



Vol 1, N° 3 (agosto/agosto 2008)

**“ENCUESTA DIAGNÓSTICA SOBRE CONCIENTIZACIÓN TURÍSTICA”  
"DIAGNOSTIC SURVEY ON TOURIST AWARENESS"**

**Lorena Gabriela Romero<sup>1</sup>  
Laura Beatriz Guzmán  
María Emilia Peña Pollastri**

**Resumen**

**“Encuesta Diagnóstica sobre Concientización Turística”**, se desarrolló con la intención de estimar la conciencia turística que poseen las organizaciones directamente vinculadas al turismo en la **Ciudad de La Rioja**, y los comportamientos que de ellas se desprenden hacia la demanda turística, hacia ellas mismas como sectores y actores del turismo y hacia el patrimonio turístico, en un intento de efectuar un diagnóstico situacional, identificando los puntos fuertes y débiles que en este sentido presenta la actividad.

Se trazó un diseño de investigación exploratorio-descriptivo, con aplicación de una encuesta en el campo para descubrir *los conocimientos, las opiniones y el comportamiento* de los responsables de organizaciones públicas, privadas y no gubernamentales, ligadas de manera directa al turismo en la ciudad de La Rioja.

Los resultados cualitativos a los que se arribó mostraron una clara tendencia en relación a la falta de Conciencia Turística en La Rioja, para el año 2006. Con base en ello y como parte de la conclusión de esta investigación, se consideró oportuno proponer la construcción de un Índice de Conciencia Turística (ICT), que, en un único indicador permitiera representar de manera cuantitativa los resultados obtenidos en los tres sectores investigados.

**Abstract**

"Diagnostic Survey on Tourist Awareness", was developed with the aim of estimating the conscience tourist organizations have directly linked to tourism in the city of La Rioja, and behaviour that emerge from them towards the tourist demand, to themselves as sectors and tourism players and for heritage tourism, in an attempt to carry out a situation assessment, identifying strengths and weaknesses in this regard shows that the activity.

---

\* Instituto de Turismo Alternativo (ITALT).

<sup>1</sup> [lgromero@arnet.com.ar](mailto:lgromero@arnet.com.ar)

It drew a design-descriptive exploratory research, applying a poll in the field to discover knowledge, opinions and behaviour of those responsible for public, private and non-governmental organizations, either directly linked to tourism in the city of La Rioja.

The qualitative results to those who arrived showed a clear trend in relation to the lack of awareness tourist in La Rioja, by the year 2006. On this basis and as part of the conclusion of this investigation, it was considered appropriate to propose the construction of an Index of Conscience Tourism (ICT), which would allow a single flag represent quantitatively results in the three sectors surveyed.

**Palabras Clave:**

Conciencia Turística – Actitud – Política Turística – Efectos Económicos – Efectos Políticos – Efectos Socio-culturales – Efectos sobre el Ambiente Natural.

**Keywords:**

Tourist awareness - Attitude - Tourism Politics - Economic Effects - Political Effects - Effects Socio-cultural - Impact on the Natural Environment.

## a) INTRODUCCIÓN

El Proyecto de Investigación “**Encuesta Diagnóstica sobre Concientización Turística**”, se llevó a cabo con el objetivo de conocer la conciencia que tienen los organismos públicos, privados y no gubernamentales, relacionados directamente al turismo de la Ciudad de La Rioja, y sus comportamientos en relación a la demanda turística, hacia ellos mismos como sectores y actores vinculados y hacia el patrimonio turístico. A partir de ello, realizar un diagnóstico situacional que identifique los puntos fuertes y débiles que en este aspecto presenta la actividad.

Entendimos a la *Conciencia Turística* como manifestación de aceptación y correspondencia al turismo, tanto de la población en general como de los actores y sectores directa e indirectamente involucrados, como así también la actitud de bienestar que se genera por la contribución que hace la actividad desde los aspectos económico, social, cultural y ambiental.

**A partir de esta definición se planteó la necesidad de medir la Conciencia Turística en función del conocimiento, las opiniones y el comportamiento más o menos favorables que tiene cada uno de los sectores y actores involucrados (unidades de observación) con respecto a la actividad turística.**

La investigación partió de las siguientes hipótesis:

- Las organizaciones directamente vinculadas a la actividad turística en la ciudad de La Rioja conocen los efectos económicos, políticos, sociales, culturales y ambientales que la misma provoca.
- Los organismos públicos y privados tienen una buena disposición para recibir al turista.
- Los organismos públicos y privados que operan en el mercado turístico contemplan aspectos tales como: revalorización del patrimonio natural y cultural, calidad en la prestación de servicios, diversificación de la oferta, formación de recursos humanos y conservación del medioambiente.

En tanto que los objetivos Generales y Específicos perseguidos se mencionan a continuación:

### **Objetivo General:**

- Estimar la conciencia turística que poseen las organizaciones directamente vinculadas al turismo en la Ciudad de La Rioja.

### **Objetivos Específicos:**

1. Indagar sobre el conocimiento que poseen los sectores directos del turismo de la ciudad de La Rioja sobre los efectos que esta actividad produce.
2. Conocer la opinión de los sectores intervinientes en relación a diversos aspectos del turismo.
3. Conocer el comportamiento de las organizaciones públicas, privadas y no gubernamentales de la ciudad de La Rioja para recibir a los turistas.
4. Conocer el comportamiento de los sectores intervinientes en relación a la infraestructura.

5. Conocer el comportamiento de los sectores intervinientes en relación a la conservación del medioambiente.
6. Determinar la existencia de espacios de trabajo intersectorial.
7. Identificar los puntos fuertes y débiles en el destino La Rioja Capital, según la perspectiva de los sectores bajo estudio.
8. Contribuir a la formación de recursos humanos en la investigación turística, impulsada por el Instituto de Turismo Alternativo de la UNLaR.
9. Contribuir con los resultados de la investigación a la realización de actividades de concientización turística impulsadas por el Instituto de Turismo Alternativo de la UNLaR.

## b) MATERIALES Y MÉTODOS

- **Tipo de Investigación:**

Para esta investigación se trazó un diseño de investigación de tipo exploratorio-descriptivo, que permitiera descubrir en el campo y analizar luego los conocimientos, las opiniones y el comportamiento de los responsables de organizaciones públicas, privadas y no gubernamentales, relacionadas con el sector turístico en la ciudad de La Rioja.

La información recopilada ha sido de primera mano, es decir de fuentes de datos primarias, con el diseño de encuesta como procedimiento de recolección.

- **Fuentes de Datos:**

El cuestionario se aplicó a las organizaciones turísticas públicas, privadas y no gubernamentales en la ciudad de La Rioja.

La muestra inicial para la recolección de datos estuvo conformada por 67 organismos, de los cuales han sido relevados solo el 34 % del total. Esta circunstancia nos limita para hacer generalizaciones válidas de los resultados obtenidos en la investigación, al universo de organizaciones vinculadas al turismo.

- **Selección de las Unidades Estudiadas:**

El universo de las unidades estudiadas estuvo integrado por todas las organizaciones que, en la ciudad Capital de La Rioja, se vinculan de manera directa a la actividad turística.

En el Sector Estatal fueron relevados oficinas y dependencias de turismo y cultura provincial y municipal. En el Sector Privado se relevaron empresas del sector de alojamiento, alimentación, transporte y agencias de viajes; y por último, en las Organizaciones No Gubernamentales, la encuesta fue aplicada a la ONG “Sendas Riojanas”.

- **Técnica de Recolección de Datos:**

Se aplicó el diseño de encuesta como procedimiento de recolección de información en el campo, con un modelo de cuestionario semi-estructurado que fue aplicado a los diferentes grupos que constituyeron las unidades de observación.

De acuerdo a la planificación inicial, una vez diseñado el cuestionario, se realizó un pretest que permitió realizar los ajustes necesarios, para finalmente iniciar la recolección de datos.

- **Relevamiento de la Información**

La recolección de información fue realizada por 4 (cuatro) alumnos avanzados de la carrera de Licenciatura en Turismo, de acuerdo al cronograma fijado y designados por el

Departamento de Ciencias Sociales, Jurídicas y Económicas, a propuesta de la Dirección del Instituto de Turismo Alternativo y de los Responsables del Proyecto.

- **Procesamiento de la Información**

El procesamiento de la información recolectada se realizó utilizando el programa informático SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), Versión 11.0. A partir de los cuadros y gráficos obtenidos, se analizaron los datos, encontrando tendencias generales en la problemática estudiada.

### c) **ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN**

Una vez analizada la información recolectada, en relación al Objetivo General de esta investigación “Estimar la Conciencia Turística”, los resultados de las encuestas aplicadas arrojan que la proporción de Conciencia Turística en La Rioja, año 2006 es del 39%. Con este valor se confirma de manera parcial la hipótesis planteada al inicio de la investigación referida a la “Falta de Conciencia Turística”.

Este porcentaje ha sido determinado a partir del Índice de Conciencia Turística (ICT) propuesto para esta investigación. El mismo se conformó a partir de cuestiones específicas comprendidas en tres (3) categorías (componentes de la actitud): *conocimiento*, *opinión* y *comportamiento*.

Se asignó a cada una de estas categorías un Puntaje Ideal (100 puntos), totalizando las tres categorías 300 puntos. Ese valor se constituyó en el Índice de Conciencia Turística Ideal.

Para el caso de la Ciudad de La Rioja se ha obtenido un ICT de 117 puntos, los que traducidos representan el 39%. Así también se pone de manifiesto que no hay un equilibrio en los puntajes obtenidos para cada categoría respecto de lo esperado. Se muestra un bajo puntaje en conocimiento de aspectos referidos al turismo, un puntaje más elevado en opiniones respecto de ellos y nuevamente una disminución en cuanto al componente o categoría comportamiento, que conforma nuestro ICT, como se muestra en la Figura 1.

Las conclusiones referidas a los Objetivos Específicos planteados al inicio del proyecto se presentan seguidamente:

Con respecto al **conocimiento** que tienen los sectores involucrados en la actividad turística de los efectos económicos, políticos, sociales, culturales y ambientales que la misma provoca, los resultados muestran que el 20% de los encuestados conoce los efectos del turismo, destacándose los económicos sobre los otros. La hipótesis queda comprobada de manera parcial.

En cuanto a la **opinión** sobre la responsabilidad que asumen los organismos en diversos aspectos de la actividad turística, el 47% de los encuestados asumen responsabilidad compartida sobre los diversos aspectos del turismo.

Al referirse a las ventajas y desventajas para el desarrollo del turismo en La Rioja Capital, el 50% de los encuestados muestran respuestas coincidentes.

Sobre la **percepción** que tienen las organizaciones públicas, privadas y ONG’s del comportamiento para recibir a los turistas, se opina que las mismas realizan escasas acciones al respecto. El 16% opina que los sectores involucrados realizan acciones para recibir a los turistas.

Al conocer el **comportamiento** de los diversos sectores en relación a la infraestructura, las organizaciones involucradas desarrollan escasas acciones o gestiones para facilitar la accesibilidad al destino. El 35% opina que los sectores involucrados las realizan.

En cuanto al **comportamiento** de las organizaciones directamente vinculadas al turismo para la conservación del ambiente, se desprende que las mismas no se ocupan de ello. El 48% opina que los sectores involucrados promueven la conservación del ambiente.

Respecto de la existencia de espacios de trabajo intersectorial, las organizaciones involucradas no trabajan en su mayoría de manera coordinada. El 48% de los sectores involucrados si lo hace.

Este análisis se efectuó únicamente para los Sectores Privado y Público, no así para el Sector de Organismos No Gubernamentales, debido a que solo pudo relevarse una unidad de observación, de manera tal que no es posible poder realizar alguna conclusión.

#### **d) CONCLUSIONES FINALES Y PROPUESTAS**

A partir de los resultados de este proyecto es posible diseñar actividades de Concientización Turística desde el Instituto de Turismo Alternativo, en una de sus líneas de acción. Asimismo se propone revisar y/o analizar las causas de la baja proporción de encuestas respondidas respecto de la planificación inicial de este proyecto.

Con los numerosos aportes obtenidos se pretende continuar trabajando en la misma línea de investigación, con el diseño de un Indicador de Conciencia Turística (ICT), que pueda ser aplicable a diversos ámbitos.

En la medida en que se logre sembrar conciencia turística se tendrán corrientes estables y seguras de visitantes, con lo cual será posible lograr el objetivo de convertir al turismo de la Ciudad de La Rioja en una actividad beneficiadora no solo de la comunidad, sino de la región y el país, desde los aspectos cultural, social, político, económico y natural.

#### **e) AGRADECIMIENTOS**

A todas las personas y organizaciones que tuvieron la gentileza de responder las encuestas. A la Lic. Miriam Azcurra, Directora del Instituto de Turismo Alternativo de la Universidad Nacional de La Rioja por su apoyo y confianza en nuestro equipo de investigación para llevar a cabo este proyecto.

#### **f) BIBLIOGRAFÍA**

1. Fernández Fúster, Luis “Introducción a la Teoría y Técnica del Turismo”. Alianza Editorial S.A. Madrid 1985.
2. Ramírez Blanco, Manuel – Teoría General del Turismo - Diana Técnica – Segunda Edición, Octubre de 1992.
3. Lickorish y Jenkins – Una Introducción al Turismo – Editorial Síntesis, versión español 2002.
4. Organización Mundial del Turismo – Introducción al Turismo – OMT, 1998.
5. Turismo: Marco Conceptual. Módulo I, Diplomatura e Gestión y Animación Turística. González, María Cecilia y Barrera, María Laura. UNLaR, 2006.
6. Kinnear, Thomas y Taylor, James “Investigación de Mercados: Un enfoque aplicado”. 4º Edición. Mc Graw Hill Interamericana, SA. México. 1993.
7. Montaner Montejano, Jordi. “Psicosociología del Turismo”. Editorial Síntesis. Madrid, España, 1991.
8. Montaner Montejano, Jordi “Estructura del Mercado Turístico – Gestión Turística”. Editorial Síntesis. Madrid, España, 1991.
9. Santesmases Mestre, Miguel; Sánchez de Dusso, Francisca y Kosiak de Gesualdo, Graciela, “Marketing: Conceptos y Estrategias”. 2º Edición Argentina. Editorial Pirámide. Madrid. 2004.

10. Balbuena Portillo, Mónica. Protocolo de Tesis “La Conciencia Turística, Una Formación Educativa por Alternancias”. Maestría en Estudios Turísticos de la Facultad de Turismo UAEM.
11. Fundación Esteban Torbar. <http://200.74.209.154/portal/Indicadores/tabid/79/Default.aspx>
12. Sitio web [http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo#Efectos\\_sociopol.C3.ADticos](http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo#Efectos_sociopol.C3.ADticos)

**Fig. 1: INDICE DE CONCIENCIA TURISTICA CIUDAD DE LA RIOJA AÑO 2006**

<b>CONFORMACION DETALLADA DEL INDICE REAL:</b>				
<b>Categoría</b>	<b>Puntaje ideal</b>	<b>Porcentaje relevado</b>	<b>Puntos asignados</b>	<b>Subtotal Puntos</b>
<b>CONOCIMIENTO</b>				<b>20</b>
Encuestados que citaron efectos económicos	20	52%	10,48	
Encuestados que citaron efectos políticos	20	7%	1,43	
Encuestados que citaron efectos sociales	20	10%	1,90	
Encuestados que citaron efectos naturales	20	7%	1,43	
Encuestados que citaron efectos culturales	20	24%	4,76	
<b>OPINION</b>				<b>55</b>
Da alguna opinión	20	83%	16,52	
Opina que sectores público y privado son responsables	50	47%	23,50	
Coincidencias en la opinión sobre ventajas, desventajas, problemas y soluciones	30	50%	15,00	
<b>COMPORTAMIENTO</b>				<b>42</b>
Opina que sectores público y privado realizan acciones	20	16%	3,20	
Realiza acciones para facilitar la accesibilidad	20	35%	7,00	
Realiza acciones para conocer la satisfacción del turista	20	65%	13,00	
Realiza acciones para preservar el ambiente	20	48%	9,60	
Realiza acciones coordinadas intrasectoriales	10	48%	4,80	
Realiza acciones coordinadas intersectoriales	10	48%	4,80	
<b>INDICE DE CONCIENCIA TURISTICA</b>				<b>117</b>
<b>PROPORCION DE CONCIENCIA TURÍSTICA RELEVADA EN CIUDAD DE LA RIOJA AÑO 2006</b>				<b>39%</b>