

Efectos sociales y urbanos de la actividad turística: Estacionalidad, cadenas de valor, y plusvalía urbana.

Pablo Schweitzer.

Cita:

Pablo Schweitzer (2011). *Efectos sociales y urbanos de la actividad turística: Estacionalidad, cadenas de valor, y plusvalía urbana. IX Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-034/485>

Efectos sociales y urbanos de la actividad turística: Estacionalidad, cadenas de valor, y plusvalía urbana

Lic. Pablo Schweitzer
CIHAM – FADU – UBA
pablosarg@gmail.com

Palabras clave: cadena de valor turística, valorización turística, patrimonio, turismo cultural, estacionalidad

Resumen:

Numerosos trabajos dan cuenta de la complejidad de la actividad turística y su medición debido a su transversalidad a los demás sectores económicos. También se sostiene que el turismo es una actividad que impacta en los usos del suelo, que genera especulación inmobiliaria, que puede provocar dinámicas gentrificadoras, y que detrás del discurso del turismo patrimonial hay mercantilización y cosificación de la cultura y del ambiente; sin embargo en el sistema capitalista estos procesos no son exclusivos de la actividad turística.

En el presente artículo pretendemos incorporar al debate tres aspectos que consideramos diferencian notoriamente a la actividad turística de otras actividades urbanas: la estacionalidad de la actividad turística, la inserción de parte del espacio urbano en cadenas de valor de alcance internacional, y la renta turística. Nos enfocaremos en analizar los efectos de la estacionalidad de la actividad turística en la provisión de servicios urbanos, en el mercado de trabajo, y en la sustentabilidad de los establecimientos turísticos; los efectos del discurso patrimonializador en las relaciones de poder al interior de la cadena de valor turística; y de la apropiación privada de ingresos originados a partir de la puesta en circulación de bienes públicos.

El objetivo es poner en discusión las cuestiones que debe considerar la política pública para democratizar la distribución de la renta y morigerar los perjuicios sociales ocasionados por la valorización turística de la ciudad.

La complejidad de la actividad turística

Según la Organización Mundial de Turismo la industria turística está constituida por todas las actividades realizadas por los viajeros durante sus visitas a lugares diferentes a su residencia habitual, por un período inferior a un año (OMT, 1991). Estas actividades constituyen la demanda turística, mientras que la oferta turística está compuesta por el conjunto de bienes y servicios consumidos por los viajeros, que en su mayoría también son consumidos por la población local; en este punto radica la complejidad de la actividad turística.

En la OMT reconocen que a nivel mundial aún no hay acuerdo acerca de cuales son los bienes y servicios específicos de consumo turístico, pero entre ellos mencionan: alimentos y gastronomía, indumentaria, servicios culturales, deportivos y de esparcimiento, servicios públicos (recolección de residuos, seguridad, agua, electricidad, etc.), transporte urbano y de media y larga distancia, servicios de salud y de educación, agencias de viaje, operadores turísticos, hotelería, paisaje, vivienda, entre otros. Es decir que la actividad turística consume tanto bienes privados como bienes públicos, dispersos en forma desigual en el territorio. Es decir que la infraestructura pública, el acervo social y cultural, y por lo tanto de carácter público, forman una parte muy importante del producto turístico.

Para abordar esta complejidad y poder evaluar el impacto económico del turismo la OMT desarrolló

la Cuenta Satélite de Turismo, cuya metodología fue aprobada en marzo de 2000 por la Comisión de Estadísticas de las Naciones Unidas. Ésta Cuenta Satélite de Turismo es similar al Sistema de Cuentas Nacionales pero está enfocada a medir exclusivamente la actividad económica del turismo, su aporte al PBI, a la generación de empleo, y la caracterización de la oferta y demanda del sector. Sin embargo esta cuenta satélite, por su nivel de agregación y encuadre cuantitativista, homogeneiza el territorio y deja de lado las relaciones de poder que se establecen dentro de la cadena de valor turística.

El discurso del Turismo Sustentable, impacto en usos del suelo y la especulación inmobiliaria

Como veremos mas adelante, las actividades turísticas requieren servicios dispuestos en función a la localización de los rasgos locales *considerados atractivos turísticos* por los turistas, al punto de que esa localización implica una imagen de marca distintiva y emblemática. La industria turística precisamente se caracteriza por su alta concentración geográfica, siendo en las localidades turísticas pequeñas particularmente relevante en cuanto a la creación de empleo y valor, y su impacto en la valoración del suelo y la consiguiente asignación espacial de actividades.

Según Topalov (Topalov, Christian. 1979) la ciudad capitalista al concentrar las condiciones generales de la producción (producción, circulación y reproducción de la fuerza de trabajo) es para el capital un valor de uso complejo, porque no es comercializable y porque atiende diversas necesidades articulando espacialmente valores de uso elementales. De esa articulación surgen efectos útiles de la aglomeración que facilitan la complementación funcional de los procesos productivos y la concentración de la fuerza de trabajo, que a su vez constituye un mercado de consumo. Cada elemento es un proceso autónomo, y cada empresa considera estos efectos útiles de la aglomeración como datos externos en su búsqueda de maximizar la ganancia. Algunos de esos elementos circulan como mercancía y son producidos por el capital privado, y otros son provistos como valores de uso por el Estado, valores de uso que contribuyen a la reproducción de la fuerza de trabajo directa e indirectamente.

Debido a su disposición espacial esos efectos útiles de la aglomeración no son reproducibles, son monopolizables y favorecen el surgimiento de rentas diferenciales. Por otro lado la tendencia a la concentración espacial, para aprovechar esa concentración, acentúa el proceso y lleva al desarrollo desigual del espacio y a la concentración de la inversión en los equipamientos colectivos de consumo e infraestructuras en aquellos territorios donde se concentran las actividades en desmedro de otros, que quedan al margen de este proceso de producción de la ciudad. Esos efectos útiles de la aglomeración desde el punto de vista de cada capital individual son externalidades ya que no los produce, y, a su vez, implica su valorización, ya que la inversión pública en infraestructura de uso colectivo valoriza las parcelas de suelo que se benefician diferencialmente debido a su accesibilidad. Por lo tanto la renta se transforma en un mecanismo de asignación espacial de actividades, de manera que las actividades con mayor tasa de ganancia son las que terminan imponiéndose en el uso del suelo.

Para quienes sostienen el discurso del Turismo Sustentable, esta actividad se basa en la diversidad de recursos naturales, sociales y culturales, presentes en un espacio geográfico determinado. Según Valladares (Valladares, 2007) las posibles consecuencias de esta actividad pueden ser la destrucción de hábitats, paisajes, flora y fauna, incrementar el consumo energético, de agua, la generación de residuos, la ocurrencia de incendios forestales, y producir un impacto social y económico negativo sobre las economías locales debido al control de la mayor parte de la industria por grandes operadores e inversores extranjeros. Por lo tanto los criterios de sustentabilidad deben aplicarse a todas estos aspectos y no tan solo a los aspectos económico financieros. Otros autores comparten que la actividad turística puede provocar daños irreparables cuando su nivel de actividad es mayor

que la capacidad del ambiente de integrarla dentro de límites aceptables, transformando las culturas locales en comodities y resultando en la “sobre explotación de la capacidad de carga social y cultural de la comunidad local” (Calafate Boyle, 2007: 14).

El concepto de turismo sustentable se vincula con la idea de preservación del entorno socioambiental donde se realiza, lo que requiere, según los autores anteriormente citados, una gestión especializada con participación local. Desde esta perspectiva se considera que el acervo social (bienes culturales, naturales, materiales o inmateriales) es acumulado por tradición o herencia común, y que expresa valores identitarios que la sociedad reconoce como propios; pero también como un recurso turístico disponible para ser valorizado. El darles reconocimiento de valor patrimonial, a nivel regional, nacional o internacional (a través de Parques Nacionales, Áreas Protegidas, Museos, declaración de Patrimonio de la Humanidad, etc) significaría asumir mayores responsabilidades en su preservación, ya que al provocar un aumento del flujo turístico aumentarían los riesgos de degradación, pero a su vez, al ser fuente de ingresos, podría significar también una fuente de recursos para su sostenimiento. El turismo es visto entonces como una estrategia de difusión, acceso y conocimiento del patrimonio, poniéndolo a disposición de toda la sociedad, y como fuente de recursos para garantizar su protección y preservación a través de una gestión profesionalizada.

Sin embargo algunos autores sostienen que considerar al acervo social como herencia común supone un patrimonio estático e inmodificable y una sociedad receptora y transmisora de un patrimonio heredado. Estos autores consideran al patrimonio como el resultado de procesos actuales de selección de determinados objetos entre un conjunto amplio de objetos pasibles de ser patrimonializados, selección realizada por individuos concretos con intereses particulares y que expresaría las actuales relaciones de poder. Entonces serían “los valores hegemónicos cambiantes, con las autoridades disciplinarias y corporativas socialmente sancionadas y, en definitiva, con la ratificación social de los criterios de selección y activación lo que explica como y porque algunos elementos y no otros se seleccionan y se activan como patrimonio” (Almiron, A; Bertoncello, R y Troncoso C. 2006:3). Esto supone una legitimación de referentes simbólicos a partir de fuentes de autoridad extraculturales, esenciales e inmutables, o sea mas allá del orden social. Desde el discurso del turismo de patrimonio las actividades de definición, preservación y difusión del patrimonio pretenderían que el bien patrimonial está por encima de toda fragmentación social. Pero el patrimonio al ser una herencia histórica producida socialmente puede tener otras interpretaciones. Surge así la visión que lo visualiza como espacio de conflicto y negociación entre sectores sociales inmersos en relaciones de poder, que pone en cuestión la relación entre patrimonio, identidad y cultura, y aquellas identidades que no son expresadas por el patrimonio y quedan invisibilizadas.

Otra arista de esta postura crítica es que los atractivos turísticos no son atributo de los lugares sino que la “condición de atraktividad sería socialmente construida recurriendo en parte a los atributos inherentes al lugar de destino, pero en parte también a otras cuestiones, tales como los intereses específicos de los actores sociales involucrados, los hábitos, y costumbres, las modas, etc.” (Ibid:6). Entonces se valorizarían turísticamente aquellos rasgos que coincidan con, y respondan a, demandas presentes en las sociedades de origen de los turistas. Por lo tanto la transformación en lugar turístico de un lugar que antes no lo era se explicaría a partir de procesos sociales ocurridos en las sociedades emisoras. Esta crítica plantea entonces la existencia de un doble proceso de selección en el turismo de patrimonio, la selección producto del proceso de patrimonialización y la selección producida por la actividad turística que lo valoriza. Este proceso complejo se da en forma subordinada a la lógica de la actividad turística definida en gran medida por las sociedades emisoras y redefine el sentido del patrimonio. Esta preponderancia de procesos sociales ocurridos en las sociedades emisoras coincide con lo expresado en el Informe Final del Manual de Implementación de la Cuenta Satélite de Turismo de la Argentina, elaborado por la Facultad de Ciencias Económicas de la UBA para la SECTUR, donde caracterizan a la actividad turística como un fenómeno principalmente de

demanda, condición que explicaría la complejidad de estimar y medir el impacto económico de la actividad turística, que consieran transversal a los demás sectores de la economía y (FCE – UBA, 2007).

Siguiendo a Harvey, y en consonancia con lo expuesto desde Topalov, esos autores sostienen que el capital tiende a ejercer un control exclusivo sobre ciertos elementos únicos, no reproducibles y pasibles de ser comercializados. Y el patrimonio, al ser considerado único y no reproducible, puede ser comercializado a través de la práctica turística. Y al estar fijos en el espacio, los sitios de patrimonio, a través de procesos de valorización territorial, generan renta a través de la propiedad del suelo o del control de la infraestructura necesaria para su puesta en circulación como mercancía. Es decir serían patrimonializados solo los rasgos o elementos que puedan ser mercantilizados por el turismo, que permitan la generación de rentas y apropiación de ganancias a los actores involucrados en el proceso y en función a los intereses y lógicas de la demanda de la sociedad emisiva. Por ende el ser considerado como patrimonio serviría como atributo de marketing en la competencia con otros destinos turísticos.

Por lo tanto el mismo efecto de implantación de infraestructuras públicas, como una estación de subte, puede ser provocado por la valorización turística de una parte de la ciudad, que se convierte en destino o lugar de paso de contingentes turísticos, si es que la capacidad de consumo de estos turistas es significativamente mayor que la de la población local. En otras palabras: en una ciudad, su paisaje y su infraestructura son externalidades que benefician a la reproducción del Capital inmobiliario, pero estas externalidades constituyen la razón de ser del capital turístico, ya que son las que motivan el movimiento turístico. Por lo tanto el uso y apropiación del capital público por parte del capital privado, que así se valoriza, es mucho mas intenso en la actividad turística ya que la renta diferencial así generada tiene su origen exclusivo en estas externalidades, aumentando la demanda de intervención estatal para el sostenimiento de estas externalidades por parte de los diferentes sectores que conforman la industria turística y los conflictos por el uso del suelo con otros sectores sociales. Cabe preguntarse entonces, si es justa la sobreapropiación privada de ese plusvalor en base al usufructo de un recurso producido socialmente.

Si hacemos el ejercicio de comparar los precios del Sheraton de Iguazú respecto a los demás Sheraton en la Argentina¹ veremos que es uno de los más caros, duplicando los precios del Sheraton de la ciudad de Salta cuando Iguazú tiene una mejor estacionalidad. La diferencia de precios se explicaría por el monopolio de la vista a las cataratas que tiene el hotel.

Sustitución de locales por turistas: clientes, empleados, y empresarios

La complejidad para delimitar los efectos económicos de la actividad turística implica que la afluencia constante de turistas contribuye al aumento del tamaño del mercado y a la generación de puestos de trabajo. Pero en la medida que la capacidad de consumo del turista supere a la del consumidor local también puede impactar sobre los precios de alimentos, alquileres de viviendas y transportes que debe pagar el consumidor local generando espacios de conflicto potencial, o incluso procesos de gentrificación o fuga de divisas para importar los productos y servicios consumidos por los turistas si no son producidos localmente.

Una consecuencia de ser una actividad de demanda, es que los miembros de las sociedades emisoras están en mejores condiciones que la población local para ponderar la atractividad turística de un área, como bien lo ilustran Cammerata y Vitale en su análisis de la valorización turística de los Saltos del Moconá “mi peón me dice doña no diga mas eso porque la gente dice que está loca... porque yo decía que iban a hacer cabañas para turismo... nos decían: esta gente loca, los porteños están locos” (citado en Cammarata, E y Vitale, E. 2010).

Por lo hasta aquí expuesto consideramos oportuno hipotetizar que los ex turistas devenidos empresarios o trabajadores de la actividad turística, al portar un sentido común por lo general más afín al del visitante suelen incorporarse al mercado con ventaja sobre la población local, y que en el caso de aquellos ex turistas que se incorporan al mercado desde un rol empresarial o de dirección, esta mayor cercanía con el sentido común del turista suele ser acompañada por un acceso diferencial a contactos comerciales y a recursos financieros, lo que los posiciona mejor que sus competidores locales en el mercado.

Otra consecuencia no menor de ser una actividad principalmente de demanda, es que en la comercialización de las actividades turísticas compiten empresas que actúan a diferente escala: local, provincial, nacional, regional, e internacional; y que el conocimiento de la demanda y sus pautas de consumo, la cercanía física, las facilidades bancarias, y la mayor diversificación de productos otorgan a estas últimas ventajas competitivas considerables, y mayor capacidad de negociación en las transacciones al interior de la cadena de valor y mejores condiciones para integrar verticalmente los esquemas de negocio. Y si la actividad turística impacta diferencialmente en función de la localización de los rasgos locales valorizados turísticamente, podemos suponer que la asignación de usos del suelo a nivel local pueda estar subordinada a la lógica impuesta por los operadores turísticos de mayor escala.

A modo de ejemplo tenemos a los tures bajo la modalidad denominada “Overland” donde toda la transacción se realiza en un país distinto de donde se realiza el servicio, normalmente en algún país europeo o en los EEUU². Esta modalidad consiste en realizar un circuito por tierra en camiones o buses especialmente equipados para transportar unos 20 pasajeros, con chofer y guía. El pago de los vehículos, patentes, seguros, salarios, comercialización, pago de impuestos, etc. se realiza todo en el país donde la empresa tiene sede. En estos vehículos los turistas casi no establecen vínculos con los lugares que visitan, y colaboran muy poco con la economía local, y, de hecho, según relevamientos propios en establecimientos de la categoría hostel de argentina, el arribo de estos grupos a un establecimiento hotelero es precedido de una dura negociación de precios, con promesas de una demanda constante pero sin establecer compromisos contractuales. En esta modalidad solo actúan operadores internacionales, que no necesariamente tienen presencia en el país, pudiendo estar dispersos por todo el mundo, en especial en los lugares de origen de la demanda. Por lo tanto gran parte de los controles e impuestos son de difícil realización por parte de los entes locales, provinciales o nacionales lo que implica una transferencia gratuita de renta turística hacia el exterior.

Otra forma de subordinación de los usos del suelo a la lógica impuesta por los operadores turísticos de mayor escala es la industria de las guías de viajes (Lonely Planet, Lets Go, Footprint, Routard, Petit Fute, Trotamundos, Hostelworld, TripAdvisor, etc.). Estas guías en su totalidad son originarias de países Europeos, Australia y los EEUU, son multilingües y tienen circulación internacional. En sus páginas describen y cuentan la historia de cada lugar de destino, dándoles sentido, y despliegan información consolidada, listando actividades, operadores turísticos, y consejos. Están organizadas jerárquicamente, de manera que el lector puede adquirir una guía de Sudamérica, de dos o tres países sudamericanos en particular, de uno solo de esos países o de una región o localidad (como el caso de Patagonia Argentina & Chilena, de Lonely Planet, o de Buenos Aires, como casi todas ellas. De esta manera las guías recomiendan y desrecomiendan lugares, actividades, y emprendimientos; discriminando así lo visitable de lo no visitable, lo consumible de lo no consumible. Sus redactores en su casi totalidad son de las sociedades emisivas, y, al menos según las pautas de publicación, toman en cuenta las recomendaciones de sus lectores. Esto implica por un lado el reforzamiento de las asimetrías de mercado, y, por el otro, la subordinación de la evaluación de los lugares de destino a los criterios de un redactor fugaz y de un editor lejano.

Se daría así la contradicción de que la ciudad y los atractivos turísticos, que son producidos

socialmente, posibilitan la existencia de una renta turística que es apropiada por propietarios individuales mientras que la población originaria es forzada a trasladarse a localidades vecinas y no puede incorporarse a los sectores más dinámicos del mercado laboral; mientras que el relato sobre los lugares de destino termina siendo propiedad de editoriales extranjeras.

La estacionalidad de la actividad turística

Otro aspecto a destacar de la actividad turística es su distribución temporal, que afecta considerablemente a los servicios urbanos que requiere para realizarse, al desempeño económico de los diferentes oferentes de bienes y servicios, y sus condiciones de trabajo.

En la provisión de servicios urbanos como el agua potable, el gas, la electricidad, el dimensionado de los desagües cloacales, y la recolección y tratamiento de residuos sólidos urbanos; la infraestructura requerida y la dotación de personal se calcula para satisfacer el pico de la demanda (Caso, P 2009). Por lo tanto cuanto más marcada sea la temporada, mayor capacidad ociosa tendrá la infraestructura instalada durante la temporada baja, y esto se traduce en un costo extra que se traslada al consumidor. Por esta razón en muchos municipios turísticos de la costa argentina, que tienen este tipo de estacionalidad, el precio de los servicios públicos se calcula en base al consumo efectuado en temporada alta, para que el costo extra no lo termine pagando el habitante permanente.

Pero aún así, la inversión de capital necesaria para este sobredimensionamiento de infraestructuras, requerido para que pueda realizarse la actividad turística durante temporadas muy marcadas, suele ser asumido por el Estado, siendo su amortización en el muy largo plazo. Por lo tanto, al ser un fenómeno básicamente de demanda, la provisión de estos servicios urbanos básicos implica la realización de inversiones de riesgo por parte del Estado.

A su vez, lógicamente, el aprovechamiento del flujo turístico es diferente en función a la capacidad de los establecimientos. Durante la temporada baja un establecimiento hotelero o gastronómico de gran capacidad puede cerrar o trabajar con una parte de su infraestructura y dotación mínima de personal, mientras que en temporada alta puede trabajar con su capacidad plena utilizando trabajadores temporarios de acuerdo al convenio colectivo de trabajo (el convenio prevé tres tipos de contratación temporaria), de esta manera durante la temporada alta puede acumular excedente para financiar la temporada baja. Mientras que en un establecimiento gastronómico u hotelero de poca capacidad, es altamente probable que su capacidad máxima se encuentre apenas por encima de los costos de subsistencia, no pudiendo reducir personal en temporada baja ni acumular excedente durante la temporada alta, situándose en una posición de subsistencia precaria al punto de no poder sortear eventuales caídas de la demanda.

Esto implica que un establecimiento pequeño deba desarrollar una muy fuerte política comercial para sobrevivir a la baja temporada, y frecuentemente no disponga de los recursos financieros ni de la capacidad de articular con empresas comercializadoras, que suelen estar interesadas en comercializar volumen en temporada alta, o que imponen grandes comisiones durante la temporada baja. Estas condiciones no pueden ser soportadas por un establecimiento pequeño, pues por una cuestión de volumen no dispone de ese margen de rentabilidad bruta. Por otro lado frecuentemente las actividades necesarias para la comercialización de la temporada baja deben ser realizadas durante la temporada alta, provocando un cuello de botella en los establecimientos de menor porte, mientras que las actividades de mantenimiento deben ser realizadas en temporada baja, provocando problemas financieros en esos establecimientos, que suelen tener un acceso mas restringido al crédito.

A un nivel mas micro, en la hotelería, la cantidad de pernoctes promedio por viajero es muy importante ya que combinada con la cantidad de pernoctes mensuales nos señala cuantos viajeros

distintos vendrán por mes. Este dato afecta a costos asociados al recambio de pasajeros (sábanas, material de soporte como mapas, explicaciones más profundas, etc.), a los riesgos sanitarios que esa rotación implica, y a los ingresos asociados a las actividades típicas que realiza un visitante. De hecho el pernocte promedio por visitante suele estar relacionado con el tipo y variedad de actividades que realiza en la zona. Por lo tanto el desarrollo de actividades que tiendan a aumentar el pernocte promedio por visitante es fundamental para mejorar la curva de estacionalidad, sobre todo en temporada baja donde la cantidad de visitantes es significativamente menor. Y aquí entra de nuevo el porte del emprendimiento, ya que en el caso hotelero aquellos de mayor porte tendrán la posibilidad de ofrecer actividades programadas, que incidirán luego en una mayor tasa de ocupación, mientras que los de menor capacidad no podrán realizarlo.

En la Argentina en el Convenio de Trabajo Gastronómico Hotelero se estipula que la determinación de la temporada, a efectos de la contratación de personal por temporada, es de forma individual para cada prestador, que, además, tiene la posibilidad de contratar personal eventual, o transitorio. En la misma dirección Castro del Río (Castro del Río, E. 2009: 17) sostiene que en España el mercado laboral hotelero se caracteriza por utilizar mucha mano de obra, de baja calificación, con una muy elevada rotación de personal debido a la estacionalidad de las tareas, rotación que dificulta su capacitación y que se acrecienta por la diversidad de nacionalidades de los trabajadores, siendo otra característica la dificultad de controlar la actividad debido a su dispersión geográfica.

Entonces si la demanda de la mano de obra depende de las temporadas, y los establecimientos pueden suplir buena parte de su dotación de personal con contratación eventual, consideramos como muy probable que los trabajadores ocupados en estas actividades deban conseguir otro trabajo para las temporadas bajas y que en las localidades chicas esta contratación eventual sea realizada con personal de otras localidades, lo que a su vez puede redundar en problemas de vivienda y provisión de servicios públicos para estos trabajadores golondrina. En sintonía, el impacto de una estacionalidad marcada en una ciudad que no vive del turismo no es comparable al que se produce en una ciudad con perfil marcadamente turístico, en función a la dependencia de la actividad económica local respecto al consumo generado por el flujo turístico.

Esto nos lleva a preguntarnos en la forma en que se organiza la prestación de servicios turísticos en aquellas localidades con temporada corta y poca población, como la mayoría de los balnearios bonaerenses, particularmente sobre la sustentabilidad de los emprendimientos, la calidad de los puestos de trabajo generados, y su equidad urbana.

Paralelamente la estacionalidad de una localidad no debe ser entendida como el simple promedio de ocupación, ya que ese promedio puede esconder diferentes situaciones. Una localidad puede recibir turistas residentes en el propio país (Turismo Interno), turistas residentes en otros países (Turismo Receptivo), o ambos (Turismo Interior); y cada uno de ellos posee una estacionalidad distinta, ya que dependen de las costumbres, los períodos de vacaciones y los feriados de diversos países; además de la influencia del tipo de cambio. Si se superponen las estacionalidades del turismo interno y del receptivo y la capacidad de consumo de ambos universos de turistas son muy diferentes, pueden surgir y coexistir circuitos comerciales diferenciados, y esta superposición puede generar una dualización de los precios, de la oferta turística, y consecuentemente del mercado de trabajo.

Conclusiones y posibles líneas de acción

Consideramos que para que la valorización del espacio urbano, tanto la producida por la valorización turística como por la implantación de infraestructuras públicas, no tenga efectos sociales regresivos es necesario replantear el esquema impositivo sobre la propiedad urbana y el uso comercial de esos rasgos valorizados turísticamente, conjuntamente con la provisión de bienes

públicos por parte del Estado y la financiación de la infraestructura y servicios urbanos.

Además se hace necesaria la intervención estatal en el fortalecimiento de los eslabones más débiles de la cadena de valor turística para evitar la concentración de los ingresos generados en pocos operadores, frecuentemente extralocales; y la realización de políticas de promoción turística a contraestación para mejorar las condiciones de subsistencia de los emprendimientos y, consecuentemente, la posibilidad de brindar mejores condiciones de trabajo.

En ese sentido, cabe preguntarse si en las localidades con estacionalidades muy marcadas, las tipologías hoteleras y parahoteleras tradicionales están en condiciones de desarrollar sus actividades de manera tal que generen buenas condiciones laborales a sus empleados, o si, por el contrario, no se torna necesario implementar nuevas formas de hospedaje con base comunitaria.

Por último, nos preguntamos si el discurso patrimonializador no puede constituirse en una estrategia válida de intervención pública en la disputa con las guías de viajes sobre el relato que da sentido a las localidades turistificadas, la selección de lo visitable, y, consecuentemente, la distribución de buena parte del mercado entre los diferentes tipos y categorías de oferentes de bienes y servicios.

Bibliografía Selectiva

Almiron, A; Bertocello, R y Troncoso C. *Turismo, patrimonio y territorio. Una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina*, Estudios y Perspectivas en Turismo, 15(2):101-124, Buenos Aires, CIET, 2006. <http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/v15n2a01.pdf> última visita 30/10/2010

Calafate Boyle, Susan. *Turismo de Patrimonio: Un enfoque Integral*, Ponencia presentada en el Seminario Internacional sobre Ecoturismo de la Cátedra UNESCO de Turismo Cultural, UNTREF/AMNBA, Buenos Aires 2007

Cammarata, Emilce Beatriz y Vitale, Emiliano. *El espectáculo de naturaleza como estrategia comercial turística en el Alto Uruguay, Misiones. Acciones y representaciones políticas y sociales*. NCeHu 390/10

Caso, Patricia. Apuntes de Cátedra de la asignatura Servicios Urbanos, del PROPUR, FADU-UBA 2009.

Castells, Manuel (1999) “La cuestión urbana”. Editorial Siglo XXI, México, 1999.

Convenio Colectivo de Trabajo Gastronómico Hotelero de la República Argentina disponible en <http://www.uthgra.org.ar> última visita 30/05/2011

Elena Castro del Río (2009). Auditoría del SGPRL en el sector Hostelería - desviaciones más frecuentes. Full Audit, S.A. Barcelona, 16 de noviembre de 2009. Disponible en http://www.fundacionprevent.com/Formacion/2009/docs/20091116_elena_castro.pps última visita 27/05/2011

Facultad de Ciencias Económicas de la UBA. Informe Final del Manual de Implementación de la Cuenta Satélite de Turismo de la Argentina. FCE – UBA. Buenos Aires, 2007. http://2016.turismo.gov.ar/wp_turismo/wp-content/uploads/2007/12/manual-cuenta-satelite-turismo-intro.pdf última visita 30/05/2011

Grimson, Alejandro (comp.). “Fronteras, naciones e identidades”. Ediciones Ciccus - La Crujía,

Buenos Aires, 2000.

HARVEY, David. "Urbanismo y desigualdad social", Siglo XXI, España, 2002

INDEC, "¿Qué es el turismo?" <http://www.indec.gov.ar/nuevaweb/cuadros/9/turismo.pdf> última visita 30/05/2011

INDEC, "Turismo, conceptos y definiciones" http://www.indec.gov.ar/nuevaweb/cuadros/9/turismo_cyd.pdf última visita 30/05/2011

OMT, Conferencia de Ottawa. 1991

Topalov, Christian. "La urbanización Capitalista". Editorial Edicel, México, 1979.

Valladares, Miguel Ángel. "Ecoturismo en España, Panorama actual, conflictos y futuro". Ponencia presentada en el Seminario Internacional sobre Ecoturismo de la Cátedra UNESCO de Turismo Cultural, UNTREF/AMNBA, Buenos Aires 2007

1 <http://www.starwoodhotels.com/sheraton/directory/hotels/south-america/ar/list.html>

2 Para mas información sobre esta modalidad visitar www.overlandclub.com/ o www.oasisoverland.co.uk