

VILLA MERCEDES ¿TURÍSTICA?: UNA MIRADA DESDE SUS RESIDENTES

Giovannini, María Silvina
Instituto Superior Nuestra Señora del Carmen. (ISNSC)
Villa Mercedes, San Luis
msilvina04@gmail.com

RESUMEN

Existe una amplia variedad de investigaciones sobre la imagen de un destino, pero la mayoría abordada desde la percepción del turista. Este trabajo pretende abordar la imagen de la actividad turística de la ciudad de Villa Mercedes, su desarrollo y conformación como destino turístico, desde la perspectiva de los residentes locales.

Tiene como objetivo principal conocer la percepción que tienen los residentes de Villa Mercedes sobre el desarrollo turístico de la ciudad y su posicionamiento como destino turístico dentro de la provincia.

La presente investigación está organizada en cuatro capítulos: en el capítulo I se exponen los principales conceptos utilizados a lo largo del trabajo, recurriendo a diferentes perspectivas de diversos autores; en el capítulo II se realiza una caracterización histórica y socio económica general de la ciudad de Villa Mercedes; en el capítulo III se analizan los resultados obtenidos del trabajo de campo y por último en el capítulo IV se exponen las conclusiones finales, realizando una reflexión sobre los resultados obtenidos a partir del planteamiento teórico propuesto.

Se hace necesario identificar y comprender los factores que condicionan, positiva o negativamente, las percepciones de los residentes, debido a que las mismas se traducen en el apoyo o no de la comunidad local, al desarrollo turístico.

A través de este trabajo se busca comenzar a establecer los primeros cimientos de la importancia de una construcción conjunta, sociedad-municipio, brindando información de utilidad para la toma de decisiones en lo concerniente a la planificación, organización y desarrollo de la actividad turística y en lo que se refiere a las políticas turísticas, al dar cuenta de la importancia de tener presente las percepciones de sus residentes en el desarrollo turístico de la ciudad.

Palabras claves: percepción, desarrollo turístico, destino turístico.

INTRODUCCIÓN

Conocer las percepciones de los residentes resulta de fundamental importancia para iniciar una planificación participativa del desarrollo turístico local.

A través de este trabajo se busca comenzar a establecer los primeros cimientos de la importancia de una construcción conjunta, sociedad-municipio, brindando información de utilidad para la toma de decisiones en lo concerniente a la planificación, organización y desarrollo de la actividad turística en la ciudad y en lo que se refiere a las políticas turísticas, al dar cuenta de la importancia de tener presente las percepciones de sus residentes desde el municipio y de la participación, en el desarrollo turístico, desde la sociedad.

Al realizar un plan de desarrollo turístico es imprescindible tener en cuenta la opinión de los residentes del destino turístico. Para lograr la implicación de la población residente en las políticas turísticas, se precisa que éstos tengan una actitud favorable, que perciban la industria turística como beneficiosa para el desarrollo económico de su localidad y para el bienestar de sus habitantes. Una comunidad residente disgustada, apática o desconfiada transmitirá en última instancia estos sentimientos a los turistas, quienes es probable que se sientan reticentes a visitar lugares en los que no se sienten bien recibidos (Fridgen, 1991). La comprensión de la reacción local y los factores que influyen sobre estas actitudes es fundamental para lograr el objetivo de obtener el apoyo para el desarrollo turístico. (Vela y Molina, 2009)

Una manera de confirmar que un territorio tiene verdadero potencial de desarrollo turístico es por medio de una evaluación que comprenda atractivos del lugar, oferta, demanda, competencia y tendencias del mercado. Y sobre todo el interés de la comunidad local por formar parte de dicho desarrollo (Marvin Blanco; op. cit.).

El estudio de los factores que influyen en el comportamiento de los residentes frente al turismo permite medir el apoyo de la población local no sólo al desarrollo turístico actual sino también al que, a futuro, propongan los planificadores políticos, económicos y turísticos (Royo y Ruiz, 2009). Actitudes negativas entre los residentes pueden entorpecer no sólo el éxito sino la sustentabilidad del destino (Diedrich y García-Baudes, 2009). La comunidad local puede convertirse en el mejor aliado o en un elemento que puede llegar a provocar el declive de un destino. Sus actitudes y comportamientos cobran valor al momento de interactuar con los turistas, lo cual tiene un efecto determinante en la satisfacción del visitante con el destino (Oviedo et al., 2008).

Como se observa en la literatura citada, conocer la percepción y actitudes que los residentes tienen sobre el desarrollo turístico de su comunidad y de cómo ésta se posiciona como destino turístico, es de vital importancia para que toda propuesta, proyecto o política sobre turismo que se realice, tenga el éxito esperado.

PLANTEO DEL PROBLEMA

Dentro de la provincia de San Luis, el turismo y su desarrollo se han consolidado como actividad benéfica y provechosa para muchas de sus localidades. Existen una gran variedad de destinos turísticos que ofrece la provincia.

Los mismos se concentran hacia el noreste de la provincia, destinos algunos más que conocidos: Villa de Merlo, La Florida, El Volcán, Potrero de los Funes, el Trapiche entre otros. (Ver anexo) Esto denota cómo el desarrollo turístico no se da de manera homogénea dentro de un espacio, sino que se generan concentraciones de esta actividad, las cuales se realizan en base a los atractivos naturales y/o culturales de cada lugar.

La ciudad de Villa Mercedes posee grandes potencialidades para desarrollarse turísticamente y posicionarse como destino turístico competente dentro de la provincia, así lo evidencian las distintas aportaciones de los actores locales involucrados en este trabajo.

VILLA MERCEDES HOY

Villa Mercedes es la ciudad cabecera del departamento Pedernera. Dentro de este departamento encontramos el municipio de Justo Daract y las localidades de San José del Morro, La Punilla, Juan Jorba, Juan Llerena, Lavaisse y Villa Reynolds. El departamento Pedernera linda al norte con los departamentos de Coronel Pringles y Chacabuco, al este con la provincia de Córdoba, al sur con el departamento Gobernador Dupuy, y al oeste con el Departamento Juan Martín de Pueyrredón.¹

La ciudad de Villa Mercedes cuenta con 111.391 habitantes (INDEC, 2010), lo que representa un incremento del 15% frente a los 96.781 habitantes (INDEC, 2001) del censo anterior. Esta magnitud la sitúa como el 2º aglomerado urbano de la provincia y el 30º del país. Según el último censo, Villa Mercedes experimentó uno de los [crecimientos demográficos](#) más altos del país, con una tasa media anual de 28 por mil (duplicando así al promedio nacional).² Este fenómeno, está ligado a la radicación de numerosos establecimientos industriales debido a los beneficios de la ley de promoción industrial.³

Villa Mercedes tiene una ubicación estratégica en la entrada oriental a la región de Cuyo, a 732 kilómetros al oeste de la Ciudad de Buenos Aires. La ciudad se ubica en la confluencia de importantes rutas nacionales, la autopista Serranías Puntanas (conocido tramo de la ruta nacional 7), la Ruta Nacional 8, a 30 km del límite con la provincia de Córdoba y la ruta provincial 55 (ex RN 148).

Esta situación geográfica la integra en el corredor Bioceánico de la Ruta Nacional 7 que conecta Buenos Aires con la República de Chile a través del paso Los Libertadores en Mendoza.⁴

La base del desarrollo económico del departamento Pedernera en general y específicamente la ciudad de Villa Mercedes, es agropecuaria e industrial: dos sectores económicos, primario y secundario predominantes; el sector terciario está dado en base a la prestación de servicios en el cual el turismo no constituye para esta ciudad una actividad que aporte significativamente en su economía.

Además, la ciudad cuenta con instituciones sanitarias, bancarias, de seguridad, de transporte tanto terrestre como aéreo, lo que hace que posea una alta prestación de servicios generales para satisfacción tanto del residente como del turista.

¹ Sitio Web: <http://www.villamercedes.gov.ar/>

² "[Las estrategias de reproducción familiar](#)" citado en *Kairos* N°7, Revista de Temas Sociales citado por https://es.wikipedia.org/wiki/Villa_Mercedes

³ Sitio web: https://es.wikipedia.org/wiki/Villa_Mercedes

⁴ Municipalidad de Villa Mercedes /Secretaría de Obras Públicas Subsecretaría de Planeamiento Urbano

PERCEPCIÓN DE LOS RESIDENTES RESPECTO AL DESARROLLO TURÍSTICO DE VILLA MERCEDES.

En la formación de un destino turístico, uno de los factores condicionantes en la percepción del residente, es la satisfacción de los propios residentes en cuanto a la infraestructura y servicios públicos y privados de su ciudad. En relación a lo anterior, un encuestado relacionado a la prestación de servicios turísticos, comentó: *“la gente de la ciudad no cuida lo que se hace, las plazas están sucias y con los juegos rotos; eso no es bueno para la imagen de la ciudad”*.

De lo expresado en el párrafo anterior, se puede deducir que la imagen que se transmite y se percibe es de vital importancia, tanto para el turista como para el residente: si el residente percibe una imagen negativa de sus ciudad, poca limpieza, falta de servicios y calidad del mismo, etc., no considerará que su ciudad es apta para satisfacer al turista por lo tanto puede llegar a ser una de las causas por la que se expulsa al turista hacia otros lugares turísticos dentro de la provincia.

Para poder entender la percepción negativa en relación a que la ciudad no tiene identidad como ciudad turística, es necesario relacionarlo con otros datos aportados por los encuestados. Ante la pregunta **¿De qué procedencia son los turistas que recibe?**, las respuestas de los prestadores de servicios (hotelería y gastronomía) dio como resultado que los lugares de origen de los turistas son: Buenos Aires, Mendoza y Córdoba, en mayor medida; le sigue San Juan, La Pampa, Salta, Entre Ríos, Chubut, Tierra del Fuego; de destinos internacionales el más mencionado fue Chile, le sigue Brasil y en menor medida se citaron EEUU, Francia, Italia. Del resto de los encuestados se obtuvieron los mismos datos, habiendo un porcentaje que expresó *“creo que de todo el país”* y *“no sé”*.

Recopilando los comentarios a esta pregunta se obtuvo:

“Los que provienen de EEUU, Francia, Italia vienen por las fábricas ubicadas en la ciudad, como así también muchos turistas de las provincias mencionadas vienen por negocios”.

Pero el comentario que predominó en el 80% de los encuestados fue *“vienen de paso”, “es un paso obligado para los turistas que van a otra parte de vacaciones”, “no se quedan en la ciudad, se van a San Luis”, “cuando me preguntan qué visitar, los envió a San Luis capital y los lugares cerca de ahí”*.

Respuestas similares se obtuvieron de los entrevistados:

“...el movimiento es de paso, no más de uno o dos días, provienen de Mendoza, Buenos Aires, San Juan, vienen para los eventos populares, el 30% del público es local, un 40% es provincial, un 20% regional y un 10% es nacional. Existe un registro de los visitantes al Museo Ferroviario, pero no un registro de los hoteleros y gastronómicos.”

“...el movimiento turístico es de profesionales que vienen a trabajar, es un turista forzado, es decir que la ocupación hotelera es de este tipo de turista”

“...viene el turista que tiene algún familiar residente en Villa Mercedes, es de paso, que para y sigue hacia otro destino o se va a conocer San Luis.”

Podemos realizar una síntesis, de los factores⁵ que inciden en la percepción de los residentes sobre el desarrollo turístico de la misma y su valoración como destino turístico dentro de la provincia:

- ❖ El turismo es visto como actividad económica principalmente.
- ❖ Carencia y deficiencia en la prestación de servicios turísticos, poca capacitación.
- ❖ Villa Mercedes es una ciudad de paso para los turistas.
- ❖ El desarrollo turístico está poco a nada desarrollado.
- ❖ Falta de concientización social en el cuidado y valoración de lo realizado en la ciudad.
- ❖ La gestión del municipio en relación al desarrollo turístico de Villa Mercedes es de regular a aceptable/mala.
- ❖ Los turistas que llegan a la ciudad vienen por tener familia en la ciudad o por negocios, lo que se conoce como Turismo de negocio.
- ❖ Los mismos residentes les ofrecen a los turistas que arriban a la ciudad, como destinos turísticos, otros lugares fuera de la ciudad, es decir no retienen al turista.

Estos factores se relacionan entre sí; se puede deducir que la poca participación o la actitud de apatía, por parte de los residentes, en capacitaciones para brindar un mejor servicio al turista, se debería a que no existe una gran demanda de turistas debido a que **es un lugar de paso**, lo que llevaría a no retener al turista y expulsarlo hacia otros lugares. A esto se le suma la mirada de la gestión del municipio, de regular a aceptable, la cual se traduce en poco interés por parte del mismo de colaborar en mejorar la infraestructura y servicios generales, formando una visión de un turismo poco desarrollado, lo que no se traduce en beneficios económicos para aquellos residentes ligados directamente a la actividad turística como para el resto de la sociedad.

No significa que el orden de los factores, que expuse en el párrafo anterior, se realice de esa manera, sino que es necesario ver y analizar a la actividad turística, como un sistema en donde situaciones, fenómenos, procesos y relaciones, tanto objetivas como subjetivas, interactúan entre sí y con el entorno.

ATRATIVOS TURÍSTICOS ACTUALES Y POTENCIALES

La ciudad de Villa Mercedes cuenta con un conjunto de recursos naturales y culturales que son considerados, en la actualidad, como atractivos turísticos.

Los atractivos son todos aquellos recursos aprovechados en la actividad, capaces de satisfacer las necesidades del visitante y que cuentan con las condiciones necesarias para poder ser

⁵ Entendemos por factores a aquellos elementos que pueden condicionar una situación, volviéndose los causantes de la evolución o transformación de los hechos. Un factor es lo que contribuye a que se obtengan determinados resultados al caer sobre él la responsabilidad de la variación o de los cambios.
Fuente: <http://www.definicionabc.com/general/factores.php> Consultada 27/03/2016

visitados y disfrutados por el turista; constituidos por recursos naturales y/o culturales, tangibles e intangibles, eventos, festivales, etc. Son uno de los principales motivadores y orientadores del flujo turístico. (Forneris, 2012)

A partir de los datos obtenidos de las encuestas y entrevistas realizadas en relación a los atractivos turísticos que posee la ciudad de Villa Mercedes, los residentes hicieron su propia valoración de los mismos y su grado de importancia. Debían enumerar 5 atractivos turísticos, siendo el 1 el más importante. Solo 40 de los residentes encuestados llenaron los 5 lugares mencionando atractivos turísticos; el resto de los encuestados llenaron en su mayoría 2 o 3 lugares, muy pocos 4 lugares y en una minoría no pusieron nada.

El atractivo turístico más importantes para los residentes es La Calle Angosta, le sigue el complejo Molino Fénix, luego los Museos y el Parque Provincial: Costanera Río V; el resto de los atractivos mencionados son variados y con poco porcentaje de elección.

Es necesario resaltar que el recurso natural más elegido y considerado un atractivo turístico importante es el Parque Provincial Costanera Río V; otros recursos naturales mencionados fueron: Balneario Los Filtros, Estancias y lagunas del sur, Camping y Paseo de la Dársena.

En relación al tema de los atractivos turísticos de la ciudad de Villa Mercedes los entrevistados, ante la pregunta **¿Qué atractivos o productos turísticos ofrece Villa Mercedes?** Respondieron lo siguiente:

“Los circuitos turísticos, como ser el circuito de la Calle Angosta, el religioso, el de los museos, el de las plazas y paseos, el industrial y el de comprobación que es el que permite ver la obra que ha realizado la provincia (viviendas, alumbrados, calles asfaltadas, plazas, espacios verdes, etc.), comprobar de allí el nombre.”

“...el Museo Ferroviario es el más visitado, el más importante y donde se pone el foco es el complejo cultural, turístico recreativo Calle Angosta integrado al Molino Fénix. También se pone el foco en los eventos que se realizan en la ciudad, convenciones, congresos, encuentros.”

“Villa Mercedes no tiene atractivos naturales, no lo veo en ese sentido, sí como ser, la Feria del Libro, festivales, Calle Angosta, la del inmigrante, etc., creo que sí eso es específico de la ciudad”.

“Lo histórico- cultural, debemos recordar que el crecimiento de la ciudad comenzó desde lo comercial y las quintas que habían, existen en la ciudad muchos edificios de época que se deben rescatar y su historia.”

Desde la perspectiva de los entrevistados se destacan los recursos turísticos que los residentes, en su mayoría, eligieron, pero además los entrevistados resaltan los atractivos turísticos históricos- culturales, tales como los eventos, congresos, ferias, festivales, lo arquitectónico, etc. La ciudad de Villa Mercedes posee una gran variedad de atractivos turísticos, predominando los atractivos históricos-culturales, generando un turismo de tipo cultural e histórico principalmente; se evidencia que no posee una gran variedad de recursos naturales para ser valorados como atractivos turísticos, como se expresó anteriormente, ya que el único atractivo natural mencionado fue el Parque Provincial Costanera Río V.

La mirada de la Subsecretaría de Turismo, está puesta en este tipo de turismo cultural e histórico, y ante la pregunta: **¿Qué tipo de turismo hay actualmente en la ciudad y a qué tipo de turista le gustaría atraer?**, responde: *“...un turista que no busque el atractivo natural, sino que le interese lo histórico, lo arquitectónico, lo identitario de este lugar, la cultura religiosa; recordemos que tenemos una santa, la Madre Cabrini.”* (Subsecretario de Turismo)

Un dato que llama la atención, es el gran porcentaje de encuestados, un 21,3% que no mencionaron ningún atractivo; respondieron o escribieron *“...no hay nada”*

Por otro lado, de las encuestas sobre este tema, surge del análisis de los resultados que existe una contradicción que lleva a preguntarse: ¿Cómo puede ser que atractivos turísticos consolidados como tal, por parte de agentes públicos como privados, y por una gran parte de la sociedad, son al mismo tiempo un potencial atractivo turístico que no se tienen en cuenta para la actividad turística?

Para tratar de responder esta pregunta, se deben tener en cuenta los siguientes comentarios recopilados:

“...es necesario mejorar los que ya están”

“...algunos atractivos fueron olvidados o no explotados correctamente; ahora no son atractivos para nada ni nadie”

“...se deja de invertir en algunos atractivos y terminan siendo lugares abandonados”

“...se invierte, desde el gobierno local o provincial, en lugares o fiestas que no atraen a los turistas o atraen a ciertos turistas”

“...se pone plata en algunos lugares y después cuesta mantenerlos, no se mejoran; nosotros (la comunidad) tampoco colaboramos, económicamente eso no ayuda a la sociedad”

“...no se cuidan los atractivos actuales, ni por parte del municipio ni por parte de la sociedad; fijate como muchos lugares están sucios y rotos, no sabemos cuidar lo nuestro, la sociedad tiene mucho que ver en eso”

“...no sabemos cuidar lo que tenemos”

Otra actitud que se debe resaltar es la gran expectativa de los residentes y entrevistados en los **“espejos de agua”** que se comenzarán a construir; esto se evidencia en los comentarios que se recopilaron:

“...esperemos que se empiece de una vez, va a ser muy bueno para nosotros y para el turista”

“...con esta obra los turistas no serán de paso, esperamos que se queden más tiempo”

“...era hora de tener algo para nosotros”

“...va a embellecer el único recurso natural que tiene Mercedes”

“...esperemos que se haga lo que mostraron”

“...si es como lo “pintan” vamos a poder disfrutarlo, era tiempo que se hiciera algo en Mercedes”

En relación a los espejos de agua, desde el Subsecretario de Turismo se rescató lo siguiente, ante las preguntas formuladas:

¿Qué considera que Villa Mercedes puede brindar al turista que llega a la ciudad?: “...todas las fiestas que se realizan y los circuitos turísticos desarrollados hoy; más adelante lo que está dentro del plan estratégico, como prioridad son los espejos de agua en la costanera que creo esta vez sí o sí se empieza.”

¿Cree usted que, a corto plazo, Villa Mercedes llegue a estar en los lugares de afluencia turística en la Provincia?: “...sí, en la medida en que se defina claramente los circuitos turísticos, se concreten los espejos de agua de la costanera y se realice una inversión privada que ayude.”⁶.

INTERÉS Y PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD EN EL DESARROLLO TURÍSTICO

Parfraseando a Figuerola Palomo (s. f), la actividad turística involucra a un conjunto de **agentes económicos**, que prestan distintos servicios para llevarla a cabo, en este caso puntual nos estamos refiriendo a los servicios de hotelería y gastronomía. Los mismos tienen un alto interés en el desarrollo turístico dado por el beneficio económico que obtienen al intervenir, de manera directa, en esta actividad.

Se armaron categorías para incluir todas las respuestas.

ALTO INTERÉS

Porque permite el desarrollo económico y socio-cultural de la ciudad

Para atraer más turistas

POCO INTERÉS

Poca colaboración municipal, provincial y de la gente

Porque Villa Mercedes no es un lugar turístico.

No me interesa mucho el tema

LE ES INDIFERENTE

Porque no me interesa el tema

No es un tema de interés para el municipio y la gente

Porque Villa Mercedes no es un lugar turístico.

En relación al tema de interés y participación de los residentes locales, los entrevistados expresaron:

⁶ Al momento de la presentación de este trabajo, el proyecto de los espejos de agua está en marcha, se comenzó a construir a finales del mes de Julio de 2015, (luego de realizar las encuestas y entrevistas que se utilizaron para este trabajo).

¿Cuál considera es el papel que juega la comunidad local en el desarrollo del turismo?:

“si bien se exponen los eventos para que la comunidad se prepare, pero no hay una planificación a futuro de parte nuestra, hay que revisar que es lo que se quiere, la comunidad participa en las fiestas populares masivas y específicas, se hace la publicidad pero es una participación selectiva es decir participa en eventos que le son de interés o están de alguna manera relacionado con ese tema el resto no mucho”.

¿Cuál cree que es el rol que cumple la comunidad local?: *“...es muy apática, no se vincula por ejemplo con las capacitaciones, encuentros que realizamos desde esta cámara (...)”*

¿Cuál cree que es el rol que cumple la comunidad local?: *“...es de responsabilidad social que no la asume, (...) no hay concientización de cuidar la ciudad, ...”*

En conclusión, existe en los residentes un alto interés en participar, pero no participan ni han participado de ninguna manera en el desarrollo turístico de su ciudad. La poca participación que se realiza es selectiva, porque se está vinculado de alguna manera, o existe un interés particular en ese evento, fiesta, feria, etc.

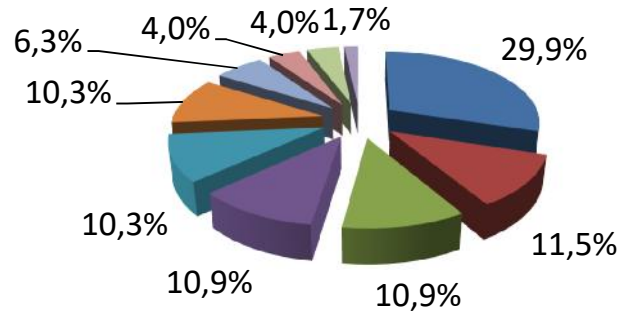
Por otro lado, la participación tanto de la Cámara de Comercio como de la Industria, se da de manera indirecta al desarrollo turístico; son convocados por parte del municipio o del estado provincial, para opinar o participar en proyectos que no se relacionan directamente a la temática del turismo. El presidente de la Cámara de Comercio expresó que la finalización de CCCA (Centro Comercial a Cielo Abierto) es una herramienta turística que debe ser aprovechable para el comerciante. Por otro lado, desde esta Cámara se está poniendo el foco en la recuperación de los miembros, generar un desarrollo local a partir de los propios recursos de la ciudad y nuclear a los mini emprendimientos en crecimiento.

LOS RESIDENTES PROPONEN

El siguiente apartado tiene como finalidad exponer las propuestas de los residentes encuestados para mejorar la actividad turística de la ciudad. Dichas propuestas se ubicaron en base al armado propio de categorías.

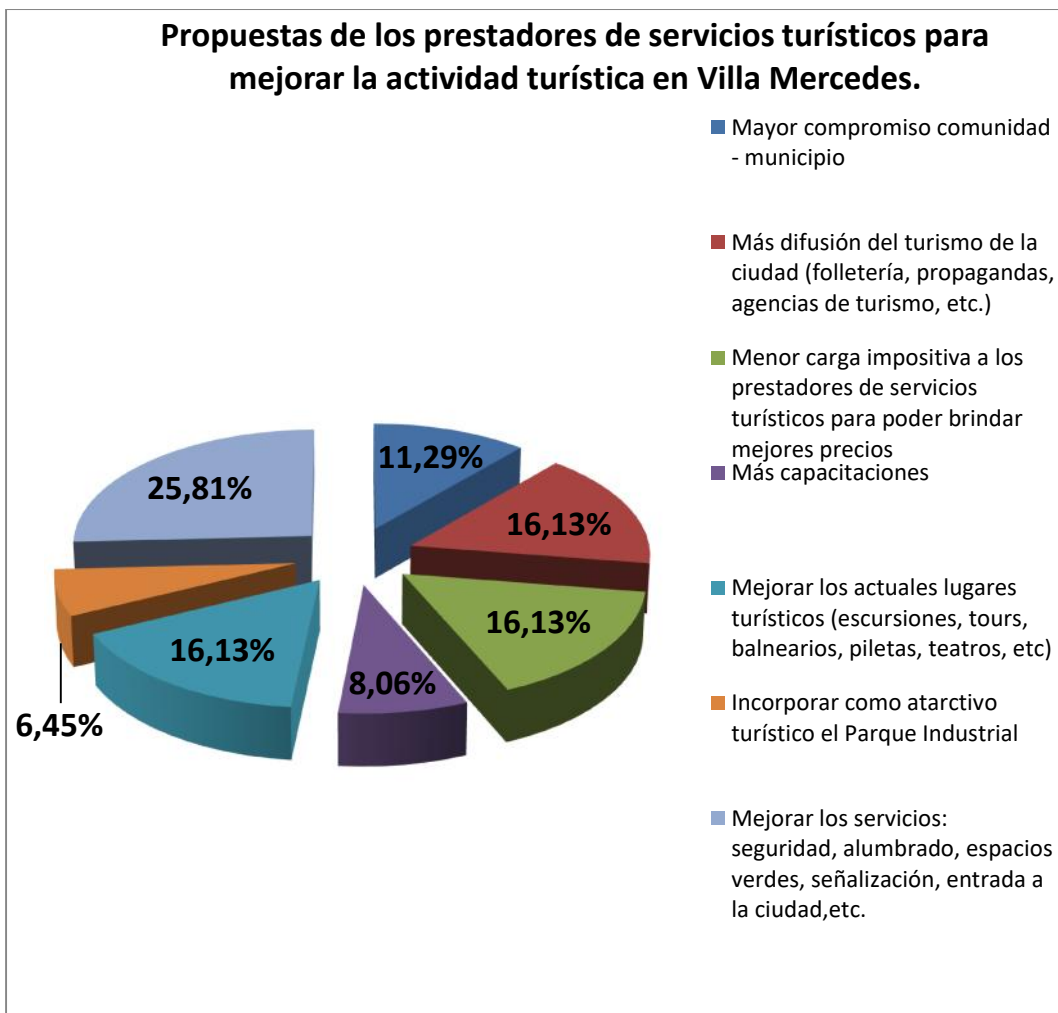
GRÁFICO Nº 1 – Elaboración propia

Propuesta de los residentes para mejorar la actividad turística en Villa Mercedes



- Infraestructuras sobre el Río V: diques, balnearios, camping, cabañas, etc.
- Trabajo colaborativo entre gobierno provincial, municipal y la sociedad.
- Mayor compromiso y concientización de la sociedad en la valoración del lugar
- Inversión en infraestructura hotelera, teatros, cines, deportes
- Mayor difusión de los atractivos de la ciudad en general
- Brindar una ciudad más segura, más limpia y con mejores servicios al turista
- Mayor inversión tanto pública como privada para incentivar el turismo
- Promoción de nuevos lugares/nuevas actividades turísticas(T. aventura, parques ecológicos
- Mas capacitación en como brindar mejores servicios al turista
- Mejorar las rutas de acceso a la ciudad

GRÁFICO Nº 2 – Elaboración propia



De los datos obtenidos de los gráficos Nº 1 y 2 se puede observar que, con distintos porcentajes, según la importancia o prioridad de las miradas, las propuestas coinciden. La mirada de los prestadores de servicios turísticos, ligados directamente a la actividad turística: mejorar los servicios de seguridad, alumbrado, espacios verdes, señalización, entrada a la ciudad, etc. obtuvo el mayor porcentaje, casi un 26%; le sigue, en segundo lugar, en igual porcentaje 16, 13% las propuestas de más difusión del turismo de la ciudad, menor carga impositiva y mejorar los actuales lugares turísticos; en tercer lugar con 11,29% mayor compromiso entre comunidad-municipio y en cuarto lugar con el 8,06% más capacitaciones.

En el cuadro Nº 1, la propuesta con mayor porcentaje, casi un 30%, es la realización de los espejos de agua, los cuales tendrán un perfil netamente turístico: contarán con playas, se podrán hacer deportes náuticos y se realizarán proyectos para licitar desde el sector privado; le sigue en segundo lugar, con el 11,5%, trabajo colaborativo entre gobierno provincial, municipio y sociedad; en tercer lugar, con el mismo porcentaje 10, 9%, mayor compromiso y concientización de la

sociedad en la valoración del lugar e inversión en infraestructuras hoteleras, teatros, cines, deportes, etc, y en cuarto lugar, con iguales porcentajes 10,3%, mayor difusión de los atractivos de la ciudad en general y brindar una ciudad más segura, más limpia y con mejores servicios al turista.

Lo anterior se puede relacionar con lo expresado por los entrevistados, desde una mirada de fortalezas y obstáculos de la actividad turística en Villa Mercedes:

¿Cuáles son, a su criterio, lo principales obstáculos que tiene el desarrollo de la actividad turística en Villa Mercedes?: *“...es todavía un plan joven, con estrategias a desarrollar; potenciar los circuitos turísticos actuales de la ciudad; las agencias de turismo venden otros destinos turísticos; son expulsivos: se le dice al turista de paso los lugares de San Luis para visitar, no los que hay en la propia ciudad, cuando se tendría que vender un turismo receptivo y poder vencer el obstáculo del turista de paso, y se debe también ver cómo articular con organismos turísticos al nivel nacional, como promocionar nuestro turismo a ese nivel”.*

¿Cuáles son las principales fortalezas con la que cuenta Villa Mercedes respecto al desarrollo turístico?: *“...los eventos culturales, Calle Angosta, Calle Angosta Rock, Canta Cuyo, Feria de Libro, solamente Guitarras, Fiesta del Inmigrante, Calle Angosta Adulto Mayores, Callecita Angosta, los Museos, bueno todo lo que se mencionó anteriormente; estas fortalezas son el eje fundamental para potenciar el turismo”.* (Subsecretario de Turismo)

¿Cuáles son, a su criterio, los principales obstáculos que tiene el desarrollo de la actividad turística en Villa Mercedes?: *“...principalmente deficiencia y carencia de servicios, más allá de la falta de atractivos naturales (agua, montañas, nieve); hace falta personal capacitado, más capacitación de los dueños de los servicios gastronómicos y hoteleros; si ellos no saben qué es brindar un buen servicio cómo pueden hacer que su personal preste un buen servicio, mejorar la gastronomía”.*

¿Cuáles son las principales fortalezas con la que cuenta Villa Mercedes?: *“...que quiere ser un destino turístico y quiere hacerlo, eso es positivo; creo que el municipio no sabe cómo hacerlo, no tiene claro cómo; es necesario fortalecer los eventos, congresos, eso es un punto fuerte de esta ciudad, potenciar los eventos socio-culturales; tener claro hacia donde se apunta, qué nivel de hotelería, clubes, restaurant se quiere tener o brindar”.* (Gerente de la Cámara de Industria)

¿Cuáles son, a su criterio, los principales obstáculos que tiene el desarrollo de la actividad turística en Villa Mercedes?: *“...manejo de fondos, falta de inversión en el turismo”.*

¿Cuáles son las principales fortalezas con la que cuenta Villa Mercedes?: *“...todo por hacer: mejorar el Río V; que la ciudad puede crecer para los cuatro lados; mucha población como mano de obra para atención del turista; Villa Mercedes tiene una ubicación privilegiada es paso de este a oeste y de norte a sur, acceso fácil a la ciudad, tiene mucho, esto no es poco”.* (Presidente de la Cámara de Comercio)

CONSIDERACIONES FINALES

A lo largo de este trabajo, se fue realizando un análisis de los datos obtenidos, infiriendo, deduciendo, relacionando y comparando. No es la finalidad del mismo, realizar un análisis en profundidad de cada uno de los aspectos tenidos en cuenta, sino poder visualizar qué percepciones tienen los residentes, y qué factores condicionan a las mismas, y así intentar construir la imagen de Villa Mercedes como destino turístico.

En primer lugar, la actividad turística no es una actividad consolidada como actividad económica aprovechable para la población; el desarrollo económico de la ciudad de Villa Mercedes no depende del desarrollo de esta actividad, factor que incide, en gran parte, en la falta de motivación en la sociedad en general y en menor medida desde el municipio, en fomentar el desarrollo turístico en todos los aspectos que abarca, desde servicios de calidad, infraestructura, capacitaciones, promoción, cuidado de los atractivos turísticos actuales y potenciales, valoración y cuidado de la ciudad, y así poder aumentar y retener con ello, el número de turistas que llegan. Al no existir esta motivación, Villa Mercedes es una sociedad, sin intención de serlo, expulsora de turistas. La mirada de la Subsecretaría de Turismo, está puesta en las agencias de turismo, como las responsables de vender otros destinos al turista que pasa o llega a la ciudad, y no de vender un turismo receptivo.

Considero que la responsabilidad de retener al turista es de todos los agentes que intervienen en la planificación de un destino turístico. Gursoy et al. (2002) resaltan la importancia de la actitud de los residentes respecto al turismo con independencia de la localidad analizada, ya que si no existe armonía entre los intereses de los residentes y las autoridades encargadas del plan de desarrollo turístico, no se podrá ofrecer un turismo de calidad.

Lo expresado hasta ahora, no significa que no exista interés, por parte de la sociedad o desde el municipio, en el desarrollo turístico de la ciudad, sino que se traduce en la no participación de la sociedad en ese desarrollo, y en la falta de estrategias, por parte del municipio, que convoquen a la sociedad a participar y/o comprometerse. Otra forma de participar es, desde la mirada del residente como actor social, exigir otros ámbitos o formas de participación.

No resulta fácil conciliar las miradas de los distintos actores que participan o deberían participar en la planificación del desarrollo turístico, pero no intentarlo, especialmente desde el sector público, lleva a que se perciba, desde los residentes, un turismo poco desarrollado, y por lo tanto a definir a la gestión del municipio como regular en materia de desarrollo turístico.

Otra lectura de lo desarrollado en este trabajo es, que se asocia desarrollo turístico con atractivos naturales, y como Villa Mercedes no los tiene en abundancia, no se percibe un desarrollo turístico posible y por lo tanto no posee identidad como destino turístico.

La ciudad de Villa Mercedes tiene una variedad de atractivos turísticos culturales, históricos, arquitectónicos, etc. Llama la atención que ninguno de los encuestados como así también de los entrevistados, mencionara la localidad de San José del Morro como atractivo turístico natural; siendo San José del Morro una localidad del Departamento Pedernera ubicada en el noreste de

la provincia, distante 50 km. de la Ciudad de Villa Mercedes. Cuenta con condiciones favorables para el desarrollo del turismo: la existencia del balneario y la autopista de Los Comechingones que conduce a la localidad de Merlo. Las Sierras del Morro, lugar que por sus notables características y formación geológica es considerado como Monumento Natural. Este sitio es elegido para realizar trekking, ascensiones y excursiones en 4 x 4 o paseos en enduro.⁷

Otro de las ofertas turísticas, no mencionadas, son las fábricas de cervezas artesanales, de las cuales la ciudad posee la mayor cantidad dentro del ámbito provincial; el recorrido de estas fábricas permite observar el proceso de producción y degustar diversas variedades. Las fábricas de cervezas artesanales están incluidas dentro del Plan Maestro de Turismo de la provincia a través de la oferta turística **“Las Rutas de los Sabores Puntanos”**; esta oferta valoriza los alimentos locales con la intención de que el turista conozca la identidad gastronómica de la provincia y de nuestra ciudad en especial.⁸

Como se puede observar existen otros atractivos turísticos que son excluidos, como tales, dentro del esquema mental de los residente de Villa Mercedes (...) la "correcta" percepción de un individuo en relación al potencial turístico del lugar donde vive está condicionada, primordialmente, por el conocimiento de ese lugar en términos de sus atractivos y de su propio espacio geográfico, ya que en caso contrario, la imagen podrá ser distorsionada. El poder público debe realizar esfuerzos para difundir los atractivos turísticos a los propios pobladores a fin de fortalecer la percepción que la ciudad tiene potencial turístico (Tavares, Neves y Vieira 2010).

Además de que los residentes deben poseer conocimiento de los atractivos turísticos actuales, deben poder disfrutar de ellos. Parafraseando a Barrado Timón (2004) un destino turístico, además de ofrecer experiencias turísticas a su visitantes, debe ofrecer oportunidades y calidad de vida a sus habitantes, cuando esto sucede la puesta en valor de estos atractivos por parte de la sociedad en general, ayuda a tomar conciencia en el cuidado de los mismos y de todo lo que se realice para fortalecer el desarrollo turístico de la ciudad. Noia, Avila y Cartibani (2009) expresan que se debe tener en cuenta que muchas veces la comunidad local es la responsable del deterioro de su patrimonio cuando en realidad ella misma debería ser el mejor agente de ayuda en la preservación o conservación del patrimonio colectivo.

Se hace necesario rescatar que en el Plan Estratégico Villa Mercedes 2014-20125, se agregaron cuatro nuevos ejes estratégicos. En el nuevo eje N° 5. denominado **“Incentivar en Villa Mercedes el desarrollo local a partir del cooperativismo y los negocios de proximidad con especial énfasis en el fomento del turismo como nuevo motor económico, social y**

⁷Fuente:<http://www.acampante.com/ficha-localidad/san-jose-del-morro/san-luis/encontra-campings-cabanas-turismo-cerca-de> Consultada 16/12/2014. Trabajo final de Seminario de Actualización Geográfica.

⁸Fuente:<http://www.turismo.sanluis.gov.ar/turismoasp/paginas/InfoPrensaDetalle.asp?InfoPrensaId=615>. Consultada 16/12/14. Trabajo final de Seminario de Actualización Geográfica.

cultural”, se plantea una gran variedad de propuestas, de las cuales la mayoría de ellas coinciden con lo expresado por los actores encuestados y entrevistados, en relación a los aspectos analizados y a lo largo de este trabajo que hay que mejorar, gestionar y valorar, mediante la puesta en acción de distintas estrategias por parte del municipio.

Por lo tanto, existe una mirada coincidente entre el municipio y la sociedad, sobre lo que es necesario hacer, pero el paso siguiente es cómo hacerlo en forma conjunta, lo que confirma una vez más, coincidiendo con lo expresado por Simpson y Bretherton (2008), que un adecuado proceso de planificación del turismo debe implicar la participación de la comunidad residente si se quiere un desarrollo turístico exitoso, además de que esta participación da una mayor aceptación y legitimidad del turismo como política de desarrollo económico.

CONCLUSIÓN

La percepción de los residentes sobre un determinado lugar, en cuanto a su desarrollo turístico puede jugar a favor o en contra del mismo.

Teniendo en cuenta lo desarrollado en este trabajo de investigación, permite expresar y confirmar que la imagen que se proyecta es: “**Villa Mercedes ciudad de paso**”. Según Neto *et al* (2008: 2), cualquier localidad que se quiere desarrollar debe tener condiciones para atraer turistas, negocios e inversiones, y la condición esencial para que esto ocurra es el desarrollo y difusión de una imagen favorable de la misma.

Se considera que Villa Mercedes posee las condiciones para revertir esa imagen; algunas hay que mejorarlas y otras llevarlas a cabo en un corto y mediano plazo. Pero lo más importante es la intención de hacerlo, comenzar conciliando las distintas miradas, e intereses, para realizar una planificación en conjunto - provincia- municipio- comunidad- del desarrollo turístico y así posicionar a Villa Mercedes como un destino competente dentro de la provincia.

El turismo basado en la comunidad, involucra a la población local en los procesos de toma de decisiones en función de las prioridades de cada lugar. La oportunidad de formar parte de la cadena de valor del sector turístico hace partícipes a las comunidades anfitrionas, que intervienen de forma activa en el proceso de desarrollo. De esta forma, el turismo se convierte en un catalizador de la cohesión social y va más allá de la repercusión inmediata en la creación de empleo y sus consecuencias económicas positivas. El turismo contribuye a mejorar, por ejemplo, la capacidad de gobernanza local, que multiplica aún más el efecto del turismo.⁹

⁹ Fuente: <http://www.un.org/es/events/tourismday/>. Consultada 28/03/2016

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES CONSULTADAS

- BARRADO TIMÓN, A. (2004) *“El concepto de destino turístico. Una aproximación geográfica-territorial”*. Estudios turísticos nº 160 pp. 45-68. Instituto de Estudios Turísticos. Secretaría General de Turismo. Secretaría de Estado de Turismo y Comercio.
- DIEDRICH, A. Y GARCÍA-BUADES. E. (2009): «Local perceptions of tourism as indicators of destination decline», *Tourism Management* 30 (4): 512-521. Citado por Brida, J, Eugenia Riaño y Sandra Zapata Aguirre. “Percepciones de los residentes acerca de los impactos del turismo de cruceros en la comunidad: un análisis factorial y de clústeres. Cuadernos de Turismo, nº 29, (2012); pp. 79-107. ISSN: 1139-7861. Universidad de Murcia.
- FORNERI, María (2012) *“Turismo y desarrollo local en Chacabuco: creando cimientos para una construcción conjunta”*. UNLP.FCE.
- FRIDGEN, J.D. (1991): *Dimensions of tourism. East Lansing MI: The Educational Institute of the American Hotel and Motel Association*. Citado por Royo Vela, Marcelo, María Eugenia Ruiz Molina. (2009). “Actitud del residente hacia el turismo y el visitante: factores determinantes en el turismo y excursionismo rural-cultural”. Cuadernos de Turismo, nº 23, (2009); pp. 217-236 ISSN: 1139-7861 Universidad de Valencia
- GURSOY, D., JUROWSKI, C. Y UYSAL, M. (2002). «Resident attitudes: a structural modeling approach», *Annals of Tourism Research* 29 (1): 79-105. Citado por Brida, J, Eugenia Riaño y Sandra Zapata Aguirre. “Percepciones de los residentes acerca de los impactos del turismo de cruceros en la comunidad: un análisis factorial y de clústeres. Cuadernos de Turismo, nº 29, (2012); pp. 79-107. ISSN: 1139-7861. Universidad de Murcia.
- MARVIN BLANCO, M. (2008). *Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio*. (Convenio de colaboración entre el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) Costa Rica y Programa de Desarrollo Agroindustrial Rural (PRODAR)). Costa Rica: Grupo técnico PRODAR- IICA. Documento electrónico: <http://www.territorioscentroamericanos.org/turismorural/Documentos%20compartidos/Gu%C3%ADa%20para%20elaborar%20el%20plan%20de%20desarrollo%20tur%C3%ADstico%20de%20un%20territorio.pdf>.
- NETO, I. A. S. O.; TEIXEIRA, L. A.; SILVA, J. T. M. (2008) *“A imagem de Belo Horizonte: um estudo para sua identificação por meio da técnica de configuração de imagem de produto”*. Observatório de Inovação do Turismo - Revista Acadêmica, v. III, n. 2, Junho. Citado por Avelar, Jean Max, Neves, Otaviano Francisco, & Vieira Junior, Jonas Antônio. (2010). La atraktividad turística de Belo Horizonte según la percepción de sus habitantes. *Estudios y perspectivas en turismo*, 19(6), 1072-1089. Recuperado en 16 de abril de 2016, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322010000600011&lng=es&tlng=es.

- NOIA, ANGYE CÁSSIA, AVILA, MARCO AURÉLIO, & CARTIBANI MIDLEJ, MOEMA BADARÓ. (2009). *Desarrollo turístico y comunidad local: Valoraciones y expectativas de los residentes de Ilhéus-BA, Brasil. Estudios y perspectivas en turismo*, 18(6), 634-654. Recuperado en 16 de abril de 2016, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322009000600001&lng=es&tlng=es.
- OMT (Organización Mundial del Turismo) (2010): UNWTO News. *www.UNWTO.org Issue 1/2010*
- OVIEDO-GARCÍA, M.A, CASTELLANOS-VERDUGO, M. y MARTIN-RUIZ, D. (2008): «Gaining Residents' Support for Tourism and Planning», *International Journal of Tourism Research* 10 (1): 95–109. Citado por Brida,J, Eugenia Riaño y Sandra Zapata Aguirre. "Percepciones de los residentes acerca de los impactos del turismo de cruceros en la comunidad: un análisis factorial y de clústeres. Cuadernos de Turismo, nº 29, (2012); pp. 79-107. ISSN: 1139-7861. Universidad de Murcia.
- ROYO VELA, M. y RUIZ MOLINA, M.E. (2009): «*Actitud del residente hacia el turismo y el visitante: factores determinantes en el turismo y excursionismo rural-cultural*». *Cuadernos de Turismo* 23: 217-236. Citado por Brida,J, Eugenia Riaño y Sandra Zapata Aguirre. "Percepciones de los residentes acerca de los impactos del turismo de cruceros en la comunidad: un análisis factorial y de clústeres. Cuadernos de Turismo, nº 29, (2012); pp. 79-107. ISSN: 1139-7861. Universidad de Murcia.
- SIMPSON, K., y BREThERTON, P. (2009): «*The Impact of Community Attachment on Host Society and Behaviours Towards Visitors*», *Tourism and Hospitality Planning y Development* 6 (3): 235-246. Citado por Brida,J, Eugenia Riaño y Sandra Zapata Aguirre. "Percepciones de los residentes acerca de los impactos del turismo de cruceros en la comunidad: un análisis factorial y de clústeres. Cuadernos de Turismo, nº 29, (2012); pp. 79-107. ISSN: 1139-7861. Universidad de Murcia.
- TAVARES, JEAN MAX, NEVES, OTAVIANO FRANCISCO, & VIEIRA JUNIOR, JONAS ANTÔNIO. (2010). *La atraktividad turística de Belo Horizonte según la percepción de sus habitantes. Estudios y perspectivas en turismo*, 19(6), 1072-1089. Recuperado en 06 de abril de 2016, de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322010000600011&lng=es&tlng=es.](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322010000600011&lng=es&tlng=es)
- VELA ROYO, M, Y MOLINA RUIZ, E. (2009): "*Actitud del residente hacia el turismo y el visitante: factores determinantes en el turismo y excursionismo rural-cultural*". *Cuadernos de Turismo*, nº 23, (2009); pp. 217-236 Universidad de Murcia ISSN: 1139-7861 Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados. Facultad de Economía. Universidad de Valencia.
- FIGUEROLA PALOMO, M. (1999). "*Las transformaciones del turismo en un fenómeno de masas. La planificación indicativa. (1950-1074)*", en *Historia de la economía del turismo en España*, Pellejeros, C. (Dir.), Madrid. Editorial Cívitas, págs. 77-99.