



# El Turismo en la Universidad Nacional de La Plata

Trabajo Final Integrador – EGES 2019 - UNLP

**Alumno: Cr. Ramiro Taborda.**

ramiro.taborda@presi.unlp.edu.ar

Director: Mg. Martín A. López Armengol

Fecha de entrega: 31 de agosto de 2020



# El Turismo en la Universidad Nacional de La Plata

RESUMEN.....	2
EL PROBLEMA.....	2
CARACTERIZACIÓN DEL ÁMBITO DE GESTIÓN. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA. SITUACIÓN ACTUAL. ANTECEDENTES.....	2
<i>Caracterización del ámbito de gestión.....</i>	2
<i>Formulación y descripción del problema.....</i>	5
<i>Diagnóstico de la situación actual.....</i>	5
<i>Antecedentes.....</i>	7
OBJETIVOS.....	11
OBJETIVO GENERAL.....	11
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	11
MARCO TEÓRICO.....	11
LA IMPORTANCIA DEL TURISMO.....	11
<i>El impacto del turismo en el individuo.....</i>	12
<i>Los efectos del turismo sobre la sociedad.....</i>	13
EL IMPACTO DEL TURISMO EN ARGENTINA.....	15
LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN EL TURISMO. CAMBIOS EN EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.....	16
EL TURISMO EN OTRAS UNIVERSIDADES.....	18
<i>Universidad de Buenos Aires (UBA).....</i>	18
<i>Universidad Nacional de Córdoba (UNC).....</i>	20
PROYECTO DE INTERVENCIÓN Fortalecimiento del Programa “Turismo Universitario DSS”.....	22
CONCLUSIONES.....	25
BIBLIOGRAFÍA.....	26

# **El Turismo en la Universidad Nacional de La Plata**

## **RESUMEN**

El presente trabajo se enmarca en las esferas de la Dirección de Servicios Sociales de la Universidad Nacional de La Plata (DSS), y tiene como meta el mejoramiento de uno de sus programas de gestión: “El Turismo Universitario DSS” el cual actualmente presenta ciertas deficiencias, pero que plantea un objetivo claro, el de diseñar y desarrollar herramientas, programas y lineamientos estratégicos de gestión a los efectos de mejorar y optimizar el bienestar de los integrantes de la comunidad universitaria a través del turismo.

Es por ello que el turismo representa el denominador común de este trabajo final integrador, entendiéndolo como aquel proceso que genera bienestar en el individuo, mejora la calidad de vida tanto física como mental de las personas y proporciona un alto impacto produciendo consecuencias positivas tanto en el ámbito económico como social de una región, de un país, hasta a nivel mundial.

El desafío se centra en como a partir del estudio de la evolución de las tecnologías de información en el turismo, los cambios en el comportamiento de los individuos que lo consumen, la importancia e impacto del turismo a nivel económico social y por sobre todo a raíz de la creciente demanda por parte del público objetivo (afiliados a la DSS) de nuevos servicios turísticos, se diseñan y desarrollan herramientas de gestión a los efectos de fortalecer el programa “Turismo Universitario DSS”.

## **EL PROBLEMA**

### **CARACTERIZACIÓN DEL ÁMBITO DE GESTIÓN. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA. SITUACIÓN ACTUAL. ANTECEDENTES.**

#### ***Caracterización del ámbito de gestión.***

El presente trabajo está encuadrado en la Dirección de Servicios Sociales, la cual es el organismo de la Universidad Nacional de La Plata que funciona como coseguro médico

asistencial y brinda prestaciones sociales para todos los trabajadores (activos y pasivos) de la Universidad y su grupo familiar a cargo.

La DSS complementa la cobertura que otorgan las obras sociales primarias, y en otras situaciones ofrece prestaciones propias que no son atendidas por aquellas.

Desde el año 2003, la conducción de la DSS está constituida por un Directorio Normalizador, formado por dos representantes del sector no docente (ATULP), dos representantes del sector docente (ADULP), y un miembro designado por la Presidencia de la UNLP, como delegado directo, quien ejerce la presidencia del cuerpo.

Son beneficiarios (afiliados) de esta Dirección, todos los trabajadores docentes y no docentes de la UNLP, así como también cónyuges y convivientes, hijos a cargo hasta las 21 años de edad (prorrogable hasta los 26, para los hijos estudiantes), hijos en Situación de Discapacidad y jubilados y pensionados de la UNLP.

La Dirección de Servicios Sociales, desde su enfoque estructural se encuentra ubicada bajo la esfera de la Secretaría de Administración y Finanzas de la Presidencia de la UNLP, y para el mejor cumplimiento de sus fines ha planteado lineamientos generales de gestión (objetivos estratégicos de gestión) en función a la demanda del público objetivo (afiliados), entendiendo que en la mayoría de los casos, por sus características propias, se encuentran en gestión permanente, logrando así mantener una actualización de las prestaciones, trabajando sobre las necesidades de los beneficiarios e incorporando nuevos servicios o adaptando y haciendo más eficientes los existentes.

Los principales lineamientos de gestión son, entre otros:

- ✓ Determinar y generar programas, normas y procedimientos inherentes al otorgamiento de las distintas prestaciones para todos sus afiliados.
- ✓ Organizar y gestionar sistemas para lograr una alta eficiencia en el manejo de subsidios, préstamos y coberturas de salud de nuestros afiliados.
- ✓ Contribuir en el dictado de las normas generales y específicas relativas a la gestión.
- ✓ Organizar, dirigir y evaluar la situación económico-financiera.

- ✓ Identificar nuevas necesidades de los afiliados realizando actividades y acciones tendientes a su satisfacción.
- ✓ Actualizar periódicamente las distintas prestaciones médico asistenciales que esta Dirección otorga a sus afiliados.
- ✓ Realizar convenios y contratos con instituciones del medio con el fin de cumplimentar la responsabilidad primaria de la Dirección.
- ✓ Coordinar las políticas y la administración del Museo y Casa de Descanso Samay Huasi.
- ✓ Coordinar las políticas y la administración del Jardín Maternal de la UNLP.
- ✓ Coordinar las políticas y la administración de la Dirección General de Deportes de la UNLP.
- ✓ Incentivar la activa participación del personal, los gremios, y afiliados en la realización de actividades que complementen y potencien el objeto de la Dirección.

La DSS a los efectos de alcanzar estos objetivos / lineamientos estratégicos de gestión ha desarrollado programas que se adecuan y actualizan periódicamente. Dentro de los programas más relevantes podemos destacar:

- Programa Médico Asistencial: Otorgamiento, seguimiento y difusión de prestaciones de Salud y coberturas específicas.
- Otorgamiento de subsidios: La Dirección de Servicios Sociales otorga a sus afiliados distintos tipos de subsidios, los cuales están enmarcados en resoluciones normativas, y gestionados por distintas áreas en función a su naturaleza
- Desarrollo de actividades de prevención de la Salud. La DSS a través de relaciones intersectoriales, lleva adelante un programa tendiente a realizar actividades de prevención de la salud, como así también concientización de diversos temas y/o situaciones sociales.
- Turismo Universitario DSS: A través de este programa se pretende incrementar el bienestar de los afiliados a través del ofrecimiento de diversas actividades y herramientas turísticas. (Programa objeto del presente TFI)
- Programa de Préstamos: Personales, para la Salud, para la Vivienda, y otros.
- Programa de acompañamiento Social. Enmarcado desde el sector Atención Social, el cual se configura no sólo como un espacio informativo y prestacional con coberturas específicas para los afiliados y familiares a cargo, sino también como un área que brinda un

abordaje integral e interdisciplinar, generándose acciones de atención, orientación y derivación, trabajando conjuntamente con otras dependencias y/o unidades académicas si así lo requieren.

### *Formulación y descripción del problema.*

El tema a abordar en el presente trabajo se focaliza en el mejoramiento, fortalecimiento y adecuación de uno de los programas de gestión de la Dirección de Servicios Sociales mencionado anteriormente: “Turismo Universitario DSS”. Si bien el objetivo del mismo es claro, y se basa en el planeamiento, desarrollo e implementación de distintas políticas y actividades a los efectos de ofrecer servicios turísticos de calidad para mejorar y/o incrementar el bienestar de los afiliados, actualmente dicho programa si bien cuenta con políticas afectadas al logro de su objetivo, (que serán detalladas más adelante), es necesario la implementación de nuevas herramientas y recursos de trabajo dentro de programa que alimenten, mejoren y fortalezcan su funcionamiento.

El Programa Turismo Universitario de la Dirección de Servicios Sociales, es un apéndice de la Secretaría Administrativa de la Dirección de Servicios Sociales, dependiendo operativamente del sector Afiliaciones, Préstamos y Turismo y tiene como principal objetivo, como ya se ha mencionado, promover el BIENESTAR de los afiliados a través del diseño e implementación de políticas y estrategias que ofrezcan diversos servicios turísticos destinados a aquellos.

El problema radica en que los servicios actuales que se brindan desde el Programa, si bien son congruentes con el objetivo del mismo, distan tanto de la potencialidad del programa como de la demanda de los afiliados de la Dirección, y a partir de esto es donde se gesta la problemática, actualmente, desde la DSS solo se ofrece, a los afiliados, la posibilidad de hospedarse en una finca ubicada en la provincia de la Rioja, Samay Huasi.

### *Diagnóstico de la situación actual.*

Samay Huasi, convertido en la actualidad en el único destino turístico para los afiliados de la Dirección de Servicios Sociales, es una finca propiedad de la Universidad Nacional de La Plata, ubicada en la ciudad de Chilecito, provincia de La Rioja, donde se encuentra una Casa de

Descanso para artistas, escritores, docentes, no docentes, estudiantes, jubilados y para todo el público en general.

A continuación se detallan las principales características de la Casa de Descanso Samay Huasi:

Contiene un museo de Arqueología, una sala iconográfica, una pinacoteca, el dormitorio del Dr. Joaquín V. González conservando su estado original y la Biblioteca, entre otros atractivos. A su vez, desde el punto de vista turístico, es importante remarcar que, Chilecito se encuentra entre las sierras de Velazco y el Cordón del Famatina, con nieves eternas en sus cumbres, es la segunda ciudad más importante de la Provincia de La Rioja.

El escritor argentino eligió "Samay Huasi" como su lugar de descanso para alejarse de su ajetreada vida como político y hombre de letras, allí fue donde se inspiró para escribir su obra más conocida: "Mis Montañas". Esta finca, llamada en su origen "La Carrera", perteneció al minero inglés William Treloar, quién vendió sus más de 52 hectáreas a González en el año 1913, luego éste la preparó a su gusto y la convirtió en su verdadera "Casa de Descanso".

En el predio, se puede apreciar la "Avenida de los siete sabios de Grecia", representada por toscos monolitos líticos, el trono del inca, la puerta de micenas y una roca con forma de nido de hornero donde el pensador reposaba. "La tribuna de Demóstenes" hoy pedestal de la estatua en su honor que esculpió Sfoza, el "Anfiteatro", hemiciclo construido entre las piedras de la sierra, y "La Capilla", un recinto natural de la montaña.

La Casa de Descanso conserva su estilo colonial, con amplias habitaciones que dan a una típica galería y un comedor espacioso y confortable. La rodea un gran patio cubierto de enredaderas y de allí hasta el pie del cerro se llega por un camino que atraviesa un huerto con árboles frutales donde está ubicada la pileta.

La finca cuenta con las siguientes comodidades:

- Catorce (14) habitaciones con camas simples, matrimoniales y cuquetas, algunas cuentan con baño privado y otras con baño a compartir.
- Calefacción y aire acondicionado en todas las habitaciones.



- Servicio de WIFI.
- Pensión completa (Desayuno; almuerzo y cena).
- Posee un quincho con TV, mesa de pingpong, cocina y lugar de estar.
- Servicio de urgencias médicas.
- Cancha de fútbol.
- Cancha de Vóley.
- Pileta de natación.
- Visitas guiadas al museo.

Desde el punto de vista administrativo, los afiliados de la Dirección de Servicios Sociales, que deseen hospedarse en la finca, deben realizar previamente (a partir del primer día del mes inmediato anterior al momento del viaje) una reserva en forma personal en la sede de la Dirección, debiendo abonar el 50% del costo total del viaje. Ese costo está constituido por una tarifa determinada por el Directorio Normalizador de la DSS y autorizada / avalada por el presidente de la universidad, siendo su característica más destacada su bajo precio en comparación con los precios del mercado, incluyendo la tarifa una estadía completa (alojamiento, almuerzo y cena).

Actualmente, la finca, es gestionada, administrada y atendida por personal Nodocente de la UNLP, trasladando a cada visitante el más cordial y confortable de los tratos.

### *Antecedentes.*

Ahora es importante hacerse varias preguntas: ¿nunca se ha contemplado esta problemática, nunca se ha pensado en cómo mejorar el bienestar de los integrantes de la comunidad universitaria a través del turismo? Supongamos que la respuesta es afirmativa, entonces deberíamos preguntarnos ¿nunca se pensaron, desarrollaron, implementaron políticas de gestión a fin de cumplir con el objetivo del programa? .

Para dar respuesta a estas preguntas es necesario emprender un recorrido de los antecedentes del programa, realizando un breve bosquejo de la historia del mismo.

Desde hace más de dos décadas, que la Dirección de Servicios Sociales ha desarrollado distintas subprogramas, a través de las distintas gestiones de la Dirección se han desarrollado

lineamientos institucionales que contemplaban al turismo con una fuente de incremento del bienestar de los afiliados, y esto sucedió a través de la firma de diversos convenios con empresas y organizaciones de turismo (hoteles, complejos, cabañas, etc.) para que los afiliados puedan hospedarse en lugares turísticos estratégicos a lo largo del país, obteniendo descuentos y servicios diferenciales para los asistentes.

Entonces uno podría pensar a priori, que no hay un problema en sí, y que la firma de estos convenios es la solución a la situación deficiente que actualmente presenta el programa, y que se deberían centrar los esfuerzos en revivir esos convenios, sumar nuevos y administrarlos e implementarlos eficientemente. Pero no es así, a pesar de la voluntad mencionada precedentemente, nunca se ha dado una respuesta o solución integral de la situación, visualizándose diversos problemas que han hecho fracasar esos intentos. Se puede mencionar distintas situaciones que explican lo antes mencionado, por ejemplo sucedía que en los destinos turísticos más importantes del país (la costa atlántica, y determinados lugares del norte y sur del país), en temporada alta, donde generalmente los trabajadores de la universidad gozan de sus vacaciones, las instituciones turísticas con las cuales la Dirección de Servicios Sociales ha firmado un convenio o logrado un acuerdo, en su gran mayoría, no contaban con disponibilidad habitacional para nuestros afiliados, o teniéndola, solo se ofrecían las plazas y servicios básicos, generando el descontento de los afiliados.

Otra situación problemática se daba en el caso contrario, es decir, en temporada baja donde se le ofrecía a los huéspedes/visitantes particulares que visitaban lugares turísticos y se alojaban en los lugares que formaban parte del convenio firmado con la DSS, se les ofrecía un paquete promocional (descuentos, bonificaciones, servicios, etc.) mejores a los convenidos.

Todo esto, sumado a deficiencias administrativas de gestión, y por sobre todo a raíz del descontento y malestar de los afiliados, llevó que los convenios fracasasen, y el programa se encuentre “planchado” y solo se disponga, en la actualidad, como alternativa turística como se mencionó a la Casa de Descanso Samay Huasi.

A modo de ejemplo, se muestra el listado de hoteles con los cuales se ha convenido en los años 2007 y 2008.

2007		
Hotel	Ciudad	Provincia
ALEXANDER	IGUAZU	MISIONES
ASTOR	MAR DEL PLATA	BUENOS AIRES
BAHIA NORTE	VILLA CARLOS PAZ	CORDOBA
BLANRO	CAPITAL FEDERAL	BUENOS AIRES
CABAÑA LA VIÑUELA	SAN RAFAEL	MENDOZA
COMPLEJOS VAQUERIAS	VALLE HERMOSO	CORDOBA
COSTANERA	MIRAMAR	BUENOS AIRES
CRISTAL	CORDOBA	CORDOBA
EL PORTAL DE SALTA	SALTA	SALTA
ENZO	VILLA CARLOS PAZ	CORDOBA
FOEVA	MAR DEL PLATA	BUENOS AIRES
GRAN HOTEL AILEN	CAPITAL FEDERAL	BUENOS AIRES
GRAN HOTEL DORA	MAR DEL PLATA	BUENOS AIRES
GRAN SARMIENTO	CAPITAL FEDERAL	BUENOS AIRES
HOSTERIA LA SUREÑA	BARILOCHE	RIO NEGRO
INTENACIONAL	VILLA GESELL	BUENOS AIRES
KALTON	SAN RAFAEL	MENDOZA
LAS LAJITAS	SALTA	SALTA
LUSO ARGENTINO	MAR DEL PLATA	BUENOS AIRES
MONTERREY	MENDOZA	MENDOZA
OLLANTAY	LA FALDA	CORDOBA
PAYSANDU	COLON	ENTRE RIOS
PIEMONTE	MAR DEL PLATA	BUENOS AIRES
PLAYA HOTEL	VILLA GESELL	BUENOS AIRES
POSADA LOS AMIGOS	SAN BERNARDO	BUENOS AIRES
PROVINCIAL	SIERRA DE LA VENTANA	BUENOS AIRES
PUERTO DEL SOL	MENDOZA	MENDOZA
RIVIERA	MAR DEL PLATA	BUENOS AIRES
RJ DEL SOL	MENDOZA	MENDOZA
VECCHIA ROMA	MENDOZA	MENDOZA

<b>2008</b>		
<b>Hotel</b>	<b>Ciudad</b>	<b>Provincia</b>
ARGENTINO	CORDOBA	CORDOBA
ASTOR	MAR DEL PLATA	BUENOS AIRES
BAHIA NORTE	VILLA CARLOS PAZ	CORDOBA
CENTER	VILLA CARLOS PAZ	CORDOBA
COMPLEJOS VAQUERIAS	VALLE HERMOSO	CORDOBA
COSTANERA	MIRAMAR	BUENOS AIRES
FOEVA	MAR DEL PLATA	BUENOS AIRES
GRAN HOTEL AILEN	CAPITAL FEDERAL	BUENOS AIRES
HOSTERIA LA SUREÑA	BARILOCHE	MENDOZA
INTERMONTI	SM DE LOS ANDES	NEUQUEN
KALTON	SAN RAFAEL	MENDOZA
MONTERREY	MENDOZA	MENDOZA
OLLANTAY	LA FALDA	CORDOBA
PAYSANDU	COLON	ENTRE RIOS
PIEMONTE	MAR DEL PLATA	BUENOS AIRES
PLAYA HOTEL	VILLA GESELL	BUENOS AIRES
PROVINCIAL	SIERRA DE LA VENTANA	BUENOS AIRES
RIVIERA	MAR DEL PLATA	BUENOS AIRES
RJ DEL SOL	MENDOZA	MENDOZA
USPALLATA	USPALLATA	MENDOZA
VECCHIA ROMA	MENDOZA	MENDOZA

Otra cuestión a remarcar, que es parte central de este trabajo, es la creciente demanda por parte del público objetivo (afiliados) solicitando nuevos servicios, paquetes y actividades turísticas, formando la base para la determinación de los objetivos del presente trabajo.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Elaborar una propuesta de promoción e incremento del bienestar de los afiliados de la Dirección de Servicios Sociales a través del desarrollo de la actividad turística.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Diagnóstico de situación de las actuales políticas de promoción de las actividades turísticas de los afiliados de la DSS.
- Definición de piezas informativo-comunicacionales que sean pertinentes a las características institucionales de la DSS y a los perfiles de sus afiliados.
- Estructuración de un plan de contingencia inmediato, complementario y componente de las acciones estratégicas en los servicios integrales de la DSS, en particular los del turismo.

## **MARCO TEÓRICO**

Para desarrollar este trabajo de investigación fue necesario antes que nada definir algunos conceptos básicos relacionados con la importancia del turismo y el efecto de las tecnologías de información sobre el rubro.

### **LA IMPORTANCIA DEL TURISMO**

Luego de haber descripto el estado actual del Programa (problemática) y previo a definir las herramientas, acciones y tareas tendientes a mejorarlo (proyecto de intervención), es menester destacar la importancia que tiene el Turismo, no solo visto como un ítem que incrementa el bienestar de las personas, sino también como una herramienta económica social primaria de crecimiento y desarrollo de un pueblo.

### *El impacto del turismo en el individuo.*

El turismo tiene un impacto en la situación del individuo y su conglomerado familiar. Las vacaciones o feriados pueden generar una serie de efectos positivos o negativos en el comportamiento de los individuos o grupos, de allí que apuestan los gobiernos a la factibilidad de acceder a puentes vacacionales con el fin de que la familia o el individuo compartan tiempo y encuentre actividades de relajamiento. De allí que el turismo forme parte de ese eje integrador en la formación espiritual y que no sea visto tan solo como un lujo sino más bien como una necesidad básica, que según el psicólogo norteamericano Abraham Maslow deben ser satisfechas en la medida de la realización personal mejorando las relaciones interpersonales.

Los efectos que manifiestan entonces sobre las personas, que a la práctica se transforman en turistas, son las siguientes

- a) Mejora de la calidad de vida tanto física como mental. El descanso y esparcimiento renueva las energías, enriquece el espíritu y proporciona higiene mental.
- b) Permite romper la barrera cultural al conocer otras sociedades, sus formas de vida y sus costumbres lo que enriquece el nivel de conocimiento del individuo.
- c) Mejora las relaciones con los demás miembros de la familia, mejora el contacto social entre otros círculos como amigos o colegas de trabajo lo que eleva la autoestima del individuo.
- d) Crea hábitos de consumo, es decir que cada familia o individuo destine parte de su ingreso para la actividad turística como parte fundamental de su desarrollo personal.
- e) Produce aculturación, lo cual está a la vista con el proceso de globalización.
- f) En algunos casos puede producir cambio en los valores existentes, a la vista de un pensamiento más abierto a ciertas conductas tales como moda, forma de hablar o de entretenimiento.
- g) Permite el encuentro entre el ser espiritual y la mente.

## *Los efectos del turismo sobre la sociedad*

La actividad turística no tiene tan solo incidencia individual o familiar como lo analizamos en los párrafos anteriores, también tiene gran incidencia en los conglomerados sociales que están expuestos a ella. Es decir, que no solo tienen beneficio aquellos que la practican sino también aquellos que la receptan siendo también parte de ese eslabón de influencia de este fenómeno. Los principales efectos dentro de este marco son:

- a) La generación de empleo y por ende una mejora en la calidad de vida de los grupos familiares o individuales que se desenvuelven en ese entorno.
- b) Crear lazos de cooperación entre los pueblos mediante las diferentes subsecretarías y cámaras de turismo encargadas de normar la actividad para un desarrollo sustentable.
- c) Sin control alguno, puede generar efectos negativos tales como la delincuencia o xenofobia.
- d) Genera impacto ambiental, cambios urbanísticos, contaminación y alteración de la demografía del sector.

La Organización Mundial del Turismo determina que los impactos que genera el turismo son relativamente positivos en el ámbito social y cultural, puesto que gracias al turismo el hombre a desechos barreras que en tiempos antiguos generaban la intolerancia y prejuicios sociales tales como el racismo. El turismo ha contribuido con la sociedad siendo pieza fundamental para el desarrollo urbanístico y tecnológico en la modernización de los pueblos. De la misma manera ha expandido los horizontes en la forma de pensar de los seres humanos en cuanto al enriquecimiento cultural propiciando un cambio de actitudes sociales.

El Turismo es considerado como una fuente valiosa de generación de empleo, crecimiento económico y desarrollo social. Es una de las principales actividades exportadoras de muchos países del mundo, con la capacidad de aliviar restricciones externas de los países en desarrollo por su capacidad generadora de divisas (Oglietti G., Colino E. 2011).

Las distintas contribuciones de la teoría económica han expuesto felizmente formas en que se relacionan las comunidades receptoras de los fenómenos turísticos que se desarrollan,

logrando determinar aquellas consecuencias beneficiosas y su nivel de participación para determinar el bienestar de la sociedad.

El turismo es una actividad de mucha jerarquía por su incidencia en el desarrollo de las sociedades, especialmente sobre la redistribución de la renta, sobre la balanza de pagos, sobre el nivel de empleo, sobre el producto bruto interno y sobre las economías regionales.

A modo de ejemplo, y para tener dimensión de la importancia del turismo, cabe destacar las siguientes cifras, en 1950 se registraron 25 millones de turistas internacionales, en 2014 el número aumentó a 1.133 millones, convirtiéndose así en uno de los sectores económicos más importantes en el mundo, pues está estrechamente relacionado con el desarrollo de una comunidad y abarca un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica lo ha convertido en un motor clave para el progreso socioeconómico.

El "turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de personas a sitios distintos de sus usuales lugares de residencia, siendo el placer la motivación principal" (Organización Mundial del Turismo, 2008).

Es entonces, que la importancia del turismo residirá en el hecho de que es a través suyo que el ser humano puede conocer de cerca y en vivo otras culturas, otras sociedades, otras formas de vivir y otros ambientes geográficos. Si bien todos estos datos pueden conocerse a través de enciclopedias, mapas y fotos, es sólo a través del turismo que la persona puede interactuar directamente con esas realidades diferentes a las que uno acostumbra a experimentar, pudiendo así enriquecer su propia cultura y experiencia personal.

Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo.

En conclusión, el turismo está estrechamente ligado con el ser humano, sin ellos no podría darse el turismo en ninguna circunstancia. En la Declaración Universal de los Derechos Humanos establece como un derecho fundamental la libre circulación de las personas sin restricción de credo, ideología política, raza o condición social. El turismo se ha convertido para el hombre en una oportunidad de crecimiento integral y en nuestro país esta práctica debe ser



incentivada si se requiere entrar en la competencia de otros destinos turísticos posicionados en el mercado, aquellos destinos que tienen al turismo como política de estado y como principal fuente de ingreso en su balanza comercial.

## **EL IMPACTO DEL TURISMO EN ARGENTINA**

Dotada de un inmenso territorio, una variedad de climas enorme, maravillas naturales, cultura, costumbres y gastronomías famosas a nivel internacional, un grado de desarrollo muy alto, buena calidad de vida y una infraestructura bien preparada, Argentina es receptora de masivas cantidades de viajeros.

Además de la enorme variedad de recursos turísticos, Argentina tiene la ventaja de localizarse en el hemisferio sur, con estaciones invertidas respecto a los principales centros de emisión de turistas, con lo cual detenta mejores posibilidades de captar los segundos o terceros viajes anuales, cada vez más frecuentes en esos centros. Sin embargo, a pesar de tal potencialidad, su performance -en relación a otros países de América Latina y teniendo en cuenta sus ventajas indiscutibles como destino turístico- es relativamente modesta.

El turismo, no siendo un bien de primera necesidad, está dentro de la categoría de los llamados bienes superiores, no sólo genera crecimiento, empleo y efectos multiplicadores en las actividades directamente vinculadas (hoteles y restaurantes, agencias de viajes), sino también en una gran cantidad de otras actividades indirectamente relacionadas (transporte, comercio, industria, construcción, servicios financieros, entre otras). Es una actividad, comparada con otras actividades económicas como las industriales, que es menos contaminante del medio ambiente y con un menor uso de insumos energéticos por unidad de valor agregado.

La actividad turística se ubica, en nuestro país, en el sexto lugar después de la industria manufacturera; las actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler; el comercio mayorista y minorista; el transporte, almacenamiento y comunicaciones; y la enseñanza.

Argentina es, con 6 759 000 turistas en 2017 según la Organización Mundial del Turismo, el país más visitado de Sudamérica y el segundo más visitado de toda América Latina, después de México.

La generación de divisas, el crecimiento económico, la creación de nuevos puestos de trabajo, y la redistribución del ingreso para corregir desequilibrios regionales, son algunos de los efectos más importantes del turismo y los viajes como actividad económica.

Habiendo descrito la importancia y el impacto económico y social que genera el desarrollo de la actividad turística tanto en economías regionales como en economías nacionales e internacionales, y sobre todo (aspecto relevante para este trabajo) el impacto sobre el bienestar que concibe tanto en las personas como en la sociedad, es que se centran los parámetros principales del presente trabajo.

### **LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN EL TURISMO. CAMBIOS EN EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.**

El consumo del turismo en los últimos 20 años ha cambiado radicalmente, y trajo como consecuencia cambios en el comportamiento del consumidor. Hace algunos años atrás, las personas que deseaban realizar un viaje por turismo obtenían toda la información necesaria a través de las agencias de viajes o en su defecto a través de instituciones de carácter público que ponían a disposición distintas ofertas turísticas.

En la actualidad el avance de las tecnologías de información ha ocasionado fuertes cambios en la industria turística, claro es el ejemplo de internet, quien se ha convertido en un nuevo canal alternativo de distribución y una forma de hacer publicidad en el sector turístico. Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) han contribuido al crecimiento masivo del turismo y al aumento del volumen de la oferta y la demanda. Esto convierte a las TIC en uno de los elementos clave de la disciplina turística, ya que son el instrumento para la comercialización, la distribución y las funciones de ajuste de las empresas turísticas a la vez que a los consumidores les permite optimizar el valor de su dinero y tiempo cuando viajan. Las TIC se utilizan para facilitar y gestionar la expansión de las empresas turísticas y los destinos a escala mundial. Las empresas turísticas pueden aumentar su rendimiento y competitividad mediante la utilización de las avanzadas tecnologías de la información y la comunicación, ya que les permite mejorar su conexión en la red y, por ello, mejorar su "virtualidad". (Charne, 2013, p.6)

Internet se ha vuelto un poderoso aliado del turista para tomar su mejor decisión de viaje, ya que sin moverse de su casa u oficina puede comparar haciendo en su ordenador su propio benchmarking de las diversas opciones a las que tiene acceso.

Ahora bien el impacto y la evolución de la tecnología en la sociedad, ha cambiado a esta y el turismo no estuvo ajeno a estos cambios, sino que también sufrió una metamorfosis, tanto por parte de los oferentes de servicios turísticos como de los demandantes. Internet ha sido un elemento clave en este proceso de cambio.

A continuación se detallan los principales efectos y cambios tanto en la oferta como en la demanda de los servicios.

Es de público conocimiento que internet ha revolucionado la industria del turismo, generando nuevos modelos de negocio, cambiando las estructuras de los canales de distribución del turismo y reformando todos los procesos. En este nuevo proceso de reestructuración a partir del uso de las Tecnologías de la información en la industria de la intermediación turística, sobre todo a partir de la década de los años 90.

Actualmente a la hora de emprender un viaje de disfrute, el consumidor opta por utilizar las tecnologías de información (páginas web, redes sociales, sitios especializados en turismo, etc). Un claro ejemplo de esto es el sitio web airbnb, que se basa en compra venta de pasajes, comentarios y críticas de destinos turísticos, del estado de las casas y departamentos que se alquilan, etc.

El proceso de compra en este tipo de sitios ocurre la mayoría de las veces mediante el canal de reservas por internet. Es el mismo usuario el que busca la mejor opción y el precio más acorde a sus posibilidades. Cuando ingresa a uno de esos sitios encontrará un cuadro de búsqueda donde tendrá que elegir -por ejemplo- el hotel en el que está interesado, seguido de las fechas de entrada y de salida; a continuación, el buscador presentará los precios de las habitaciones disponibles para ese periodo, etc.

La información es la materia prima fundamental del sector turístico, ya hace años que se viene observando el fenómeno de la economía colaborativa, la que se construye sobre los beneficios que pueden derivarse de compartir recursos y que permite colocar un producto de

uso individual en manos del cliente final, lo que sin duda ha sido posible gracias a la proliferación de los dispositivos móviles y el desarrollo de una nueva cultura digital. (Carrillo de Albornoz y Panizo, 2016, p. 8)

La aparición de internet y las nuevas TIC ha transformado la forma en que los turistas planifican, reservan y viven sus experiencias turísticas, lo que ha provocado grandes oportunidades en la comercialización, distribución, promoción y coordinación por parte de las empresas turísticas y hoteleras. (Fernández Allés, Mier Terán y Sánchez Jiménez, 2018).

Con la revolución de las TIC e internet, los consumidores turísticos han cambiado. “Los cambios que han acontecido en los últimos 15 años han sido claves en el comportamiento del consumidor, llevándolos de aislados a conectados, de desinformados a demasiado informados, de tener actitudes pasivas a tener comportamientos activos” (Simonato, 2009, p. 4).

Si comparamos a los consumidores del Siglo XX con los del XXI, podemos definir a los nuevos consumidores como exigentes, activos, autónomos y perfectamente diferenciados (Reyes y Barrado, 2005).

El turista/consumidor de la actualidad desea y procura productos turísticos individualizados, pues él mismo se siente un sujeto singular en la red mundial de computadoras. La sobreexposición mediática es una condición básica ante este turista insaciable de información e imágenes.

## **EL TURISMO EN OTRAS UNIVERSIDADES**

A los efectos de contextualizar el presente trabajo, se realizó un trabajo de investigación acerca de cuáles son los servicios turísticos que prestan las otras dos grandes universidades en nuestro país.

### ***Universidad de Buenos Aires (UBA).***

La Universidad de Buenos Aires, desde el punto de vista de las prestaciones médico asistenciales que brinda a sus empleados (docentes y Nodocentes) cuenta con obra social propia, DOSUBA.

Es dable destacar que la UNLP, no cuenta con obra social propia, sino que mantiene distintos convenios con Obras Sociales (IOMA, OSDE, SWISS MEDICAL, OSFATUN, etc.) y complementa las coberturas de estas a través de su coseguro, la Dirección de Servicios Sociales.

En materia de Turismo a afiliados, la UBA, administra este ítem bajo la órbita de la Secretaría de Extensión Universitaria y Bienestar Estudiantil, dentro de la cual se desarrolla un área denominada “La Coordinación General de Turismo”

Cuyo principal objetivo es brindar más y mejores beneficios en materia de recreación y turismo para las más de 300.000 personas que forman la “Comunidad UBA”.

Así, ofrecen a alumnos, docentes, Nodocentes y graduados la posibilidad de acceder a espectáculos, visitas a museos, a viejos bares de Buenos Aires, a predios deportivos, días de campo en los alrededores de la ciudad, y a alojamiento en albergues y hoteles tanto en Buenos Aires como a lo largo y ancho del país, así como algunas alternativas seleccionadas en el exterior, a precios preferenciales, a través de la firma de convenios con instituciones turísticas.

Tiene como principales funciones:

- Desarrollar y administrar planes de turismo para estudiantes, graduados, docentes y Nodocentes de la Universidad.
- Promover y coordinar el desarrollo de las actividades de turismo, organizadas por las respectivas áreas de las Unidades Académicas de la Universidad.
- Impulsar la utilización y el desarrollo de todos los espacios pertenecientes a la Universidad, que puedan disponerse como destino turístico.

También es importante remarcar que en la Universidad de Buenos Aires, quienes desempeñan un rol fundamental en el ofrecimiento de servicios turísticos a sus afiliados son los gremios tanto docente como Nodocente.

## *Universidad Nacional de Córdoba (UNC).*

La Universidad Nacional de Córdoba (UNC), al igual que la UBA cuenta que obra social propia, DASPU, teniendo como principal objetivo prestar servicios médicos asistenciales a sus más de 60.000 afiliados entre docentes y Nodocentes, mas su grupo familiar primario, y los jubilados del régimen.

DASPU es una entidad pública no estatal, constituida de acuerdo con la Ley 24741 de 1996 que crea las Obras Sociales Universitarias. Conserva en su denominación las siglas de la Dirección de Asistencia Social del Personal Universitario (D.A.S.P.U) creada en 1957 como dependencia para la asistencia de la salud de docentes y no docentes de la Universidad Nacional de Córdoba quienes son los afiliados obligatorios de la Obra Social. La Ley faculta a las Obras Sociales Universitarias a admitir afiliados adherentes, y los Estatutos de DASPU así lo posibilitan, incorporando de esa manera la facultad de adhesión de familiares de segundo y tercer grado de parentesco con los agentes universitarios así como de profesionales colegiados y estudiantes universitarios que soliciten su inclusión y sean admitidos según las Normas establecidas. Igualmente son posibles afiliados los Jubilados y pensionados universitarios.

El Complejo Turístico Vaquerías pertenece a la Universidad Nacional de Córdoba, administrado por DASPU Obra Social Universitaria y se encuentra enclavado en el corazón de las sierras de Córdoba, Valle de Punilla, a tres kilómetros al este de la localidad de Valle Hermoso.

Consta de un Hotel Principal y tres anexos, denominados Aguaribay y Nogal 50 y Nogal 60; canchas de tenis, paddle, vóley, fútbol, piletas de natación para grandes y niños, ubicadas en la boca de la Quebrada donde la garganta se abre al valle, y en un entorno natural que lo caracteriza. El arroyo que atraviesa el complejo y la Reserva Natural, que llevan su nombre, es lugar de atracción para los visitantes, que junto a su flora y fauna, entran en contacto con la naturaleza para gozar a pleno de sus encantos, en un marco de un gran colorido y belleza. En la actualidad la Reserva Natural Vaquerías, declarada por el Consejo Superior de la Universidad Nacional de Córdoba y por el gobierno de la Provincia de Córdoba, constituyen un verdadero nicho ecológico, que atrapa al visitante con la belleza envolvente de su microclima, fresco aun en los ardientes días del verano cordobés.

El Hotel Central terminado de construir en 1910, cuenta con un comedor central y un bar cafetería, un salón de convenciones apto para 200 personas y varios pequeños, donde asiduamente se llevan a cabo encuentros, jornadas, congresos, reuniones, etc. tanto académicas, como sociales, deportivos, culturales y de las más diversas índoles, de nivel nacional e internacional.

Cuenta también con dos campings cuyos ocupantes gozan de la vida al aire libre y de todas las comodidades que le ofrece dos predios con capacidad para 30 carpas cada uno, sanitarios con agua caliente, electricidad, seguridad policial, servicio de emergencias y acceso a todas las servicios, instalaciones y canchas del Complejo, y durante la temporada estival, piletas de natación y las actividades de recreación.

El servicio de recreación que presta el Complejo durante los meses de Julio, Enero y Febrero se encuentra a cargo de profesores de educación física que organizan actividades durante todo el día; competencias deportivas, actividades lúdicas, caminatas, gimnasia, actividades de vida en la naturaleza, ecológicas, etc, y actividades nocturnas: bingo, fiestas, peñas, etc. También cuenta con una sala de juegos, mesa de ping pong, metegol, sapo, etc.

La Reserva Natural de Vaquerías es un sector de aproximadamente 400 hectáreas que pertenece a la Universidad Nacional de Córdoba (UNC). Es una de las escasas zonas protegidas a nivel nacional con un ecosistema del Chaco Serrano y se encuentra enclavada en la localidad de Valle Hermoso del departamento Punilla, en el interior de la provincia de Córdoba.

En el predio funciona actualmente el Complejo Turístico Vaquerías, un centro vacacional para el personal universitario conformado por un hotel central y tres anexos, con canchas de tenis, voley, fútbol y piletas de natación para adultos y niños.

Realizando un análisis de la información obtenida en ambas universidades, se puede destacar la Universidad de Córdoba mantiene un sistema prestacional referido a las actividades turísticas que brinda a sus afiliados que pueden asimilarse a las ofrecidas por la UNLP. Mientras que en la Universidad de Buenos Aires, si bien desde su Obra Social contiene algunos lineamientos de gestión para satisfacer el bienestar del afiliado, es a través de sus gremios (docentes y Nodocentes) donde se ofrece una enorme y variada firma de convenios con

hoteles, cabañas e instituciones turísticas para que los afiliados puedan alojarse y obtener descuentos o tarifas promocionales.

En resumen sobre lo expuesto referente a los servicios de carácter social, y específicamente en relación a los servicios turísticos que ofrecen a sus afiliados en ambas universidades, si bien las dos tienen dentro de sus lineamientos de gestión satisfacer el bienestar de sus afiliados a través de la actividad turística, se torna un tanto complejo realizar una comparación, analogía o emulación de algunos de los modelos, visto que tanto la UBA como la UNC poseen Obra Social Propia, y no poseen un coseguro médico asistencial como es el caso de nuestra universidad, donde la administración y funcionamiento de una Obra Social es inmensamente disímil, desde el presupuesto que manejan, sus recursos y gastos, como así también del servicio médico asistencial que prestan.

## **PROYECTO DE INTERVENCIÓN FORTALECIMIENTO DEL PROGRAMA “TURISMO UNIVERSITARIO DSS”.**

Notoriamente, y sin la intención de menguar lo antes comentado respecto de los antecedentes del programa y su situación actual, sino por el contrario, pregonar por el cumplimiento del objetivo del mismo, es menester pensar en el fortalecimiento y/o mejora del ítem. Al respecto en el presente apartado se menciona una propuesta de gestión a los efectos de suplir las deficiencias del programa.

El proyecto tiene como principal objetivo generar una red de contactos identificando oferentes y demandantes de propiedades (inmuebles) ubicadas en lugares turísticos dentro de nuestro país. Es dable destacar que para que el proyecto logre el impacto deseado, se necesita una adecuada comunicación sobre el lanzamiento del mismo.

El procedimiento de ejecución del proyecto, consta de distintos puntos o apartados que lo definen:

1- Identificación de oferentes: Identificar afiliados (directos y su grupo familiar a cargo) a través de la difusión del programa (véase punto 7) que sean propietarios de inmuebles



(casas, cabañas, departamentos, etc.) ubicados en lugares turísticos de nuestro país, que tengan la intención de alquilar aquellas, y deseen formar parte del programa “Turismo Universitario DSS”.

2- Identificación de demandantes: identificar afiliados que deseen vacacionar en nuestro país a través del alquiler de las propiedades identificadas en el inciso 1 (demandantes).

3- Habiendo analizado los cambios en el comportamiento de las personas que desean realizar turismo, y el avance e impacto de las tecnologías de información sobre la actividad turística, surge la necesidad de *diseñar y desarrollar un sistema de gestión en la “nube”*, a través de un trabajo mancomunado con personal técnico del Centro Superior para el Procesamiento de la Información (CESPI) de la UNLP. En el mismo se almacenarán los datos personales de los afiliados identificados en los ítem 1 y 2 a partir de la información obtenida en la base de datos de la DSS: Nombre y Apellido, DNI, Teléfonos (particular y celular), email de contacto, domicilio y dependencia a la que pertenece. También se recopilarán los datos de los inmuebles propiedad de los oferentes, detallando tipo de inmueble, ubicación, dirección, características habitacionales, entre otros.

Aquellos afiliados que deseen formar parte del programa deberán acceder a este sistema a través de una plataforma virtual, donde deberán loguearse creándose un usuario. De esta manera podrán acceder a las novedades del programa conociendo los tipos de propiedades disponibles, tarifas y destinos turísticos, como así también generar reservas y realizar consultas. La plataforma, además, permite que los oferentes tengan la posibilidad de subir fotos de las propiedades, y los demandantes tendrán la opción de realizar comentarios acerca de la experiencia del viaje, lo que permitirá realizar una retroalimentación del programa.

En resumen, a través de este sistema, la Dirección de Servicios Sociales de la UNLP, tomará el rol de intermediario, intercambiando información necesaria entre demandantes y oferentes. A su vez podrán concebirse acuerdos, conexiones entre aquellos afiliados que tengan propiedades para alquilar en el país y quieran formar parte del programa, con aquellos que deseen vacacionar alquilando esas propiedades.

4- Determinación de políticas claras de seguridad respecto a los inmuebles que forman parte del proyecto, identificando las responsabilidades tanto de los oferentes como de los demandantes. En este punto se firmarán contratos (entre los oferentes, demandantes y la

DSS) con cláusulas contractuales claras donde las partes se comprometen sobre el resguardo de las condiciones de la propiedad alquilada, entendiendo que una regulación específica sobre el tema brindará mayor seguridad jurídica para las partes, a las relaciones entre estos, permitiendo tomar las medidas necesarias para la protección de distintos intereses.

5- Determinación de la responsabilidad de la Dirección de Servicios Sociales dentro del programa, estableciendo que la misma queda limitada solo a generar vínculos bajo la figura de “intermediario” incorporada en una de las cláusulas del aparatado anterior.

6- Como complemento de lo antes mencionado, y en caso de que exista un exceso en la demanda, es decir que las propiedades no alcancen a satisfacer la demanda de los afiliados que desean vacacionar, se trabajará en generar convenios con hoteles, hostels, cabañas, campings, etc., en lugares turísticos de nuestro país, de manera de obtener tarifas diferenciales, descuentos y/o bonificaciones.

7- Préstamos para Turismo DSS. A través de su Directorio Normalizador, la Dirección de Servicios Sociales lanzará una nueva línea de préstamos, destinados a los afiliados que decidan acceder a los servicios ofrecidos en este programa.

Como política de carácter social, estos préstamos tendrán la particularidad de contener una tasa muy baja comparada con las tasas del mercado, y tendrán como primordial finalidad incentivar la participación de los afiliados en el programa. A tales efectos la DSS deberá elaborar una normativa (resolución) referente a los préstamos para turismo, la cual contendrá las condiciones y requisitos para acceder a los mismos.

8- Lanzamiento del Programa Turismo Universitario DSS: Como último paso, es necesario pensar en cómo comunicar el objetivo de este programa, para lograr que la comunidad universitaria acceda a los beneficios del mismo. Para esto es importante definir a la comunicación, y cómo será la trasmisión del mensaje a partir de los canales utilizados.

Robbins define la comunicación como la transferencia y comprensión de significados. Cualquier idea, por buena que sea, es estéril hasta que se transmite y los demás la comprenden. La comunicación es eficaz para controlar la conducta de los miembros al fomentar la motivación.

El proceso de comunicación resulta clave dentro del programa, debiendo identificarse correctamente las características personales y socioeconómicas de los receptores de la información (afiliados de la DSS). A partir del procesamiento de estos datos se diseñarán los canales de comunicación. Los canales a utilizar para la promoción del programa serían:

- Correo electrónico: Bajo el formato del envío de mails informativos a todos los afiliados, utilizando la base de datos de la DSS.
- Página web institucional. [www.dss.unlp.edu.ar](http://www.dss.unlp.edu.ar).
- Memos a las dependencias y unidades académicas de la UNLP en formato de papel físico, con la correspondiente confirmación de recepción del responsable.
- Diseño de panfletos y banners sobre la temática a ser entregados y expuestos respectivamente en las instalaciones de la DSS.
- Creación de un stand móvil a través del cual, personal de la DSS realice una recorrida por las distintas unidades académicas de la UNLP entregando folletería y comentado las características del programa.

## **CONCLUSIONES**

Según lo expuesto en la mayoría de los apartados del presente trabajo, estamos en condiciones de afirmar que no hay dudas de la potencialidad e importancia que tiene el turismo tanto sobre las personas como sobre la sociedad en general. Y que estas características de la actividad turística fueron el eslabón principal a través del cual se pensó y diseñó el Proyecto de Intervención (parte fundamental de trabajo final integrador). Proyecto seducido por varios factores objeto de análisis: el avance de las tecnologías de información, los cambios en el comportamiento de las personas que consumen turismo, el impacto económico social que produce la actividad turística en una comunidad, pero por sobre todo cómo a través del turismo las personas incrementan su bienestar, complementando y potenciando su felicidad.

Si bien la puesta en marcha del fortalecimiento del Programa Turismo Universitario DSS depende tanto de factores endógenos (mayor afectación de recursos para capacitación y contratación de personal, diseño e implementación de nuevas herramientas informáticas, asesoramiento legal) como exógenos (responsabilidad social de los integrantes de la comunidad universitaria, tendencias de la actividad turística en el país, entre otros), el proyecto

tiene como principal característica la factibilidad. Y que un proyecto, que tiene como principal objetivo incrementar el bienestar de la comunidad universitaria, cumpla con la condición de realizable, sin dudas, estimula la participación de los actores involucrados y plantea un desafío para la gestión de la Dirección de Servicios Sociales.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- ✓ Castaño Blanco, J, M, Crego Diaz, A; Garcia Dauder y Moreno Sáez (2003).  
Aproximación psicosocial a la motivación turística.
- ✓ Eberhard, H., (22 de febrero de 2012). Del caos a la colaboración: Cómo las tecnologías transformativas darán paso a una nueva era en el sector de los viajes
- ✓ Charne, U. (2013) Nuevas tecnologías y comportamiento del turista. ¿Cómo se comporta el turista argentino en el proceso de compra?.
- ✓ Código de Ética mundial para el turismo – Asamblea general de la Organización Mundial del Turismo (01/10/1999)
- ✓ Kotler, P., Bowen J, Makens J, Rufin Moreno R y Reina Paz (2004). Marketing para turismo.
- ✓ Getino, E. (14 de junio de 2010). Antecedentes del turismo en Argentina.
- ✓ Ley Nacional del Turismo. Ley Nº 25.997.
- ✓ Ley Nacional de Agencias de Viajes. Ley N 18.829.
- ✓ Matus, Carlos. Política, Planificación y Gobierno.
- ✓ Mintzberg Henry (1979) La estructuración de las organizaciones.
- ✓ Normativa (resoluciones, ordenanzas, actas de directorio, etc.) de la Dirección de Servicios Sociales.
- ✓ Quintero A J (2009) Teoría de la Necesidades de Maslow.
- ✓ Stephen P. Robbins (2012) Administración
- ✓ Reyes Ávila B y Barrado Timon (2005) Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: Marcos conceptuales para su planificación y gestión.
- ✓ Secretaria de Turismo de la provincia de Buenos Aires: Una apuesta al desarrollo Turístico de las pequeñas localidades.
- ✓ Tauber, Fernando. (2018) Pensar la Universidad. Primera edición.

- ✓ Tauber, Fernando (2008). Tesis de Doctorado “La comunicación en la planificación y gestión para el desarrollo de las instituciones universitarias públicas argentinas: el caso de la Universidad Nacional de La Plata en el trienio junio 2004-mayo 2007”.
- ✓ Wallingre Noemí / Villar Alejandro (compiladores). (2011) Desarrollo y gestión de destino turísticos. Políticas y Estrategias.
- ✓ François Vallaeys (2014) La responsabilidad social universitaria: un nuevo modelo universitario contra la mercantilización.
- ✓ Woodside, A, G. y Drew M (2008) Gestión del Turismo: análisis, comportamiento y estrategia.
- ✓ Norma A. Paolini (2001) El proceso administrativo “El quid de la Administración”.
- ✓ Martínez Nogueira (2000) Evaluación de la gestión Universitaria.
- ✓ Natalia Porto (1999) El turismo como alternativa de crecimiento.
- ✓ Sturzenegger A. y Porto N. (2008) La importancia de la actividad económica de turismo y viajes en Argentina.
- ✓ Alza, M. (2004). Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación turística. El caso de las Agencias de Viajes en Argentina (Tesis de grado). Universidad Nacional de La Plata, Argentina.
- ✓ Bertarini, María Emilia (2019). Pasajes aéreos. Compras en agencias de viajes (tesis de grado). Universidad Nacional de La Plata.

#### **Sitios web visitados**

- ✓ Ministerio de Turismo de la provincia de Buenos Aires  
[https://www.gba.gob.ar/produccion/area\\_de\\_trabajo/turismo](https://www.gba.gob.ar/produccion/area_de_trabajo/turismo).
- ✓ Ministerio de Turismo de la Nación  
<https://www.argentina.gob.ar/turismo/turismo-social>.
- Servicios sociales / turismo de la CABA  
<https://www.buenosaires.gob.ar/desarrollohumanoyhabitat/fortalecimientodelasociedadcivil/guia-de-servicios-sociales>.
- ✓ Universidad de Buenos Aires: <http://www.uba.ar/contenido/62>.
- ✓ Universidad Nacional de Córdoba <https://www.unc.edu.ar/sobre-la-unc/turismo>.
- ✓ UPCN <http://www.upcnba.org/index.php/noticias/2-uncategorised/30-turismo>.
- ✓ Dirección de Servicios Sociales – UNLP <http://www.dss.unlp.edu.ar>.

- ✓ [https://www.daspu.com.ar/institucional/complejo-vaquerias.](https://www.daspu.com.ar/institucional/complejo-vaquerias)
- ✓ [http://www.dosuba.uba.ar/SitePages/Institucional.aspx.](http://www.dosuba.uba.ar/SitePages/Institucional.aspx)
- ✓ [http://www.turismo.rec.uba.ar/index.html.](http://www.turismo.rec.uba.ar/index.html)
- ✓ <https://www.airbnb.com.ar/>

1. F Tauber (2005). Algunos desafíos para la Universidad Pública. Editorial de la Universidad Nacional de La Plata (EDULP)
2. F Tauber (2006). Plan Estratégico de la Universidad Nacional de La Plata (2006)
3. F Tauber (2007). Plan Estratégico de la Universidad Nacional de La Plata 2007-2010
4. F Tauber (2008). Plan Estratégico Institucional 2007/2010 de la UNLP. UNLP
5. F Tauber (2008). La comunicación en la planificación y gestión para el desarrollo de las instituciones universitarias públicas argentinas: el caso de la Universidad Nacional de La Plata en el trienio junio 2004-Mayo 2007. Facultad de Periodismo y Comunicación Social
6. F Tauber (2009). Comunicación en la planificación y gestión de las universidades públicas argentinas. Ediciones de Periodismo y Comunicación (EPC)
7. F Tauber (2010). Discurso de asunción a la Presidencia de la UNLP
8. F Tauber (2010). Universidad Nacional de La Plata: discurso de asunción y objetivos estratégicos 2010-2014
9. F Tauber (2010). Plan Estratégico de la Universidad Nacional de La Plata 2010-2014
10. F Tauber (2010). Pensar la Universidad nacional de la Plata (2010)
11. F Tauber, G Nizan, D Delucchi, A Olivieri (2011). Planes directores, proyectos y obras. 2004- 2010. Universidad Nacional de La Plata (UNLP)
12. F Tauber (2011). Pensar la Universidad Nacional de La Plata 1 (2010-2014). Universidad Nacional de La Plata (UNLP)
13. F Tauber (2011). Discurso de apertura del III Congreso Internacional sobre Cambio Climático y Desarrollo Sustentable.
14. F Tauber (2011). Universidad pública y medioambiente: responsabilidades y desafíos para los próximos años. Revista de la Universidad
15. F Tauber (2011). Palabras en relación al rol de la universidad pública.
16. F Tauber (2012). El Consejo Social de la UNLP, un camino al compromiso universitario. Diálogos del Consejo Social 1
17. F Tauber, V Urriolabeitia (2012). UNLP: "Pensada y creada para promover el desarrollo nacional". Desafío Empresario 10
18. F Tauber (2012). Inmensas oportunidades. Diario Hoy en la Noticia
19. F Tauber (2013). Pensar la universidad 1 (2013)
20. F Tauber (2013). 30 años de democracia en la universidad pública. De Los Cuatros Vientos
21. F Tauber (2013). Profesionales íntegros y comprometidos. Revista de la Asociación Odontológica de Berisso, La Plata y Ensenada
22. F Tauber (2014). Testimonios: el rol de las instituciones en el desarrollo regional. 75 años sembrando
23. F Tauber, G Nizan, D Delucchi (2014). Planificación y gestión urbano/ambiental de los ámbitos universitarios. XI Simposio de la Asociación Internacional de Planificación Urbana y Ambiente (UPE 11) ISBN: 978-950-34-1133-9 (La Plata, 2014)
24. F Tauber, ( Director) (2014). Plan Estratégico de la Universidad Nacional de La Plata 2014 – 2018
25. F Tauber (2014). Compromiso: Gestión 2010-2014
26. F Tauber (2015). Hacia el segundo manifiesto: los estudiantes universitarios y el reformismo hoy. Editorial de la Universidad Nacional de La Plata (EDULP)
27. F Tauber (2015). Hacia el segundo manifiesto: Los estudiantes universitarios y el reformismo hoy. Argentina: Editorial de la Universidad Nacional de La Plata (EDULP). ISBN: 978-987- 1985-63-0
28. F Tauber (2015). Presentación del libro Hacia el segundo manifiesto
29. F Tauber (2016). Proyecto Institucional de la Universidad Nacional de La Plata (2018-2022). Pensar la Universidad
30. F Tauber (2016). Pensar la universidad 2. Proyecto institucional de la Universidad Nacional de La Plata 2018-2022
31. F Tauber (2016). Pensar la universidad 2 (2016)
32. F Tauber (2016). Discurso: Pensar la universidad. Proyecto institucional 2018-2022
33. F Tauber (2017). Reseña del Plan Estratégico de Obras de la UNLP
34. F Tauber (2017). Presentación del Dr. Arq. Fernando Tauber del nuevo complejo edilicio en el predio del Ex BIM III.
35. F Tauber (2017). Presentación del nuevo Edificio " Sergio Karakachoff"(UNLP).
36. F Tauber (2017). Discurso en el Seminario Interno de Instrumentos de Planificación Estratégica Participativa.
37. F Tauber (2017). Haciendo realidad grandes proyectos. Econo 8
38. F Tauber (2017). La Reforma y el futuro de la Universidad. Revista Derechos en Acción
39. F Tauber (2017). La Universidad Nacional de La Plata en el contexto actual: la búsqueda de un modelo inclusivo. + E 7 (7. Ene-dic), 132-143
40. F Tauber (2017). Los desafíos que vienen para la UNLP. Bit & Byte 3
41. F Tauber (2018). Pensar la universidad 3 (2018)
42. F Tauber (2018). La universidad pública reformista: un modelo inclusivo y de desarrollo. Eudeba
43. F Tauber (2018). Transcripción del discurso de asunción a la Presidencia de la Universidad Nacional de La Plata, período 2018-2022
44. F Tauber (2018). Conferencia por el Centenario de la Reforma Universitaria en la UNSAdA.

45. F Tauber, ( entrevista, de, Santiago, Barcos) (2018). Los dolores que quedan son las libertades que nos faltan. Econo 8
46. F Tauber, R Cereijo, A Palladino (2019). Se cumplen setenta años de la sanción de la gratuidad universitaria en Argentina. Diario Contexto 22
47. F Tauber (2019). UNLP Un Modelo de Universidad Pública Argentina. Revista Universidades
48. F Tauber, V Cruz (2019). El proyecto político-académico de la Universidad Nacional de La Plata y los desafíos de fortalecer la política institucional de géneros y feminismos. Gaceta de la V Circunscripción plurinominal del Tribunal electoral del Poder Judicial de la Federación-Nueva época
49. F Tauber, ( compilador, L Quiroga (2019). Extensión universitaria: rupturas y continuidades. Educación
50. F Tauber (2020). Discurso en el marco del Consejo Regional Argentina contra el Hambre.