



*Honorable Cámara de Diputados
Provincia de Buenos Aires*

EXPTE. D. 1496 110-11



El Senado y la Cámara de Diputados de la Provincia de Buenos Aires sancionan con fuerza de

LEY

LEY DE TURISMO

CAPITULO I: OBJETIVOS

ARTICULO 1: La presente Ley tiene por objeto el desarrollo integral y sustentable del turismo y la recreación en el territorio de la Provincia de Buenos Aires, a fin de posibilitar el acceso de todos los sectores sociales a la práctica de los mismos, tendiendo a un uso creativo del tiempo libre y la reafirmación de la identidad provincial.

ARTICULO 2: Declárase al Turismo como actividad económica y social de interés provincial. A tal efecto las autoridades públicas prestarán su apoyo a la autoridad de aplicación de la presente Ley, colaborando en cuanto le corresponda en el ejercicio de sus respectivas competencias vinculadas con el sector.

ARTICULO 3: En este sentido le cabe al Estado provincial:

- a) articular el desarrollo turístico provincial en el marco de la planificación y programación regional y nacional.
- b) el inventario, la protección, creación y aprovechamiento de recursos y atractivos naturales y culturales y actividades turísticas tendiendo a su desarrollo sustentable.
- c) el fomento, ordenamiento y promoción de actividades y servicios, tendiendo a la implementación de sistemas de gestión de calidad.
- d) el diseño de políticas descentralizadas que permitan consolidar la participación de la comunidad en la planificación y el desarrollo de los centros turísticos.
- e) el resguardo del turista o visitante en su calidad de usuario de los servicios turísticos.
- f) coordinar el desarrollo de la actividad turística con las instituciones oficiales, entidades y empresas privadas y todas aquellas que conformen el sistema turístico.
- g) propiciar la profesionalización y perfeccionamiento de la actividad turística en todos sus niveles y sectores.
- h) investigar, planificar y desarrollar nuevas alternativas en el ejercicio del turismo.

CAPITULO II: DEFINICIONES

ARTICULO 4: A los fines de la presente Ley se entiende por:

TURISMO: al conjunto de actividades originadas por el desplazamiento temporal y voluntario de personas fuera del lugar de su residencia habitual, sin incorporarse al mercado laboral de los sitios visitados.

TURISMO SUSTENTABLE: modelo de desarrollo económico social que no deteriora ni agota los recursos que lo hacen posible; concebido para mejorar la calidad de vida en la comunidad receptora, facilitar al turista una experiencia de alta calidad y preservar el medio ambiente para las generaciones presentes y futuras.

TURISTA: al individuo o grupo sujeto a desplazamiento que reciba durante el mismo servicios turísticos, realizando al menos un pernocte en el lugar de destino.



EXCURSIONISTA: individuo o grupo sujeto a desplazamiento, que reciba durante el mismo servicios turísticos por un período inferior a veinticuatro (24) horas, sin incluir pernoctación en el lugar visitado.

RECREACIÓN: conjunto de actividades que el hombre realiza en su tiempo libre.

PATRIMONIO TURÍSTICO: conjunto de bienes tangibles e intangibles constituidos por los recursos y atractivos naturales y culturales y todas aquellas actividades capaces de generar corrientes turísticas y recreativas.

IDENTIDAD TURÍSTICA PROVINCIAL: al conjunto de manifestaciones históricas, sociales, culturales y expresiones costumbristas propias del acervo de la Provincia de Buenos Aires emergente de los valores de sus habitantes y de los significados y contenidos que cada sitio o área posee como rasgo distintivo, tangible o intangible.

PRESTADORES TURÍSTICOS: a las personas físicas o jurídicas que en forma habitual, permanente o transitoria, proporcionen servicios o desarrollen actividades con fines de lucro o sin él, dirigidas a los turistas.

EMPRESAS TURÍSTICAS: organizaciones económicas con fines comerciales que se destacan por la producción de bienes intangibles o servicios directamente relacionados con el turismo.

ACTIVIDADES TURÍSTICAS: son aquellas relativas al turismo siempre que conlleven la prestación de servicios al turista o visitante en actitud de hospitalidad y sean susceptibles de generar consecuencias jurídicas.

SISTEMA TURÍSTICO: Conjunto de elementos humanos, de información, materiales, financieros e institucionales que se interrelacionan dinámicamente, para lograr la utilización óptima de los recursos turísticos, en beneficio particular y general.

PROFESIONALES DEL TURISMO: Son aquellas personas que habiendo culminado estudios universitarios sobre el Turismo y la Recreación, hallándose académicamente habilitados, realicen tareas de asesoramiento, investigación, capacitación, planificación, asistencia y comercialización.

CAPITULO III: AUTORIDAD Y ÁMBITO DE APLICACIÓN

ARTICULO 5: La autoridad de aplicación de la presente Ley será la Secretaría de Turismo o, en su defecto el organismo que la reemplace.

ARTICULO 6: La autoridad de aplicación ejecutará las acciones emergentes de la política turística provincial, ajustada a objetivos sociales, económicos, ambientales y culturales.

ARTICULO 7: La planificación, coordinación, supervisión y fiscalización de recursos, atractivos, actividades y servicios turísticos y recreativos estarán a cargo de la autoridad de aplicación de la presente Ley, quien las ejecutará mediante:

- a) el ordenamiento y jerarquización territorial en regiones, zonas, corredores, circuitos, rutas y áreas de recreación y/o esparcimiento u otras que se establezcan en concordancia con las respectivas autoridades municipales, que permitan una organización y administración adecuada de los recursos turísticos.
- b) el inventario, el resguardo, la puesta en valor y el aprovechamiento de recursos y atractivos capaces de integrar el patrimonio turístico provincial como así también la protección del patrimonio cultural, histórico, paisajístico, costumbrista



- y ecológico que aporte a la Identidad turística provincial, en coordinación con los organismos nacionales, provinciales y municipales competentes.
- c) la preservación de la calidad y el uso sustentable de los recursos naturales y urbanísticos renovables o no, que constituyen motivo de uso turístico, recreativo y educacional, asegurando la evaluación y determinación del impacto ambiental previa la ejecución de planes y programas.
 - d) la elaboración de planes y programas integrales de manejo de los recursos turísticos basados en estudios científicos de la capacidad de carga de los ecosistemas en general y de cada recurso-atractivo en particular.
 - e) la elaboración de planes de desarrollo y reglamentación respectiva, que guíe y controle la práctica de las nuevas modalidades del turismo, tomando en consideración la interrelación que plantean con el medio ambiente y las comunidades receptoras.
 - f) el fomento de la actividad turística propiciando su incorporación a regímenes de estímulo similares a los establecidos para otras actividades desarrolladas en la Provincia.
 - g) el establecimiento de un régimen de información, recopilación e interpretación de estadísticas para que su evaluación sirva de apoyo a la formulación de planes, obras y desarrollo turístico.
 - h) el auspicio de implantación de un sistema de crédito para el fomento y desarrollo de la infraestructura y servicios turísticos, así como exenciones impositivas y de otras leyes especiales, para lo cuál se establecerán los lineamientos a seguir con ARBA, el Banco de la Provincia de Buenos Aires, el Banco de la Nación Argentina y cualquier otra entidad Bancaria y/o financiera, nacional o extranjera, que haga a tal fin.
 - i) la gestión de créditos de condiciones particulares para la construcción, la ampliación y mejoramiento de la infraestructura y el equipamiento turístico.
 - j) el aprovechamiento turístico de las actividades deportivas, culturales, de producción u otras, que se realicen en la Provincia.
 - k) la identificación y determinación de los requerimientos de capacitación de la demanda laboral del sector turístico.
 - l) el apoyo a las acciones de formación y capacitación de los profesionales, técnicos, trabajadores y todos aquellos afectados al sector y a la prestación de servicios turísticos en todos sus niveles y modalidades, en coordinación con los organismos que corresponda.
 - m) el desarrollo de acciones de contralor para garantizar la debida calidad en la prestación de los servicios turísticos y el resguardo del turista o visitante.
 - n) el apoyo y desarrollo de actividades de información y promoción turística en la Casa de Provincia en Capital Federal, en la Delegación de Mar del Plata y la creación de otras delegaciones que se consideren necesarias para asegurar la efectiva promoción a un nivel nacional.



- o) la creación de condiciones que favorezcan el incremento de la demanda turística, orientando las acciones promocionales y de estímulo hacia los mercados emisores, nacional, regional e internacional que se determine.
- p) el apoyo a la realización de espectáculos, congresos, ferias, audiciones, representaciones, exposiciones, actividades deportivas, culturales y otros acontecimientos que sean motivo de atracción turística.
- q) la participación en eventos, en organismos, entidades nacionales o internacionales o en otro tipo de fueros que a juicio de la autoridad de aplicación sea de interés para sus objetivos.
- r) el pronunciamiento de acciones declarativas de Interés Turístico Provincial.
- s) la formulación, permanente actualización y revisión del conjunto normativo que regula las actividades y la prestación de servicios turísticos.
- t) la celebración de tratados, convenios y acuerdos con otras provincias y con el Estado Nacional "ad referendum" del Poder Ejecutivo Provincial, para promover el intercambio turístico y para la realización y financiación de obras que lo faciliten.
- u) la determinación de necesidades de obras de infraestructura básica de aprovechamiento turístico.
- v) la aplicación y ejecución del régimen sancionatorio establecido en la presente Ley.
- w) el fomento y la intervención en la elaboración de planes de obra de infraestructura turística provincial para lograr equipararlas al mejor nivel internacional y asegurar una práctica racional del turismo por gestión directa, por delegación en otros organismos o por concesión con ajuste a las disposiciones de la presente Ley.

CAPITULO IV: DE REGIONES Y MUNICIPIOS

ARTICULO 8: Se coordinará con los Municipios por sí o a través de organismos intermunicipales, la conformación de regiones, zonas, corredores, circuitos y áreas, que permitan una organización y administración adecuada de los recursos y actividades turísticas.

ARTICULO 9: Los Municipios como unidades productivas turísticas y recreacionales tendrán facultades y obligaciones concurrentes con el Estado Provincial en todas las políticas de desarrollo e inversión que se realicen o incidan en su territorio y propenderán a la existencia de estructuras orgánicas, descentralizadas o no, especializadas en turismo. La autoridad de aplicación coordinará con los Municipios por sí o a través de organismos intermunicipales, planes y programas de desarrollo sustentable y fomento del turismo a nivel regional, provincial, nacional e internacional.

ARTICULO 10: Se evaluarán respecto a cada región y municipio: el nivel de actividad turística, la infraestructura, el potencial en recursos, la iniciativa manifestada a través de las estructuras institucionales específicas, las asignaciones presupuestarias y la implementación de mecanismos de participación de la comunidad, a efectos de colaborar en su desarrollo.



ARTICULO 19: Quedan sometidos por la presente ley a su ordenamiento y clasificación, aquellos prestadores de servicios turísticos, que a través de la respectiva reglamentación se determinen, a saber:

- a) el alojamiento turístico, en sus diferentes clases y categorías y aquel prestado por modalidades no tradicionales o complementarias, (extra-hotelero, sistemas de tiempo compartido y otros);
- b) las empresas y centros de recreación turística en todas sus modalidades;
- c) los campamentos turísticos y/o educativos y establecimientos administradores de áreas en las que se desarrollen tales actividades en forma habitual o programada;
- d) las estancias y/o unidades de campo, centros de turismo rural y complejos similares que presten servicios turísticos ;
- e) las unidades de balnearios, marinas, clubes náuticos, natatorios y centros de recreación de playa (marítima, lacustre o de río);
- f) las agencias de turismo, en sus diferentes categorías conforme a las disposiciones reglamentarias vigentes; y las entidades civiles que realicen habitual o circunstancialmente programas turísticos-recreativos;
- g) el transporte terrestre, marítimo, fluvial, lacustre y aéreo para el servicio exclusivo de turistas y/o actividades recreativas;
- h) las locadoras de automóviles, embarcaciones y otros bienes muebles y equipos destinados al uso turístico;
- i) los servicios de asistencia al turista;
- j) las industrias artesanales declaradas de interés turístico;
- k) las entidades organizadoras de fiestas populares declaradas de interés turístico provincial.
- l) los centros de interpretación y/o conservación de flora y fauna, y del patrimonio cultural;
- m) las guías de turismo e informantes;
- n) la gastronomía conforme los criterios metodológicos de clasificación determinados;
- ñ) otros servicios y actividades que tuvieran al turista o visitante como principal usuario.

ARTICULO 20: Asimismo quedan comprendidos el desarrollo y control de las industrias artesanales, complementándose con el control de la caza y la pesca deportivas, para las cuáles la Autoridad de Aplicación establecerá coordinada acción con los organismos que correspondan.

ARTICULO 21: Los prestadores de servicios turísticos debidamente inscriptos en el Registro Provincial de Actividades Turísticas, tendrán los siguientes derechos:

- a) recibir el asesoramiento técnico de la Autoridad de Aplicación respecto a la información general, promoción de proyectos, ejecución de los mismos, investigación de mercado, difusión turística y estadística;
- b) adquirir el reconocimiento de la categoría que corresponda a la clase de los servicios que prestan, así como solicitar su modificación cuando reúnan los requisitos establecidos en los reglamentos respectivos;
- c) participar de la promoción turística provincial, en cuanto corresponda según los mercados emisores a los que se dirija y el perfil de la demanda a captar;
- d) obtener créditos, apoyos económicos y demás prerrogativas que surjan de las medidas de promoción para la actividad.
- e) obtener de la autoridad de aplicación , cuando proceda, su intervención y respaldo en las gestiones que realice ante otros organismos públicos;
- f) participar en los programas de capacitación turística que promueva o realice la autoridad de aplicación;
- g) obtener premios o distinciones que en forma general para los mismos organice y establezca la autoridad de aplicación de la presente Ley;
- h) exhibir en su publicidad impresos y demás elementos de promoción, la identificación que los acredite como prestadores de servicios turísticos inscriptos.
- i) los demás que surjan de esta Ley y su reglamentación.



ARTICULO 22: Son obligaciones de los prestadores de servicios o actividades turísticas:

- a) cumplir con las disposiciones de esta Ley, sus reglamentaciones y normas complementarias, realizando su labor en un marco ético profesional que permita el desarrollo armónico e integral del turismo en la provincia;
- b) inscribirse en el Registro respectivo y cumplir con las obligaciones que se establezcan para cada actividad;
- c) no ceder, vender, gravar, aportar en sociedad ni enajenar por ningún título, la inscripción para funcionar sin previa conformidad de la Autoridad de Aplicación.
- d) proporcionar los bienes y servicios que ofrezcan a los turista, en los términos convenidos y de conformidad con los dispuesto en la presente Ley, sus reglamentos y normas afines y complementarias;
- e) suministrar a la autoridad de aplicación los datos y la información que se le solicite relativa a su actividad;
- f) realizar su publicidad y demás acciones promocionales informando con veracidad sobre los servicios que se ofrezcan.

ARTICULO 23: En aquellos casos en que la prestación de un servicio turístico requiera el otorgamiento de una concesión, permiso o autorización de otra dependencia o entidad pública, la autoridad de aplicación emitirá en cada caso un dictamen en el que informe a la autoridad competente sobre el cumplimiento del solicitante de los requisitos que en materia turística establezca la presente Ley, y las demás disposiciones derivadas de la misma.

ARTICULO 24: Todas las personas físicas o jurídicas domiciliadas o no en la Provincia, que presten cualquier tipo de servicios o actividades turísticas en ella, deberán inscribirse en los Registros de Prestadores de Servicios y Actividades Turísticas respectivos, pudiendo la autoridad de aplicación realizar convenios con los municipios, los que deberán implementar el relevamiento y contralor a través de las áreas de competencia que éstos determinen.

ARTICULO 25: La autoridad de aplicación determinará las características, modalidad, metodología y contenido del Registro y el alcance de las inscripciones al mismo por parte de los prestadores de servicios y actividades turísticas.

ARTICULO 26: El incumplimiento de las obligaciones impuestas por la presente Ley, sus reglamentaciones y normas complementarias, será sancionado por la autoridad de aplicación, previa sustanciación del correspondiente sumario, con respeto al derecho de defensa y mediante resolución fundada, con penas desde el apercibimiento a la inhabilitación definitiva. Las causales de inhabilitación temporaria y/o definitiva serán taxativamente determinadas por la vía reglamentaria, como así mismo el procedimiento aplicable al régimen sancionatorio establecido.

ARTICULO 27: A los efectos de la graduación de las penas expresadas en el Artículo anterior se deberán considerar los siguientes elementos de juicio:

- a) naturaleza y circunstancias del incumplimiento;
- b) antecedentes del infractor;
- c) perjuicios ocasionados a los interesados y al prestigio del turismo institucional de la Provincia;
- d) reincidencia.

ARTICULO 28: son obligaciones de los turistas y/o visitantes:

- a) abonar el precio pactado al prestador por los servicios utilizados.
- b) Respetar las condiciones establecidas por los prestadores turísticos en torno a la conservación adecuada del equipamiento e infraestructura en donde se realiza el consumo turístico.



- c) Cumplir con las medidas establecidas por los municipios y/o sitios de interés turístico, en lo referente a la preservación del entorno natural, histórico y cultural del lugar visitado.

CAPITULO IX: DE LOS DERECHOS DEL TURISTA

ARTICULO 29: Se propenderá a la protección del usuario, garantizando al turista:

- a) información y orientación;
- b) seguridad personal y de sus pertenencias;
- c) asistencia de primeros auxilios;
- d) el ejercicio de sus derechos como consumidores ante los prestadores de servicios turísticos;
- e) acceso ágil y eficiente a los procedimientos necesarios para proteger sus derechos.

ARTICULO 30: A fin de garantizar la información y orientación al turista se promoverá que todos los Municipios cuenten con Oficinas de atención al turista donde se le brinde un asesoramiento integral para su estadía en el lugar.

ARTICULO 31: A fin de garantizar la salud y seguridad en los centros receptores, se coordinarán acciones con los correspondientes organismo de Salud y Seguridad de la Provincia.

ARTICULO 32: La autoridad de aplicación coordinará mecanismos ágiles y eficientes que canalicen y den tratamiento a las demandas que pudieran presentar por escrito los usuarios debido al incumplimiento de las obligaciones de los prestadores de servicios turísticos de acuerdo a lo establecido en la presente Ley.

ARTICULO 33: Cuando un turista fuere perjudicado gravemente en su persona o en sus bienes por un prestador de servicios turísticos, la autoridad de aplicación podrá asistirlo en sus reclamos, por causas fundadas y subrogarse en los derechos y acciones que a aquel le correspondiere.

CAPITULO X: DEL FOMENTO AL TURISMO

ARTICULO 34: La autoridad de aplicación conjuntamente con las autoridades municipales del área, establecerán programas anuales de fomento y desarrollo del turismo en todo el ámbito de su jurisdicción, alentando la radicación de inversiones turísticas, la generación de empleo y la protección y puesta en valor de los recursos que conforman el patrimonio turístico provincial.

ARTICULO 35: Créase el Registro de Iniciativas y Proyectos de Inversión Turística, en el que las personas físicas o jurídicas radicadas en el país o las extranjeras autorizadas para actuar en él, podrán inscribir sus propuestas y acogimiento a regímenes especiales que pudieren establecerse.

ARTICULO 36: Las inscripciones que se produzcan en los respectivos Registros, y los proyectos presentados, serán tratados por la autoridad de aplicación, quien resolverá su procedencia, y gestionará en los casos favorables, las autorizaciones respectivas a través de las áreas que correspondan.

ARTICULO 37: La autoridad de aplicación solicitará ante las autoridades competentes, las exenciones sobre todo tributo que grave las inversiones que se realicen de acuerdo a las orientaciones que establezca la planificación provincial.



ARTICULO 38: Por la presente Ley se declara de interés prioritario, conforme con el ART. 3 de la misma, la construcción, ampliación o remodelación de instalaciones y equipamientos necesarios para la prestación de servicios turísticos, según lo establezca la reglamentación respectiva.

ARTÍCULO 39: A tal fin la Autoridad de Aplicación, promoverá, centralizará, y aprobará previamente las iniciativas que en el orden oficial o privado se refiere a inversiones, ampliaciones, reformas o nuevas prestaciones turísticas. Todas las iniciativas serán presentadas ante la Secretaría de Turismo de la Provincia, la que previa evaluación presentará su dictamen favorable o desfavorable debidamente fundado, a quien corresponda.

ARTÍCULO 40: Los recursos para el cumplimiento de las promociones que se dicten como consecuencia de la aplicación de la presente Ley serán los que fije el Presupuesto General de la Provincia, los del Fondo Provincial de Turismo, aportes del Estado Nacional y todos aquellos que tengan por objeto la Promoción Turística de la Provincia.

ARTÍCULO 41: La Autoridad de Aplicación seleccionará a los beneficiarios valiéndose de los siguientes procedimientos:

- a) Concurso Abierto con negociación directa.
- b) Licitación pública.
- c) Autorización directa en los casos de establecimientos instalados.

CAPITULO XI: DE LOS RECURSOS

ARTICULO 42: Créase el Fondo Provincial de Turismo del cual dispondrá y administrará la autoridad de aplicación, conformado por los siguientes recursos:

- a) las partidas asignadas por la Ley de Presupuesto de la Provincia;
- b) el pago de los aranceles e impuestos que se fijen para la obtención de la Licencia, en el Registro Provincial de Actividades Turísticas.
- c) el 5% de lo recaudado sobre el impuesto de Ingresos Brutos de las actividades correspondientes al sector;
- d) el 10% del producido de la recaudación proveniente de los juegos de azar administrados por la Provincia,
- e) los importes por subvenciones, donaciones, legados, aportes y contribuciones de personas o entidades cualquiera fuera su naturaleza;
- f) los créditos otorgados por entidades del país o extranjeras, con destino a inversiones turísticas.
- g) las asignaciones que se determinen en concepto de fomento al desarrollo del turismo;
- h) las sumas provenientes por publicidad y propaganda, de sus elementos o símbolos difundidos a través de guías, folletos y demás formas o medios;
- i) los importes generados en concepto de tasas y multas a los prestadores de servicios turísticos conforme a la legislación vigente;
- j) los ingresos provenientes por venta, alquiler, concesión y explotación de bienes y servicios de propiedad provincial estimado de interés turístico;
- k) los aportes especiales que pudiera efectuar el gobierno provincial;
- l) los aportes que pudiera percibir por convenios especiales;
- m) los aranceles que en cada caso se establezcan en relación con el funcionamiento de los Registros Provinciales a su cargo;
- n) los convenios celebrados en forma particular con los Municipios para su promoción y publicidad, debiendo cumplir exclusivamente con los fines previstos;
- o) ingresos y actualizaciones del propio Fondo.



ARTICULO 43: Los recursos que integran el Fondo Provincial de Turismo serán destinados a los fines siguientes:

- a) coparticipar a las regiones, zonas, corredores, o municipios que desarrollen algún tipo de actividad turística.
- b) promoción y publicidad.
- c) fomento e inversión de la actividad turística provincial.
- d) participación en eventos, obras y/o actividades con fines sociales.
- e) propiciar el desarrollo de actividades de investigación, capacitación y formación de conciencia.

La autoridad de aplicación establecerá la asignación anual de los recursos del Fondo, previa consulta con el Consejo Provincial de Turismo.

CAPITULO XII: DEL CONSEJO PROVINCIAL DE TURISMO

ARTICULO 44: Créase el CONSEJO PROVINCIAL DE TURISMO como entidad de carácter asesor de la autoridad de aplicación de la presente Ley.

ARTICULO 45 : El Consejo será presidido por el titular de la autoridad de aplicación y se integrará con representantes de los Municipios , de las Entidades representativas de los prestadores de servicios turísticos y de empresas turísticas, entidades educacionales públicas y privadas relacionadas al sector y de otras instituciones provinciales cuya actividad guarde relación con el turismo a juicio de la autoridad de aplicación y en las proporciones que determine la reglamentación:

ARTICULO 46: Las autoridades del Consejo serán elegidas entre sus miembros y su funcionamiento general será determinado por el Reglamento respectivo.

ARTICULO 47: Serán funciones del Consejo, expedirse en dictamen obligatorio no vinculante, sobre los asuntos relativos a los temas sometidos a su consideración en observancia de lo establecido en la presente Ley, por la Presidencia o a solicitud de alguno de sus miembros. Los pronunciamientos tendrán por finalidad prioritaria propiciar la colaboración y coordinación de acciones de las Entidades representadas, siendo obligación de la autoridad de aplicación expedirse sobre los mismos.

ARTICULO 48: el Consejo no tendrá facultades de decisión, las que quedan reservadas a la Autoridad de Aplicación.

ARTICULO 49: La actuación de los miembros del Consejo será de carácter honorario.

CAPITULO XIII: DEL CENTRO DE CONOCIMIENTO TURÍSTICO PROVINCIAL

ARTICULO 50: Créase el Centro de Conocimiento Turístico Provincial, como organismo dependiente de la autoridad de aplicación, que se regirá por la presente Ley. Integrarán el mismo representantes de los centros de formación profesional y de las asociaciones de profesionales del sector.

ARTICULO 51: El Centro tendrá por objeto:

- a) La investigación por sí o a través de convenios con instituciones educativas, sobre los distintos ámbitos relacionados con el turismo.
- b) La gestión de un Centro de Documentación que reúna las fuentes primarias y secundarias sobre la temática de Turismo en la Provincia.



- c) La divulgación de estudios realizados para lograr en la población de la provincia una mayor conciencia de la importancia económico-social de esta actividad.
- d) La elaboración de estadísticas sobre movimientos turísticos estableciendo las metodologías a utilizarse.
- e) La realización de tareas técnicas de relevamiento de los recursos turísticos naturales y culturales de la provincia y la elaboración de propuestas para su puesta en valor y su desarrollo sustentable.
- f) El reconocimiento de los conflictos ambientales y aquellos generados por la interacción del hombre como protagonista y usuario con el medio.
- g) El análisis de los planes y programas originados técnica y políticamente en las distintas jurisdicciones garanticen la continuidad de los aspectos operativos, instrumentales y de estrategias posibles para el manejo del patrimonio natural y cultural y el mejoramiento de aquellos elementos y espacios degradados.
- h) La cooperación técnica permanente a los municipios en la investigación y gestión sobre los temas inherentes a la actividad turística.
- i) La elaboración de propuestas para el ordenamiento normativo y actualización de la legislación vigente que regula la actividad adaptándola a los nuevos requerimientos del mercado.
- j) La propuesta de las estrategias de comunicación en la promoción turística provincial dirigidas a cada uno de los mercados emergentes.
- k) La implementación de programas de formación y capacitación de recursos humanos de las empresas del sector turístico.
- l) El análisis de mecanismos y la elaboración de propuestas para la concientización de los turistas como integrantes y protagonistas de los ecosistemas.
- m) El apoyo e incentivo a los prestadores de servicios turísticos en la ejecución de programas y acciones promocionales de turismo receptivo.
- n) El apoyo y estímulo para la adopción de estándares de calidad por parte de los empresarios del sector turístico.
- o) La gestión y realización de convenios de cooperación turística-científica con organismos nacionales e internacionales, públicos o privados.

CAPÍTULO XIV: DISPOSICIONES TRANSITORIAS

ARTÍCULO 52: el proyecto de reglamentación de la presente Ley deberá ser elevado por la Secretaría de Turismo de la Provincia dentro de los noventa (90) días de su promulgación, debiendo el Poder Ejecutivo Provincial dictar el respectivo decreto dentro de los treinta (30) días siguientes.

ARTÍCULO 53: derógase todas las disposiciones legales que se opongan a la presente Ley.

ARTICULO 54: Comuníquese, publíquese, y, cumplido, archívese.

ANA MARÍA DE OTAZÚA
Diputada Provincial
Bloque GEN-PS
- C. Diputación Prov. Bs. As.

CARLOS ALBERTO NIVIO
Diputado Provincial
H. Cámara de Diputados
Pcia. de Buenos Aires.



FUNDAMENTOS

IMPORTANCIA E IMPACTOS DEL TURISMO

Siempre que se le ofrece la oportunidad, la mujer y el hombre de nuestra sociedad se sienten atraídos por las manifestaciones extraordinarias de la naturaleza, la cultura y el arte.

Los viajes, las estadias en otros lugares, les dan la posibilidad de estar en contacto con escenarios y gente diferentes o bien con otros similares a los que se halla habituado, pero que han perdido su valor por ser parte de la vida cotidiana.

A través del turismo la persona trata de evadirse del medio en que se halla inmerso, de las tensiones de la vida moderna. Durante el transcurso de un viaje puede reencontrarse consigo mismo y enriquecerse espiritualmente. El turismo mejor que cualquier otra actividad, puede ayudarla a afianzar su identidad. La libertad que dispone en esos momentos para ver, encontrar, descubrir, confrontar y hasta comentar mentalmente lo que le atrae, hace que se encuentre en un estado especial de percepción, fundamental para su integración plena como ser humano.

El turismo es un fenómeno de múltiples facetas: humanas, económicas-sociales, culturales, sico-sociológicas y ambientales; inductor de numerosas transformaciones desde el ámbito espacial al cultural.

Ahora bien, un análisis objetivo de los impactos que genera, concedería tanta importancia a los positivos como a los negativos.

Entre los beneficios se destacan:

- generación de empleo directo o inducido.
- fuente de nuevos ingresos.
- redistribución de los ingresos internos entre regiones de un mismo país o entre países diferentes.
- ampliación de mercados para productos locales.
- aportes de divisas para las economías local, regional y nacional.
- protección de recursos y atractivos naturales y culturales en razón de ser elementos esenciales para su desarrollo.
- recuperación y conservación del patrimonio natural y cultural.
- mejoramiento de infraestructura y servicios urbanos, zonales y regionales.
- mejoramiento de instalaciones y actividades recreativas para las comunidades receptoras.
- acrecentamiento del nivel de calidad de vida de los residentes.

Sin embargo, el desarrollo espontáneo -es decir no orientado ni planificado- del turismo, sus dimensiones temporales y espaciales actuales, los modos de apropiación del territorio y su masificación, constituyen un elemento de preocupación. La expansión anárquica presenta serias consecuencias, entre ellas las más evidentes son:

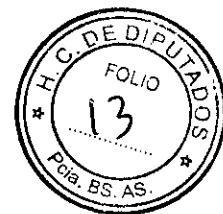
- saturación y sobre-poblamiento de sitios naturales y micro-cosmos urbanos, con el consecuente deterioro de los mismos y su entorno, al superarse su capacidad de recepción.
- poluciones y contaminaciones diversas en hábitats naturales y urbanos.
- deterioro y/o destrucción del patrimonio natural y cultural.
- deterioro de los valores culturales y tradiciones locales.

Estas consecuencias son inadmisibles en cualquier circunstancia, y mucho más si se tiene en cuenta una evolución a largo plazo.

Resulta de prioridad absoluta poner en práctica nuevas tendencias dentro de los sistemas económicos y adecuar la legislación vigente para establecer una nueva jerarquía de valores que permita modificar prioridades, romper con ciertas "tradiciones", innovar y renunciar a tratar sólo los síntomas (lo que significa corregir errores ya



Honorable Cámara de Diputados
Provincia de Buenos Aires



cometidos) y adoptar criterios y soluciones dinámicas, que ataquen las causas originarias de la problemática actual.

“El objetivo final de toda política turística debería consistir en asegurar a largo plazo, a todas las clases sociales de la población, el descanso físico y psíquico como así también actividades sociales, en un paisaje intacto, ordenado según las exigencias del ambiente, las necesidades de los turistas y los intereses futuros de la población local. Estos planteos no son contradictorios. Es perfectamente posible compatibilizar los intereses de los turistas, la salvaguarda del paisaje y las necesidades de la población local”. (1)

El desarrollo cuantitativo del turismo es menos importante que los resultados globales de la actividad, teniendo en cuenta la relación costo-beneficio. Se debe tender a un desarrollo cualitativo.

POLÍTICAS TURÍSTICAS. Sacar lo que figura en azul.

En los países más desarrollados turísticamente, se pueden identificar tendencias generales en la evolución de los criterios que guiaron las políticas turísticas aplicadas al sector en las últimas décadas.

En la década de los ochenta la política turística va a comenzar a delinarse de acuerdo a los lineamientos del “desarrollo sustentable”. Este es un concepto esencial para alcanzar metas de desarrollo sin agotar los recursos naturales y culturales ni deteriorar el medio ambiente. En el importante informe titulado “Nuestro Futuro Común”, presentado en 1987 por la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo a la Asamblea General de las Naciones Unidas, se definía elocuentemente el desarrollo sostenible como el que hace frente a las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para atender sus propias necesidades. En la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, más conocida como la Cumbre de la Tierra y celebrada en Río de Janeiro en Junio de 1992, se concretó aún más el concepto de desarrollo sustentable y se tomaron medidas relativas a problemas fundamentales de la relación entre medio ambiente y desarrollo turístico a nivel mundial.

“La política turística se va a caracterizar por la recuperación del análisis de los impactos sociales, económicos y medio ambientales del turismo. El doble objetivo perseguido es preservar el *input* más valioso de atracción turística, es decir, el paisaje y el medio ambiente y, en segundo lugar, contribuir a través del turismo a garantizar el bienestar de los residentes.

Desde el punto de vista del primer objetivo se desarrolla todo un cuerpo doctrinal alrededor del concepto de producto turístico que incluye los elementos tradicionales de alojamiento y oferta complementaria, y todas las características paisajísticas y medio ambientales, junto a los servicios y la infraestructura de la zona visitada.

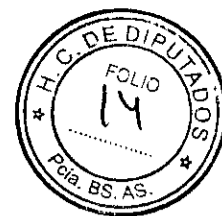
En este contexto, toma carta de naturaleza el hecho de que cualquier expresión de tipo cuantitativo debe necesariamente someterse a la ordenación del territorio, que tenga en cuenta como fin último el mantenimiento de las cualidades del entorno.

En la década de los ochenta se consolidan los planteamientos iniciados a finales de los setenta sobre la necesidad de desarrollar seriamente una política de demanda, que contemple los problemas de distribución, marketing y promoción tanto en el sector público como privado; economistas y geógrafos desarrollaron una tarea muy destacable en el ámbito de la integración de la política territorial en la política turística. Hay que señalar las aportaciones de Marchena y Vera (“El turismo en España: razones de Estado, política regional y ordenación del Territorio”, Boletín económico del I.C.E., Nº 2,197, 1989, y “Crisis del poblamiento en el litoral mediterráneo español”, Urbanismo C.O.A.M., Nº 4, 1988, respectivamente). En términos generales estos esfuerzos se encaminaron a entender el turismo como un complejo productivo que debe insertarse armónicamente en el espacio en sí mismo, y en su vinculación al resto de actividades en el sector servicios u otros sectores. Esta armonía según Marchena, debe hacerse en los siguientes términos:



Honorable Cámara de Diputados

Provincia de Buenos Aires



- Debe considerarse el turismo como una actividad multisectorial avanzada, con clara vocación hacia las nuevas tecnologías y factor de cualificación del desarrollo y del capital humano propio.
- Para ello será indefectible plantearse la compatibilización de la dialéctica turismo-territorio, tratando de rediseñar en lo posible las áreas afectadas por el caduco modelo de desarrollo turístico basado en la intensiva explotación de los recursos costeros y medio ambientales.
- Serán suficientes para obtener dichos logros: a) medidas preventivas hacia los espacios que no han sufrido el impacto duro del turismo y con valor ecológico; b) la regeneración profunda de las infraestructuras turísticas existentes; c) y realizar nuevas operaciones bien justificadas y seleccionadas desde la óptica del desarrollo regional y la integración y respeto del medio humano y natural.
- El único instrumento que conocemos para llevar a cabo esta política es la recuperación del planeamiento frente al mercado como área exclusiva de regulación del desarrollo territorial turístico."

Ya entrada la década de los noventa, "la política turística se ve condicionada por una nueva concepción desarrollada por la literatura académica sobre el turismo que incorpora la necesidad de diseñar estrategias globales que hagan más competitivo el sector, todo ello al amparo de las recientes teorías sobre la gestión estratégica de las empresas. La competitividad se convierte en el eje de la estrategia empresarial turística y el objetivo de la política turística empieza a ser reinterpretado en base a crear y mantener un marco adecuado para la competitividad empresarial. En definitiva, comienza así, un período de pleno desarrollo del análisis del producto turístico integral basado en la búsqueda de la calidad de sus componentes y en la eficiencia de su producción.

Con independencia de las formulaciones que se han llevado a cabo con el objetivo de aplicar las estrategias competitivas para el sector turístico y los instrumentos necesarios de política sectorial, parece evidente que la necesidad de hacer más competitivo al sector se fundamenta en el modelo de desarrollo sostenible vigente durante estos últimos años. Hoy cualquier tipo de formulación tiene como punto de partida la idea de que no hay competitividad a medio y largo plazo sin sostenibilidad.

Dado esto por sentado, estamos ante una concepción que toma en consideración todos los aspectos que configuran el producto turístico y el entorno en que se desarrolla con el fin de analizar hasta qué punto cada uno de ellos contribuye positiva o negativamente a posicionar más ventajosamente en el mercado global la propia oferta de la zona que se trate.

Este objetivo tan diferenciado en relación a los objetivos perseguidos por la política turística en el pasado, resulta evidente en el Plan Marco de Competitividad del Turismo Español del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, que ofrece una estrategia para que el desarrollo del sector turístico opere en términos de máxima eficiencia.... Uno de los objetivos claves del Plan Marco ... es la necesidad de fortalecer nuevos esquemas de cooperación entre todas las administraciones. A su vez, estos planes son un intento de conferir a la administración la capacidad de liderazgo para coordinar, desarrollar y financiar proyectos que en muchos casos parten de la iniciativa privada y que precisan por tanto una estrecha interrelación entre los agentes privados y entre éstos y la administración. Este es el gran reto del sector público más allá de la formulación de políticas concretas.

Una aportación de gran interés en el campo del diseño de los principios inspiradores de esta política turística... es el Plan de Desarrollo Integral del Turismo en Andalucía. Al referirse al objetivo de calidad, el Plan señala concretamente: No se trata de configurar productos para colectivos muy restringidos de alto poder adquisitivo (turismo de calidad no es turismo para millonarios), sino de dotar a la oferta turística andaluza y a sus sistemas de comercialización de un nivel que garantice, en cada caso, la satisfacción de un usuario".

Según E. Aguiló ("Factors de canvi de la competitivitat del producte turistic", Revista Económica de Catalunya, N ° 28, 1995) en la actualidad se podrían considerar como



principios básicos para la elaboración de una política turística coherente con lo anteriormente expuesto, los siguientes:

- *“Soberanía de la demanda: El análisis del comportamiento de los mercados y de las motivaciones de los que van de vacaciones a partir de elementos como los aquí expuestos hasta ahora, constituyen la base para diseñar políticas realistas. En este contexto se comete con frecuencia el error de plantear opciones voluntaristas que no responden a las posibilidades que ofrecen los diferentes mercados y, más concretamente, a los planteamientos de planificación del viaje y del ocio que realizan los vacacionistas.*
- *Autenticidad de la oferta: Una estrategia de oferta no es coherente si se intenta desarrollar productos que no se corresponden con las potencialidades de la zona o que le son hostiles. En ocasiones, la estructura de la misma oferta es una condición sine qua non para iniciar cualquier actuación de promoción y marketing con garantías de éxito, lo cual no es incompatible con la puesta en marcha de ideas innovadoras que mejoren los niveles de satisfacción de las necesidades del ocio.*
- *Capacidad de liderazgo de la Administración: Por encima de las políticas concretas, el sector público tiene la misión fundamental de impulsar, coordinar e incentivar estrategias de actuación del sector privado que sean resultado de la cooperación entre ellos. En la mayoría de los casos las iniciativas partirán de los operadores privados. La Administración ha de ser capaz de ser sensible a estas iniciativas y a los retos de futuro, y liderar proyectos teniendo en cuenta las variables del entorno en que se desarrollan estas ideas.*
- *Ámbito territorial eficiente: Uno de los aspectos más preocupantes de la política turística es la superposición de las diferentes administraciones a la hora de desarrollarla. La administración central ha perdido competencias y hay que limitarse a diseñar políticas muy genéricas y a promover la coordinación de los entes territoriales para mejorar fundamentalmente los canales de información y comunicación entre ellos.*

Los grandes protagonistas de la política turística deben ser los municipios y los entes territoriales supra municipales que ellos conformen. “

ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES.

La Provincia cuenta con una amplia variedad de recursos y atractivos turísticos naturales y culturales, esparcidos en un vasto territorio.

Sólo a los centros turísticos de la Costa Atlántica, arriban durante la temporada de verano un promedio aproximado de siete (7) millones de personas, sin contar los fines de semana largos y las vacaciones invernales, convirtiéndola en el principal destino turístico de nuestro país. Sin embargo estos datos no pueden ser fehacientemente corroborados, ya que la Administración Provincial carece de un Sistema de Información Estadística que permita un conocimiento fidedigno, con cifras confiables y permanentemente actualizadas sobre ingresos de turistas, niveles de ocupación, de gasto promedio y, en especial, sobre la incidencia económica del sector en el P.B.I. provincial. La falta de esta información impide evaluar correctamente la importante incidencia del sector en la economía provincial y, en consecuencia, orientar la toma de decisiones.

El turismo representa un importante porcentaje del PBI mundial, existiendo grandes perspectivas de crecimiento del nivel de empleo en la actividad, que no es igualado por otras. Asimismo se considera a América Latina como una de las regiones geográficas del mundo con mejores posibilidades de crecimiento de oportunidades de negocios turísticos.



*Honorable Cámara de Diputados
Provincia de Buenos Aires*



Por su parte, la oferta turística provincial evidencia un gradual deterioro de la calidad ambiental, la degradación - y en algunos casos- la pérdida del patrimonio natural y cultural, y por lo tanto, de la identidad de los sitios..

Si bien ciertos centros turísticos -en especial los costeros-, fueron concebidos de acuerdo a planes reguladores urbanos específicos, otros surgieron por iniciativas privadas, ligadas sólo a intereses comerciales. Lo cierto es que sin importar su origen, en ambos su evolución espontánea, sin pautas turísticas urbanas ni paisajísticas, ha dejado como consecuencia una marcada uniformidad en las construcciones y el ordenamiento territorial.

Esta situación también se verifica en los atractivos y centros situados en las riberas de ríos y lagunas, los pertenecientes a las zonas serranas y aquellos que se destacan por su patrimonio cultural o religioso. Todos ellos presentan una realidad diferente, con diversos grados de desarrollo turístico, por lo que es prioritario plantear líneas de acción y pautas de planificación global, que permitan conformar una oferta diversificada y con rasgos diferenciadores, que permitan su reconocimiento como uno de los elementos básicos del "producto turístico Provincia de Buenos Aires".

La Administración provincial no ha podido anticipar ni controlar esta evolución espontánea, siendo sorprendida por la velocidad de los cambios en las modalidades de la actividad turística, en la nueva conformación del producto turístico y en la consiguiente adaptación en la prestación de los servicios.

Por otra parte, no se han implementado con continuidad procesos de regionalización y/o zonificación turística de la Provincia, que permitieran potenciar el trabajo en conjunto y complementario de las áreas y centros turísticos.

LEGISLACIÓN VIGENTE.

Las necesidades planteadas por la realidad descrita no se condicen con la legislación vigente.

En la década del treinta del siglo pasado, se dictaron leyes de obras públicas vinculadas a políticas de desarrollo económico, cuyo objetivo era la implementación de planes de urbanismo de costas tendientes a colocar, no solo a la provincia sino al país, en competencia turística internacional. Potenciaba centros con una clara diferenciación de roles, formando parte de un sistema turístico regional que preveía una cadena de balnearios. La legislación de costas y riberas forma parte de esa estrategia de desarrollo, como así también la red vial de caminos costeros.

A finales de la década del cuarenta, con la llegada del peronismo al poder y la consolidación de un nuevo orden social, el Gobierno Provincial sanciona la Ley 5254, publicada en el Boletín Oficial el 21 de julio de 1948, por la que se crea la Dirección de Turismo y Parques, dependiente del Ministerio de Hacienda, Economía y Previsión.

En la misma se fijan entre sus fines: conservar las zonas, lugares o caminos de turismo; impedir la destrucción o deterioro de monumentos o lugares históricos; crear y habilitar lugares de descanso; impulsar el turismo social y proteger al turista fiscalizando las entidades dedicadas a la explotación de la industria turística.

Entre sus funciones establece: organizar con fondos propios la publicidad para fomentar el turismo en el territorio provincial; promover la creación de entidades populares de fomento dedicadas a estimular el turismo local y regional; proyectar la reglamentación de las agencias de turismo; organizar campamentos y colonias de vacaciones propiciando excursiones colectivas económicas; propender a la creación de un boleto económico de turismo; organizar y fomentar actividades sociales, culturales, deportivas, artísticas y evocativas que hagan conocer las riquezas de la provincia.

Plantea que los recursos destinados a estos fines son: los derivados del presupuesto provincial; lo recaudado por los casinos; lo proveniente de publicidad en guías, folletos y otros; lo proveniente de la venta de productos, concesiones de venta y otros servicios en eventos organizados por la Dirección y, por último, el producido por los derechos de inspección y fiscalización de los servicios turísticos.

Esta ley de indudable valor y con criterios innovadores para su época, es la que aún está vigente y rige la actividad turística en la Provincia de Buenos Aires.



PROYECTO.

Teniendo en cuenta la complejidad de factores que involucra la actividad turística, las dimensiones adquiridas y el estado de desarrollo turístico que se verifica en la provincia, resulta imprescindible adecuar el marco jurídico de manera en que permita encuadrar la actividad dentro del principio del turismo sostenible, definido éste como un modelo de desarrollo económico concebido para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora, facilitar a los turistas experiencias de alta calidad y proteger al medio ambiente con el que la comunidad anfitriona y los turistas conviven.

“El desarrollo sustentable no es una situación estática de armonía, sino más bien un proceso de cambio en el que la explotación de los recursos, la dirección de las inversiones, la orientación del desarrollo tecnológico y la transformación institucional se ajustan a las necesidades presentes y futuras” (3)

En ese sentido el presente Proyecto de Ley pretende crear un marco regulatorio que sirva de instrumento para la implementación de nuevas políticas turísticas con el objetivo de promover el acceso de todos los sectores sociales a la práctica del turismo, garantizar un desarrollo turístico sustentable que asegure el goce de los atractivos a las generaciones presentes y futuras, y la participación de la comunidad en la planificación del turismo local, tendiendo a la competitividad del sector y a su integración en espacios económicos regionales mas amplios como el Mercosur.

La norma que se propone ha tenido en cuenta las valiosas experiencias de otras legislaciones provinciales (Córdoba, Chubut, y Rio Negro), como así también las de países de alto desarrollo turístico como España y México. Así mismo cabe destacar que se han considerado particularmente anteproyectos elaborados en los últimos años por las diferentes administraciones de turismo, ya que los mismos fueron concensuados en diversos congresos y foros. En todas las iniciativas mencionadas al igual que la presente, se concuerda en declarar al turismo como actividad económica de interés provincial persiguiendo el objetivo de equiparar al sector, con vistas a su jerarquización, con las actividades tradicionales de la economía provincial.

Pero además, en este proyecto, en el Capítulo IX : Del Fomento al Turismo, se establece que la autoridad de aplicación conjuntamente con las autoridades municipales del área, elaborarán programas anuales de fomento y desarrollo , alentando la radicación de inversiones turísticas, la generación de empleo y la protección y puesta en valor de los recursos que conforman el patrimonio turístico provincial.

Asimismo prevé la creación de un Registro de Iniciativas y Proyectos de Inversión Turística, en el que los interesados podrán inscribir sus propuestas y acogerse a regímenes especiales que pudieran establecerse, como así también la gestión, por parte de la autoridad de aplicación, de exenciones sobre tributos que pudieran gravar las inversiones que se realicen de acuerdo a lo planificado.

Como ya se ha señalado la presente norma tiene por objetivo institucionalizar pautas que permitan el desarrollo de acciones en pos de un turismo sostenido en la provincia. Dentro de este contexto se han establecido:

- La importancia de la planificación a largo plazo del desarrollo turístico, tendiendo a la protección del patrimonio provincial y del medio ambiente.
- El diseño de políticas descentralizadas, jerarquizando el rol de los municipios como ejes de la planificación y la participación de la comunidad en la toma de decisiones.
- El resguardo del turista en su calidad de usuario.
- La coordinación de acciones entre el sector público y el privado. Creación de un Consejo Asesor integrado por organismos gubernamentales y no gubernamentales.
- La profesionalización y capacitación en todos los niveles y el desarrollo de la investigación.

PLANIFICACIÓN TURÍSTICA.



*Honorable Cámara de Diputados
Provincia de Buenos Aires*



A la autoridad de aplicación se le asigna las funciones de planificación ordenamiento general de la actividad

Para que el turismo represente una estrategia económica verdaderamente beneficiosa para la comunidad, debe proponerse mejorar también la calidad de vida de las personas que viven y trabajan en ella y proteger el medio ambiente. No se pueden separar la protección del medio ambiente y el éxito en el desarrollo turístico. El turismo debe ser ambientalmente sostenible - tanto en el plano cultural como en el natural- para ser económicamente sostenible.

Ecología y economía, incluido el turismo, están cada vez más interrelacionados -local, regional, nacional e internacionalmente- en un entramado de causas y efectos. La mayoría de los destinos turísticos preferidos por el público dependen hoy de entornos físicamente limpios, ambientes naturales protegidos y, con frecuencia, rasgos culturales distintivos de las comunidades locales. Corresponde a los planificadores locales garantizar hoy una gestión prudente de los recursos, de forma que también puedan disponer de ellos las generaciones futuras. (4)

Afortunadamente, el turismo puede ser un factor crucial para la conservación del medio si se adapta al entorno y a la sociedad local mediante una planificación y gestión cuidadosas. En efecto, un entorno interesante, con hermosos paisajes, flora, fauna, aire y agua limpios, ofrece ya muchos de los recursos que atraen a los turistas. El turismo puede contribuir a justificar, e incluso a sufragar los esfuerzos conservacionistas.

Parecida importancia tienen la planificación y el desarrollo del turismo en la conservación del patrimonio cultural de una zona, conformado por enclaves arqueológicos e históricos, estilos arquitectónicos peculiares, danzas, música, teatro, ceremonias singulares, arte y artesanía, vestidos, costumbres y sistemas de valores locales. Esta herencia cultural es un atractivo para los turistas y puede reforzarse y protegerse selectivamente, o deteriorarse como consecuencia del turismo. Todo depende de cómo se desarrolle y gestione el turismo. Esencial en cualquier modalidad de desarrollo será el mantenimiento del carácter singular de la identidad histórica, cultural y comunitaria de cada lugar.

Las comunidades reciben beneficios diversos del turismo que deben, en principio, traducirse en una mejor calidad de vida de sus residentes. Sin embargo, es esencial que los residentes de cada comunidad participen en las decisiones sobre planificación, desarrollo y gestión del turismo y se beneficien por igual de este sector. Deberá, pues, fomentarse la participación comunitaria en formas diversas.

El rol del Estado

El Estado tiene la responsabilidad de estimular y apoyar la conservación de la naturaleza y de la cultura que son los recursos más importantes para el turismo. También es tarea gubernamental fijar las políticas, los planes y el marco jurídico necesarios para un control estricto del turismo, de forma que éste reporte beneficios reales sin crear problemas graves.

Existen también importantes vínculos a nivel local entre turismo, agricultura y pesca, otros sectores industriales, establecimientos minoristas, sistema de transportes, atención médica, servicios postales y bancarios, y otros servicios y equipamientos comunitarios.

No se puede considerar el turismo a nivel de comunidad sin tener en cuenta al mismo tiempo sus relaciones regionales, nacionales y con frecuencia internacionales.

El proceso de planificación

La planificación del turismo debe tener en consideración los diversos componentes del desarrollo turístico en el marco de los mercados de turismo y el medio ambiente, ya sea natural, cultural o socioeconómico. La planificación se lleva a cabo siguiendo un proceso sistemático de fijación de objetivos, estudio y análisis, formulación del plan y recomendaciones, y ejecución. A todo ello habrá de seguir una gestión continuada.

La planificación del turismo tiene lugar a diferentes niveles, que van desde los macro niveles regional y nacional, hasta los diversos micro niveles de planificación local. Aún cuando los planes locales pueden prepararse de forma independiente, es esencial que



todos encajen en el contexto de los marcos regional y nacional. El macronivel de desarrollo turístico crea el contexto para el desarrollo a nivel de comunidad. La participación comunitaria en la planificación y desarrollo del turismo es un principio básico en todos los casos. Igualmente lo es la consideración de cuestiones más generales relacionadas con el medio ambiente y la economía.

El turismo es una actividad multisectorial. Su planificación es compleja e incluye aspectos institucionales y físicos. Los componentes básicos del turismo que habrá que considerar serán:

- Recursos, atractivos y actividades turísticas, naturales y culturales.
- Servicios e instalaciones de alojamiento: hotelero y extrahotelero, campings y otros.
- Otros servicios e instalaciones: servicio de información, restaurantes, salones de exposiciones, galerías de arte, tiendas de artesanías, de productos de primera necesidad, bancos y cambio de moneda, atención médica, seguridad pública, correo y otros.
- Servicios e instalaciones de transporte: acceso a la zona turística y movimiento dentro de ella.
- Otros elementos de infraestructura: abastecimiento de agua, electricidad, desagües y eliminación de residuos sólidos, drenaje y telecomunicaciones.
- Elementos institucionales: planes de marketing y programas de promoción, legislación y reglamentación turística, estructuras organizativas públicas y privadas del turismo, incentivos a la inversión privada en turismo, programas de educación y capacitación para empleados de turismo, programas de concientización turística, y programas socio-económicos referidos al medio ambiente.

Estos componentes del turismo reciben consideración en el marco del mercado turístico nacional e internacional y en función del uso de los equipamientos, servicios, infraestructura y atractivos por parte de los residentes locales. Todos estos componentes se refieren e inciden en el entorno socioeconómico natural y cultural.

La puesta en práctica de un plan de desarrollo turístico requiere diversos enfoques y técnicas. En primer lugar, deben definirse bien los papeles respectivos de los sectores privados y públicos, que variarán según las circunstancias locales y nacionales. El sector privado asume, con frecuencia, gran parte de la responsabilidad de desarrollo y gestión. Sin embargo, la administración pública debe desempeñar varias funciones importantes para crear un marco que favorezca el desarrollo y la gestión, especialmente si se desea un turismo sostenible y de alta calidad a largo plazo. Es esencial una estrecha relación entre los dos sectores durante todo el proceso de ejecución y gestión.

La ejecución de proyectos específicos de desarrollo debe llevarse a cabo de forma sistemática e incluyendo el análisis de viabilidad. También se requieren programas de desarrollo para la puesta en práctica eficaz de proyectos específicos, privados o públicos.

El marketing turístico es esencial para informar a los turistas sobre el producto. La planificación de mercado supone la formulación de objetivos de comercialización y una estrategia concreta, coherente con el tipo de turismo que se está desarrollando o se quiere desarrollar. Una comercialización correcta requiere conocimientos sobre los sectores de mercado a que se aspira; así como sobre los recursos y atractivos, instalaciones y servicios del punto de destino. Se pueden aplicar diversas técnicas de promoción para atraer a los turistas, pero siempre sobre una base previamente programada. Normalmente, se logra una buena comercialización y promoción si se combinan en un esfuerzo conjunto ambos sectores, privado y público.

Se debe continuar la estrecha coordinación entre el sector privado y el público durante la ejecución, el desarrollo y la administración del plan.

Las nuevas modalidades del turismo

En los procesos de planificación, a todos los niveles, se debería prestar especial atención a las nuevas modalidades en la práctica del turismo, ya que conllevan una relación especial con el medio ambiente y exigen un tratamiento diferente puesto que sus



requerimientos de infraestructura y equipamiento difieren sustancialmente de los exigidos por las actividades turísticas tradicionales.

Las tendencias del mercado muestran que los turistas se orientan crecientemente hacia actividades concretas, que están adquiriendo una mayor concientización ambiental y que el mercado turístico está cada día más fragmentado. En consecuencia, el producto y la oferta de turismo están también en transformación.

Los turistas se van diferenciando cada vez más en mercados diversos, con una tendencia importante, el rápido crecimiento del turismo de intereses específicos: turistas que viajan para conocer rasgos particulares de una zona relacionada con sus intereses personales. Este tipo de turismo puede centrarse en una amplia gama de aspectos culturales, naturales o relacionados con los intereses profesionales de esos turistas.

Los "ecoturistas" forman un mercado creciente. Sus intereses se relacionan primordialmente con el medio ambiente y las culturas tradicionales; con frecuencia se sienten atraídos a zonas remotas, especialmente frágiles. Como cualquier otro tipo de turismo, habrá que planificarlo y gestionarlo cuidadosamente, aún cuando se trate de un grupo reducido de turistas. Puede reportar beneficios a las zonas más remotas, sin dañar, al mismo tiempo al medio ambiente y la cultura.

Los *tours* operadores y las agencias de viajes están hoy ofreciendo una mayor variedad de productos turísticos diseñados para los diferentes segmentos del mercado. Los nuevos destinos serán "temáticos" y orientados a actividades concretas, centrándose especialmente en el esparcimiento, la naturaleza y la cultura. Los centros de vacaciones y otros tipos de instalación turística, bien planificados y gestionados, podrán limitar el impacto ambiental negativo que caracterizó algunos destinos en el pasado.

Las formas convencionales de turismo en centros turísticos, turismo de excursiones y turismo urbano seguirán siendo populares, si bien los turistas irán exigiendo un nivel de calidad ambiental superior al exigido en el pasado. Ya ocurre que los puntos de destino que presentan problemas de medio ambiente y sociales, por falta de planificación o gestión, están siendo evitados por muchos turistas que prefieren zonas mejor planificadas y administradas.

Impactos en el Medio Ambiente

Turismo y medio ambiente conforman una relación sistémica de profunda interacción. Como ya se ha insistido en el concepto de desarrollo sostenible para la planificación del turismo, los impactos ambientales y socioeconómicos deberán ser tenidos en cuenta durante todo el proceso de planificación de forma que se eviten, o al menos se aminoren, los efectos negativos y se refuercen los positivos.

Por otra parte, los proyectos concretos deberán ser objeto de una evaluación del impacto ambiental (EIA) que garantice que no serán causa de problemas serios.

Además de quedar integrados en el proceso de planificación y desarrollo, estos impactos tendrán que ser objeto de vigilancia y seguimiento constante, de forma que se pueda detectar, y remediar antes de que adquiera gravedad, cualquier efecto negativo.

Cuidadosamente planificado y gestionado, el turismo puede contribuir a la conservación del patrimonio ambiental y cultural de una zona. Gracias a la experiencia acumulada en muchas áreas turísticas, se han desarrollado técnicas de gestión de impactos, si bien habrá que adaptarlas a las características locales

Un principio básico en la conservación del medio ambiente es no sobrepasar las capacidades de la zona turística o de sus elementos concretos de atracción y sitios de desarrollo. De importancia también fundamental es la creación de una infraestructura adecuada para atender tanto al turismo como a las necesidades comunitarias generales. Con respecto a la conservación cultural, valdrá la pena fijar un programa sociocultural que aborde estructuradamente la protección de los aspectos específicos del patrimonio cultural local.

EL ROL DE LOS MUNICIPIOS Y LA PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD



Nuestra Provincia tiene una organización municipal que representa una inmejorable base para la implementación de políticas turísticas descentralizadas.

El proyecto que se presenta contempla al municipio como base operativa para generar un esquema de planificación "de abajo hacia arriba", lo que permitirá su participación desde el inicio de las propuestas.

Si una comunidad cuenta con el tipo adecuado de recursos, puede tener la oportunidad de desarrollar una forma de turismo que reporte considerables beneficios a todos sus miembros. Para lograrlo, el turismo debe planificarse y gestionarse de forma que mejore la calidad de vida de los residentes y proteja el medio ambiente local, tanto natural como cultural. Esto es sólo posible si se involucra a la comunidad en el proceso de planificación y desarrollo turístico local.

Para lograr la creación de un modelo participativo para la definición, puesta en valor y la utilización del producto recreativo, turístico y cultural es necesario el diseño de políticas que permitan consolidar el rol de la comunidad en el desarrollo de los centros turísticos.

Este nivel de planificación descentralizada provoca en el residente de una comunidad turística un cambio fundamental, porque lo convierte en el usuario básico del recurso turístico que compartirá durante una temporada del año con el turista.

A través de canales de participación que se planteen en el nivel municipal mediante la intervención de la comunidad, se determinarán las características turísticas de cada centro y las estrategias a seguir, las cuales estarán internalizadas e incorporadas a los valores propios de cada vecino. Una comunidad debe empezar por preguntarse a sí misma cual es el producto recreativo y turístico que puede ofrecer entendiendo por este concepto sus atractivos, su historia, su tradición, su cultura y su forma de esparcimiento.

El producto es la suma de las aspiraciones de la comunidad que va a ser su principal usuario.

Concientización de la comunidad receptora

Como ya se ha subrayado, es importante para las zonas turísticas educar e informar a los residentes sobre el fenómeno del turismo: beneficios, desventajas y cómo superarlas, planes y programas de desarrollo, acontecimientos turísticos y cómo relacionarse con turistas de lenguas y costumbres diferentes. La elevación del interés de los residentes por la calidad y la conservación ambiental puede ser, muchas veces, un elemento válido de los programas de concientización turística dada la importancia de la conservación para el desarrollo turístico.

Este proceso educativo debe ser continuo. Además debe llevarse a cabo de forma programada aplicando aquellas técnicas y aproximaciones que mejor sirvan para alcanzar al número máximo de residentes.

"Por todo esto es importante que las comunidades tomen conciencia que el turismo trata de la recepción de seres humanos y que para ello deben desarrollar una actividad de tipo artesanal, con un alto protagonismo del residente y que complemente la oferta turística tradicional. Una comunidad imbuida en la cultura de la hospitalidad, afianzará o generará en muchos casos el tráfico de turistas hacia ella. Se conformará como complemento de la actividad empresarial del turismo". " .. la hospitalidad no es otra cosa que la forma turística de la solidaridad humana. No hay comunidad que pueda ser hospitalaria si antes no es una comunidad organizada y solidaria". (5)

El desarrollo turístico será entonces un proyecto colectivo, elaborado con acuerdo, que integra a todas las áreas de tiempo libre de una comunidad para planificar el diseño de un producto cultural-recreativo-natural, que esté puesto al servicio, en primer término de la propia comunidad y además de los turistas y visitantes.

"Si el indicador relevante de calidad en la actividad turística radica en la satisfacción del turista, el indicador primordial de sustentabilidad del *centro, soporte, escenario y paisaje* de dicha actividad, se apoya en la gratificación del residente, producto de su calidad de vida inducida.

...la sustentabilidad no radica en la capacidad de soporte del centro sino de la aptitud de integración en las actividades generadas e inducidas y de inclusión en los beneficios producidos". (6)



La planificación comunitaria integrada, en el marco de la planificación y política provincial y regional, es una función de las autoridades locales especialmente importante. Supone la preocupación simultánea por la conservación de los recursos naturales, protección de los recursos culturales, desarrollo económico, desarrollo social y pautas de utilización del suelo y de la infraestructura. Dentro de estos niveles aparece una eficaz herramienta de integración: el corredor turístico, que relaciona centros, atractivos y servicios cercanos y complementarios.

La concentración de servicios y equipamientos turísticos en zonas determinadas permite una mayor eficacia de la infraestructura, ofrece una variedad de actividades e instalaciones fácilmente accesibles a los turistas, estimula la planificación integrada y la aplicación de controles del desarrollo, y limita los impactos negativos.

De ser posible, las atracciones turísticas deberán agruparse con otras secundarias desarrolladas en su vecindad, de forma que los turistas se sientan inclinados a estadías más largas. Siempre que sea factible, la infraestructura será de usos múltiples, prestando servicios tanto a las necesidades generales de la comunidad como a las del turismo.

EL RESGUARDO DEL TURISTA EN SU CALIDAD DE USUARIO

El proyecto también se ocupa de los operadores o prestadores turísticos, a los que se pone bajo la fiscalización y contralor de la autoridad de aplicación. El articulado de la norma fija para los prestadores derechos o beneficios y obligaciones puntuales, con sanciones para el eventual caso de incumplimiento de las disposiciones que se proyectan.

Respecto a los derechos del turista, en la Carta del Turismo y Código del Turista, aprobada en la Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo, realizada en Sofía, Bulgaria, en setiembre de 1985, se expresa:

Artículo 12: Los turistas, en el curso de sus desplazamientos, tanto de un país a otro como en el interior del país visitado, deberían poder beneficiarse de medidas apropiadas dictadas por los poderes públicos, a fin de disponer:

- a) de una reducción de los controles de carácter administrativo y económico; y*
- b) de las mejores condiciones posibles de transporte y de estancia que ofrezcan los gestores de los diferentes servicios turísticos.*

Artículo 13: Debería permitirse a los turistas, tanto en su país como fuera de él, el libre acceso a los lugares y localidades de interés turístico y, a reserva de los reglamentos y limitaciones en vigor, circular libremente por los lugares de tránsito y de estancia.

Con ocasión de su acceso a los lugares y localidades de interés turístico y durante su tránsito y estancia, debería asegurarse también a los turistas:

- a) una información objetiva, exacta y completa sobre las condiciones y facilidades que les ofrecen durante su viaje y estancia los servicios oficiales de turismo y los gestores de los servicios turísticos;*
- b) la seguridad de su persona y sus bienes, así como la protección de sus derechos en calidad de consumidores;*
- c) una higiene pública satisfactoria, especialmente en materia de alojamiento y de servicios de restaurante y transporte, una información para prevención eficaz de enfermedades contagiosas y de accidentes, así como el libre acceso a los servicios de salud;*
- d) el acceso a comunicaciones públicas rápidas y eficaces, tanto interiores como exteriores;*
- e) los procedimientos y garantías administrativas y judiciales necesarios para la protección de sus derechos; y*
- f) la posibilidad de practicar su propia religión, utilizando las facilidades disponibles a estos efectos.*

Todas estas consideraciones han sido tenidas en cuenta para la elaboración del Capítulo VIII: De los Derechos del Turista.

LA COORDINACIÓN DE ACCIONES ENTRE LOS SECTORES PÚBLICO Y PRIVADO



*Honorable Cámara de Diputados
Provincia de Buenos Aires*



Desde la elaboración de planes y proyectos, hasta las etapas siguientes de su ejecución, desarrollo y control, debe mantenerse una estrecha coordinación y cooperación entre el sector privado y la administración provincial. El desarrollo de servicios e instalaciones turísticas como hoteles, agencias de viajes y excursiones, restaurantes, atracciones, actividades de tipo comercial e infraestructura local, normalmente son iniciativas correspondientes al sector privado que se beneficia con los mismos.

Sin embargo en algunos lugares de desarrollo reciente o potencial, donde el capital privado es limitado, suele resultar difícil atraer capitales privados. Por esta razón, tal vez sea necesario que el Estado haga la inversión inicial u ofrezca incentivos y exenciones tributarias para atraer las inversiones de capital privado.

Las empresas mixtas entre Estado e inversores privados constituyen otra posibilidad para iniciar el desarrollo turístico de algunas zonas.

Es imprescindible fomentar la cooperación entre ambos sectores en favor de los intereses turísticos de la Provincia. Tienden a ser especialmente activas y pueden prestar fuerte apoyo al turismo sostenible. Las asociaciones profesionales como asociaciones de hoteles, restaurantes y agencias de viajes, pueden colaborar en la elaboración de planes y programas y se constituyen en grupos de presión.

Dentro de este contexto, las Organizaciones No Gubernamentales (ONG) desempeñan un rol de suma importancia pudiendo intervenir en numerosas acciones, entre otras:

- participar en juntas asesoras de turismo sostenible a todos los niveles del gobierno y de la industria;
- actuar en la evaluación de planes de desarrollo regionales y de sitios concretos y la combinación y localización adecuada de los diferentes usos asignados al suelo.
- recabar el apoyo local al desarrollo de un turismo sostenible y oponerse a un desarrollo turístico inadecuado.
- promocionar la participación de los residentes locales en la investigación y el acopio de datos para un turismo sostenible.
- participar en la educación del público sobre la importancia económica del desarrollo de un turismo sostenible, la necesidad de una base segura de recursos (especialmente paisajísticos) y un comportamiento adecuado por parte del gobierno, la industria turística y los turistas mismos.
- vigilar los impactos del turismo en la cultura y medio ambiente locales, la participación en el capital invertido en la industria turística local, los impactos de otros sectores de la economía en el turismo sostenible, y la adhesión del gobierno y de la industria al concepto del turismo sostenible.(7)

Creación del Consejo Provincial de Turismo

En concordancia con lo expuesto en el punto anterior, el proyecto establece la creación de un Consejo asesor, que presidido por el titular de la autoridad de aplicación, prevé la participación de representantes de los Municipios y de todas las entidades representativas de los prestadores de servicios turísticos y de empresas turísticas, entidades educacionales públicas y privadas relacionadas al sector y de otras instituciones provinciales cuya actividad guarde relación con el turismo.

Sus integrantes podrán expresar sus opiniones sobre la política turística y los planes y programas a implementar, en todos sus aspectos. Del mismo modo, podrán presentar sus iniciativas dentro de este organismo.

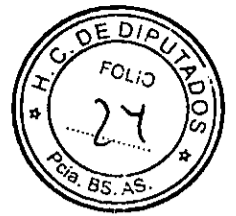
LA PROFESIONALIZACIÓN Y CAPACITACIÓN EN TODOS LOS NIVELES Y EL DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN DE LA ACTIVIDAD

La educación y capacitación apropiada y completa de las personas empleadas en el turismo, son esenciales para un buen desarrollo y gestión de este sector.

Los funcionarios públicos de turismo deben comprender la formulación de la política turística, las técnicas de planificación y marketing, la identificación de proyectos y el



*Honorable Cámara de Diputados
Provincia de Buenos Aires*



análisis de viabilidad, las estadísticas y la gestión de los sistemas de información turística, el análisis de impactos económicos, sociales y ambientales, la fijación y administración de estándares de calidad para servicios e instalaciones, los servicios de información a turistas y otros.

Aún cuando ciertas funciones técnicas, como planificación y análisis de viabilidad sean llevados a cabo por expertos, los funcionarios públicos de turismo deben tener suficientes conocimientos sobre estos temas para poder supervisar el trabajo realizado.

Los empleados de la industria turística, deben estar capacitados para operaciones de hospedaje y alimentación, servicios de viajes, excursiones y guías. En cuanto a los trabajos de hotelerías, por ejemplo, se requiere adiestramiento en la preparación de alimentos, servicios de comidas y bebidas, labores domésticas, recepción y servicios de atención al público, así como mantenimiento de edificios y terrenos. Se requiere adiestramiento a nivel básico, medio y avanzado, así como para funciones de supervisión y administración.

Además de la formación técnica, los empleados de turismo, especialmente los que tienen contacto directo con los turistas, deben ser competentes en relaciones públicas y saber atender las quejas. Deben tener conocimientos sobre los atractivos locales, a fin de contestar las preguntas a los turistas. En algunos sitios, el personal de turismo debe conocer lenguas extranjeras.

Es importante la educación sobre higiene y apariencia personal. En general los empleados deben mostrar una actitud positiva hacia el turismo, los turistas y su trabajo.

Creación del Centro de Conocimiento Turístico Provincial

Respecto al desarrollo de la investigación referida a la actividad turística, el presente proyecto establece la creación del Instituto Provincial de Turismo, con el objetivo primordial de implementar la investigación del sector y a efectos de permitir la toma de decisiones estratégicas con los suficientes conocimientos.

La importancia que el sector turístico tiene para la economía y la sociedad, los beneficios e impactos que produce, la necesidad de implementar vías de cooperación entre la administración provincial y las administraciones municipales, entre éstas y el sector privado -en su amplio espectro- entre otros aspectos de los tantos que hacen a la configuración del sector, obliga a profundizar en el fenómeno turístico desde el punto de vista de la investigación.

El sector turístico se ha visto forzado en determinadas ocasiones a tomar decisiones estratégicas y a abordar líneas de actuación sin disponer previamente de los conocimientos indispensables para valorar adecuadamente las implicancias de esas decisiones. El sector se ha desarrollado sin la ayuda de indicadores económicos rigurosos que permitieran medir precios, inversiones, empleo o producción.

El sector empresarial ha realizado cuantiosas inversiones sin disponer de herramientas suficientes para evaluar la rentabilidad, las tendencias del mercado y las características de la demanda. No se puede olvidar tampoco el impacto que se ha causado sobre el medio ambiente así como las dificultades para la correcta cualificación profesional de nuestro mercado de trabajo.

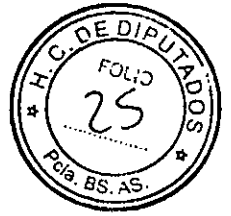
Con las tareas y acciones del Instituto y con otras colaboraciones, se deberían conseguir que las líneas de investigación turística sean actuales, confiables y adecuadas a las necesidades de la actividad privada, del sector público y de la sociedad en general.

Para finalizar, tal como fue desarrollado en esta fundamentación, este proyecto viene a cubrir un vacío legal de muchos años. Es necesario y fundamental, dada la importancia de la actividad turística en nuestra provincia, contar con un marco legal que acompañe su evolución de acuerdo a los requerimientos que marcan nuestros tiempos.

“La prioridad absoluta son las reformas de nuestro sistema económico y jurídico, el coraje de internarnos en vías totalmente nuevas, de innovar, de modificar las prioridades, de romper con ciertas tradiciones, de establecer una nueva jerarquía de valores, de



Honorable Cámara de Diputados
Provincia de Buenos Aires




renunciar a tratar solamente los síntomas y adoptar una terapia causal que extirpe las malas raíces y tome en consideración el porvenir a largo plazo" . (8).

Por los motivos expuestos solicito a las Sras/Sres Legisladoras/es me acompañen en el presente proyecto de ley.

NOTAS:

- (1) Krippendorf, Jost, "Les devoreurs de paysages", Lausanne, Suiza, 1977.
- (2) Publicación: Estudios Turísticos N° 129, Madrid, España, 1996
- (3) Fuente: Our Common Future (Nuestro Futuro Común), Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo.
- (4) "Desarrollo turístico sostenible" -Organizacion Mundial del Turismo- Edición provisional-1996 - Madrid - España .
- (5) Guitelman, Jorge, "Los artesanos del trato", Comisión de Investigaciones Científicas. Serie Difusión. Año 7. N° 1, 1997.
- (6) Arquitecto Mantero, Juan Carlos, artículo "Usos del tiempo libre en población residente de centros turísticos: Mar del Plata y Miramar". Aportes y transferencias. Año I. 1997.
- (7) "Desarrollo turístico sostenible". OMT. Op. Cit.
- (8) Krippendorf, Jost. Op. cit.


CARLOS ALBERTO NIVIO
Diputado Provincial
H. Cámara de Diputados
Pcia. de Buenos Aires.