

Este documento ha sido descargado de:
This document was downloaded from:



**Portal *de* Promoción y Difusión
Pública *del* Conocimiento
Académico y Científico**

<http://nulan.mdp.edu.ar>

Turismo, territorio y municipio

Tourism, territory and municipality

Noemí Wallingre

Universidad Nacional de Quilmes

nwallingre@unq.edu.ar

Resumen

Los globalizadores cambios planetarios que modificaron los espacios territoriales, provocaron nuevas responsabilidades políticas, promoviendo otras alternativas de desarrollo que también llevaron a moldear las actividades de producción.

Hay un fortalecimiento y asignación de mayores responsabilidades a las escalas más acotadas, como las municipales, al otorgarse a sus sociedades autonomía suficiente para constituirse en garantes de su desarrollo. El rol del municipio, inicia su camino de fortalecimiento y se complejiza en sus responsabilidades. A su vez, al concederse mayor preponderancia a las actividades de servicios, estas se encaminan hacia un protagonismo más activo en el desarrollo. Dicha conjunción, ha repercutido en la actividad turística, dando lugar a lo que Acerenza (2008) denomina la “municipalización del turismo”.

El presente estudio pretende, por un lado, identificar en el contexto territorial general y particular del turismo, las características del municipio actual, con especial acento en el escenario argentino; y por el otro, presentar cuáles son las competencias y responsabilidades de este respecto del turismo, determinando quiénes son los principales agentes para su desarrollo.

Organizativamente, el escrito se inicia con el análisis de la relación entre turismo y territorio; luego se abordan los principios de descentralización territorial y su repercusión en los municipios argentinos y, finalmente, se presentan las competencias que recaen en el municipio respecto del turismo.

Palabras clave: turismo, territorio, municipio, agentes de desarrollo, desarrollo.

Abstract

The globalizers planetary changes, led to modify territorial spaces of political responsibilities promoting new types of development that also led to molding

production activities.

He leaned towards the strengthening and greater accountability to the more limited as the municipal, granting autonomy to their societies to become guarantors of their development. The role of the municipality will begin his journey of strengthening, and it will increase their responsibilities. At the same time, it comes giving greater preponderance to service activities, which are routed to a greater role in development. The above mentioned sum, had an impact on tourism activity and resulted in Acerenza (2008) termed the 'municipalization of the tourism'.

This test is intended to identify, in the territorial context in general, and particularly tourism, the characteristics of the current municipality with special emphasis on the Argentine, stage to present what are the competitions and responsibilities, on the tourism, and they are the agents of development.

Keywords: *tourism, territory, municipality, development agents, development.*

Introducción

En las últimas décadas, el fenómeno globalizador tendió a modificar los espacios territoriales de responsabilidades políticas, a la vez que las actividades terciarias se encaminaron hacia un mayor protagonismo en el desarrollo. Sus marcadas características llevaron a pensar en una “nueva territorialidad de responsabilidades políticas”, en la que el Estado-nación cede espacio en favor de otros espacios político-territoriales. Esto tuvo como consecuencia que con el Estado nacional se entrelazaran diferentes escalas, como las regionales, las provinciales y las municipales, a la vez que se logró una mayor apertura e interacción con los mercados y con la sociedad civil. Dicha territorialidad permitió ir redefiniendo los roles y las asignaciones del Estado-nación para dar un mayor lugar al fortalecimiento y la responsabilidad de los gobiernos municipales. Si bien en una primera etapa, aún enmarcada en modelos de corte centralista, como lo plantea Arocena (2001), las instituciones locales asumieron el simple papel de administradoras sin capacidad de decisión política, lo que afectaba principalmente a ciudades medianas y pequeñas; esa realidad tendió a modificarse a partir de la asignación de una autonomía suficiente para constituirse en garantes y desarrolladores de una auténtica democracia. Desde entonces, el rol del municipio inició su camino de fortalecimiento y se complejizó, tanto en sus responsabilidades y decisiones como en sus acciones. Esta realidad alcanzó a la actividad turística y dio lugar a lo que Acerenza (2008) ha dado en llamar la “municipalización del turismo”; a partir de haberse otorgado a estos el derecho de formular sus propios planes de desarrollo sectorial en el ámbito territorial de su jurisdicción.

Partiendo de esas transformaciones, en el marco del contexto territorial general y particular del turismo, es preciso identificar cuáles son, respecto del

turismo, las competencias y responsabilidades del municipio, y cuáles son los principales agentes para su desarrollo, con especial acento en el escenario argentino. En esos temas se centrará el presente artículo.

Turismo y territorio

A nivel mundial se fortaleció la tercerización de la economía, incrementándose las actividades terciarias, tendencia que, como dice Sileo (2011), moldea también los territorios. Nuevas prioridades y preferencias demandan espacios que proporcionen lo necesario para la supervivencia del modelo actual y que produzcan transformaciones territoriales. El turismo causa esas transformaciones: modifica las distribuciones espaciales, impulsa las localizaciones de empresas y, en algunos casos, también incrementa la población a través de la acogida de personas. Mediante la puesta en marcha de proyectos de desarrollo, el turismo se presenta como un sector productivo de servicios que requiere de ubicaciones espaciales concretas, asumiendo diferentes escalas territoriales -tanto en espacios amplios como acotados- en las cuales se localiza, gestiona, y permite encaminar desarrollos. Esa actividad, profundamente ligada al aprovechamiento de determinados recursos como los naturales e histórico-culturales, se desarrolla en el mismo espacio económico creado por los seres humanos y se distribuye en el planeta según patrones de localización específicos, que determinan el modo en que cada actividad económica tiende a asentarse en los territorios que le resultan más beneficiosos. En la ordenación del turismo en el espacio, intervienen, modificándolo -tal como lo hace cualquier otra actividad humana-, factores naturales, sociales, políticos y económicos. De esta combinación, surgen las regiones favorecidas por los desplazamientos turísticos, que se manifiestan en el espacio, impactándolo y promoviendo su constante evolución (Sileo, 2011).

Es en este sentido, que el territorio es un componente fundamental del sistema turístico, en el que interactúan tanto los visitantes como los residentes, y el conglomerado de empresas y organismos del sector que llevarán adelante los procesos de desarrollo. Así, el “recorte” territorial, en tanto espacio económico y social para el desarrollo del turismo, se debe realizar a partir de las características especiales que para esos fines disponga un territorio.

Ahora bien, tal como lo plantea Ivars (2003), hay que precisar que la gran variabilidad formal y funcional que presenta la implantación territorial del turismo dificulta una clasificación del conjunto de los espacios turísticos. Las diversas manifestaciones territoriales pueden tener espacializaciones diferentes que agreguen complejidad al territorio, lo cual permite el reconocimiento de espacios para el turismo de naturaleza, cultural, urbano, rural, litoral e insular (Vera, 1997); también los espacios dominados por el modelo desarrollador de las grandes corporaciones, en contraposición con

otros en los que se establecen desarrollos con una dinámica distributiva mediante proyectos de pequeñas dimensiones; dan lugar a diferentes instancias de aprovechamiento del territorio. Asimismo, existen territorios turísticos de escala nacional, regional, corredores, áreas, zonas, complejos, comarcas o microrregiones, complejos turísticos integrados –es el caso de los *resort-*, y los municipios. La tendencia más reciente es procurar que esta diversidad espacial se articule, para obtener una integración regional, que puede ser macro-micro o nacional-internacional. Dicha integración-articulación se sostiene en la idea de la búsqueda de cooperación para facilitar la homogeneidad de todos los componentes del sistema turístico, de modo que contribuyan a impulsar y facilitar los desplazamientos de la demanda objetiva con su consecuente incremento, lo que, por lo tanto, permitiría la potenciación, diversificación, fortalecimiento y, posiblemente; el logro de mayores beneficios socioeconómicos.

Asimismo, se comenzó a poner el acento en las escalas territoriales más reducidas, como las municipales¹. ¿Por qué importa delimitar escalas territoriales acotadas? Puesto que los actores funcionan y se integran mejor en ese tipo de escala y, como sostiene Boisier (2004), la enorme mayoría de las personas desenvuelve toda su vida en un entorno territorial, en un espacio cotidiano, de muy pequeño tamaño. Allí, afirma el autor, una vastísima proporción de los seres humanos nacen, se educan, trabajan, forman familia, requieren servicios varios, etc. Es tan pequeño este territorio que resulta fácil hipotetizar que las posibilidades de realización personal, el logro de cada proyecto de vida, están íntimamente articulados con su suerte. Si al territorio le va bien, las probabilidades de que al individuo le vaya bien, serán mayores. En la escena local -de escala reducida-, convergen la necesidad de crear riqueza con la necesidad de salvaguardar los recursos naturales; la urgencia por generar empleos, con la urgencia de responder a las necesidades esenciales de la población. En este espacio se expresa, como en ningún otro nivel, la articulación entre lo singular y lo universal (Arocena, 2001).

Concretamente sobre la ciudad, Vázquez Barquero (2005:95) aporta:

¹ En 1915, Robert Park se refirió a la ciudad como un estado de ánimo, como una compleja organización que resulta de las interacciones entre un orden material y un orden moral, como la obra colectiva más creativa realizada por los seres humanos, como el hábitat natural del hombre civilizado (Huete y Mantecón, 2011). La ciudad es un ámbito artificial inventado y construido por el hombre, cuyo fin práctico es habitar en sociedad; hombres distintos construyeron ciudades con personalidades diversas (Boullón, 1990).

La ciudad es, y ha sido siempre, el espacio central de los cambios del sistema económico y productivo y de la reorganización del sistema institucional. De ahí que el crecimiento de la renta (de la inversión y el empleo), el cambio estructural y los procesos de innovación estén asociados al desarrollo urbano. Por ello, se puede decir que las ciudades desempeñan y han desempeñado un papel estratégico en la evolución de las sociedades y en el desarrollo económico en todos los períodos históricos.

Añade que las mismas propician la proximidad entre las empresas y los actores; favorecen la diversidad en la producción; fomentan la interacción y la formación de redes; crean lugares de encuentro entre todo tipo de actores; y estimulan los procesos de innovación. En ellas se concretan las inversiones empresariales, en tanto se garanticen formas de infraestructura modernas de transporte y comunicaciones. Esto da lugar a las denominadas economías de aglomeración, en las que se goza de la ventaja de la proximidad, que abarata los costos de transacción e intercambio. Las ciudades son, sin duda, redes de proximidad espacial, cultural y organizativa, mientras que es el municipio el que cuenta con un territorio y una población residente donde se ejercen las acciones de su jurisdicción. Se las distingue como el ámbito espacial que facilita, debido a la cercanía de todos sus miembros, y lleva implícita la idea del ejercicio de la democracia descentralizada. De ese modo, las ciudades deben contribuir a la incorporación de nuevos sectores productivos, a la reactivación de los existentes y, como un todo, a una diversificación de su matriz productiva que tienda a generar mayores oportunidades (Pesci, 2000). Para Vázquez Barquero (2005), el aumento de las actividades de servicios – como los centros especializados en actividades productivas, siendo el caso del turismo– profundiza aún más la dimensión urbana del desarrollo económico y facilita la mayor integración del sistema productivo en el territorio, aunque esto no significa que deba tener una única y absoluta espacialización, sino que, por el contrario, es conveniente que no sea así.

La unidad territorial municipal tiene la responsabilidad de su ordenamiento, a través de la implementación de planes urbanísticos para establecer las posibilidades y restricciones para el uso del suelo, separando las actividades a desarrollar por zonas y posible ubicación. Mediante un código de planeamiento urbano y territorial, es posible instaurar áreas urbanas, rurales, urbanizables; de urbanización condicionada y no urbanizables.

El municipio tradicional cumplía el rol básico de administrar sus recursos y obtener los del resto de los niveles de gobierno, por lo que ocupaba el centro de la escena y monopolizaba la acción pública. El municipio actual debe abandonar este Estado-centrismo y actuar como catalizador, facilitador de oportunidades y coordinador, y no solo como distribuidor de recursos (Villar, 2007).

En cuanto a la actividad turística en concreto, en muchos municipios el territorio no es exclusivo de este sector, sino que es compartido con otros, con los cuales se disputa el uso del suelo, prevaleciendo, en algunos casos, los

procesos de gentrificación². Para Ivars (2003), la implantación del turismo como sector productivo de servicios lo convierte en un espacio especializado que puede llevar a una ciudad, pueblo o aldea al crecimiento urbanístico. A muchas ciudades, incluyendo las más pequeñas, la incorporación de este sector, acompañado por una capacidad emprendedora, las transforma en más competitivas e innovadoras.

Un municipio turístico puede ser urbano o rural, y puede incluir metrópolis, ciudades medianas, pequeñas y hasta poblados. En sus distintas dimensiones, cuentan con diferentes tipos de recursos, tanto económicos como humanos, naturales, históricos y culturales, que no dan lugar a la implementación de iguales estrategias de desarrollo, por lo que la perspectiva del turismo será particular para cada localidad.

Estas realidades, condujeron a que varios países sudamericanos (Perú, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, Argentina) tendieran a la descentralización como objetivo de Estado, y asignaran a los gobiernos municipales mayor autonomía, recursos y competencias, que han repercutido favorablemente en el sector del turismo; a pesar de que varios de esos países no han adoptado, como la Argentina, la forma federal de gobierno. En el caso del Perú, la ley para el desarrollo del turismo nacional (1998) expone la función municipal y su importancia para la contribución al proceso de gestión turística, a partir de la descentralización. En Bolivia, desde 1993, el gobierno nacional demuestra interés en el fortalecimiento del turismo y considera otorgar mayor autonomía y control administrativo a nivel departamental y municipal, por lo que los alcaldes municipales tienen amplias funciones en esa materia. Brasil, busca coordinadamente llevar adelante un programa nacional de municipalización del turismo. En Colombia, el gobierno central dispuso que la Corporación Nacional de Turismo estableciera oficinas regionales en diversas ciudades, y se buscó que las gobernaciones y las alcaldías tomaran la iniciativa para establecer entidades o mecanismos que permitieran al turismo tener mayor relevancia regional. En Ecuador, desde el año 2000, se desarrolló un modelo de descentralización turística que busca consolidar la autoridad nacional como facilitadora del desarrollo sectorial, fortaleciendo el aspecto institucional de los municipios y los consejos provinciales para asunción de la gestión local del turismo. En Paraguay, el Plan Nacional de Municipalización del Turismo responde al proceso de descentralización político-administrativa iniciado en

² Reciben esa denominación los procesos que producen desplazamiento de un espacio ocupado por un sector social, hacia otro sector de mayor poder económico, a través de la valorización del suelo.

1992, según el cual la gestión municipal apunta a la participación departamental y municipal. Chile tiende a desarrollar acciones para fortalecer la forma en que los gobiernos locales participan, en el ámbito de su competencia territorial, en la planificación, administración, fomento y promoción del turismo.

Lo anteriormente expuesto, ha puesto de manifiesto el carácter central que ocupan los municipios en cuanto al fomento y desarrollo del turismo.

Descentralización territorial y municipio en Argentina

En Argentina el principio de descentralización encontró sustento en la Reforma del Estado (1989) instrumentada por la Ley 23.696³, y en la reforma constitucional (1994), que concluye un proceso de descentralización de funciones de la Nación a las provincias y de estas a los municipios. La Carta Magna establece que la Argentina es una república federal, con su territorio dividido en provincias, y estas en departamentos, lo que conforma el sistema federal de gobierno, a través de un reparto de competencias entre la Nación y las provincias. “Este es el concepto de federalismo que plasma la Constitución, entendido como la descentralización del poder sobre la base territorial. Este aspecto de gobierno federal definirá el marco de competencia municipal [...]” (Montoya, 2009: 26).

Las provincias son autónomas y poseen facultades para legislar sobre las municipalidades, respetando el principio de autonomía brindado a estas por la reforma constitucional. Esto se manifiesta en el art.121, que establece que las provincias conservan todo el poder no delegado por la Constitución al gobierno federal. El art.123 determina que cada provincia dicta su propia constitución, conforme a lo dispuesto por el art. 5°, que impone a las provincias -entre otros deberes constitucionales-, la obligación de asegurar el régimen municipal. Bajo estas condiciones, la Nación es garante de su autonomía (art.6°).

³ Fijaba no solo la relocalización del Estado nacional, sino también del provincial y municipal. El cambio debía estar acompañado por la transferencia al sector privado de las actividades prestacionales, llevadas a cabo por empresas públicas provinciales y municipales. Paralelamente, la reforma significaba también transferir actividades, bienes y servicios de Estado a Estado, es decir, de la Nación a las provincias y a los municipios; y de las provincias a los municipios. La descentralización fue otro principio adoptado por la reforma debido a que no hay descentralización sin delegación y transferencia de funciones a órganos de escala menor de poder (Dromi, 1997).

Si bien la Constitución reformada incorpora unas pocas modificaciones, estas son de gran relevancia en lo que se refiere a los municipios (del Busto, 2014), puesto que se instituye el reconocimiento de la entidad política municipal; se asegura su autonomía y se relega su alcance y contenido en el orden institucional, político, administrativo, económico y financiero. Al asignarle mayores responsabilidades en sus decisiones y acciones y logrando que cobre un mayor protagonismo en el desarrollo local, estas bases han fortalecido el rol del municipio, ya que: “Si se pretende descentralizar, hay que fortalecer a los gobiernos locales para que crezcan y se desarrollen [...]” (Montoya, 2009:37).

La Constitución reconoce al municipio como instancia para el ejercicio del poder, que se va acercando escalonadamente a las autoridades-ciudadanos-municipio. Debido a que la prestación de los servicios locales recae en el municipio, es que se tendió a reasignarle el protagonismo expresado en la Constitución porque, más allá de las funciones que poseen la nación y las provincias en el desarrollo del país; el bienestar particular de cada comuna debe ser gestionado por el intendente o por el presidente municipal (Montoya, 2009).

La definición de municipio contempla tres dimensiones centrales: a) territorial, en cuanto define el espacio sobre el que ejerce sus competencias municipales; b) estatal del municipio, esto es, como aparato gubernamental, siendo el más cercano y accesible para la sociedad; y c) sociedad local, en tanto reconoce a los actores sociales, económicos y políticos que interactúan en ese ámbito territorial. En Argentina se distinguen, según las provincias, el sistema de municipio condado (también designado ejido colindante, sistema de partido, departamento o distrito) que incluye áreas urbanas y rurales; y el sistema de ejido urbano, que hace coincidir los límites del municipio con los de la construcción urbana (a los cuales suele adicionarse bajo el alcance del municipio un área rural como provisión al crecimiento de la ciudad). Las constituciones provinciales establecen dos grandes niveles con sus respectivos subniveles. Por un lado, se encuentran aquellos que denominan “municipio”, que incluyen a todas las formas de gobierno local, reconociendo, generalmente, diferentes categorías. Por otro, los niveles que diferencian a los municipios de otras entidades de gobierno local (comuna, comisión municipal o de fomento, delegación municipal, etc.), y finalmente los que tienen un sistema mixto, que contempla, tanto distintas categorías de municipios, como a las demás entidades mencionadas (Villar, 2007).

El municipio, circunscripto a la jurisdicción municipal, comprende el

ejido urbano y también zonas suburbanas y delegaciones municipales; es un espacio políticamente organizado, nutrido de una comunidad sociopolítica natural, con vida urbana propia e intereses específicos, y le corresponde el gobierno y la administración para garantizar las condiciones de vida de sus ciudadanos. La mayor autonomía municipal⁴ le permite la sanción de sus propias cartas orgánicas (en los que tienen más de 5000 o 10 000 habitantes, según la provincia), la posibilidad de crear determinados tributos y de recibir una cuota, parte de la coparticipación federal del gobierno nacional. Además, la noción de municipio trasciende la de gobierno municipal, que es el que gestiona y administra. El sistema político de la esfera municipal está constituido por un Concejo Deliberante y por el Ejecutivo municipal. El primero, cumple la función legislativa de crear ordenanzas que legislan asuntos comunales para dar respuesta a intereses y servicios locales, y ejerce el control legal y político de la gestión del Ejecutivo municipal. Este último está facultado o autorizado para gestionar eficientemente los intereses comunales (Montoya, 2009). Estos mecanismos permiten que el municipio sea una sociedad que se auto-gestiona, limitada por los márgenes que impone la pertenencia a una comunidad mayor (la Nación) y la estructura jurídico-institucional que la regula. De esta forma, la sociedad local se encuentra en condiciones jurídicas y políticas para delinear su propio proyecto de desarrollo en el marco de uno nacional y regional (Villar, 2007).

Un último aspecto es que, a pesar de la autonomía, la tradición histórica argentina dispone de un modelo de recaudación centralista por parte del Estado nacional y el sistema tributario argentino, que tiende a desfavorecerlos, por lo que se ven limitados en sus recursos económicos y, en consecuencia, muchas veces, también en sus estrategias y acciones, porque solo están facultados para crear tasas retributivas de servicios y contribuciones por mejoras, y solo pueden percibir los impuestos que les delega la autoridad provincial.

⁴ Si bien el concepto de descentralización implica una transferencia definitiva de competencias y autonomía para adoptar decisiones, en algunos casos comprende la descentralización política y en otros, solamente la operativa. La primera es la transferencia de procesos democráticos de decisión sobre gasto y financiamiento para la provisión de determinados bienes públicos, desde una jurisdicción político-administrativa dada a otra más reducida. La segunda se da en los casos de provisión de bienes públicos en los que no se descentraliza el poder de decisión sobre qué, cuánto y con qué aportes ciudadanos se los proveerá; sino solamente, sobre la operación de decisiones adoptadas al respecto por un gobierno central (Finot, 2005).

Competencias del municipio en el sector turismo

En coincidencia con los principios de descentralización expuestos, el desarrollo del turismo puede asumir diferentes escalas territoriales pero las más acotadas, como las municipales, tienden a facilitarlos a partir del otorgamiento, a estos territorios, al derecho de formular sus propios planes de desarrollo sectorial. Esto se debe a que, en el turismo, es el municipio el espacio en el que se organiza, gestiona y percibe el producto turístico; y donde, asimismo, tiene lugar el encuentro entre la oferta, la demanda y la sociedad residente. Esto es válido para encauzar el desarrollo de destinos turístico recientes, -que incluye a los llamados emergentes-, como para los que se encuentran en su etapa de consolidación o maduración, y cualquiera sea la tipología turística que asuman (según su funcionamiento, su relación con la oferta y la demanda, su etapa de evolución, los parámetros de planificación, y otros).

Si bien se sabe que desde el inicio del *Grand Tour* las ciudades son los destinos turísticos por excelencia en el imaginario colectivo e integran el segmento de mayor tendencia y continuo crecimiento a través de los años (Antón Clavé, 2008); sobre el total de municipios de un país, no todos pueden ser o pueden constituirse en turísticos. Son muchas las localidades que suelen ser denominadas turísticas por las que los visitantes, en mayor o menor número, “pasan” o permanecen esporádicamente, situación que no permite definirlos como tales. No alcanzan el estatus de destino turístico, porque no cumplen con su función de satisfacer y abastecer este tipo de demanda y generar beneficios a las comunidades residentes. A esto se suma que hay ciudades en las cuales el turismo es el principal sector de desarrollo, mientras que, en otras es secundario o complementario, una actividad de crecimiento adicional para las comunidades (Wallingre, 2011), realidad que, en este último caso, también dificulta su incorporación como turísticas.

Montaner Montejano (2002), Acerenza (2008), Boullón (1995), Ejarque (2005), Ivars (2003), entre otros, han contribuido a la tipificación del municipio turístico. Siguiendo a esos autores, la identificación de un municipio turístico puede realizarse a partir de:

- a. parámetros cuantitativos (tipo y cantidad de oferta de alojamiento; gran ocupación del suelo urbano con esos fines; relación entre el número de alojamientos y de viviendas de residentes permanentes; relación entre el número de turistas y el de residentes permanentes; relación entre los ingresos por turismo y el producto bruto interno del municipio; fuerte incremento de visitantes estacionales; volumen de visitantes y distribución temporal; e importancia del turismo en la economía local).
- b. parámetros cualitativos mediante el conocimiento de la percepción y la actitud de la población residente sobre el turismo.
- c. parámetros mixtos, mediante la combinación de los anteriores.

Otra opción es la definición de municipios turísticos a partir de:

- a. la demanda que recibe;
- b. la relación con el funcionamiento y de acuerdo con su localización, atractivos y permanencia de la demanda (centros turísticos de estadía, de distribución, de escala, de excursión y recreativo); y
- c. la relación con la oferta (tamaño, diversidad y calidad).

Sin ánimo de profundizar en estos aportes, es posible sostener que un municipio se asume como unidad de producción turística (municipio turístico) a partir de la consideración del territorio como un componente esencial e integral del sistema turístico y la implementación de estrategias de ordenamiento para el uso del suelo, mediante la debida reglamentación; ejerciendo la apropiación de los recursos para su desarrollo. Será turístico según la actividad preponderante en su territorio -entre las que se encuentran las comerciales, industriales, rurales, forestales, mineras, petroleras, financieras, entre otras-, si reúne un conjunto de capacidades para dar respuesta y satisfacción a las demandas específicas que otras localidades no poseen. En suma, un municipio turístico, a diferencia de otros, es ese territorio de límites concretos, habitado por seres humanos que residen de manera permanente y están dispuestos a apoyar y a acompañar la actividad, que cada día tienen experiencias, comparten conflictos y emociones, hacen cosas, piensan, sienten y dan sentido a sus vidas y con todo ello construyen su identidad y fomentan su desarrollo. Otros seres humanos, denominados visitantes, lo transitan por un tiempo limitado, a la vez que conviven con la identidad de los residentes. Debe contar con un gobierno que promueva el turismo, con una oferta -de bienes, infraestructuras, equipamientos, servicios, atractivos y productos acordes a la actividad-, determinado nivel de demanda periódica y sostenida en el tiempo, y tener una incidencia representativa en los efectos socioeconómicos que este sector produce en relación con los restantes, si los hubiere. El municipio turístico en conjunto tiene que actuar como una organización; definir una imagen que le permita aparecer en el mercado con entidad y personalidad propia, fácilmente perceptible por parte de la demanda.

Como sumatoria, un municipio, para lograr su “estatus turístico” debe:

- considerar y reconocer el sector de turismo como base prioritaria del desarrollo socioeconómico de la sociedad;
- disponer de una unidad político-administrativa con capacidad de diseñar e implementar políticas turísticas y contar con un organismo de turismo a escala local;
- crear un marco jurídico que otorgue competencias, regule atribuciones, beneficios y deberes en materia de turismo;
- contar con autoridades públicas y privadas, y liderazgo local para impulsar el desarrollo y la gestión del turismo;

- disponer de recursos capaces de ser convertidos en productos turísticos;
- poseer infraestructuras, bienes y equipamientos que satisfagan las necesidades de los visitantes y de presupuestos para su construcción, ampliación o mejora;
- disponer de empresas productoras de servicios al turismo;
- propender a la recepción de un importante -o determinado- nivel de ingresos de visitantes a través de los años;
- contar con una comunidad residente que, de una u otra manera, se involucre con esta alternativa de producción;
- disponer de un presupuesto municipal asignado al sector;
- contar con recursos humanos formados para la actividad.

Agentes de desarrollo de municipios turísticos

El desarrollo de un municipio turístico necesita de la participación de numerosos actores, cada uno de ellos buscará atender a los requerimientos y las expectativas concretas, muchas veces sectoriales, orientadas a responder a la demanda, y a las necesidades de los visitantes, las cuales deben sostenerse en condiciones que aseguren su sustentabilidad. Se requiere una clara identificación de los actores que asumirán el compromiso de liderar las acciones del desarrollo. Además, se debe tener en cuenta que las limitaciones en el desarrollo del turismo se relacionan, básicamente, con la falta de consenso y de cooperación, de persistencia en el liderazgo participativo y de adaptación institucional, y no tanto con la falta de recursos.

Los niveles y tipos de participación de los actores pueden ir variando a través del tiempo y darse en dos procesos distintos: a) en la formulación de políticas y decisiones públicas, lo que tiene por objetivo ampliar el espectro de actores implicados en la elaboración y diseño de las políticas, y b) en la gestión de programas o servicios públicos -o de otro tipo- lo que da lugar a formas de colaboración diversas y en etapas distintas. Así, las estructuras participativas podrían asumir tres modalidades, según el campo de intervención se refiera al momento de la formulación de las políticas; a la instancia de implementación o ejecución de las acciones; o al período de su evaluación y control (Villar, 2005).

Es sumamente importante identificar quiénes deben dar el puntapié inicial para concretar el desarrollo, si bien esto no conlleva a una única respuesta, dado que la misma dependerá de las características sociales de cada localidad. En algunas, será el gobierno municipal, en otras, el gobierno provincial, o el sector privado, o la comunidad civil organizada, o de manera conjunta, etc. Dependerá de quiénes posean las mejores ideas e iniciativas y el espíritu emprendedor, sostenidos en proyectos viables y genuinos, que actuarán como el mecanismo impulsor que despertará el interés, motivará y

movilizará a otros actores. Se debe tener claridad con respecto a que, en la actividad turística, para llevar adelante tanto el desarrollo, como las estrategias de gestión municipal, hay que integrar e involucrar la participación de numerosos actores; dado que, de una u otra forma, se comprometen y asumen roles. Participan: el gobierno municipal, que interactúa con sus pares de otras jurisdicciones; el organismo de turismo de dicho gobierno, incluyendo, tanto al personal político como a los técnicos de planta permanente; otros organismos gubernamentales que tienen relación con la actividad (parques nacionales/provinciales/reservas, infraestructura, ambiente, cultura, seguridad, transporte, urbanismo, etc.); las asociaciones para el desarrollo y las coordinaciones de planes locales; los partidos políticos, los concejales de distintas líneas políticas y las asociaciones de turismo de los concejos deliberantes; miembros de asociaciones vecinales; los empresarios, incluyendo a todos los prestadores de servicios (los que constituyen el sector propio del turismo); desarrolladores de productos turísticos; posibles inversores, proveedores, cámaras empresariales del sector (agencias de viajes, hotelería, gastronomía, transporte, organización de eventos, proveedores de actividades turísticas y recreativas) y sus recursos humanos; colegios o asociaciones de profesionales y agrupaciones de trabajadores; las instituciones educativas en todos sus niveles; y las indirectamente relacionadas, como los centros de comercio; medios de comunicación y otras asociaciones civiles. La participación, que suele ser temporaria, de asesores y consultores externos, y de los visitantes, a partir de sus opiniones, son también proveedores de valiosos aportes.

Competencias del gobierno

Para Villar (2007), el municipio actual debe actuar como catalizador, facilitador de oportunidades y coordinador, y no solamente como distribuidor de recursos. De forma tal que la dinámica de los procesos de decisión política se transforma, mediante una serie de acciones de consulta, consenso y articulación de redes de actores, donde el gobierno cumple un papel central pero no monopolístico, situación que comprende a todos sus funcionarios y donde el Estado permanece en el centro del esquema de relaciones.

En el turismo, el gobierno municipal participa e interviene directamente, mediante la creación de un organismo especializado y de carácter sectorial, que podrá tener una jerarquía mayor o menor -secretaría, dirección, departamento, oficina, instituto, corporación, comisión, u otra-, y una dependencia diferente dentro de la estructura del Estado; de ambos dependerán las políticas, los objetivos y la importancia que se asigne a la actividad, aunque, debido a su avance, así como a sus características propias, diferenciales y complejas, el ideal es establecer un organismo independiente.

La intervención pública debe tender a permitir la igualdad tanto en la

competencia por los recursos, la administración y la provisión de los bienes públicos -ya que el turismo está muy relacionado con estos-; y las externalidades, debido a que muchas actividades pueden suponer beneficios o costos para otras actividades económicas.

Además, hay que entender al Estado, poseedor de muchos de los recursos, como un actor más del sistema turístico, que debe desempeñar un rol activo, y también ser el administrador de un sinnúmero de bienes de dominio público relevantes en la determinación de la oferta turística, como por ejemplo: caminos, aeropuertos, puertos, marinas, terminales, calles, plazas, paseos, señalizaciones, entre otros.

Por otra parte, la gestión pública actual incluye como principio la descentralización en la toma de decisiones, orientada al usuario-cliente y hacia los resultados, con un enfoque de mercado, aunque sin descuidar nunca los intereses de la ciudadanía residente. Por esto Molina (2000) aporta los papeles institucionales y sociales en esta etapa del turismo porque, si el turista cambia, la actividad debe cambiar; si esta cambia, la política y la administración pública también deben hacerlo.

Atrás han quedado el Estado promotor (creador de una imagen, orientado a brindar servicios al turista) y el Estado estimulador e intervencionista (que invierte en infraestructura, que reglamenta y protege al turista por abusos en los servicios); en la fase del Estado coordinador se requieren instituciones con capacidad de concertación y liderazgo, con un fuerte soporte técnico y tecnológico [...] (Molina, 2000:83).

Las responsabilidades más relevantes para el gobierno municipal respecto al desarrollo del turismo pueden sintetizarse en:

- incluir al sector del turismo como prioritario en los planes generales del gobierno;
- fijar bases y objetivos claros para iniciar y liderar los procesos de planificación e implantación, de acuerdo con los consensos alcanzados;
- convocar, alentar, promover y facilitar distintas alternativas para su desarrollo;
- articular las políticas municipales con las provinciales, regionales y nacionales;
- propiciar y adherir a alguna estrategia de asociacionismo a escala intermedia para el desarrollo del turismo con localidades cercanas, que permita producir sinergia y oportunidades de desarrollo conjunto.
- trabajar junto con los empresarios en el establecimiento de políticas y estrategias para el desarrollo y la gestión sustentable del turismo;
- determinar las reglas de juego para el funcionamiento del sector privado y apoyarlo en la promoción y comercialización, mediante la implementación de campañas de *marketing* integrales del destino;
- impulsar, fortalecer y sostener mecanismos de cooperación público-

- pública, y público-privada-intermedia para la gestión;
- implementar políticas activas de estímulo y fomento de la actividad privada del turismo, considerando la posibilidad de garantizar líneas de créditos a tasas razonables para las nuevas inversiones, mejoras y ampliaciones, favoreciendo un crecimiento equilibrado; otorgar subvenciones, subsidios, I+D, reducción o exención de impuestos, entre otras;
- definir políticas fiscales locales apropiadas para impulsar el desarrollo del sector;
- obtener financiamiento o recursos externos al territorio;
- realizar inversiones en infraestructura y determinados servicios específicos y de su competencia;
- lograr mayores y mejores niveles de coordinación horizontal con otros organismos sectoriales del gobierno con los que el turismo encuentre nexos (obras públicas -transporte, urbanismo, agua potable, energía, alumbrado público, tratamiento de basura y efluentes, espacios públicos, señalización, redes cloacales, calles-; sanidad, cultura, educación, ambiente, seguridad, comunicaciones, comercio y otros);
- coordinar el tipo de oferta directa que conviene desarrollar en estilo, cantidad y calidad en concordancia con la imagen del destino;
- definir y aprobar los planes de ordenamiento urbano y territorial para establecer los tipos de uso del suelo y limitar las ocupaciones desmedidas;
- identificar y evaluar nuevos mercados y monitorear los existentes;
- determinar el posicionamiento del destino (imagen de marca del destino, comunicación, promoción e información);
- elaborar programas de evaluación de impacto del turismo sobre el destino:
- crear o implementar buenas prácticas y auditorías de calidad;
- garantizar los derechos fundamentales de los recursos humanos del sector;
- proteger y conservar los atractivos turísticos y colaborar con los organismos intervinientes en su custodia y puesta en valor (caso de parques nacionales/provinciales, asociaciones de cultura, urbanismo, agrupaciones tradicionalistas);
- diseñar estrategias para la gestión de las crisis (políticas, económicas, climáticas, sanitarias, otras);
- garantizar el acceso a la información pertinente y clara a toda la sociedad civil y facilitar los mecanismos para su participación en los temas que interesen (ambientales, culturales, seguridad, otros);
- diseñar e implementar sistemas de evaluación y monitoreo de sencilla aplicación respecto de los efectos que la actividad produce;
- ejercer el poder de policía con los empresarios (habilitaciones, inspecciones, otras), ciudadanos y visitantes, incluyendo la

prevención de riesgos mediante la protección -tanto a sujetos como a objetos-, y la detención por incumplimiento de contratos o fraudes;

- realizar y mantener actualizados los estudios estadísticos, y su análisis;
- crear y mantener las condiciones adecuadas para fomentar y elevar los niveles de competitividad turística del destino, incluyendo el accionar público-privado;
- propiciar el marco normativo necesario y apropiado, para regular y fortalecer el desarrollo de la actividad en su jurisdicción;
- ejercer control respecto de la prestación de los servicios, seguridad, sanidad e higiene en su territorio;
- propiciar y garantizar posibilidades de capacitación de los recursos humanos;
- dar a conocer mediante un portal oficial, de forma actualizada, todas las normas que alcanzan a la actividad, los proyectos, las acciones en curso y toda la información pertinente;
- garantizar apoyo técnico a todos los interesados (empresas o personas) en invertir en el sector.

Se incluyen también entre sus obligaciones, facilitar a los visitantes información objetiva y veraz sobre el destino, las condiciones de viaje, recepción y estadía; asegurar la transparencia en las cláusulas de todos los contratos, incluyendo el precio y la calidad de las prestaciones que se comprometen a facilitar, así como las compensaciones financieras que les incumban en caso de ruptura unilateral por su parte de dichos contratos. Asimismo, debe velar por la seguridad, la prevención de accidentes, la protección sanitaria y la higiene alimentaria de los visitantes.

Cabe adicionar que en la práctica, el gobierno debe garantizar la institucionalidad y, mediante sus organismos participantes, debe alentar a los diferentes actores a participar y a tener una manera positiva de pensar y de resolver los problemas y los conflictos, garantizando agilidad y eficiencia en las acciones. Debe tender a eliminar la burocracia excesiva que le impida tomar iniciativas rápidas; impulsar los incentivos, que estos se focalicen en los aspectos prioritarios y necesarios; eliminar los obstáculos para las iniciativas que puedan presentarse; impulsar y facilitar el ingreso al conocimiento, a las tecnologías actualizadas y a las innovaciones que favorezcan el desarrollo; poseer una red de comunicación clara y permanente. Debe consensuar el rumbo del desarrollo: garantizar el entorno viable que aliente y permita al sector privado y a los restantes actores interesados, implementar sus estrategias. Como un todo, debe representar y defender los intereses generales del destino y, en definitiva, su tarea será la de crear, movilizar y gestionar todo un sistema interconectado y estrechamente relacionado, así como garantizar su buen funcionamiento (Ejarque, 2005). Tal diversidad de responsabilidades demanda la asignación de presupuestos específicos no

requeridos por otro tipo de municipios. El organismo de turismo tendrá que contar con funcionarios y con un equipo de gestión con una alta calificación, específica y técnica, y pertinentes niveles de formación, como condición necesaria para abordar los desafíos de una gestión eficiente del destino; los mismos trabajarán por proyectos y en conjunto con la comunidad y empresarios e inversionistas.

Competencias de los empresarios

Incluye al conjunto de empresas destinadas a prestar servicios al visitante, tanto en forma directa como indirecta; esta última es aquella que ofrece determinados servicios complementarios. El involucramiento activo de los empresarios en sus diferentes dimensiones –pequeñas, pymes y grandes empresas– y en los diferentes rubros, tanto directos –empresas de turismo, alojamiento, transporte, entretenimiento, atractivos y productos, actividades turísticas, u otras– como indirectos, es imprescindible para garantizar el desarrollo eficiente de un municipio. Los empresarios integran el grupo de los actores económico-productivos, alineados básicamente en pos de la obtención de ganancias. Son el eslabón imprescindible en la producción y prestación de los servicios al visitante, y, por intermedio de las organizaciones que los nuclean (cámaras, asociaciones), participan en las discusiones y decisiones políticas, defendiendo sus intereses sectoriales. Sus responsabilidades son numerosas, tal como seguidamente se listan:

- producir y comercializar los servicios turísticos u otros complementarios y relacionados;
- tender a especializarse en productos o prestaciones específicas y en la diversificación de productos y diseño de experiencias para el visitante;
- invertir en innovación y en nuevas tecnologías;
- generar redes o alianzas que permitan el fortalecimiento de sus capacidades competitivas;
- tender hacia una mayor flexibilidad en las organizaciones de producción;
- realizar las adaptaciones a los permanentes cambios del mercado;
- emplear la tecnología de forma intensiva, no solo para desarrollar los productos, sino también para brindar información, comercializar y vender; optimizando la realización de este tipo de transacciones;
- disponer de recursos humanos debidamente calificados y promover su capacitación permanente;
- impulsar estrategias de liderazgo participativo;
- instrumentar mecanismos de valoración y medición de la calidad de sus servicios;

- realizar investigaciones de mercado sobre las nuevas tendencias de los turistas;
- asumir criterios auténticos de responsabilidad social empresaria y la práctica de negocios sustentados en criterios éticos;
- contraer compromisos ciertos y homogéneos relativos al comportamiento empresarial en relación con el ambiente y la cultura, incorporando valores de preservación en los procesos de decisión empresarial;
- implementar estrategias de *marketing* de sus productos y servicios, en concordancia con la imagen de marca del destino;
- proporcionar a los clientes información fidedigna y garantizar criterios comerciales responsables;
- disponer de establecimientos; brindar servicios y realizar actividades turísticas que garanticen los niveles de seguridad requeridos por las normas y por el gobierno;
- interactuar con el sector gubernamental por intermedio de sus organizaciones.

Además, de las ineludibles competencias del gobierno y de los empresarios, es también importante el rol de la sociedad. La comunidad cuenta con un principal argumento o recurso cuando se debe proyectar el desarrollo turístico: su propio sustrato social y cultural. Por ello, antes de emprender cualquier acción de desarrollo, hay que realizar un sondeo de la opinión de todos sus miembros a fin de conocer su parecer o sus planteos sobre el turismo. Todos los ciudadanos deben tener la posibilidad de realizar las oportunas alegaciones o sugerencias; deberían ser los primeros interesados en el tipo de iniciativas que se implementarán ya que, seguramente, repercutirán en sus condiciones cotidianas de vida. Los ciudadanos, como el *alma mater* del destino, tendrían que ser los principales beneficiarios de los resultados del buen desarrollo de la actividad. Por esto, además, les caben responsabilidades, partiendo de las más básicas, como la participación cotidiana -tomando distancia de la apatía-, y el acompañamiento de los procesos decisorios ante las alternativas a implementar en el turismo. Suelen participar indirectamente, a través de sus representaciones (asociaciones de sociedad civil, vecinales, de usuarios o consumidores, de afinidad, comisiones, consejos, organizaciones religiosas o de base confesional, fundaciones, etc.). Su nivel de compromiso puede incluir: promover interacciones culturales entre sus miembros y los visitantes; acompañar activamente las decisiones acerca de los diseños de los proyectos; tomar iniciativas respecto de las acciones; participar como inversores de determinados proyectos; proteger las normas culturales; participar en las agrupaciones de defensa, preservación y control de los atractivos que aprovecha el turismo (ambientales, culturales y otros); promover acciones de apoyo al desarrollo sustentable; contribuir a los planes de educación

tendientes a destacar la importancia del turismo; controlar los efectos del turismo sobre la comunidad; impulsar la ejecución de la infraestructura u obras necesarias, y propiciar mecanismos y participar en la defensa del interés colectivo.

Se puede completar la lista de actores con las instituciones educativas (universidades, escuelas técnicas, escuelas de nivel primario y secundario y de formación de oficios), que deben formar no solamente en el conocimiento en las técnicas y en los oficios, sino también en la promoción de la autoestima y la capacidad de emprender y tener actitud hacia el servicio, debido a que estos son atributos muy necesarios para el desarrollo del turismo.

Por su parte, los visitantes (turistas y excursionistas) no están exentos de asumir determinadas responsabilidades entre las que se destacan las de: tender a elegir destinos sustentados en la responsabilidad ambiental y cultural; integrarse a las comunidades receptoras; realizar actividades de escaso impacto socio-ambiental; apoyar las actividades de conservación de atractivos, y no agredirlos ni dañarlos; no realizar actividades delictivas o ilícitas (tráfico de drogas, especies; transmisión de enfermedades y otras); adoptar comportamientos apropiados respecto de la población y de las normas locales y no perturbar a los residentes; cuidar sus pertenencias personales para prevenir pérdidas o hurtos; no realizar actividades para las que no están preparados y que podrían provocar accidentes; no visitar zonas peligrosas o no permitidas (barrios, ciudades o determinados atractivos turísticos considerados peligrosos); no comer y beber inapropiadamente, incluyendo comidas y bebidas callejeras que no garantizan salubridad; tomar precauciones médicas previas, como vacunarse cuando se recomienda para la protección de su salud, o contar con seguro de viajero.

Cuando el visitante no atiende estas responsabilidades, los daños que puede producir recaen mayoritariamente en algunas de las esferas del municipio, ocasionando sus consecuentes perjuicios.

Como un todo, en el siglo XXI el conjunto de agentes, cada uno desde sus responsabilidades, debe favorecer e incentivar las modalidades de desarrollo turístico con un enfoque centrado en los principios de sustentabilidad, en particular, para que se preserven los recursos; se ahorren aquellos naturales, escasos y valiosos (agua, energía, otros), y se evite todo lo posible la producción de desechos.

Comentarios de cierre

Las tendencias hacia la modificación de los espacios territoriales de responsabilidades políticas, fueron incrementando el protagonismo de las escalas más reducidas, aunque sin descuidar su anclaje en la dimensión federal o regional. A la vez, las actividades que conforman el sector terciario de la economía fueron aumentando su incidencia en el desarrollo. Esto derivó

en que el municipio, se constituya no solamente como una entidad de administración local, prestataria de servicios y ejecutora de obras de interés comunitario, sino también que se ubique en la estructura del nivel estatal con cometidos políticos de trascendencia final; en vista de la provisión de condiciones y medios necesarios para lograr el fin común. Tal realidad ha repercutido en el desarrollo del turismo debido a que, por un lado, causa transformaciones en el territorio y, por el otro, permite que el municipio, ese espacio primordial, poseedor de los recursos y atractivos; pueda organizar, gestionar y percibir el producto turístico y también determinar dónde tiene lugar el encuentro entre la oferta, la demanda y la sociedad residente.

Y, si bien la ciudad es el destino turístico por excelencia, lo es solo si la actividad es considerada prioritaria y se asume como unidad de producción turística, a partir de pensar al territorio como un componente esencial e integral del sistema turístico, y aprovechar los recursos para su desarrollo. Será un municipio turístico si se adjudica a la actividad como preponderante y si reúne un conjunto de capacidades para dar respuesta y satisfacción a la demanda por turismo que otras localidades no poseen. En otras palabras, un municipio turístico, a diferencia de otros, es un territorio de límites concretos cuyos habitantes están dispuestos a apoyar y a acompañar la actividad y, a partir de ello, construir su desarrollo, teniendo en cuenta que cada localidad podrá adoptar una clasificación o categoría turística diferente; de las cuales dependerá el tipo de oferta a desarrollar y la demanda a convocar.

Es necesario comprender que alcanzar la prosperidad de cualquier municipio mediante el desarrollo del turismo, requiere que la totalidad de los actores involucrados en ese proceso tiendan a constituirse en socios territoriales para lograrla. El desarrollo del turismo necesita de la participación de numerosos y diversos actores los cuales, si bien responden a requerimientos y expectativas concretas, deben adoptar un rol de compromiso y sostenimiento de todas las acciones en pos de garantizar la sustentabilidad del destino, por encima de sus intereses particulares.

Esto hace imprescindible que se identifiquen los actores que liderarán el desarrollo y le darán continuidad en el tiempo. Una clara definición de sus importantes y diversas competencias y responsabilidades respecto del turismo, contribuirá a encaminar la actividad de forma eficiente y con visión a largo plazo. La participación y el consenso, ayudarán a propiciarlo y, de esa manera, se lograrán mejores condiciones socioeconómicas, que los beneficiará.

Para cerrar, se debe tomar distancia de la idea de que cualquier localidad al contar con algún tipo de atractivo o recibir algunos visitantes, puede, efectivamente, convertirse en un municipio turístico. Adherir a dicho estatus es mucho más complejo e involucra los aspectos analizados, siendo la meta final la de satisfacer y abastecer la demanda por turismo en el transcurso del tiempo y que, como consecuencia, esta actividad permita alcanzar mayores beneficios socioeconómicos.

Bibliografía

- Acerenza, Miguel (2008). *Gestión municipal del turismo*, México: Trillas.
- Antón Clavé, Salvador (2008). "Destinos turísticos: viejos problemas, ¿nuevas soluciones?", Turismo y ciudades. De la oportunidad del turismo urbano a los usos turísticos en las ciudades, *X Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación*, Cuenca, Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- Arocena, José (2001). *El desarrollo local: un desafío contemporáneo*, Montevideo: Taurus / Universidad Católica de Uruguay.
- Boisier, Sergio (2004). "El desarrollo en su lugar. El territorio en la sociedad del conocimiento", en: *Revista de Geografía Norte Grande*, N° 31, pp.129-133. Santiago de Chile.
- Boullón, Roberto (1990). *Planificación del espacio turístico*, México:Trillas.
- (1995). *Los municipios turísticos*, México: Trillas.
- Del Busto, Eugenio (2014). "El rol del derecho en el desarrollo del turismo". En: Wallingre, N. y Villar, A., *Desarrollo y Gestión del Turismo*, Bernal: Universidad Nacional de Quilmes Editorial.
- Dromi, Roberto (1997): *Ciudad y municipio*, Buenos Aires: Ediciones Ciudad Argentina.
- Ejarque, Josep (2005). *Destinos turísticos de éxito. Diseño, creación, gestión y marketing*, Madrid: Pirámide.
- Finot, Iván (2005). "Descentralización, transferencias territoriales y desarrollo local", en: *Revista de la Cepal*, N° 86, pp.29-46 Santiago de Chile.
- Huete, Raquel y Alejandro Mantecón (2011) (eds.). *Construir una nueva vida. Los espacios del turismo y la migración residencial*, Santander: Milrazones Universidades.
- Ivars, Josep (2003). *Planificación turística de los espacios regionales en España*, Madrid: Síntesis.
- Montaner Montejano, Jordi (2002). *Política y relaciones turísticas internacionales*, Barcelona: Ariel.
- Molina, Sergio, (2000). *El Posturismo*, México: Ediciones Profesionales.
- Montoya, Gustavo (2009). *Hacia una gestión municipal eficiente*, Salta: Mundo Gráfico.
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (1999). "Agenda de planificadores locales. Turismo sostenible y gestión municipal", Madrid: OMT.
- Pesci, Rubén (2000). *Del Titanic al velero. La vida como proyecto*, Buenos Aires: Flacam.
- Sileo, Silvia (2011). "Geografía, espacio y turismo", Carpeta de Trabajo, Bernal: Universidad Virtual de Quilmes.
- Vázquez Barquero, Antonio (2005). *Las nuevas fuerzas del desarrollo*, Barcelona: Antoni Bosh.
- Vera, F. (coord.) (1997). *Análisis territorial del turismo. Una nueva geografía del turismo*, Barcelona: Ariel.

- Villar, Alejandro (2007). *Políticas municipales para el desarrollo económico social*, Buenos Aires: Flacso-Ciccus.
- Wallingre, Noemí y Alejandro Villar (comps.) (2011). *Desarrollo y gestión de destinos turísticos, políticas y estrategias*, Bernal: Editorial de la Universidad Nacional de Quilmes.