de carácter rural 5 corresponden a escuelas de nivel primario y una al nivel secundario. En su gran mayoría las escuelas de la localidad corresponden a escuelas con jornadas simples. Al total de escuelas de la localidad de Santa Ana le corresponden una matrícula de 2376alumno, discriminados según la matricula y localización le corresponden 2000 alumnos a escuelas radicadas en el área urbana y tan solo 376 alumnos pertenecen a la totalidad de las escuelas radicadas en el área rural.

Establecimientos Educativos - Municipio de Santa Ana									
ÁMBITO	CUISE	ANEXO	NOMBRE	DOMICILIO	NIVEL (S/Adm. POF y PON)	MODALIDAD	ZONA	JORNADA	MATRICULA
Urbano	11	0	Escuela Provincial Nº 11 Padre Lozano	Santa Ana (pueblo) Manzana 171	Primario	Común	Zona A 0%	Simple	746
	107	0	Escuela Provincial Nº 107	Lote 33 Puerto Santa Ana	Primario	Común	Zona A 0%	Simple	138
	805	0	Escuela Provincial Nº 805 Tito Tomás Zamboni	Av. San Martín y Belgrano	Primario	Común	Zona A 0%	Simple	455
	1402	3	Adultos Nº 2 - Satélite 3 Santa Ana	Club Abuelos La Armonía	Primario	Jóvenes y Adultos	Zona A 0%	Sin Descripcion	22
	1451	0	Escuela para Adultos Nº 44	Juana de Reca S/N	Primario	Jóvenes y Adultos	Zona A 0%	Sin Descripcion	S/D
	7506	0	Escuela Especial Nº 57	Santa Ana	Primario	Especial	Zona A 0%	Simple	36
	1560	0	Escuela de Comercio Nº 10	San Martín S/N	Secundario	Común	Zona A 0%	Simple	426
	2531	0	Centro Educativo Polimodal Nº 60	Juana Recca	Secundario	Común	Zona A 0%	Simple	133
	2578	0	Centro de Formación Profesional Nº 20	Andres Guacurari y Jose Enrique	Secundario	Técnico Profesional	Zona A 0%	Simple	44
Rural	11	1	Escuela Nº 11 - Satélite	Aº Magdalena	Primario	Común	Zona B 20%	Simple	3
	166	0	Escuela Provincial Nº 166	Paraje La Fortaleza Cerro	Primario	Común	Zona B 20%	Simple	101
	805	1	Escuela Provincial Nº 805 - Aula Satélite Sta. Ana Poty	Comunidad Mbya Guaraní Santa Ana Poty	Primario	Común	Zona A 0%	Simple	S/D
	1451	1	Escuela para Adultos Nº 44-Aula Satélite	Puerto Santa Ana	Primario	Jóvenes y Adultos	Zona A 0%		100
	1451	2	Escuela para Adultos Nº 44 - Aula Satélite 2	Comunidad Aborigen Santa Mini	Primario	Jóvenes y Adultos	Zona A 0%	Simple	58
	4019	0	Escuela Provincial de Educación Técnica Nº 19	Cerro Santa Ana Esc.N° 166	Secundario	Técnico Profesional	Zona A 0%	Sin Descripcion	114

Con estos datos también nos ayudan a corroborar la tesitura de la conformación de un nuevo espacio, un espacio de engrosamiento periférico del área urbana de la localidad de Santa Ana, quedando demostrado también en el número de escuelas distribuidas en los espacios rurales y urbanos, redescubriendo un vaciamiento en cuanto a número de matrícula de las escuelas rurales en comparación con las escuelas radicadas en espacios más urbanos. Mas del 80 % del total de la matricula del alumnado de la localidad asisten a una escuela radicada en ámbito urbano.

Como ocurre en gran parte del territorio provincial, San Ana no escapa al fenómeno de la migración de los pobladores rurales a ámbitos más poblados, por lo tanto la población infantil de los espacios rurales son cada vez menos. En las escuelas rurales con un número importante de alumnos se aplican como en la mayoría de las escuelas de la

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

provincia el modelo pedagógico de “aula graduada”, de manera que el niño alumno recorre en forma ascendente el grado que le corresponde según su edad. Sin embargo en las escuelas en aéreas rurales con muy poca población infantil, se ha apadrinado un modelo adoptado a las necesidades de la enseñanza y a la organización de la misma, el poligrado o “Grados Acoplados”. Este modelo de educación aplicado a áreas rurales con muy baja matricula de alumnos consiste en agrupar a un número de niños de grados diferentes en un único aula a cargo de un solo maestro. El docente debe atender a estos niños en condiciones de educación simultánea, con propuestas didácticas del aula graduada con edades homogéneas. (Amable, María. y otros 2013:)Este es el caso de la escuela 166 “Moisés Bertoni” ubicada en el Paraje “La Fortaleza”. Esta escuela es de carácter rural y fue inaugurada el 27 de octubre de 1928.-En la actualidad esta escuela cuenta con más de 100 alumnos.-

La escuelas rurales y su sistema educacional, permitió de alguna manera frenar el mayor éxodo de la población campesina a nuevos espacios urbanos, las escuelas rurales hoy se plantean como un verdadero ancla de la población rural en su entorno, fortaleciendo de alguna manera la frontera que separa los espacios rurales de los urbanos. Las escuelas rurales se encuentran estratégicamente distribuidas en áreas con población autentica, tan importante son las escuelas rurales en la localidad de Santa Ana, que las mismas se han asentado en las mismas comunidades aborígenes, como los casos de de las escuelas provincial 805 Santa Ana Poty y la escuela para adultos Nº 44 Santa Ana Mini, estas escuelas cuentan con exiliar bilingüe o con docentes de habla guaraní.

FORMACIÓN.

En el ámbito de la oferta de curso de formación, el Centro de Formación Profesional Nº 20 puso en marcha el curso de Informador turístico, curso que conto con el aval del Concejo general de Educación (CGE) de la provincia de Misiones. El mismo se desarrolla desde el año 2012. Curso de con una duración de 8 meses, dichos cursos apuntan a potenciar la capacitación turística a los jóvenes santaneros y a la brindar una herramienta para una alternativa laboral.

Este centro de formación resulto ser la pionera en cuanto a los antecedentes de formación turística en la localidad. Esta necesidad de formación de los RRHH santaneros se ve fortalecida con desembarco a la localidad de Instituto Privado de Estudios Superiores de Misiones, (Ipesmi)con la carrera terciaria de Técnico Superior en Gestión Turística y Hotelera , carrera con una duración de 3 años.

SALUD

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Santa Ana Posee Un centro asistencial medico identificado por el ministerio de salud pública de la provincia de misiones como hospital del tipo NIVEL I, caracterizado como un nosocomio de: Bajo Riesgo: Constituye, la puerta de entrada a la red de servicios del Ministerio. Este hospital también cumple con la tarea de acciones de promoción y protección de la salud, control y detección temprana de enfermedades e internación para la atención de pacientes con bajo riesgo. El hospital se encuentra dotado de un área de administrativa, sector de estar para usuarios, consultorios externos, servicio de enfermería, transporte, instrumental adecuado para acciones programadas (cirugía menor, obstetricia sin complicaciones, traumatología de bajo riesgo,) y Guardia de Emergencia. Complementan la oferta de salud local dos consultorios médicos de carácter privado dedicados a la medicina general, dos consultorios odontológicos, tres farmacias y un botiquín.

SEGURIDAD

En cuanto a seguridad el municipio cuenta con una Comisaría **urbana,** un destacamento permanente de Policía de Tránsito ubicado sobre Ruta Nacional Nº 12 en el acceso a la localidad, a este destacamento le corresponde control y el ordenamiento vehicular sobre el principal acceso a la localidad como a así también la facilitación de información turística. El municipio cuenta además con un destacamento de Prefectura Naval Argentina ubicada en el Puerto de Santa Ana, complementan las fuerzas de carácter público un cuerpo de Bomberos de la Policía de la Provincia de Misiones

COMERCIOS

El área comercial de localidad se circunscribe en la antigua área caracterizada como urbana alrededor del centro cívico, la explotación de los atractivos turísticos primeramente las reducciones jesuíticas y posteriormente el PT sumado a la nueva traza de la ruta nacional 12, hoy convertida en autovía permitieron el desarrollo y nuevo crecimiento de un área propiamente comercial paralelo a la ruta. El registro censal de comercio local cuenta con 152 comercios: Un supermercado, diez autoservicios, veinte maxi quioscos, treinta y cinco kioscos, ocho panaderías, tres heladerías, ocho peluquerías, un spa, una agencia de diarios y revistas, dos locales de venta de telefonía celular y accesorios, cuatro casas de muebles y electrodomésticos, dos lubricentros, una estación de servicios, un resto-bar, cuatro restaurantes, diez despensas, tres bar pool, cinco lavaderos de autos, cuatro chiperías, tres verdulerías, una pescadería, una pollería, dos ciber, una serigrafía, tres centros de fotografiado, cuatro servicios de decoración de eventos, dos centros de estética, tres gomerías, tres locales de artesanías, cuatro ferreterías, una agropecuaria. 3

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

viveros de plantas ornamentales y regionales, cuatro olerías, cinco areneras, una tornería, un vidriería, una fábrica de yerba medicinales.

INDUSTRIAS

La industria local históricamente se ha caracterizado por la trasformación de sus principales productos primarios, la madera, la yerba, la caña de azúcar. De esta manera podemos encontrar hoy en santa Ana un total de 11 establecimientos que se dedican a la industrialización de la madera, dos importantes aserraderos de maderas duras, cuatro aserraderos de maderas que se dedican al procesado de maderas blandas (pino), tres fábricas de muebles y dos fábricas de ataúdes.

En cuanto al procesamiento de la yerba mate nos encontramos con dos molinos de yerba, uno de ellos corresponde a la Empresa CBSé. Empresa que compra hojas verde a casi a cinco mil productores de la región, generando 350 puestos de trabajo. Finalmente la industria local se conforma con un molino fraccionador de granos, una fábrica de postes de hormigón armado, una cooperativa de arcilla, una fábrica de rapadura y derivados de la caña de azúcar (caña, licores, postres).

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes