



**USAL**  
**UNIVERSIDAD**  
**DEL SALVADOR**

---

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
Y DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

**Ciclo de Licenciatura en Relaciones Públicas**

**Tesis Monográfica**

Estrategias de comunicación que lleva a cabo la Agencia Descentralizada  
Comodoro Turismo

Alumno: Silvina Paola Avalos

Cátedra: Prof. Gabriel Sadi y Prof. Leonardo Cozza

Profesor Tutor: Maximiliano Bongiovani

Asignatura: Presentación de Tesina

Comisión: 2NCLRP

Buenos Aires, agosto de 2012  
silvinaavalos@hotmail.com

## ÍNDICE

<b>1. Introducción</b>	<b>03</b>
<b>2. Capítulo 1: Introducción al Turismo</b>	<b>04</b>
Conceptos Básicos	<b>04</b>
<b>3. Capítulo 2: Desarrollo sustentable de los destinos turísticos y su aporte a la</b>	
Economía	<b>19</b>
Desarrollo sustentable de los destinos turísticos	<b>19</b>
El aporte del turismo al desarrollo de una economía	<b>23</b>
<b>4. Capítulo 3: Relaciones Públicas: Modelos de Planificación</b>	<b>28</b>
Modelo de Planificación según James Grunig	<b>28</b>
Modelo de Planificación IACE	<b>30</b>
<b>5. Capítulo 4: Planificación estratégica en el turismo</b>	<b>47</b>
Modelo de Planificación	<b>47</b>
Planificación e imagen	<b>51</b>
Gestión estratégica de la imagen de un lugar	<b>53</b>
Herramientas para comunicar imagen	<b>54</b>
<b>6. Capítulo 5: Turismo en Argentina</b>	<b>57</b>
Crecimiento del Turismo en Argentina	<b>58</b>
Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable Argentina 2016	<b>63</b>
Disfrutá Argentina. Viajá por tu país	<b>69</b>
<b>7. Capítulo 6: Comodoro Rivadavia y su desarrollo turístico</b>	<b>73</b>
Plan de Desarrollo Estratégico 1997 – 2002	<b>74</b>
Plan de Desarrollo Sustentable de Com. Riv. 2007 – 2027	<b>77</b>
<b>8. Capítulo 7: Comodoro Rivadavia ciudad del Golfo San Jorge</b>	<b>79</b>
Programas desarrollados por la Agencia Descentralizada Comodoro	
Turismo	<b>79</b>
Comodoro Turismo en los medios de comunicación	<b>86</b>

<b>9. Conclusiones</b>	<b>91</b>
<b>10. Bibliografía</b>	<b>97</b>
<b>11. Anexos</b>	<b>100</b>



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

## **INTRODUCCIÓN**

En los últimos siete años, Comodoro Rivadavia se ha consolidado como la ciudad más importante de la Patagonia Sur, especialmente por el fuerte crecimiento de la actividad petrolera en el Golfo San Jorge y en el área de influencia directa de la ciudad.

Pero sabiendo que la actividad petrolera tiene periodos de progreso fluctuante, se consideró oportuno, desde el gobierno de la ciudad, generar un proceso de producción de nuevos conocimientos y nuevas gestiones que permitan el desarrollo sostenible de la ciudad.

Al realizar una valoración del paisaje, del clima y de las estructuras existentes, se definió que el turismo es una de estas áreas que se debe desarrollar. Esta actividad permite aumentar la cantidad de turistas, generar nuevas fuentes de empleo y de ingresos, y posicionar a la ciudad como atractivo turístico a nivel provincial, regional y nacional. Siendo esto además un recurso que no se agotará por su explotación y desarrollo.

Se considera oportuno resaltar la influencia que tiene el crecimiento del turismo no sólo a escala mundial, sino particularmente en Argentina, ya sea por su variedad de paisajes y actividades, como así también por la historia y cultura que resultan sumamente atractivas tanto al turista nacional como al turista extranjero, al momento de elegir esta actividad como fuente para el desarrollo de una ciudad.

Teniendo en cuenta lo expuesto y lo que implica llevar a cabo la tarea de posicionar una ciudad entre los principales centros turísticos de la región, se decide analizar la ciudad de Comodoro Rivadavia. Precisamente la gestión de las estrategias de promoción, planificación y comunicación de atractivos turísticos, realizado por la Agencia Descentralizada Comodoro Turismo.

El motivo de la elección es porque desde la Agencia realizaron un proceso de promover al turismo como alternativa para el desarrollo sustentable, que conlleva además a un gran desafío: cambiar la marca ciudad Comodoro Rivadavia, ciudad del petróleo por Comodoro Rivadavia, ciudad del Golfo San Jorge.

## CAPÍTULO 1:

### Introducción al Turismo

Hacia mediados del siglo XX el turismo comienza a perfilarse como una de las actividades económicas de mayor crecimiento en todo el mundo. Algunas de las razones destacables por las que se dio este cambio fueron:

1. El Estado de bienestar de las modernas sociedades industriales que llevó al aumento del gasto público durante este período, particularmente del gasto social: educación, salud, vivienda, jubilaciones, pensiones y prestaciones de desempleo.
2. El aumento del tiempo libre, con vacaciones pagas.
3. El desarrollo de los transportes y las comunicaciones.

En este contexto van surgiendo diferentes conceptualizaciones del turismo, donde al comienzo se lo ve desde una visión más funcional, como un conjunto de principios que regulan los viajes; pero posteriormente surge una nueva visión más estructural, que busca entender el turismo en su totalidad, como un conjunto de servicios, que no sólo se basará en la regulación de los viajes sino que también en la planificación, promoción y ejecución de los mismos, y también de los servicios de recepción, alojamiento y atención de las personas fuera de su lugar de residencia habitual.<sup>1</sup>

Antes de continuar con el análisis del significado del término turismo, se estima necesario realizar algunas aclaraciones previas sobre términos que serán utilizados en el desarrollo de este trabajo:

- **Entorno habitual:** El objetivo de este concepto es el de evitar que se consideren como visitantes a las personas que hacen desplazamientos cotidianos o semanales entre su domicilio y el centro de trabajo o de estudio, u otros lugares frecuentados asiduamente. Esta definición se basa en tres criterios que exigen:
  - Una distancia mínima recorrida para considerar a una persona como visitante,
  - Una duración mínima de ausencia del lugar de residencia habitual
  - Un cambio de localidad o de unidad territorial administrativa mínima

---

<sup>1</sup> De Andrade José Vicente. *Turismo: Fundamentos y dimensiones*. Ed. Ático. San Pablo 1999

- **Atractivos turísticos:** Son aquellos bienes tangibles o intangibles que posee un lugar o destino y que generan interés en el turista.

Puede pasar que los residentes de un lugar, amen a su ciudad, pero para los viajeros no haya nada que valga la pena o que sea único. Pero aún así, cuando una pequeña ciudad o comunidad carezca de éstos, es posible comenzar un proceso de agregar valor, o crear más lugares que llamen la atención al turista. Dado que es imposible que un lugar altere su clima, terreno natural o posición geográfica, lo que puede hacer es añadir nuevas formas de atraer al viajero, para volverse más competitivos. Algunos ejemplos pueden ser: resaltar bellezas y características naturales, zonas comerciales, expresiones culturales, recuperar la historia y la de personajes célebres, generar espacios de recreación y entretenimiento y promover festivales y fechas conmemorativas, entre otros.

- **Viajero:** Se define así a la persona que viaja entre dos o más lugares por cualquier motivo, utilizando cualquier medio de transporte. Los viajeros se pueden dividir en dos categorías, visitante y viajero. En el primer caso sería toda persona que se desplaza a un lugar distinto de su entorno habitual, ya sea dentro o fuera de su país de residencia, por una duración menor de doce meses y cuya finalidad primordial no es la de ejercer actividad remunerada en el lugar visitado. Dentro de esta categoría se definen:

*a. Turista:* es la persona que viaja de un lugar a otro por razones ajenas al trabajo, permaneciendo por más de una noche y menos de un año. En esta categorización se incluyen los viajes de negocios y por convenciones.

*b. Turista internacional:* es toda persona que viaja, por un período no superior a doce meses, a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual, pero fuera de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que sea remunerativa en el país visitado.

*c. Turista del día o excursionista:* es un visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado. Esta definición incluye a los pasajeros en crucero, que son las personas que llegan a un país a bordo de un buque de crucero y que vuelven cada noche a bordo de su buque para pernoctar, aunque éste permanezca en el puerto durante varios días. Por extensión, también están incluidos en esta tipología los propietarios y pasajeros de yates así como también los pasajeros que participan en un programa de grupo y están alojados en tren.

Por otra parte se considera como otros viajeros a emigrantes, trabajadores transfronterizos, viajeros en desplazamiento cotidiano al lugar de trabajo, diplomáticos y militares, refugiados, viajeros en tránsito.

En el siguiente cuadro se puede visualizar la clasificación propuesta por el Ministerio de Turismo de la Nación Argentina, de acuerdo al motivo del viaje, el tiempo de duración, cantidad de noches que se queda y si es residente o no del país. Así por ejemplo se considera turista interno a las personas que viajan por un tiempo menor a un año, se queda al menos una noche en una localidad dentro del país por un motivo que no implique una actividad remunerada.

Toda persona que se desplaza fuera de su entorno habitual								
Es...	MOTIVO...		LAPSO...		PERNOCTACIÓN...		RESIDENCIA...	
	viajero	que no implique actividad remunerada	trabajo, razones políticas, diplomáticas, etc.	menor a un año	sin duración fija	al menos una noche	no pernocta	dentro del país
visitante	que no implique actividad remunerada		menor a un año		al menos una noche	no pernocta	dentro del país	fuera del país
otro viajero		trabajo, razones políticas, diplomáticas, etc.		sin duración fija	al menos una noche	no pernocta	dentro del país	fuera del país
excursionista	que no implique actividad remunerada		menor a un año			no pernocta	dentro del país	fuera del país
turista	que no implique actividad remunerada		menor a un año		al menos una noche		dentro del país	fuera del país
turista interno	que no implique actividad remunerada		menor a un año		al menos una noche		dentro del país	
turista internacional	que no implique actividad remunerada		menor a un año		al menos una noche			fuera del país

**Figura 1:** Clasificación de la persona que se desplaza fuera de su entorno habitual  
**Fuente:** ¿Qué es el turismo? Pág. 7 en [www.indec.mecon.ar](http://www.indec.mecon.ar) (Consultado en mayo 2010)

Teniendo en cuenta estos conceptos, nos podemos introducir en la definición de turismo. Para el desarrollo de este trabajo se tomará la definición propuesta por la

Organización Mundial del Turismo, que en el año 1999 aprobó que “se considera turismo a las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno natural por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, de negocios y por otros motivos”. En un primer momento el término negocios no estaba considerado en la definición, pero debido al impacto que significó en el ingreso turístico, el rubro congresos y convenciones, en los últimos años, la definición fue modificada.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos. Como principal organización internacional en el ámbito turístico, aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental; ofrece liderazgo y apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas<sup>2</sup>.

En la actualidad, en términos económicos, se puede observar que el turismo es un factor importante en el comercio internacional y nacional: genera ingresos por pagos de servicios directos -alojamientos, paquetes turísticos, restaurantes, espacios de recreación, comercios de artesanías, transportes, comunicaciones, etc.- e indirectos, ya que el gasto turístico genera sucesivas cadenas de pagos a proveedores y personal ocupado, así como inversiones en infraestructura.

Según la OMT, en 2010, los ingresos por turismo internacional habrían alcanzado en todo el mundo, según estimaciones, 919.000 millones de dólares<sup>3</sup>. Particularmente en el caso de Argentina, en el mismo año la industria del turismo generó ingresos por turismo receptivo por 4.816 millones de dólares, siendo la llegada de turistas del exterior 5.325.129, esto es un 23,6% más en el año 2009<sup>4</sup>.

Teniendo en cuenta todo este movimiento que se genera en torno al turismo, no se puede dejar de lado la perspectiva social que prácticamente tiene una similar importancia a la económica por la relación que implica entre personas de culturas muy diferentes que conlleva una mejor comprensión cultural y por las inmejorables posibilidades que presenta para conocer directamente las costumbres de otros pueblos.

---

<sup>2</sup> Acerca de la OMT en Organización mundial del turismo <http://www.unwto.org/es> (Consultado en mayo 2010)

<sup>3</sup> “Turismo internacional: los primeros resultados de 2011 confirman la consolidación del crecimiento” en Organización Mundial del Turismo [www.unwto.org](http://www.unwto.org) (consultado en junio 2011)

<sup>4</sup> “Anuario Estadístico de Turismo 2010” en Ministerio de Turismo de la Nación [www.turismo.gob.ar](http://www.turismo.gob.ar) (Consultado en junio 2011)

En los últimos veinte años, el turismo dejó de ser un consumo exclusivo de los individuos de altos ingresos para convertirse en un bien de consumo masivo; además se ha transformado en una actividad con un rol importante para el crecimiento económico de muchos países. Por esto ya no puede pensarse sólo desde el punto de vista del producto, sino que es un fenómeno mucho más complejo que comprende no solo a la empresa privada, sino a toda una comunidad, a un gobierno, a una cultura, a una población, al medio ambiente; y que además incluye las experiencias, expectativas, y proyectos personales.

### **Las distintas perspectivas del turismo**

Adela Puig<sup>5</sup>, Magister en Dirección de Empresas Turísticas de la Universidad Politécnica de Madrid, propone tres perspectivas desde las cuales se puede definir el turismo, teniendo en cuenta los actores participantes.

Es así como primeramente lo toma desde el turista, donde indica que al “existir un conjunto de personas que se desplazan de un lugar a otro por diferentes motivos, se disponen, para atenderlo, los servicios que conforman el sector”<sup>6</sup>. Desde esta visión, es el movimiento del turista lo que origina el conjunto de relaciones que la OMT denomina turismo.

En la segunda perspectiva, lo define desde la industria turística, y esta es una mirada netamente económica en la cual el turismo es la industria que explota recursos naturales y genera puestos de trabajo, capta divisas, y crea un efecto multiplicador cada vez mayor. En esta definición lo que se privilegia es la obtención de resultados, con el menor costo y la mayor eficiencia.

Finalmente propone una definición desde el tiempo libre, donde desde esta perspectiva “contribuiría al desarrollo integral de todo hombre, que hace del turismo su instrumento de desarrollo y a la sociedad, que lo convierte también en instrumento de sus necesidades y expectativas”<sup>7</sup>. Entonces el turismo sería “un fenómeno social que trasciende de otro fenómeno social: el tiempo libre institucionalizado. Es decir, el turismo como fenómeno tiene esencia (el ocio) y un conjunto de manifestaciones que se

---

<sup>5</sup> Adela Puig es Magister en Dirección de Empresas Turísticas. Universidad Politécnica de Madrid; Contadora Pública Nacional y Licenciada en Administración (Universidad Nacional de Rosario). Disertante y conferencista especializada en Turismo.

<sup>6</sup> Puig, Adela. Los nuevos negocios turísticos. Valletta Ediciones.2006

<sup>7</sup> Puig, Adela. Los nuevos negocios turísticos. Valletta Ediciones.2006

relacionan o interactúan. Estas interacciones son de orden ideológico, político, económico, social, psicológico y físico - ambiental”<sup>8</sup>.

Lo que se puede observar, es que estas tres definiciones no pueden estar separadas, sino que se la debe tomar como un conjunto, para poder definir los límites que tiene cada una. Por ejemplo si no fuera así y sólo se lo hiciera desde una mirada netamente económica nos encontraríamos con empresarios que explotan un destino o un producto hasta agotarlo, sin medir las consecuencias futuras

Por lo cual al agregarle la mirada del tiempo libre, se piensa en plantear cualquier negocio turístico desde una óptica más sustentable, en donde, la empresa que basará su estructura en el hombre, que tendrá en cuenta los liderazgos en todos los niveles, que pensará en la calidad total, que no medirá resultados sólo desde lo económico, sino que medirá si se han cumplido las expectativas personales y que tendrá en cuenta no sólo el producto sino también el servicio y la experiencia de sus clientes, que a su vez permite un crecimiento de toda la comunidad.

Dado el fin de este trabajo, se considera que es importante desarrollar las siguientes definiciones, que ayudarán al entendimiento del análisis que se haga posteriormente:

### **Destino turístico**

Es la unidad territorial (área, lugar o zona) en la que se conforma una cadena productiva en torno a la gestión de un producto o una familia de productos turísticos en condiciones competitivas (excelencia en la prestación de los servicios) que le permitan obtener al turista una experiencia única e inolvidable de su viaje.

### **Producto turístico**

El conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico de mercados determinados, compuesto por una serie de elementos tangibles e intangibles que generan satisfacción turística, que para efectos de consumo se desarrolla en varias etapas.

---

<sup>8</sup> Puig, Adela. Los nuevos negocios turísticos. Valletta Ediciones.2006

### **Paquete turístico**

Conjunto de bienes y servicios que se comercializan como un todo o marca y se vende con un precio unitario. Por lo general, el paquete turístico comprende: transporte, alojamiento, alimentación, recreación y excursiones.

### **Corredor turístico:**

Trayecto dentro de una ruta turística o parte de ella que contiene atractivos y servicios turísticos integrados o conectados entre sí, que pueden ser disfrutados por el viajero a lo largo del recorrido.

### **Ruta turística:**

Eje vial que conecta dos o más centros emisores o receptores y que contiene distintos atractivos.

### **Circuito turístico:**

Recorrido turístico con regreso al mismo lugar, sin pasar dos veces por el mismo sitio, que cuenta con atractivos y servicios a lo largo del trayecto.

### **Formas de turismo**

Se pueden distinguir tres categorías de turismo: interno, que es el de los residentes del país dado que viajan únicamente dentro de este mismo país; receptor, que es el que realizan los no residentes que viajan dentro del país dado; y por último el emisor, que es el de los residentes del país dado que viajan a otro país.

Estas tres formas básicas de turismo pueden combinarse de diversas maneras produciendo tres nuevas categorías de turismo, que son las que al medirlas se determina cuál ha sido el crecimiento o no, dentro del país:

- Turismo interior: incluye el turismo interno y el turismo receptor.
- Turismo nacional: incluye el turismo interno y el turismo emisor.
- Turismo internacional: se compone del turismo receptor y turismo emisor.

### **Tipos de turismo**

Existe una gran variedad de tipos de turismo, pero debido al lugar que se va a analizar en este trabajo, como lo es Comodoro Rivadavia, proponemos desarrollar aquellos que tienen una vinculación directa con el destino.