www.eumed.net/rev/turydes/
Vol 6, Nº 15 (diciembre/dezembro 2013)

ALOJAMIENTO TURÍSTICO SUSTENTABLE
CASO DE ESTUDIO: DESTINO TURÍSTICO EN EL SUDOESTE DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES

*** Mg. Silvina Elías.**
Universidad Nacional del Sur.
selias@uns.edu.ar
**** Lic. Daniela Murello.**
Universidad Nacional del Sur.
dmurello@upso.edu.ar

Resumen: Las empresas turísticas, en particular los establecimientos hoteleros, forman parte de la oferta de un destino, donde operan junto a otras organizaciones, el Estado, la comunidad y los turistas que exigen cada vez más que los productos y servicios tengan un aval sustentable. En este sentido, las empresas pueden decidir adoptar o no prácticas concretas de responsabilidad social empresaria, a partir del cuidado del medioambiente. De esta manera, se presenta en el trabajo, la incorporación al programa implementado por el Gobierno de la Provincia de Buenos Aires, denominado *Certificación de Alojamiento Turístico Sustentable* (en adelante ATS), para algunas empresas que prestan el servicio de hotelería en la Comarca Turística Sierras de la Ventana, 2013.

Palabras clave: responsabilidad social empresaria, turismo sustentable, alojamiento turístico sustentable, Programa de Certificación de Alojamientos Turísticos Sustentables.

Abstract: Tourist enterprises, especially hotel establishments, are part of a destination supply and they work with other organizations, the state, the community and the tourists who increasingly demand sustainable products and services. In this regard, enterprises may decide to adopt or not specific corporate social responsibility practices based on environmental care. In this paper we present the incorporation of some enterprises providing hotel services in the Tourist Region Sierras de la Ventana, Buenos Aires, Argentina, in the program “Sustainable Certification Tourist Accommodation”, implemented by the Government of Buenos Aires, 2013.

Keywords: corporate social responsibility (CSR), sustainable tourism, sustainable tourist accommodation.

* Lic. (Mg.) en Economía. Secretaria Académica, Departamento de Economía. Prof. Adjunto de Organización y Servicios Turísticos I, Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca. Argentina.
** Lic. en Turismo. Ayudante de Análisis Cuantitativo de la Actividad Turística, Licenciatura en Turismo. Departamento de Geografía y Turismo. Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca. Argentina.

1. INTRODUCCIÓN

La actividad turística, basada en el uso de recursos naturales y culturales, causa con frecuencia efectos indeseados sobre los mismos, que tienden a agudizarse cuando no se aplican políticas sustentables específicas que impidan, solucionen o disminuyan los problemas asociados a ella. De este modo, es necesario definir proyectos turísticos socialmente responsables y sostenibles a lo largo del tiempo, que integren y vinculen las diferentes disciplinas que intervienen en el desarrollo turístico, y determinen la diferencia entre obtener un producto competitivo o uno que tienda a desaparecer con el tiempo.

Asimismo, con respecto a las empresas turísticas, debe entenderse que las mismas, forman parte de una sociedad, donde operan otras organizaciones, el Estado, la comunidad y los consumidores que demandan acciones concretas de responsabilidad social tanto a los organismos estatales como a las organizaciones empresariales. Por otro lado, es importante resaltar que la decisión de adoptar o no prácticas concretas de RSE, es exclusiva del nivel de jerarquía más alto de la empresa, debiendo formar parte de la misión a largo plazo.

En este sentido, la gestión medioambiental responsable, como parte de la estrategia empresaria, afecta sobre la calidad de los productos y la imagen de marca de la empresa. De esta manera, siguiendo en la línea de pensamiento manifestada, se presenta en el trabajo, la incorporación al programa implementado por el Gobierno de la Provincia de Buenos Aires, denominado Certificación de Alojamiento Turístico Sustentable (en adelante ATS), para algunas empresas que prestan el servicio de hotelería en la Comarca Turística Sierras de la Ventana, 2013.

2. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO SUSTENTABLE

Las organizaciones, quienes forman parte de la sociedad, son productoras y consumidoras de bienes y servicios en forma simultánea. Además, los empleados de cualquier organización, más allá de su pertenencia a la misma, desempeñan multiplicidad de roles, entre ellos, ser consumidor. Esta situación genera una dinámica social compleja en la que operan gran cantidad de variables al mismo tiempo. Por otro lado, a partir de la globalización de la economía mundial, las empresas se encuentran en un contexto cada vez más competitivo que les exige respuestas efectivas a las necesidades de los consumidores. Una de ellas, es la de abordar responsablemente, por cada uno de los actores sociales involucrados los problemas de desigualdad social, el deterioro medioambiental, la falta de transparencia en las actividades empresariales, los abusos sufridos por los trabajadores y el aumento de la pobreza. Así pues, desde la concepción de Rubinsztein (2009), la responsabilidad social empresaria (en adelante RSE) es un deber ético de cualquier tipo de organización.

Así mismo, Larocca (2008), entiende que la RSE implica replantear el papel de los empresarios, que precisan un cambio de mentalidad en lo que respecta a cómo hacer negocios, dirigir sus acciones sobre la base de valores humanitarios, considerando como fin indispensable de sus empresas la satisfacción de las necesidades de sus clientes, de sus empleados y de la comunidad de la cual forman parte, y no solo la obtención de réditos económicos.

Desde un punto de vista conceptual, la RSE puede clasificarse en: RSE Interna, RSE Externa y RSE medioambiental. Con respecto al último grupo mencionado, vale la pena decir que, la pérdida de calidad del entorno de los atractivos y del ambiente urbano de los centros turísticos perjudica a los empresarios prestadores de servicios, dado que con frecuencia se ve amenazada la estabilidad de sus emprendimientos producto de la disminución de la demanda.

* Lic. (Mg.) en Economía. Secretaria Académica, Departamento de Economía. Prof. Adjunto de Organización y Servicios Turísticos I, Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca. Argentina.
** Lic. en Turismo. Ayudante de Análisis Cuantitativo de la Actividad Turística, Licenciatura en Turismo. Departamento de Geografía y Turismo. Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca. Argentina.

En este sentido, el turismo puede generar enormes beneficios para la comunidad a condición de que este se planifique y que, idealmente su desarrollo no se produzca de manera explosiva. De esta manera tanto la población como el mercado y el medio ambiente tienen tiempo para ir adaptándose gradualmente a los cambios introducidos por el turismo en el sistema comunal.
Así, Guzmán (2002), considera que la alternativa seguida actualmente por algunos empresarios, es incorporar al medio ambiente como parte del negocio empresarial, como una herramienta más para competir en el mercado. De esta forma, el sector empresarial se enfrenta a un doble reto: preservar al medio ambiente y realizar las inversiones y tomar las medidas necesarias para lograrlo.

3. PROGRAMA DE CERTIFICACIÓN DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS SUSTENTABLES EN LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES

El Gobierno de la Provincia de Buenos Aires cuenta con diferentes entes autárquicos que desempeñan diversas actividades estratégicas para la organización de un Estado. En relación al medio ambiente, y basado en el Artículo Nº 28 de la Constitución de la Provincia de Buenos Aires (1997), se crea el *Organismo Provincial para el Desarrollo Sostenible* (en adelante OPDS). Dicha organización tiene la función de coordinar diferentes programas tendientes al desarrollo sustentable. Así pues, a lo que se refiere a la actividad turística, el OPDS, implementa a partir de abril de 2009, el *Programa de Certificación de Alojamientos Turísticos Sustentables* (en adelante ATS). Esta iniciativa, tiene como objetivo lograr que los empresarios hoteleros, se sumen a la propuesta del Gobierno Provincial, para mejorar la calidad del entorno. Así, el propósito de la certificación es asegurar que la oferta de alojamiento sea ambientalmente adecuada.

En este sentido, el OPDS, define al turismo sustentable como aquel que atiende las necesidades de los turistas actuales y que al mismo tiempo protege el ambiente. Por otro lado, la Organización Mundial del Turismo (1998), sostiene que el desarrollo del turismo sustentable es un modelo de desarrollo económico diseñado para mejorar la calidad de vida de la población local, proveer mayor calidad de experiencia para el visitante, mantener la calidad del medio ambiente del que la población y visitantes dependen, la consecución de mayores niveles de rentabilidad económica de la actividad turística para los residentes y asegurar la obtención de beneficios por parte de los empresarios turísticos.

Ahora bien, según el OPDS, que una empresa prestadora de servicios de alojamiento, obtenga el certificado ATS significa que: controla el consumo eficiente de energía, controla el consumo eficiente de agua, gestiona sistemas de aguas residuales, gestiona sistemas de clasificación de residuos, restringe el uso de productos químicos, consume productos regionales y contribuye con la biodiversidad.

En efecto, para que una institución sea certificada ATS debe cumplir con estándares de sustentabilidad prefijados por el organismo. Los empresarios deben completar un formulario de preguntas específicas abiertas y cerradas, que sirven para evaluar a los establecimientos (ver anexo I). En particular, los elementos de sustentabilidad que se examinan para que un establecimiento hotelero obtenga el Certificado de ATS son:

- *Agua*: incluye factores como consumo, reutilización, reducción, calidad del agua de contacto, tratamiento y disposición del agua residual.
- *Gestión de residuos*: incluye factores como reducción, reutilización, reciclaje y disposición final adecuada.
- *Entorno natural*: incluye criterios de selección de sitio y planeamiento adecuado para la protección del hábitat, continuidad de los corredores biológicos, protección de flora y fauna.
- *Energía*: incluye factores de abastecimiento, consumo, reducción y eficiencia.

* Lic. (Mg.) en Economía. Secretaria Académica, Departamento de Economía. Prof. Adjunto de Organización y Servicios Turísticos I, Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca. Argentina.
** Lic. en Turismo. Ayudante de Análisis Cuantitativo de la Actividad Turística, Licenciatura en Turismo. Departamento de Geografía y Turismo. Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca. Argentina.

- *Comunicación con proveedores y sensibilización de huéspedes*: incluye factores de información, interpretación, señalización, conocimiento y difusión de normativa ambiental a empleados y clientes.

Así pues, en consideración con los actores sociales involucrados (turistas, empresarios, comunidad y demás interesados), para gestionar una marca socialmente responsable y efectiva el OPDS debe ocuparse de comunicar en forma clara y transparente los objetivos y requisitos exigidos para conseguir el certificado de ATS. De esta manera, la forma de identificar un alojamiento turístico de calidad que ofrezca servicios sustentables, es a través de la exhibición en el establecimiento del siguiente logo:

Fuente: http://www.opds.gba.gov.ar

Por cuestiones organizativas, el Programa ATS, se implementa en diferentes etapas, involucrando el corredor de las sierras: Ventana (Comarca Turística de Sierra de la Ventana), Tandil y Balcarce, como primera fase del proyecto.
Vale la pena mencionar que la oferta hotelera registrada en la Secretaria de Turismo de la Provincia de Buenos Aires (2007) está compuesta por 1.252 establecimientos de los cuales 33 han obtenido el Certificado de ATS, siendo la Comarca Turística Sierras de la Ventana el destino con mayor cantidad de empresas distinguidas.

Localidades con establecimientos hoteleros con Certificado ATS

Localidad	Cantidad
Cañuelas	1
Capilla del Señor	2
Chascomús	1
Junín	3
La Plata	3
Lobos	2
Luján	4
Mar del Plata	1
Navarro	1
San Andrés de Giles	5
San Antonio de Areco	1
Sierra de la Ventana	3
Tigre	1
Tornquinst	1
Villa Ventana	4

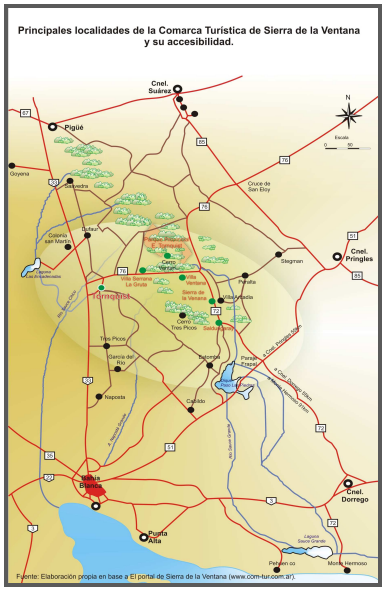
Fuente: http://www.opds.gba.gov.ar

* Lic. (Mg.) en Economía. Secretaria Académica, Departamento de Economía. Prof. Adjunto de Organización y Servicios Turísticos I, Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca. Argentina.
** Lic. en Turismo. Ayudante de Análisis Cuantitativo de la Actividad Turística, Licenciatura en Turismo. Departamento de Geografía y Turismo. Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca. Argentina.

4. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL DESTINO

La Comarca Turística Sierras de la Ventana se encuentra situada al sudoeste de la Provincia de Buenos Aires dentro de los límites políticos del Partido de Tornquist. Está integrada por las localidades de Tornquist (ciudad cabecera del Partido), Villa Serrana La Gruta, Villa Ventana, Sierra de la Ventana y Saldungaray, siendo su columna vertebral la Ruta Provincial Nº 76, que en una extensión de 60 km. congrega a cada una de ellas dentro de las opciones turísticas a ofrecer. (Caruso, Gil y Murello, 2009)

Localización del área de estudio



Fuente: Caruso, Vaquero (2009)

La Comarca, con el paisaje de los picos más altos de origen paleozoico de la Provincia de Buenos Aires, presenta como atractivos tradicionales, el Monumento Natural Cerro Ventana (1.134 m.s.n.m.), el Parque Provincial Ernesto Tornquist y el Cerro Tres Picos (1.239 m.s.n.m) que, junto con la diversidad de opciones turístico-recreativas, su calidad ambiental y la tranquilidad la posicionan como un destino consolidado favorable al asentamiento y al desarrollo de actividades recreativas al aire libre durante todo el año. (Caruso, Gil y Murello, 2009)

* Lic. (Mg.) en Economía. Secretaria Académica, Departamento de Economía. Prof. Adjunto de Organización y Servicios Turísticos I, Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca. Argentina.
** Lic. en Turismo. Ayudante de Análisis Cuantitativo de la Actividad Turística, Licenciatura en Turismo. Departamento de Geografía y Turismo. Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca. Argentina.

De acuerdo a los datos aportados por INDEC (2010) la cantidad aproximada de habitantes en todo el Distrito es de 12.723 personas, y teniendo en cuenta solo a la Comarca Turística de Sierra de la Ventana el número de habitantes alcanza 12.340.
Es importante señalar que la Comarca Serrana es considerada un destino turístico porque en ella se concentran instalaciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de los turistas que llegan. Asimismo, a través de la Ordenaza Nº 867/93, el Honorable Consejo Deliberante de la Municipalidad de Tornquist, ha declarado al Distrito de Tornquist como "Municipio Ecológico", destacando que el Distrito es de una enorme riqueza natural, atendiendo a su flora, fauna y gea.

La diversidad de paisajes, su rico patrimonio cultural y el alto grado de conservación de sus recursos turísticos constituyen atractivos suficientes para que este territorio se posicione dentro de la Provincia como una alternativa de destino turístico, enmarcado en las nuevas modalidades (turismo aventura, ecoturismo, turismo rural, turismo científico, etc.). El medio natural dominante crea uno de los ambientes de mayor calidad ambiental y paisajística de la Provincia de Buenos Aires.
El crecimiento turístico del territorio, ha sido espontáneo, producto de sucesivas actuaciones públicas y privadas sin objetivos previamente definidos. Durante muchos años, la actividad turística estuvo caracterizada por un turismo de naturaleza, que si bien en la actualidad sigue siendo el principal producto turístico, el incremento del arribo de turistas durante todo el año, alentó el surgimiento de nuevos y mejorados servicios, generando una explotación de otras aristas de la actividad.

Las principales propuestas del destino giran en torno al turismo alternativo, ecoturismo y turismo rural. Se ofrecen actividades que permiten relacionarse con la naturaleza como el trekking, escalada, mountain bike, cuatriciclos, parapente, cabalgatas, travesías en 4x4, golf, canopy, arquería, pesca, avistaje de fauna y flora autóctonas y de sitios arqueológicos, entre otras.

Según la caracterización de la demanda del destino realizada por Rodríguez et al. (2008) el perfil de la demanda de este destino está compuesto en un 85% por familias y parejas, correspondientes a un segmento etario de 21 a 45 años, con un alto porcentaje de niños y adolescentes. El nivel de educación que presentan es alto, dado que el 62% finalizo sus estudios superiores (terciarios y/o universitarios) y el 28% los estudios secundarios.
La opinión de los turistas sobre el alojamiento arroja datos favorables, dado que el 77% de los mismos considera que es "bueno" y un 94% considera que satisfizo sus necesidades. Rescatan también la calidad en la presentación de los servicios turísticos, el progreso y crecimiento de la Comarca; así como la limpieza y el cuidado ambiental de las localidades que la integran.
Según Ardito Batista, M. (2012) en base a la encuesta realizada durante julio de 2011 el 37% de los turistas que llegan a la Comarca provienen de Bahía Blanca, el 20% de Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires seguido de un 20% que provienen del resto de la Provincia de Buenos Aires, 10% del sudoeste bonaerense y un 13% del resto del país.

Por otro lado, en la Comarca Turística Sierras de la Ventana, el 73.53% de la oferta de alojamiento está constituida por cabañas y bungalows, seguido por hoteles (12.74%), campings (10.78%) y por último hosterías, residenciales, apart-hoteles y albergues en un porcentaje mucho menor.
El número de cabañas por complejo varía de 1 a 10, con un promedio general de 5, totalizando 1465 plazas de alojamiento. Los hoteles disponen de 350 plazas, mientras que los albergues cuentan con capacidad para 132 pasajeros y las hosterías, posadas y residenciales llegan a 155 plazas. Finalmente, los apart-hoteles cuentan con capacidad para 63 personas, totalizando 2165 plazas en toda la Comarca. (Secretaría de Turismo de la Municipalidad de Tornquist, 2013)

* Lic. (Mg.) en Economía. Secretaria Académica, Departamento de Economía. Prof. Adjunto de Organización y Servicios Turísticos I, Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca. Argentina.
** Lic. en Turismo. Ayudante de Análisis Cuantitativo de la Actividad Turística, Licenciatura en Turismo. Departamento de Geografía y Turismo. Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca. Argentina.

5. IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS SUSTENTABLES EN LA COMARCA TURÍSTICA SIERRAS DE LA VENTANA

Por las características turísticas que presenta el territorio, donde la naturaleza es el principal atractivo, el cuidado del medio ambiente debería ser el objetivo prioritario de cualquier empresa. La posición de competencia y la capacidad de supervivencia empresarial a largo plazo, no son posibles sino se incluye el factor ambiental dentro de la gestión.
No obstante, solo 8 establecimientos hoteleros de los 109 que abarca la Comarca, han adaptado, instalado e invertido en tecnologías para acondicionarse a las exigencias que establece el OPDS para obtener el certificado ATS. Tres de ellos se localizan en Sierra de la Ventana, uno en Tornquist y cuatro en Villa Ventana.

Para incentivar a los empresarios hoteleros de la Comarca y en el marco del ATS, se realiza anualmente un Taller de Turismo Sustentable. El mismo es dictado por personal técnico de las Direcciones de Planeamiento y Registros y Fiscalización pertenecientes a la Dirección Provincial de Desarrollo de Calidad y Servicios Turísticos de la Secretaria de Turismo y personal técnico de la Dirección Provincial de Economía Ambiental y Energías Alternativas del OPDS. Estos talleres se orientan a prestadores de servicios de alojamiento de la Comarca Turística Sierras de la Ventana en los cuales se abordan los siguientes temas: obligatoriedad de la inscripción en el Registro Provincial de Hoteles y Afines, requisitos para ingresar al Programa ATS y elementos de sustentabilidad que se evalúan para el ingreso al programa.

Así pues, para que se produzca un cambio serio y profundo en las estrategias de las empresas, en cuanto a las actitudes y los comportamientos hacia el medio ambiente, es necesario construir una cultura ambiental, que se imponga a la cultura del consumo. Hay que destacar, que es deber de los consumidores, como actores principales en los mercados de bienes y servicios, tener interés por consumir responsablemente. Por lo tanto, un turista responsable debe tener sensibilidad social, elegir lo que consume pensando en el respeto por el medioambiente y por las culturas del destino que visita, y por último tener alta capacidad de adaptación.
Ante esto, es importante destacar que los establecimientos hoteleros que cuentan con el certificado ATS han incorporado en sus páginas web el logo del Programa. A continuación se presentan algunos ejemplos:

http://www.nukemapu.com.ar

http://www.cocolonanel.com.ar

6. CONCLUSIONES

El medio ambiente es el eje fundamental para el desarrollo y la promoción de la actividad turística. Por tal motivo, el OPDS implementa el Programa Certificación ATS con el propósito de impulsar el respeto y la conservación de los recursos en la Provincia de Buenos Aires. (Organismo Provincial para el Desarrollo Sostenible, Disposición Nº 1/09)
Así, las líneas de acción estratégicas establecidas desde el Gobierno, incorporan iniciativas coherentes con la demanda en torno al control de los recursos medioambientales y culturales, tendientes al desarrollo sustentable. Esta situación es la que permite que ciertos empresarios hoteleros en la Comarca Turística Sierras de la Ventana reformulen su gestión.

* Lic. (Mg.) en Economía. Secretaria Académica, Departamento de Economía. Prof. Adjunto de Organización y Servicios Turísticos I, Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca. Argentina.
** Lic. en Turismo. Ayudante de Análisis Cuantitativo de la Actividad Turística, Licenciatura en Turismo. Departamento de Geografía y Turismo. Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca. Argentina.

Sin embargo, solo las organizaciones socialmente responsables son las que adoptan las normativas voluntarias que pretende el OPDS. Aquellas empresas que implementan las medidas tendientes al cuidado del entorno, no solo generan beneficios propios como la diferenciación de servicios, el posicionamiento de marca, la ventaja competitiva, etc., sino que además favorecen a los turistas brindándoles y asegurándoles un ambiente agradable y duradero para disfrutar de su tiempo libre. Por otra parte, la implementación de medidas sustentables también propicia el crecimiento de la región. Lo que hay que tener presente es que, la modificación de las costumbres de consumo y de uso, y la toma de conciencia del poder de influencia de los consumidores en el comportamiento del empresariado, es lo que permite mejorar las prácticas socialmente responsables de las empresas. El consumo consciente requiere de un cambio de mentalidad por parte de los turistas, en no pensar sólo en su beneficio personal y a corto plazo, comprando productos de empresas irresponsables.

En pocas palabras, *es importante remarcar que no existirán marcas socialmente responsables sino existen previamente consumidores responsables que exijan y cumplan su rol social de manera eficiente, castigando y premiando a quien lo merezca.* (Rubinsztein, 2009)

Para finalizar, si bien aun continuarán evidenciándose efectos negativos de origen antrópico sobre el medio físico, la iniciativa del Estado, conjuntamente con el compromiso de las empresas, comunidad y consumidores (turistas), determinarán un punto de inflexión en la evolución del destino, en el que se observará un nuevo tipo de relación entre la Naturaleza y la Sociedad, caracterizado por la incorporación de una creciente racionalidad ambiental.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Ardito Batista, M. (2012): “Turismo Accesible en Sierra de la Ventana”, Tesina de la Licenciatura en Turismo, Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur, inédito.
- Caruso, J., Gil, V. y Murello, D. (2009): Trabajo final del Seminario “Marca de Ciudad”, Estudio de caso: Comarca Turística de Sierra de la Ventana, Universidad Virtual de Quilmes, Buenos Aires.
- Caruso, J.; Vaquero, M. (2009): “Demanda y percepción de calidad de servicios turísticos. Estudio de caso: Comarca Turística de Sierra de la Ventana”, Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca.
- Guzmán Ramos, A. (2002): “La gestión medioambiental en la empresa”. Disponible en: http://www.ecoportal.net Consultado el 27/09/2009.
- Organismo Provincial de Desarrollo Sustentable disponible en: http://www.opds.gba.gov.ar Consultado el 27/09/2009.
- INDEC (2010): “Censo Nacional de población y viviendas 2010”, Partido de Tornquist.
- Larocca, H. (2008): “Responsabilidad social empresarial”, en: AAVV, Principios fundamentales para la administración de organizaciones, Pearson, Buenos Aires.
- Organización Mundial del Turismo (1998): “Introducción al Turismo”, Egraf, Madrid.
- Rubinsztein, D. (2009): “Apuntes del Seminario Responsabilidad Social Empresaria”, Universidad Virtual de Quilmes, Buenos Aires.
- Secretaría de Turismo de la Municipalidad de Tornquist (2013).

* Lic. (Mg.) en Economía. Secretaria Académica, Departamento de Economía. Prof. Adjunto de Organización y Servicios Turísticos I, Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca. Argentina.

** Lic. en Turismo. Ayudante de Análisis Cuantitativo de la Actividad Turística, Licenciatura en Turismo. Departamento de Geografía y Turismo. Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca. Argentina.