



Estudio de percepción del turismo por parte de los residentes de la localidad de Barreal, departamento de Calingasta (San Juan)

Study of the perception of tourism by the residents of the town of Barreal, department of Calingasta (San Juan)

Carlos Esteban Bassan

Universidad Nacional de San Juan - Facultad de Filosofía, Humanidades y Artes
Programa PRITUR - San Juan, Argentina
lic.Bassan@gmail.com

Alejandro Jorge Rodríguez

Universidad Nacional de San Juan - Facultad de Filosofía, Humanidades y Artes
Programa PRITUR - San Juan, Argentina
rodriguezjorgealejandro@gmail.com

RESUMEN

El turismo constituye un importante motor de crecimiento de numerosos municipios de la Argentina, sin embargo y en forma frecuente, no se toma en cuenta la percepción y mirada de las comunidades locales en el proceso de planificación y desarrollo de la actividad turística. El siguiente trabajo – proveniente de una investigación de cátedra de turismo de la Facultad de Filosofía, Humanidades y Artes (Universidad Nacional de San Juan)-, alcanzó sus

principales objetivos de conocer la percepción de los residentes acerca del fenómeno turístico en su localidad; indagar sobre los beneficios y perjuicios que genera; el nivel importancia y participación en su desarrollo; entre otros aspectos. Para tal fin, se planteó una investigación de tipo cuali-cuantitativa, a través del diseño e implementación de 401 encuestas a residentes barrealinos, mientras que el aspecto cualitativo estuvo cubierto por 11 entrevistas a informantes calificados, representantes de un diverso arco de actores locales. El cruzamiento y análisis de los datos recolectados, permitieron afirmar que la localidad de Barreal, posee un importante apoyo y vocación para con la actividad turística, pero que a la vez necesita (casi en un 100%) llevar a cabo una campaña de concientización y sensibilización turística en la localidad.

PALABRAS CLAVE: percepción; turismo; impactos; comunidad; concientización.

ABSTRACT

Tourism constitutes an important engine to grow in numerous municipalities in Argentina. However, local communities' perception and views are not taken into account in the process of planning and developing of the tourism activity. This article is the result of a research carried out by a university board from the local Facultad de Filosofía, Humanidades y Artes from the national university, Universidad Nacional de San Juan. They achieved its main objectives that were: getting to know the residents' perception on tourism; inquiring about the benefits and damages that it generates; the level of importance and participation in its development. In order to achieve this, an investigation of a qual-quantitative type was raised, through the design and implementation of 401 surveys to barrealian residents, while the qualitative aspect was covered by 11 interviews to diverse local representatives. Crossing and analysing the collected data allowed them to affirm that Barreal has an important support and vocation for the tourism activity, but that at the same time it needs (almost 100%) to carry out a tourist awareness campaign in the place.

KEYWORDS: perception; tourism; impacts; community; awareness.

Introducción

La siguiente investigación de cátedra presenta la realización de un estudio de percepción de los residentes de Barreal con respecto al fenómeno turístico en su localidad, para luego poder contribuir en el diseño y desarrollo de una Campaña de Concientización Turística para la localidad. Este proyecto se enmarcó dentro del cursado de la asignatura “Relaciones Públicas y Humanas” del 2do. Año de la Carrera de Tecnicatura en Turismo con Sede en Barreal (FFHA-UNSJ), a cargo de los Profesores Lic. Carlos E. Bassan y Tut. Alejandro Rodríguez. A través de esta actividad extra-áulica se buscó por un lado, enriquecer la formación de los estudiantes de turismo en cuanto a la elaboración de investigaciones de campo aplicadas, y luego generar un valioso insumo y aporte desde el campo académico de la facultad hacia el desarrollo turístico del municipio.

Tomando en cuenta la revisión de la bibliografía y las necesidades de información de fuentes primarias, se diseñaron e implementaron dos instrumentos para la recolección de datos. El primer instrumento fue una encuesta realizada a una muestra representativa de la comunidad, donde 401 residentes opinaron acerca de su conocimiento y percepción de la actividad turística, desarrollando luego el análisis cuantitativo del estudio. Por otro lado, los alumnos participantes llevaron a cabo 11 entrevistas en profundidad a informantes calificados y referentes de la localidad en materia turística, complementando y enriqueciendo en forma cualitativa así el estudio. El cruzamiento y análisis de los datos recolectados en campo, afirmaron nuestra **hipótesis principal** de que “la localidad de Barreal como destino relativamente joven y emergente, carece todavía en su componente poblacional, de una concientización turística activa que permita el desarrollo pleno de una cultura turística receptiva acorde a la cantidad y jerarquía de sus recursos y atractivos turísticos reales y potenciales”. En consonancia con esto, un **95 %** del total de los residentes encuestados y un **100 %** de los informantes entrevistados, coincidieron en

la necesidad de llevar a cabo una campaña de concientización turística en la localidad.

Como también se expresa a lo largo del trabajo, los objetivos planteados en el estudio fueron alcanzados muy satisfactoriamente, y además se generaron diferentes análisis y conclusiones que abonan en la tarea diagnóstica de la localidad como destino turístico en franco crecimiento. De esta manera, esperamos que este trabajo sea un documento valioso de consulta, invitando a todos los que hicieron posible dicho desarrollo y a los demás actores de la localidad de Barreal y del resto del departamento de Calingasta a que puedan leerlo y compartirlo a favor de un desarrollo turístico más competitivo y sustentable del destino.

Destinatarios del estudio (público objetivo)

1. La comunidad de Barreal en su conjunto (Estudio Cuantitativo).
2. Informantes Calificados referentes de la actividad turística local (Estudio Cualitativo).

Objetivos del estudio

Conocer la percepción de la comunidad de Barreal acerca del fenómeno turístico en su localidad

- Indagar sobre los beneficios y perjuicios que a criterio de ellos genera el turismo
- Analizar la relación entre sus actividades laborales/ ocupaciones y el desarrollo de la actividad turística
- Evaluar el nivel de importancia que le asignan los barrealinos al turismo y su participación en el desarrollo del mismo

- Determinar el grado de conocimiento que poseen acerca de sus atractivos y lugares de interés turístico
- Ponderar cuan hospitalarios son en la práctica cotidiana con los visitantes y que aspectos deberían mejorar o fortalecer como anfitriones
- Determinar la necesidad de llevar a cabo una campaña de concientización turística

Equipos de trabajo - cátedra de relaciones públicas y humanas¹

Facultad de Filosofía, Humanidades y Artes, Universidad Nacional de San Juan

Carrera de Tecnicatura en Turismo, Sede Localidad de Barreal (Calingasta)

Profesores: Titular: Lic. Carlos E. Bassan, Prof. Ayudante 1º Técn. Alejandro J. Rodríguez

Estudiantes Participantes:

Equipo Cóndor: Victoria Carbajal, José Castillo, Belén Herrera y Amanda Roca

Equipo Pumas: Sabrina Brizuela, Mercedes Gisel Pérez y Laura Lucía Robles

¹ En el año 2017 se empezó a dictar la Carrera de Tecnicatura en Turismo con Sede en Barreal, como acción estratégica en la formación y profesionalización de los recursos humanos en turismo, dado la enorme riqueza y potencial turístico de todo el Departamento de Calingasta. Previamente, el 25 de Noviembre de 2016, la vicerrectora de la UNSJ, Mónica Coca, y la decana de la Facultad de Filosofía, Humanidades y Artes, Mg. Rosa Garbarino, firmaron un convenio con el intendente de Calingasta, Jorge Castañeda para formalizar tan importante acontecimiento.

Imagen 1 – Equipos de trabajo



Fuente: Elaboración propia

Fundamentación

“El Turismo como una oportunidad de desarrollo de los Pueblos”

Es fundamental comprender la importancia de la comunidad anfitriona como parte esencial del destino y de la experiencia de viaje del visitante/ turista. De esta manera, el trato, la calidad de atención, el nivel de hospitalidad y otros atributos de los residentes, determinan en gran parte, el nivel de satisfacción del visitante con respecto a su estadía. Los visitantes se llevan la imagen de la gente que vive en un sitio en particular. Estas imágenes tienen un fuerte efecto respecto a si desean tratar con la comunidad y recomendar luego el destino a sus familiares y amigos. Las comunidades cuyos habitantes son poco amistosos con los visitantes arruinan lo que podría ser una experiencia feliz. Por eso se torna

fundamental lograr una mayor concientización turística en el destino, entendiendo a la misma como “un estado o actitud mental positiva desarrollado por los residentes de un lugar hacia el trato cordial con los visitantes, ante quienes suministran los servicios turísticos y hacia el cuidado y conservación de los atractivos y bienes que conforman el patrimonio turístico del área” (Bassan, 2015).

La localidad de Barreal –capital turística del Departamento de Calingasta-, representa un destino emergente con un enorme potencial turístico aún por desarrollar. En estos dos últimos años especialmente, la gestión del turismo tomó un nuevo impulso y pasó a formar parte de una política de Estado del Gobierno Municipal. Esto está trayendo aparejado la puesta en valor, creación y desarrollo turístico de diferentes recursos y atractivos del departamento. Si bien queda mucho por hacer, lo importante es que se están activando algunos puntos estratégicos relacionados. Si tomamos en cuenta que hoy Barreal – Calingasta está siendo elegido como el mejor destino para visitar Argentina, según el prestigioso Blog Travel Behavior; si pensamos en la diversidad de atractivos únicos que posee, como ser: la Pampa y el Parque Nacional El Leoncito con sus reconocidos observatorios astronómicos, su imponente Cerro Mercedario y Cordillera de Ansilta, sus cristalinos ríos y paisajes únicos, su patrimonio cultural y arqueológico, su Cruce de los Andes y demás atractivos singulares, tenemos que tomar conciencia de la enorme oportunidad que representa o puede representar el turismo para mejorar la calidad de vida de toda la comunidad calingastina. En este punto, es importante entender que el turismo se construye entre todos los actores y que gran parte del éxito del mismo, depende del nivel de compromiso y participación de sus residentes. En esta línea, se inscribe el presente trabajo que pretende echar luz al conocimiento del fenómeno turístico en la localidad, priorizando las diferentes miradas y opiniones de sus residentes, es decir, de sus actores más relevantes.

Algunos aspectos teórico- conceptuales

¿Qué entendemos por percepción?

El concepto de percepción puede ser entendido como indican Jones (1990) y Pérez (1989), como un conjunto de mecanismos y procesos a través de los cuales el organismo adquiere conocimiento del mundo y de su entorno, basándose en información elaborada por sus sentidos, la misma puede darse por tratamientos guiados por los estímulos y otros guiados por las representaciones o conceptos ya existentes. También podemos definirla como un proceso activo en donde nuestra mente organiza, integra y procesa la información que le llega. En este sentido, para autores como Lauria (1983) y Bunge (1980), la percepción es una función de análisis y síntesis mediatizada por el conocimiento y la experiencia de cada individuo, hecho que ocurre en relación directa con los parámetros utilizados para comparar el objeto, dentro del contexto en el que es percibido, los cuales pueden ser muy variados, tales como experiencias anteriores con el objeto y las valoraciones y significados asociados al mismo.

Otro aspecto interesante es el que considera a la percepción como un proceso en donde ocurren tres momentos, el primero, de carácter sensorial; el segundo, de carácter selectivo y el tercero, de carácter interpretativo, en el cual se da significado al objeto percibido. Esta interpretación dependerá de la interacción de los estímulos y de quien los percibe, ya que sus características personales condicionarán su capacidad perceptiva, es decir, sus habilidades sensoriales, amplitud de conocimientos y preconceptos que esas personas o turistas posean. (Chen y Kerstetter, 1999).

La percepción del turismo por parte de la comunidad local

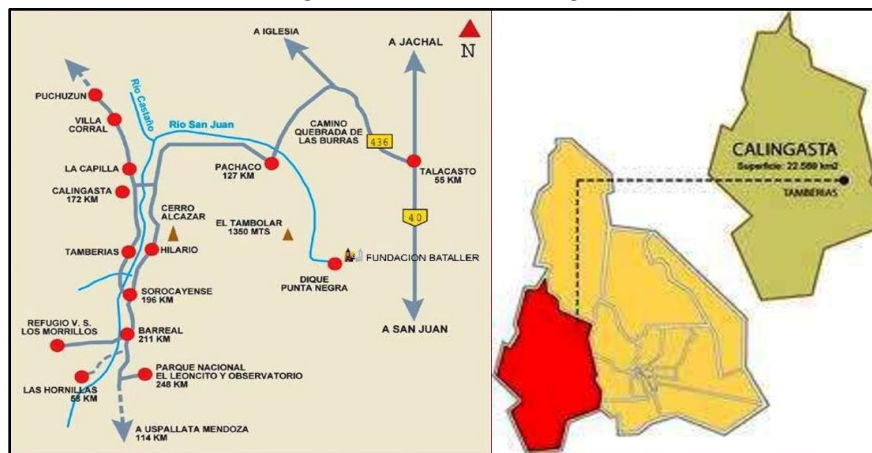
La percepción del fenómeno turístico por parte de las comunidades locales, puede presentar numerosas y diferentes variantes, de acuerdo a una serie de variables como son: la idiosincrasia de cada pueblo o lugar, su componente étnico- poblacional, el nivel de relación comercial con el turismo, el aporte económico a la economía vernácula, los preconceptos existentes, las experiencias pasadas o de localidades vecinas, etc. Cualquier población es receptora de los estímulos que su contexto genera, resultando más de una diferencia de respuesta a esos estímulos, lo que propicia la integración o exclusión de los grupos con respecto a un fenómeno en una sociedad determinada. El desarrollo del turismo potencia sus impactos según Beni (2006), lo que puede provocar que los residentes estén en desacuerdo con la actividad. De esta manera, la relación entre residentes y visitantes es un intercambio que incluye costos y beneficios, donde los pobladores tienen una actitud positiva o negativa respecto del turismo dependiendo del resultado final de esa relación. Es factible, que los actores locales perciban el impacto económico del turismo como positivo, porque existe un beneficio directo que puede ser incluso medido muchas veces. Sin embargo, se espera que los impactos sociales, culturales y ambientales sean percibidos como negativos o neutros. Esto indica que puede haber diferencia entre la percepción de los residentes y los trabajadores del turismo, acerca de los impactos de la actividad turística, siendo estos últimos -según la teoría del intercambio social de Homans (1961)- más positivos en relación al turismo debido a su dependencia económica y a la necesidad de empleo.

Por otro lado, coincidimos con Andriotis y Vaughan (2003), en que el conocimiento de las percepciones de los residentes hacia el desarrollo turístico y sus impactos, puede ayudar a los planificadores a identificar los intereses reales de la comunidad para el desarrollo e implementación de políticas y acciones apropiadas, optimizando los beneficios y minimizando

los problemas. En palabras de Lankford (2001), un análisis sistemático de los impactos del turismo puede ayudar a los planificadores, decisores locales, y promotores del turismo a identificar preocupaciones reales para el proceso de planificación y diseño de políticas turísticas de los destinos. Esta idea no es nueva y autores como Ritchie y Crouch (2000), en su modelo de competitividad de destinos turísticos, ya la consideran al proponer como recurso diferencial a la *hospitalidad*. Una predisposición negativa afectaría los niveles de satisfacción de la experiencia turística, por lo que los residentes son determinantes en este sentido, siendo considerados parte interesada en turismo con elevado potencial para amenazar al destino, requiriendo estrategias de colaboración e implicación con el residente en el proceso de planificación del mismo.

Características del área de estudio

Imagen 2 – Ubicación de Calingasta



Fuente: www.sanjuanalmundo.org

Calingasta: departamento de la provincia de San Juan (Argentina) de mayor superficie con 22.589 Km², ocupando así el 25% del total de ese

territorio. Está ubicado en el extremo suroeste de dicha provincia, limitando al norte con el departamento de Iglesia, al este con Ullum, Zona y Sarmiento, al sur con la provincia de Mendoza y al oeste con la República de Chile. La distancia entre la Ciudad de San Juan y Calingasta, son 175 km, por la Ruta Nacional 149 – Quebrada de las Burras. Fuente: www.sanjuanalmundo.org

Posee una población de 8.588 habitantes, según los datos registrados en el Censo 2010. Entre 2001 y 2010 la población de este departamento creció un 5 %, ya que en 2001 los habitantes sumaban 8.176. Su villa cabecera es la localidad de Tamberías. En el departamento predomina un paisaje cordillerano, de serranías y caudalosos ríos en donde se desarrollan principalmente actividades como la agricultura, con producción de frutas y hortalizas, en los valles, también se destaca con importancia el turismo principalmente en la localidad de Barreal y con menor desarrollo la minería. El Departamento de Calingasta posee una amplia gama de atractivos y productos turísticos para ofrecer a sus visitantes. El nuevo Portal Turístico destaca su oferta presentada como “Experiencias” en la siguiente página web: www.calingastaturismo.com.ar

Localidad de Barreal

Considerada la capital turística de Calingasta, la localidad de Barreal se ubica en el centro este del departamento y a una distancia de 203 km. de la ciudad de San Juan. Este pintoresco pueblito emplazado en la margen derecha del Río de los Patos y enmarcado con la cercana e imponente presencia de la Cordillera de los Andes, que brinda una permanente vista espectacular de sus picos nevados desde cualquier lugar en que se encuentre, se caracteriza además, por su confortable clima, la amabilidad de su gente, la pureza de su aire, sus frondosas alamedas y la belleza de sus paisajes que hacen de esta localidad un verdadero paraíso andino, cada día más visitado por los turistas nacionales y extranjeros.

Imagen 3 – Actividades deportivas en Calingasta



Fuente: Ministerio de Turismo y Cultura. Gobierno de San Juan. www.sanjuan.tur.ar

Población: 4.200 habitantes aproximadamente

Gentilicio: Barrealino/ Barrealina

Toponimia: el seco de un antiquísimo lago que constituye una planicie de tierra arcillosa, sólida y cuarteada, de 18 km de largo por 6 km de ancho. En ella se practican deportes de aventura como paseos y carreras de carros a vela, es lugar obligado de visita, por lo extraño y sobrecogedor.

Barreal como centro turístico base: la localidad posee la mayor concentración de planta turística y servicios para el visitante en el departamento, además de una mayor proximidad hacia los principales puntos de interés, por lo que la convierte en el principal destino del departamento de Calingasta y uno de los más preferidos no sólo por el público sanjuanino, sino por los visitantes nacionales e internacionales

Aspectos del proceso metodológico

Tipo de Investigación

Investigación aplicada de tipo exploratoria – descriptiva y cuali – cuantitativa.

Lugar y fecha de realización: Localidad de Barreal, Mayo – Julio 2018.

Trabajo previo de Gabinete o Escritorio

Esta etapa incluyó las siguientes tareas:

1. Conformación de Equipos de Trabajo (dos equipos, de 3 y 4 integrantes c/u)
2. Revisión bibliográfica de Cátedra y otras fuentes complementarias
3. Recolección de información secundaria del área (mapas, folletería, etc.)
4. Estudio de casos (Campañas realizadas en San Luis, Entre Ríos, San Juan y Salta)
5. Diseño y ajustes de las encuestas dirigidas a los residentes
6. Zonificación del área y determinación del muestreo
7. Diseño del cuestionario utilizado en las entrevistas a informantes calificados
8. Identificación y elaboración del listado de actores e informantes claves
9. Test de las encuestas con la técnica de “Juego de Roles” y últimos ajustes de los instrumentos.

Trabajo de Campo

El trabajo de campo se llevó a cabo durante dos semanas, para ser más precisos desde el 9 al 21 de mayo del corriente año.

Encuestas

Se realizó un total de **401 encuestas** a distintos residentes de la localidad de Barreal. Considerando que la población total de Calingasta es de 8.588 habitantes según el censo 2.010, la muestra equivale al 4,67% de la

población. En cuanto a la población objetivo de Barreal hablamos de **4.200 habitantes**, por tanto, **la muestra corresponde a 9,55% siendo representativa** de ese universo. Ambos equipos, “Pumas” y “Cóndor”, realizaron 200 encuestas cada uno, cubriendo la zona este y la zona oeste respectivamente (tomando como eje divisor norte –sur, la Avenida Principal de la localidad Julio A. Roca).

Tamaño y datos de la Muestra:

- Tamaño de la población: 4.200
- Heterogeneidad: 50
- Margen de error: 5
- Nivel de Confianza: 96 %
- Nivel de Confianza 96% = 384 Encuestas
- Nivel de Confianza 96,5 % = 401 Encuestas
- Fórmula utilizada para obtener el tamaño de muestra

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Zonificación de la Localidad de Barreal

Imagen 4 – Zonificación de la localidad de Barreal



Fuente: Dirección de Turismo y Cultura, Municipalidad de Calingasta

Entrevistas

En cuanto a las entrevistas, fueron **11** las realizadas a distintos informantes calificados seleccionados y contactados previamente, quienes brindaron valiosa información cualitativa al estudio. Cabe destacar entre los referentes consultados al Sr. Intendente del Departamento de Calingasta; al Director de Turismo y a guardaparques del Parque Nacional El Leoncito por el lado del sector público; y con respecto al sector privado, se entrevistó a muchos de los principales referentes del rubro alojamiento, gastronomía, artesanías y turismo aventura. Los mismos, son propietarios de los emprendimientos: Posada San Eduardo, Posada Don Ramón,

Posada Don Lisandro, Hotel Restaurante El Alemán, Hostel Barreal, y Restaurante Cordón de Ansilta entre otros.

Trabajo de Laboratorio

Se copiaron y procesaron todos los datos recolectados en las encuestas, siguiendo criterios comunes de tabulación. También cada equipo por separado transcribió y editó las entrevistas realizadas. Luego, ambos equipos compartieron la información, generando una gran base de datos común que les permitió elaborar por separado el Informe Final Integrado (cuali – cuantitativo). Finalmente, estos trabajos finales fueron evaluados por los docentes de la Cátedra como requisito fundamental para aprobar la materia.

Imagen 5 – Modelo de Encuesta utilizado para los Residentes de Barreal

ENCUESTA A RESIDENTES - "PERCEPCIÓN DEL TURISMO EN LA LOCALIDAD"
 Cátedra de Relaciones Públicas y Humanas (FFHA – UNSJ), BARREAL, Provincia de San Juan, Mayo 2018

Grupo		Lugar / Zona	
Encuestador		Día y Hora	

Buenos días, buenas tardes. Somos estudiantes de la Tecnicatura en Turismo de la FFHA Universidad Nacional de San Juan, y estamos haciendo una encuesta en conjunto con el Municipio, para conocer la opinión de los residentes de Barreal con respecto al turismo en la localidad y todos los aspectos positivos y negativos que este genera en su pueblo. Esta encuesta es anónima y no tomará más de cinco minutos. Sendo su aporte muy valioso para el desarrollo turístico de la localidad. Desde ya muchas gracias por su colaboración!

01 – Sexo	Masculino <input type="checkbox"/>	Femenino <input type="checkbox"/>
02 – ¿Es nacido y criado en la localidad de Barreal?	SI <input type="checkbox"/>	
	No <input type="checkbox"/> Hace cuanto tiempo que vive aquí?	
03 – Grupo Etario	Menor de 21 <input type="checkbox"/>	de 22 a 35 <input type="checkbox"/>
	de 36 a 50 <input type="checkbox"/>	de 51 a 65 <input type="checkbox"/>
	Mas de 65 <input type="checkbox"/>	
04 – ¿Cuál es su ocupación actual?	A Ama de casa <input type="checkbox"/>	
	B Jubilado <input type="checkbox"/>	
	C Comerciante <input type="checkbox"/>	
	D Estudiante <input type="checkbox"/>	
	E Profesional <input type="checkbox"/>	
	F Desocupado <input type="checkbox"/>	
	G Otros: <input type="checkbox"/>	
05 – ¿Su ocupación/ trabajo está relacionada con la actividad turística?	NO <input type="checkbox"/>	
	SI <input type="checkbox"/>	En forma directa <input type="checkbox"/> En forma indirecta <input type="checkbox"/>
06 – ¿Qué beneficios ó aspectos negativos cree usted que genera el turismo en la localidad de Barreal?	Beneficios (+):	
	Perjuicios (-):	
07 – ¿Cómo es el nivel de participación de la comunidad local en el desarrollo de la actividad turística del pueblo?	ALTO <input type="checkbox"/>	MEDIO <input type="checkbox"/>
	BAJO <input type="checkbox"/>	NULO <input type="checkbox"/>
08 – ¿Qué nivel de importancia debe tener o debería tener el Turismo para el desarrollo de la localidad de Barrial?	VITAL <input type="checkbox"/>	MUY ALTA <input type="checkbox"/>
	ALTA <input type="checkbox"/>	BAJA <input type="checkbox"/>
09 – ¿Cuán hospitalario y buen anfitrión es - a su parecer - el residente barrialino para con el visitante o turista?	Muy satisfactorio <input type="checkbox"/>	Satisfactorio <input type="checkbox"/>
	Poco Satisfactorio <input type="checkbox"/>	Nada Satisfactorio <input type="checkbox"/>
10 – ¿Cómo es el nivel de conocimiento y vista de los residentes con respecto a sus propios lugares y atractivos turísticos?	ALTO <input type="checkbox"/>	MEDIO <input type="checkbox"/>
	BAJO <input type="checkbox"/>	NULO <input type="checkbox"/>
11 – ¿Qué aspectos cree usted que deberíamos mejorar los residentes y el destino de Barrial como anfitriones turísticos?		
12 – ¿Qué propuestas o acciones sugeriría para ser mejores anfitriones turísticos?		

Elaborado por la Cátedra de Relaciones Públicas y Humanas (FFHA – UNSJ) Prof. Tit. Carlos E. Bassan; Prof. Ayud. 1º Alejandro Rodríguez

Fuente: Elaboración propia

Modelo de cuestionario usado para las entrevistas en profundidad**Tabla 1 – Cuestionario a informantes calificados**

Estudio de la Percepción del Turismo en la Localidad de Barreal 2018 Cuestionario a informantes calificados				
Estimado colega,				
Le pedimos tenga a bien contestar las siguientes preguntas. Su opinión calificada es muy importante y enriquecerá el análisis de la percepción de la actividad turística por parte de los actores locales de Barreal. Desde ya muchas gracias por su colaboración.				
¿Cómo ve el desarrollo/ la situación de la actividad turística en Barreal?				
¿Qué aspectos positivos y negativos genera el turismo en el pueblo?				
¿Qué nivel de importancia debe o debería tener el desarrollo de la actividad turística en la localidad? ¿Por qué?				
Vital	Muy importante	Importante	Poco importante	Nada importante
¿Qué nivel de trato y concientización turística hay hoy en la comunidad?				
¿Cuál es su opinión con respecto al grado de conocimiento y apropiación que tienen los residentes acerca de sus propios recursos y atractivos?				
¿Cuáles cree usted que son las principales debilidades u obstáculos que frenan el óptimo desarrollo turístico de Barreal como destino anfitrión?				
¿Qué acciones prioritarias y proyectos propondría usted para ser mejores anfitriones turísticos?				

Fuente: *Elaboración propia*

Tabulación y análisis de los datos recolectados sobre un total de 401 encuestas

Tabla 2 – Tabulación y análisis de los datos recolectados preguntas 1 a 5

Nº	Variables	Indicadores	Cantidad	Porcentajes %	
01	Sexo	Femenino	232	58 %	
		Masculino	169	42 %	
02	Nacido en Barreal	Sí	307	77 %	
		No	94	23 %	
03	Grupo Etario	De 16-21	62	16 %	
		De 22-35	127	32 %	
		De 36-50	141	35 %	
		De 51-65	51	12 %	
		Mayor de 65 años	20	5 %	
04	Ocupación actual	Ama de casa	75	18,70 %	
		Jubilado	15	3,70 %	
		Comerciante	59	14,70 %	
		Estudiante	68	17 %	
		Profesional	49	12 %	
		Desocupado	16	4 %	
		Otros...	119	30 %	
05	Ocupación relacionada con el turismo	No	170	42,40 %	
		Sí	Directa	148	37 %
		231	Indirecta	83	20,60 %

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3 – Tabulación y análisis de los datos recolectados pregunta 6

Pregunta nº 6 (abierta): ¿Qué beneficios o perjuicios genera el turismo en la localidad?					
Beneficios	Cantidad	%	Perjuicios	Cantidad	%
1.Ganancias económicas	190	33%	Genera residuos	145	34%
2.Fuentes de trabajo	123	22%	Aumento de precios/ Inflación Interna	89	21%
3.Desarrollo para la localidad	71	12%	No sabe/No contesta	80	19%
4.Promoción del pueblo/ Que conozcan el pueblo	53	9%	No compran en la localidad	37	9%
5.Favorece a los prestadores, artesanos y comerciantes	34	6%	Ninguno	22	5%
6.Intercambio socio- cultural/conocer gente nueva	30	5%	Daños	12	3%
7.Apreciación de los paisajes- atractivos/ Gente que viene a conocer y visitarnos	21	4%	Poco respeto por el medio ambiente/Contaminación	10	2%
8.No sabe/ No contesta	9	2%	Falta de seguridad vial/ No respetan los lugares de estacionamiento/ Velocidades	9	2%
9.Protección de los lugares/atractivos/Patrim onio	6	1%	Actividades negativas que contagian a los residentes (droga)	8	2%
10.Mayor actividades de esparcimiento	6	1%	Se pierde la tranquilidad/ Ruido/ Los jóvenes hacen lío “Se creen los dueños de Barreal”	6	1%
11.Posicionamiento como destino turístico	5	1%	No respetan los modos de vida locales/Falta de respeto/ Embarazos	5	1%
12.Ninguno	5	1%	Los únicos beneficiados son los relacionados con el Turismo directamente	2	0,5 %

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4 – Tabulación y análisis de los datos recolectados preguntas 7 a 10

Pregunta	Variables	Indicadores	Cantidad	Porcentaje
07	Nivel de participación de la comunidad en el desarrollo del turismo	Alto	53	13,2%
		Medio	196	49%
		Bajo	142	35,4%
		Nulo	10	2,4%
08	Nivel de importancia que debe tener el turismo en la localidad	Vital	122	30,4%
		Muy alta	140	35%
		Alta	126	31,4%
		Baja	13	3,2%
09	Nivel de Hospitalidad del residente para con el visitante/ turista	Muy hospitalario	73	18,2%
		Hospitalario	265	66%
		Poco Hospitalario	59	14,7%
		Nada Hospitalario	4	1,1%
10	Nivel de conocimiento de los atractivos por parte de los residentes	Alto	44	11%
		Medio	179	45%
		Bajo	171	43%
		Nulo	7	1%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5 – Tabulación y análisis de los datos recolectados pregunta 11

Pregunta Nº 11 (ABIERTA): ¿Qué aspectos deberíamos mejorar los residentes y el destino como anfitriones turísticos?			
Nº	Aspectos a mejorar como anfitriones turísticos	Cantidad	Porcentaje
1º	<i>Capacitación de los informantes que trabajan en la oficina de turismo</i>	155	16%
2º	<i>Conectividad del destino</i>	145	15%
3º	<i>Cartelería/Señalética</i>	123	13%
4º	<i>Rutas</i>	121	13%
5º	<i>Limpieza/Orden</i>	71	7,37%
6º	<i>Bajar los precios (alquileres, comercios)</i>	66	6,85%
7º	<i>Mayor conocimiento de nuestros recursos para poder venderlos</i>	46	5%
8º	<i>Crear más actividades</i>	33	3%
9º	<i>Mayor nivel de hospitalidad</i>	25	3%
10º	<i>Infraestructura</i>	22	2,28%
11º	<i>Personal bilingüe</i>	19	1,97%
12º	<i>Sentimiento de pertenencia e identidad departamental</i>	17	1,76%
13º	<i>Mayor cantidad de hospedajes</i>	17	1,76%
14º	<i>Restauración</i>	17	1,76%
15º	<i>Horarios de atención</i>	15	1,56%

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 6 – Tabulación y análisis de los datos recolectados pregunta 12

Pregunta N° 12 ¿Cree que sería necesario realizar una Campaña de Concientización Turística?		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Sí	382	95 %
No	15	4%
No se	4	1%

Fuente: Elaboración propia

Análisis y conclusiones de las encuestas realizadas:

En el presente estudio, se realizaron un total de **401 encuestas** a distintos residentes de la localidad de Barreal. Las mismas, como mencionamos anteriormente, fueron llevadas a cabo equitativamente por los estudiantes de la Tecnicatura en Turismo organizados en dos equipos. Si consideramos que la población objetivo de la Localidad de Barreal es de aproximadamente **4.200 habitantes**, la muestra representó un **9,55 %** de la misma, siendo representativa de ese universo y arrojando información muy valiosa acerca de la percepción de los residentes con respecto al fenómeno turístico en su localidad.

De un total de 401 residentes encuestados, 232 correspondió al sexo femenino, representando un 58% del total. En tanto, el otro 42 % (169) fue del sexo masculino. El 77% de las encuestas corresponde a personas nacidas y criadas en el departamento. En comparación a un 23% que no; lo que nos permite destacar que hay un número importante de los llamados “venidos y quedados”, que podríamos inferir su relación con la presencia y actividad de frontera llevada a cabo por la Gendarmería Nacional, entre otras variables. Si hablamos del grupo etario, debemos resaltar que un 35% de los encuestados corresponde al rango de edad

desde los 36 a 50 años. En segundo lugar (32 %) se encuentra el rango etario que comprende desde los 22 a 35 años. En menor medida, los grupos restantes: de 16 a 21 años (16 %), de 51 a 65 años (12 %) y mayores de 65 años (5 %). Esto nos permite destacar que la población de Barreal es predominantemente joven, ya que sus dos primeros grupos concentran un 77 % del total.

La ocupación más recurrente a la hora de responder, fue la de “ama de casa” con un 18,70%, en segundo lugar “estudiante” con un porcentaje de 17% y en tercer lugar “comerciantes” con un casi 15 %. Debemos mencionar además que un 29 % mencionó “otros” trabajos que no estaban en la lista preestablecida de respuestas, y en donde se destacó la presencia mayoritaria de empleados públicos y de comercio; albañiles, obreros rurales, changarines y docentes. Al momento de determinar si existe o no relación entre el trabajo que desempeñan y la actividad turística, vale la pena resaltar que un 42 % NO considera que exista relación alguna, mientras que un 58 % SÍ. De este porcentaje hay que aclarar que un 37 % es de forma directa y un 21 % de manera indirecta.

En cuanto a los beneficios que genera el turismo en la localidad, los encuestados resaltan de manera contundente las ganancias económicas y las fuentes de empleo. En menor medida, destacan el desarrollo que trae para el lugar y sus prestadores y comerciantes; la promoción del pueblo y apreciación de sus paisajes; y el intercambio y enriquecimiento socio – cultural de conocer gente y culturas nuevas. Con respecto a los aspectos negativos o perjuicios que trae aparejada la actividad turística al pueblo, las respuestas más frecuentes fueron: el aumento de precios/ inflación y los residuos que generan. En una proporción mucho menor indicaron también, la falta de seguridad vial y que no respetan las velocidades y lugares de estacionamiento; el poco respeto por el medio ambiente; la generación de ruidos molestos y consecuente pérdida de tranquilidad; y la falta de respeto de los modos de vida locales – creyéndose especialmente

los jóvenes “los dueños de Barreal”. Es importante destacar también que aproximadamente una quinta parte de los encuestados (80), no supieron identificar con claridad aspectos negativos que genera la actividad turística o en algunos casos no interpretaron la pregunta de manera correcta por lo cual, el “no sé” fue respuesta recurrente o directamente no respondieron.

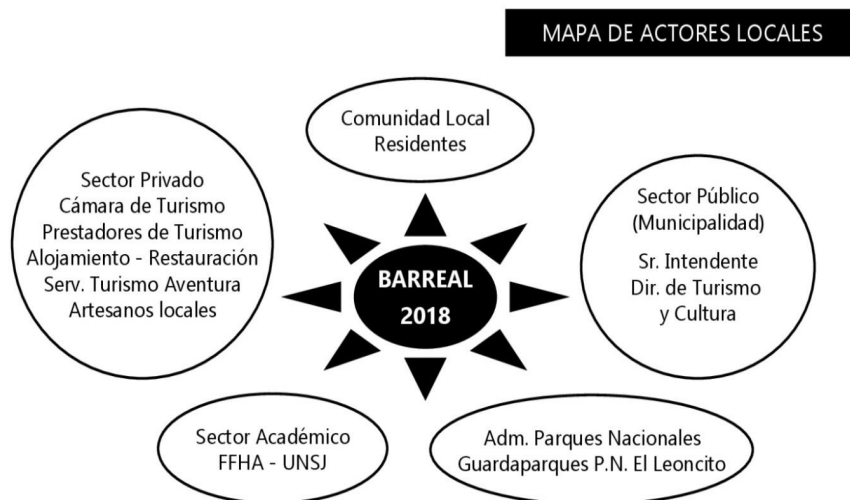
El nivel de participación de los residentes en el desarrollo de la actividad turística es, a criterio de los encuestados, Medio, con un porcentaje de 49%. Mientras que un importante 35 %, mencionó como Bajo. Esto denota la necesidad de un amplio margen de mejora en los mecanismos e instrumentos de participación ciudadana en el área. Con respecto a la importancia que debe o debería tener el turismo para el desarrollo de la localidad, hubo un amplio consenso entre los actores, ya que destacaron como Muy Alta (35%) en primera instancia, seguido de una Importancia Alta (31 %) y Vital Importancia con un 30 %.

Otro punto importante de la encuesta era conocer el Nivel de Hospitalidad de los residentes, el cual arrojó un 66 % como Hospitalario. El porcentaje total se complementa con un 18 % Muy Hospitalario y un 15 % Poco Hospitalario. El nivel de conocimiento de los residentes respecto a sus propios lugares y atractivos es medio, con un porcentaje de 45% es decir que 179 encuestados optaron por esta respuesta. Pero atención que otro importante porcentaje de 43 %, indicó que era Bajo. Entre los aspectos más relevantes que deberían mejorar los residentes de Barreal y el destino como anfitriones turísticos, se destacan: las rutas y conectividad del destino; la cartelería y señalética; la falta de capacitación de los informantes turísticos locales; la limpieza y el orden del lugar; bajar los precios de los alquileres y comercios y un mayor conocimiento de sus propios recursos y atractivos, para poder promocionarlos y venderlos mejor. Con respecto al último punto de la encuesta que preguntaba al encuestado si creía que era necesario realizar una campaña de

concientización turística en la localidad, la respuesta fue con un contundente SI (95%). Este dato viene a corroborar nuestra hipótesis inicial acerca de una falta de conciencia turística real y activa en la comunidad de Barreal, debido en parte, por sus características de destino emergente y falta de “madurez” como Destino – Producto, y también por ser el turismo una actividad relativamente “joven” tanto en la localidad, como en el departamento. Los encuestados fundamentaron esa necesidad de desarrollar la campaña también, a través de las siguientes explicaciones: para que los residentes tengan información y conocimiento respecto al turismo/atractivos; para informar y explicar adecuadamente a los turistas; porque es necesario para aprender a vender-ofrecer el departamento y además promover y fomentar el turismo; para mejorar nuestro papel como anfitriones turísticos y mejorar los servicios/deficiencias, más la capacitación. Las respuestas negativas fueron muy pocas en relación al total de encuestados solo un 4% y las fundamentaciones para tal respuesta fueron: no tienen interés en la actividad turística, no creen necesaria tal campaña ya que consideran que la localidad y el departamento se encuentra bien en las condiciones actuales. Por último un 1% apeló al “no sé” como respuesta.

Resultados de las entrevistas realizadas a los informantes (11):

Imagen 6 – Mapa de actores locales



Fuente: Elaboración propia

Análisis y conclusiones del informe cualitativo de las entrevistas

Los resultados obtenidos a partir de la implementación y análisis de las entrevistas realizadas por los equipos de estudiantes “Cóndor” y “Pumas” a informantes calificados de la localidad de Barreal son muy valiosos, y permitieron ir en profundidad en diferentes aspectos y variables que describen la situación del destino en materia turística y a la vez proponen acciones de mejora a favor del desarrollo turístico de la localidad. En primera instancia, podemos decir que este estudio de percepción del turismo en la localidad ha logrado obtener diferentes miradas de los actores locales, encontrando muchas más coincidencias que divergencias en cuanto al desarrollo de la actividad turística en Barreal. Haciendo un balance general de los datos recolectados, los actores coincidieron en un

crecimiento medido pero sostenido del turismo año tras año, esto coincide con la estadística del Ministerio de Turismo y Cultura de la provincia de San Juan, quien confirma que Calingasta ha crecido turísticamente un 22% en los últimos dos años. Si bien la realidad y perspectivas turísticas que describen de la localidad son buenas – especialmente desde dos años atrás en adelante-, también remarcan que faltan grandes mejoras en la materia. A comparación de años anteriores que las gestiones de turno le otorgaban un mínimo interés al turismo, hoy la gestión actual ha puesto mucho interés en él, siendo un pilar fundamental de su gobierno.

Por otra parte, todos los entrevistados coinciden en la existencia de un potencial turístico muy fuerte en el departamento, de lo que se conoce y de lo que no todavía, siendo el turismo una actividad prácticamente vital y que los va a “*salvar económicamente*”, ya que la minería es inestable y provoca impactos negativos en diferentes aspectos. Los informantes han encontrado puntos en común también en cuanto a los impactos positivos y negativos que genera el Turismo en la localidad de Barreal, siendo el beneficio más mencionado y el que ha encabezado el podio la generación de empleos, ya sea de manera directa, indirecta o inducida; luego le siguen los beneficios e ingresos económicos y por último, aunque no por eso menos importante, el intercambio sociocultural que origina el mismo. Con respecto a los aspectos negativos más significativos que genera el turismo allí, destacaron la inflación y los precios altos que genera, además de los residuos e impacto medioambiental negativo que produce principalmente el denominado “Turismo Juvenil” en sus recursos y atractivos.

Otro aspecto a tener en cuenta expresaron, es la necesidad de concientizar a la comunidad receptora, creando sentido de pertenencia y logrando que se involucren y participen más aún en el proceso de planificación y desarrollo turístico de la localidad/ departamento. Entre las falencias más relevantes destacaron los accesos y conectividad vial y de comunicaciones

(telefonía e Internet); señalética, falta de políticas turísticas por parte del Estado; falencias en el trabajo conjunto y articulado entre el sector público y privado (especialmente la poca predisposición de éste último para actuar de forma cooperativa); mejorar la calidad de los servicios básicos y turísticos (con énfasis en la información turística brindada); y la poca publicidad y promoción del destino.

Por último, citamos las acciones y proyectos prioritarios que han propuesto los entrevistados para fortalecer el destino “Barreal” y ser mejores anfitriones turísticos:

- Implementar acciones continuas de concientización y capacitación turística, especialmente en calidad de servicio y atención, información turística, idiomas, emprendedurismo y asociativismo en turismo, venta y promoción turística, etc.
- Mayor inversión en infraestructura y servicios básicos (Ej. Camino al Colorado)
- Inversión turística en hoteles, ya que el segmento de cabañas está cubierto
- Mejorar la señalización del pueblo (calles, número de casas, número de hotel o la altura), pensando en facilitar y orientar mejor al que viene de afuera
- Crear fiestas populares y demás eventos convocantes. Ej. “Fiesta de los Baqueanos”
- Desarrollar acciones de promoción turística a nivel nacional e internacional a través de Internet
- Llevar a cabo campañas de concientización turística y ambiental, donde se promueva el uso responsable y sostenible de los recursos propios.

- Ofrecer una mayor cantidad de actividades y experiencias turísticas auténticas y respetuosas del medio ambiente y la cultura del lugar.
- Viajes con chicos de las escuelas albergues para que conozcan diferentes lugares y atractivos del departamento
- Realización de Fam Tours - en temporada baja - para empresarios dueños de Empresas de Viajes de Mendoza, Córdoba y Santa Fe mostrándoles toda nuestra oferta turística
- Definir y regular el uso de los diferentes recursos turísticos del departamento

Conclusiones

En primera instancia es importante destacar que el presente Estudio alcanzó muy satisfactoriamente los objetivos de la investigación planteados por la Cátedra de “*Relaciones Públicas y Humanas*” (FFHA-UNSI), relacionados con conocer la percepción de la comunidad de Barreal acerca del fenómeno turístico en su localidad, indagando sobre los beneficios y perjuicios que genera dicha actividad, su importancia y nivel de participación en ella, el grado de conocimiento del destino y su rol como anfitriones turísticos entre otros aspectos. El cruzamiento y análisis de los datos recolectados, afirmaron nuestra hipótesis principal de que la localidad de Barreal como destino relativamente joven y emergente carece todavía en su componente poblacional, de una concientización turística activa que permita el desarrollo pleno de una cultura turística receptiva acorde a la cantidad y jerarquía de sus recursos y atractivos turísticos reales y potenciales. En consonancia con esto, un 95 % del total de los residentes encuestados y un 100 % de los informantes entrevistados, coincidieron en la necesidad de llevar a cabo una campaña de concientización turística en la localidad.

A partir de ese diagnóstico de situación, los alumnos de la Tecnicatura en Turismo (Sede Barreal – Calingasta), plantearon luego diferentes propuestas de Campañas de Concientización Turística para la localidad, que no están presentes en dicho documento porque exceden a los propósitos planteados en el mismo y por cuestiones de también de confidencialidad y autoría propias. Este trabajo pretende ser un importante insumo para la planificación y desarrollo de la actividad turística de la localidad a la vez de ser un Documento de consulta permanente para los actores y gestores turísticos de dicho destino. De esta manera, se realiza una transferencia de conocimientos y herramientas desde el aporte académico de la Facultad de Filosofía, Humanidades y Artes hacia el Municipio de Calingasta en pos de contribuir efectivamente en la resolución de problemas sociales a la vez de proponer acciones concretas de mejora y fortalecimiento de la actividad turística en dicha área de estudio. Desde nuestra Cátedra, queremos destacar especialmente a todos y a cada uno de los alumnos participantes, por su nivel de compromiso y profesionalismo en el desarrollo de dicha investigación, recomendando con énfasis la participación de los mismos en futuras acciones técnicas y proyectos tanto del sector público como privado de dicho departamento. A su vez, agradecer especialmente a las autoridades de la Facultad de Filosofía, Humanidades y Artes (UNSJ) por su visión y apuesta en la creación de la Sede Barreal – Calingasta de la Carrera de Tecnicatura en Turismo, generando una oportunidad única de formación local de recursos humanos en turismo.

Agradecimientos

- Facultad de Filosofía, Humanidades y Arte (UNSJ)
- Sra. Decana Mg. Rosa Garbarino
- Sra. Vice Decana Mg. Myriam Arrabal

- Coordinadora de la Carrera en Barreal. Lic. Isabel Toro
- Centro de Estudiantes de la FFHA
- Municipalidad de Calingasta
- Sr. Intendente: Jorge Cipriano Castañeda
- Director de Turismo y Cultura: TUT Heber Tapia
- Ministerio de Turismo y Cultura. Gobierno de San Juan
- Sra. Ministra de Turismo: Lic. Claudia Grynszpan
- Sr. Secretario de Turismo: Dr. Roberto Juárez
- Administración de Parques Nacionales. Parque Nacional El Leoncito.
- Sr. Intendente: José A. Rocco y todo su equipo de trabajo
- Complejo Astronómico El Leoncito (CASLEO) CONICET - UNSJ
- Sr. Director: Dr. Sergio A. Cellone y todo su equipo de trabajo
- Estudiantes de la Carrera de Tecnicatura en Turismo de Barreal (FFHA-UNSJ):
- Equipo Cóndor: Victoria Carbajal, José Castillo, Belén Herrera y Amanda Roca
- Equipo Pumas: Sabrina Brizuela, Mercedes Gisel Pérez y Laura Lucía Robles
- Informantes Calificados que colaboraron con la investigación:
- Castañeda, Jorge Cipriano Castañeda, Silvia de Marchi, Berny Imgraben, Mauro Olivera, Ramón Ossa, Mario Pastén, Pablo Schlägl, Danilo Tapia, Heber Tapia, Rogelio Toro, Ricardo Zunino.

- A todos los residentes de la localidad de Barreal que participaron de la encuesta y/o colaboraron de alguna manera en la realización de esta investigación académica
- Escuela de Educación Especial Múltiple de Calingasta (Barreal)

Bibliografía y otras fuentes consultadas

Andriotis, K y Vaughan, R. (2003). Urban residents attitudes towards tourism development: the case of Crete, *Journal of Travel Research* 42 (4): 172-185.

Bassan, C. (2015). Concientización Turística: Base de la Industria de la Hospitalidad, en *Revista H & G de la FEHGRA*. Prime Ediciones. Buenos Aires. Vol. Noviembre 2015.

Bassan, C. (2017). Introducción a las Relaciones Humanas y el Turismo, en *Documento de Cátedra* elaborado por el Profesor Asociado a cargo Lic. Carlos E. Bassan. Dic. 2017.

Bassan, C. (2018). Destinos Emergentes en la Argentina: Algunas claves para su planificación y desarrollo turístico sostenible, en *Revista Realidad, Tendencias y Desafíos. CONDET*. Año XVIII Volumen 16 - Nº 2 - Septiembre de 2018. ISSN 2545-6199.

Beni, M. (2006). *Política e planeamiento de turismo no Brasil*. Editora Aleph, Sao Pablo.

Bunge, M. (1980). *El problema mente – cerebro*. Editorial Tecnos, Madrid.

Chen, Po y Kerstetter, D. (1999). International Students's Image of Rural Pennsylvania as a travel destination, *Journal of Travel Research*, Vol 37. Winter, pp. 256-266.

Cornejo Ortega, J.L., Espinoza Sánchez, R. y Andrade Romo, E. (2018). La percepción de turistas y población local sobre el turismo de naturaleza de la costa de Jalisco, *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, n. 24 (junio / junio 2018). En línea: <https://www.eumed.net/rev/turydes/24/turistas-poblacion-local.html>.

Fullana, P. y Ayuso, S. Turismo Sostenible. Ed. Rubes. España. 2002. Cap. 2 (Págs. 22- 26) Cap. 4 y (85-93 págs.)

Homans, G. (1961). *Social behavior: Its elementary forms*. Harcourt, Brace & World, New York.

Lankford, S. (1994). Attitudes and perceptions towards tourism and rural regional development, *Journal of Travel Research* 32 (3): 35-43.

Lauria, A. (1983). *Las funciones psíquicas superiores y su organización*, Editorial Fontanella, Barcelona.

Organización Mundial del Turismo. *Introducción al Turismo*. Madrid, 1998. Capítulo 12 , pp. 231 – 241.

Pérez, J. (1989). Percepción y categorización del contexto social, en A. Rodríguez y J. Seoane (Eds.) *Creencias, actitudes y valores*. Editorial Alhambra, Madrid.

Ritchie y Crouch (2000). Tourism Competitiveness and social Prosperity, *Journal of Business Research*. Num, 44 (3) pp. 137-152.

Royo Vela, M y Ruíz Molina, M.E. (2009). Actitud del residente hacia el turismo y el visitante: factores determinantes en el turismo y excursionismo rural – cultural. *Cuadernos de Turismo*, nº 23, pp. 217-236.

Otros Documentos/ Material:

Folletería, mapas y guías turísticas del departamento de Calingasta y de la provincia de San Juan, brindados por el Ministerio de Turismo y Cultura de la Provincia de San Juan y el Municipio de Calingasta.

Sitios Web consultados:

www.sanjuan.tur.ar (Sitio Web del Ministerio de Turismo y Cultura de San Juan)

www.indec.gov.ar (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, República Argentina)

www.municipalidaddecalingasta.gob.ar (Sitio Web Oficial del Municipio de Calingasta)

www.calingastaturismo.com.ar (Portal de la Dirección de Turismo y Cultura de Calingasta)

www.parquesnacionales.gob.ar (Administración de Parques Nacionales)

www.sanjuanturismo.com.ar (Portal de información turística de San Juan)

www.sanjuanalmundo.org (El Portal de la Fundación Bataller)

www.travelsanjuan.com.ar (La Primera Guía Turística de San Juan)

www.elsoldecalingasta.com.ar (Diario Semanario del Departamento de Calingasta)

www.diariodecuvo.com.ar (Diario de mayor audiencia de la provincia de San Juan)

Artículos relacionados:

“Otra carrera en Calingasta” publicado por *Revista la U*. Fecha: 25 Noviembre 2016.

Disponible en: <http://www.revista.unsj.edu.ar/?p=2184>

“Calingasta Barreal fue elegido como el mejor destino para visitar Argentina” publicado en *El Sol de Calingasta*. Fecha: 24 de Marzo de 2018. Disponible en:

<http://elsoldecalingasta.com.ar/calingastabarreal-fue-elegido-como-el-mejor-destino-para-visitar-de-argentina/>

“Más de 150 calingastinos participaron del Anfitrión Turístico” publicado por *el Servicio Informativo del Gobierno de San Juan*. Fecha: 23 de Agosto de 2018. Disponible en:

<https://isanjuan.gob.ar/noticias-turismo-y-cultura/item/9558-mas-de-150-calingastinos-participaron-de-anfitrion-turistico>

“Luego de 15 años vuelve la competencia de carrovelismo a la Pampa de El Leoncito” publicado en el *Diario de Cuyo*. Fecha: 24 de Agosto de 2018. Disponible en:
<https://www.diariodecuyo.com.ar/sanjuan/Luego-de-15-anos-vuelve-la-competencia-del-carrovelismo-a-la-Pampa-del-Leoncito-20180823-0146.html>

Artículos relacionados a diferentes Campañas de Concientización Turística:

Selección de notas y artículos presentados por la Cátedra referentes a campañas de concientización turística realizadas en las Provincias de Salta, Entre Ríos y San Juan.

La Ciudad de Salta tiene una nueva Campaña Turística, que destaca su “alma”: 16.07.2018.
Disponible en:

<https://insalta.info/plus/la-ciudad-de-salta-tiene-una-nueva-campana-turistica-que-destaca-su-alma>

Campaña de Concientización Turística. Municipalidad de Colón, Entre Ríos. 13.05.2014. Disponible en: <https://www.elentrieros.com/actualidad/campana-de-concientizacion-turistica.htm>

Más de 150 calingastinos participaron del “Anfitrión Turístico”. Barreal, Provincia de San Juan. 23.08.2018. <https://sisanjuan.gob.ar/turismo-y-cultura/2018-08-23/9558-mas-de-150-calingastinos-participaron-de-anfitrion-turistico>