



Salas Kruteler, Bidkar

Migración de amenidad e inversión inmobiliaria en destinos de montaña.

Caso de estudio: Junín de los Andes, Neuquén

**Tesina presentada para la obtención del título de
*Licenciada en Turismo***

Directora: *Dr. Rodrigo González*

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el repositorio institucional RDI, que procura la reunión, el registro, la difusión y la preservación de la producción científico-académica éditada e inédita de la Universidad Nacional del Comahue.

Para más información, visite el sitio:

<http://rdi.uncoma.edu.ar/>

La iniciativa está enmarcada en la Ord. N° 0173/2014, con el objetivo de reunir y brindar acceso libre y gratuito a la información científica y académica, producto de las actividades de investigación, docencia y gestión institucional, a fin de garantizar la libre disponibilidad y acceso abierto al conocimiento científico.

Licenciamiento

Esta obra está bajo una licencia Atribución-NoComercial-SinDerivadas 2.5 Argentina de Creative Commons.

Para ver una copia breve de esta licencia, visite

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/>.

Para ver la licencia completa en código legal, visite

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/legalcode>

MIGRACIÓN DE AMENIDAD E INVERSIÓN INMOBILIARIA EN DESTINOS DE MONTAÑA.

Caso de estudio: Junín de los Andes, Neuquén.



Tesista: Salas Kruteler, Bidkar

Director de tesis: Rodrigo González

ÍNDICE

Agradecimientos.....	Pág. 3
1_ Introducción.....	Pág. 4
2_ Planteamiento y justificación del problema.....	Pág. 5
3.1_ Objetivos.....	Pág. 11
3.2_ Objetivos específicos.....	Pág.11
4_ Hipótesis de trabajo.....	Pág.12
5_ Marco teórico.....	Pág.15
6_ Marco referencial.....	Pág.34
7_ Enfoque metodológico.....	Pág. 40
8_ Resultados.....	Pág. 47
▪ Contextualización de migración de amenidad.....	Pág.47
▪ Rol de Estado municipal	Pág. 56
▪ Proyectos sector privado y productos urbanos	Pág. 63
▪ Evidencias de insustentabilidad económica	Pág. 79
9_ Conclusión y recomendaciones.....	Pág. 92
10_ Bibliografía.....	Pág. 98
11_ Anexos.....	Pág. 100

Agradecimientos:

Agradezco a mi familia, a mis padres mi hermano a mi novio y a mis amigos quienes me apoyaron en cada etapa de mi carrera y en este proceso final de tesis, INFINITAS GRACIAS.

A mis compañeros de la facultad por su apoyo y compañía al transitar por esta carrera, a todos los profesores que nos brindaron conocimiento y apoyo para avanzar. A la Universidad Nacional del Comahue que me brindo la posibilidad de formarme profesionalmente.

Agradezco a todos aquellos que de una manera u otra hicieron su aporte para que pudiera terminar la tesis, a todos los informantes clave que se mostraron dispuestos a colaborar mediante sus conocimientos.

Por último y no menos importante agradezco a la persona que elegí como guía y tutor para llevar a cabo esta tesis Rodrigo González, por su infinita paciencia, acompañamiento y buena onda.

1. Introducción:

La presente tesis buscó ahondar en la temática referida a la **migración de amenidad en destinos de montaña**, proceso que actualmente están atravesando muchos destinos del Corredor de los Lagos. Específicamente en la localidad de Junín de los Andes, resulta de mi interés conocer si el mismo resulta un destino elegido por los migrantes de amenidad y cuáles son las repercusiones que este proceso conlleva.

Se pretende conocer como se llevan a cabo estos procesos, cual es el rol que juega el gobierno local y cuáles son sus acciones en pos de este fenómeno migratorio, las implicancias en el destino y el rol de estos migrantes.

La temática escogida surge a partir del interés que despertó en mi el estudio abordado hace ya algunos años por el equipo de investigación CEPLADES perteneciente a la Facultad de turismo de la Universidad Nacional de Comahue. Este equipo ha realizado investigaciones respecto a la migración de amenidad en destinos de montaña, ahondando en temáticas como la especulación inmobiliaria que se lleva a cabo en estos destinos, el boom inmobiliario y la crisis de rentabilidad en que se encuentran inmersos.

Junín de los Andes es el destino que mi familia eligió para residir hace 12 años atrás, por ello me resulta atractivo interiorizarme y ampliar conocimientos relacionados al fenómeno migratorio, ya que yo forme parte del mismo, con la finalidad de realizar mi aporte sumando un caso de estudio, y contribuir mediante propuestas al destino.

2. Planteamiento y justificación del problema

En el Corredor de los Lagos en general, y en los destinos turísticos de montaña de la Patagonia Norte en particular, se observa, como en muchos otros destinos de montaña de nuestro país, problemas relacionados con la competitividad sustentable a partir de los procesos de migración de amenidad.

Estos procesos se han desarrollado y han sido estudiados por un equipo de investigación perteneciente al CEPLADES Turismo, en algunos destinos turísticos del Corredor de los Lagos, tal es el caso de San Martín de los Andes y Villa la Angostura. Junín de los Andes no escapa a buena parte de estas problemáticas. Los agentes encargados del desarrollo local de los destinos, tanto a nivel provincial como municipal, fomentan la llegada de nuevas inversiones y con ellas aparecen los migrantes de amenidad que una vez en el destino deciden convertirse en emprendedores turísticos.

En Junín de los Andes es evidente la falta de articulación existente entre el sector público y privado que imposibilita el correcto desarrollo de la actividad turística. Por un lado el municipio alude que hay un gran desinterés del sector privado en unirse a este último para trabajar de modo articulado, una de las causas reside en que el gobierno municipal ofrece estabilidad laboral, según datos otorgados por el intendente de turno Juan Linares, más del 85 % del empleo en la localidad es público. Los pocos empresarios que apuntan a la actividad turística en la localidad, no obtienen mediante la prestación de servicios su principal fuente de ingresos, sino más bien, dicha actividad es vista como una alternativa que puede generar un rédito económico extra.

Por otro lado, el sector privado considera al órgano de gobierno municipal como aquel organismo que solo busca obtener lucro de la actividad turística en parte desarrollada por ellos, mediante el cobro de la licencia comercial, las habilitaciones, permisos y finales de obra, el impuesto inmobiliario, entre otros. En líneas generales los prestadores de servicios que se encuentran desarrollando actividades turísticas, poseen conocimientos mínimos de cómo llevar adelante el negocio, sumado a la poca conciencia generalizada que existe en torno a la actividad turística como generadora de desarrollo local por parte de la comunidad en general.

En base a entrevistas realizadas a empresarios turísticos que se desempeñan en el rubro alojamiento, se observó una falta total de interés en aunar esfuerzos entre ellos mismos (sector privado) para revertir la situación de baja rentabilidad en el sector. Lo cual se debe en gran parte a lo mencionado con anterioridad, estos emprendimientos no constituyen su principal fuente de ingresos, de lo contrario los esfuerzos para dar solución a su situación serian otros.

En el año 2004 se dio origen al organismo denominado APROTUR (Agencia de promoción Turística de Junín de los Andes), organismo mixto que reúne representantes del sector público y privado, el cual permitió durante dos temporadas realizar acciones en conjunto. Sin embargo, dicho ente dejó de funcionar y en la actualidad se evidencian graves problemáticas derivadas de este trabajo desarticulado.

El gobierno municipal actualmente cumple con la función de promover y fomentar inversiones privadas mediante la Secretaria de Turismo y el Ministerio de Desarrollo Territorial. Ofreciendo líneas de financiamiento desde provincia a través de diferentes organismos como IADEP (Instituto Autárquico de Desarrollo Productivo), SEPYME (Secretaria de Pyme y Desarrollo Regional), Centro Pyme Adeneu (Agencia de Desarrollo Económico del Neuquén). No obstante dichas inversiones no conllevan el debido asesoramiento por parte del gobierno municipal por varios motivos.

Por un lado los inversores, generalmente y en su mayoría provienen de otro sector de la provincia o bien de otras provincias, cuentan con el capital necesario y vienen convencidos del rubro y tipo de inversión a realizar, no solicitan asesoramiento ni realizan un estudio de mercado. Es decir se apresuran a invertir en base a sus propias consideraciones. En este aspecto el gobierno no tiene arte ni parte ya que, solo se ocupa de gestionar las habilitaciones, permisos y demás trámites correspondientes, para que dicha inversión se concrete.

Por otro lado están aquellos migrantes que llegan a la localidad, en busca de una mejora en la calidad de vida y se constituyen como residentes, éstos ven una oportunidad de negocio, generalmente en el rubro alojamiento y comienzan a construir, una vez realizada la construcción tratan de enmarcarse en alguna categoría de alojamiento que se adapte a la normativa vigente, teniendo luego que realizar modificaciones y remodelaciones.

No faltan los residentes que ven con buenos ojos el considerable número de turistas que arriba al destino, producto de la temporada alta y deciden formar parte de la oferta de alojamientos turísticos, alquilando parte de su casa o bien realizando ampliaciones en su vivienda para alquilarla diariamente. Estos emprendedores operan además de modo clandestino, ya que no realizan las habilitaciones correspondientes.

En los casos mencionados, los inversores no llevan a cabo un estudio de mercado que les permita sondear la situación del destino y conocer con mayor exactitud sus necesidades, dichos datos resultan necesarios para tomar decisiones acertadas en cuanto a la inversión. Son muy pocos los casos en lo que se concurre a alguna dependencia municipal para asesorarse a la hora de invertir. A su vez los inversores albergan la idea de que la creación de establecimientos de alojamiento no conlleva un gran desembolso de dinero y no requiere mayor conocimiento que el mero hecho de crear las instalaciones, alcanzando estándares mínimos de calidad en la prestación de servicios.

Respecto al gobierno municipal de Junín de los Andes actualmente no cuenta con personal capacitado que proporcione el debido asesoramiento al inversor, remitiéndose a un asesoramiento solo de tipo legal, es decir un mero encuadre en la normativa existente, sin considerar el tipo de inversión que se prevé se realizará y su impacto en el destino. Asimismo no se realiza un seguimiento a estas inversiones, ni se otorga un respaldo al inversor en el transcurso de la puesta en marcha del proyecto. Es en estas condiciones es que se realiza el desembarco y puesta en marcha de los proyectos de los inversiones eligiendo el rubro alojamiento como el indicado.

Según datos suministrados por la Secretaria de Turismo de Junín de los Andes se han habilitado alrededor de 37 establecimientos desde el año 2000 al 2011 de un total de 47 establecimientos (rubro alojamiento), sin considerar la cantidad de casas de familia y otros establecimientos que operan de modo clandestino, agravando aun más el problema de la baja rentabilidad y poca ocupación de los mismos. Con bajos niveles de ocupación es que muchos establecimientos del rubro optan por cerrar sus puertas (durante el año 2012 cinco establecimientos cerraron), o en otros casos recurren a alquilarlos de modo permanente.

La inversión inmobiliaria en destinos de montaña es un proceso que se ha venido

desarrollando hace algunos años, promovido y fomentado por el gobierno local. A raíz de lo cual han arribado a los diferentes destinos migrantes en busca de amenidades que los destinos ofrecen, convirtiéndose finalmente en residentes de estos.

Laurence Moss define migración de amenidad como *“la migración llevada a cabo por personas que habiendo sido turistas en un determinado destino, deciden regresar a él ya no para visitarlo, sino para constituirse en habitantes del mismo”*.

El gobierno considera que el arribo de inversiones es positivo para el destino, comúnmente se piensa que “Todo crecimiento es bueno” y tales aspectos contribuyen al desarrollo y crecimiento de los destinos. Es por esto que los destinos de montaña compiten para ver quién tiene mayor cantidad de plazas, el mayor número de turistas y un mayor porcentaje de ocupación, lo cual no es de ningún modo sinónimo de competitividad. Un destino turístico competitivo está asociado a un territorio capaz de generar un entorno físico, tecnológico, social, ambiental e institucional propicio para atraer y desarrollar actividades económicas generadoras de riqueza y empleo. (González, R.; Mendieta, M. 2009: 113).

Surgen contradicciones entre el discurso oficial de los agentes a cargo del desarrollo turístico y los efectos negativos que atraviesan estos destinos del Corredor de los Lagos en términos de crecimiento social y económico. A pesar de este discurso positivo y esta visión optimista de parte del gobierno se desprenden una serie de problemas ambientales y sociales vinculados al crecimiento de la población que han podido evidenciarse en tres destinos, Villa General Belgrano, San Martín de los Andes y Villa la Angostura. (Gonzales, R.; Otero, A.; Nakayama, L.; Marioni, S. 2009)

Esta situación que atraviesan los destinos puede sintetizarse con lo que Landriscini denomina un sobredimensionamiento de la oferta frente a la demanda turística, resultado de una “burbuja de crecimiento exógeno” (Landriscini, 2008: 16), que atrajo inversiones orientadas a la construcción de emprendimientos hoteleros que hoy no son rentables, con baja generación de empleo y de carácter estacional, en función de tratarse de empresas familiares. Todo esto redundando en una situación de precarización laboral y de reducción progresiva de los ingresos de los trabajadores, muchos de los cuales se sintieron atraídos por la promesa de un futuro laboral floreciente en el sector que hoy en día ya no es tal. (González, R; Otero, A.; Nakayama, L.; Marioni,

S. 2009)

El esquema se complejiza con la falta de visión del Estado para proporcionar una situación de bienestar en términos de la utilización equitativa de los recursos comunes sumado a la eterna discontinuidad de las políticas turísticas a mediano y largo plazo. Es claramente un problema de las instituciones del Estado, que se muestran incapaces de regular un aspecto clave del turismo: el desarrollo de la oferta turística y su cercana relación con el negocio inmobiliario. (González, R.; Otero, A.; Nakayama, L.; Marioni, S. 2009)

El Estado alienta el proceso de desarrollo basado en la visión de la función macroeconómica en donde, al menos teóricamente, los niveles de inversión más altos se corresponden con mayor nivel de productividad, mayor generación de ingresos y, por ende, también con tasas de empleo superiores. El problema de este razonamiento es que el tipo de inversiones que desembarca en estos destinos de montaña no constituyen siempre fuentes de empleo genuinas, ni son válidas para proteger los recursos comunes de estos destinos.

Por otro lado mientras que los turistas y los migrantes por amenidad disfrutan de los beneficios de estas movilizaciones, los residentes comienzan a experimentar desmovilizaciones de diverso tipo. Estos desplazamientos son en primera instancia físicos: los antiguos pobladores comienzan a ser desplazados a nuevas áreas periféricas, perdiendo el acceso a zonas como el centro de las ciudades y riberas de ríos y costas de lagos. Los pobladores son desplazados del acceso a estos recursos comunes, que comienzan a ofrecerse a nuevos grupos de turistas y grupos de poder económico encarnados en nuevos inversionistas, muchos de ellos migrantes por amenidad. (González, 2009)

A medida que se desarrolla este proceso de desmovilizaciones, comienzan también a darse, como regla general, desplazamientos de carácter social y económico. También son observables desplazamientos en el sector laboral, quedando para los residentes los puestos de trabajo operativos, incluyendo tareas de limpieza, de cocina, como proveedores en entretenimientos, ofreciendo sus conocimientos como guías turísticos, choferes y, en el peor de los casos, también la prostitución. (González, R.; Otero, A.; Nakayama, L.; Marioni, S. 2009).

De estos aspectos se desprende la importancia que reviste el rol del estado en la definición de un ritmo y patrón de crecimiento delimitado y sostenible, y su función de proveedor

de bienes públicos, mecanismos de desarrollo local y creador de instituciones condiciones institucionales para un desarrollo incluyente y equitativo.

Por tanto, esta investigación indagará en esta problemática, intentando conocer que ocurre con los procesos de migración de amenidad en el destino, desde el rol del estado municipal como promotor de crecimiento y desde el desarrollo de la actividad turística privada.

3. Objetivos

3.1 Objetivo general:

Indagar en los procesos de migración de amenidad en Junín de los Andes, teniendo en cuenta el rol que desempeña el estado municipal como promotor de desarrollo local y asimismo considerar el desenvolvimiento de la actividad turística privada, con el fin de proponer lineamientos que contribuyan a un re direccionamiento de las estrategias de desarrollo y políticas de inversión en la gestión del destino.

3.2 Objetivos específicos:

1. Contextualizar los procesos de migración de amenidad en la localidad de Junín de los Andes.
2. Indagar acerca del rol del Estado municipal en tanto promotor de crecimiento de Junín de los Andes, a fin de conocer su visión, acción y herramientas, materializadas en las políticas públicas de inversión.
3. Conocer cuáles son los tipos de proyectos que actualmente lleva a cabo el sector privado y aquellos que están en desarrollo y asimismo conocer los productos urbanos que ofrece el sector inmobiliario.
4. Indagar en las evidencias de la insustentabilidad económica del actual modelo de desarrollo de Junín de los Andes.
5. Proponer lineamientos que optimicen las estrategias de desarrollo locales y las políticas de inversión turística para generar un impacto turístico positivo en el destino.

Tabla N° 1

4. Principales interrogantes e hipótesis preliminares de la investigación:

Objetivos específicos	Interrogantes	Hipótesis
<p>Procesos de migración de amenidad</p>	<p>¿Junín de los Andes un destino elegido por los migrantes de amenidad?</p> <p>¿Que los motiva a constituirse en habitantes del destino?</p> <p>¿Los migrantes de amenidad se constituyen en empresarios turísticos?</p> <p>¿Qué tipo de inversión realizan? ¿En que rubro?</p> <p>¿Cómo es la relación existente entre los migrantes de amenidad y los residentes?</p> <p>¿Ven en la actividad turística una oportunidad de negocio?</p> <p>¿Consideran que la inversión en turismo conlleva un costo bajo y accesible?</p> <p>¿Consideran que cuentan con el apoyo de la política gubernamental a la hora de invertir?</p> <p>¿Consideran que las micro empresas pueden ser fácilmente creadas??</p> <p>¿Cuáles son los problemas relacionados con el proceso de migración de amenidad?</p>	<p>En líneas generales los migrantes por amenidad llegan al destino principalmente en busca de tranquilidad seguridad y un cambio en su estilo de vida, aspectos que ya no se encuentran en las grandes urbes.</p> <p>Los migrantes por amenidad una vez en el destino se imponen con fuerza probando cambios en los residentes como en el destino, estos no son buenos, por lo general trae aparejada desplazamientos de diversos tipos.</p> <p>Entre otras cosas el fenómeno migratorio trae como consecuencia una amenaza en términos de competitividad del destino ya que las inversiones que desembarcan en este no resultan acertadas.</p> <p>Si bien los migrantes de amenidad arriban al destino es busca de amenidades, traen consigo el bagaje vivido en su antigua ciudad imponiendo o buscando reproducir ese antiguo modo de vida urbano.</p>
<p>Rol del Estado en tanto promotor de crecimiento</p>	<p>¿El Estado promueve en Junín de los Andes nuevas inversiones privadas?</p> <p>¿Es consciente que estas inversiones fomentan la llegada de nuevos migrantes al destino?</p> <p>¿Considera el arribo de migrantes como un aspecto positivo para el destino?¿Por qué?</p> <p>¿Hay fondos públicos para financiar inversiones privadas?¿Prioriza aquellas actividades que requieren financiamiento? ¿Se realiza un seguimiento de de las actividad/emprendimientos en el que se invirtió? ¿Cómo lo tutorean?</p> <p>Se conoce la repercusión de las inversiones en el destino? Actualmente hacia qué tipos de</p>	<p>El Estado municipal desconoce el tipo de inversiones que se llevan a cabo en la localidad de Junín, tampoco realiza un seguimiento de las mismas y por ende desconoce la repercusión que las mismas tienen en el destino.</p> <p>El Estado mediante sus políticas de inversión se inclina por aquellos inversores que cuentan con un capital necesario para invertir, sin tener en cuenta si el tipo de inversión que se desea realizar se adecúa a las necesidades del destino.</p> <p>El Estado municipal obstaculiza mediante la burocracia y las políticas públicas el</p>

	<p>inversiones se otorgan créditos? ¿Qué aspectos son tenidos en cuenta para otorgar créditos? ¿cuáles son los requisitos solicitados al inversor? ¿Se conoce el tipo de inversión a realizarse? Las líneas crediticias se adaptan a las necesidades de los pequeños emprendedores? ¿Se tiene conocimiento acerca de si las inversiones son realizadas por residentes o por migrantes? ¿Se está al tanto del tipo de inversiones que se realizan? ¿Considera que hay una excesiva inversión en el rubro alojamiento? ¿Considera que las inversiones realizadas han repercutido en el destino? ¿De qué forma? ¿Cuál es la relación existente entre el sector privado y el estado? Se considera que las inversiones en los últimos años han beneficiado al destino?</p>	<p>desarrollo productivo turístico de residentes. El Estado municipal considera positivas todo tipo de inversiones en el destino sin preocuparse del daño (en términos de insustentabilidad de la misma) o beneficio que esta puede generar en el destino.</p> <p>El Estado municipal no reconoce a la actividad turística como generadora de desarrollo local</p> <p>Se puede identificar una contradicción manifiesta entre el discurso oficial de los agentes a cargo del desarrollo turístico en destinos de montaña, tanto a nivel municipal como provincial, que promueven y fomentan siempre que sea posible la llegada de nuevas inversiones y con ellas la aparición de nuevos migrantes por amenidad como aspectos siempre positivos del desarrollo.</p> <p>El Estado no establece pautas claras que reglen las inversiones favorables para el destino</p> <p>Junín de los andes no es un destino en crecimiento debido en gran parte a que el Estado municipal ofrece estabilidad laboral y la burocracia estatal no permite el desarrollo de la actividad privada</p> <p>La actual gestión de gobierno se centra en resolver problemas sociales y no considera a la actividad turística como facilitadora de recursos económicos.</p>
<p>Desarrollo del sector privado en tanto inversión turística</p>	<p>¿Cuál es el lugar de origen de los inversores en la actividad turística?</p> <p>¿Por qué eligen Junín de los andes para invertir?</p> <p>¿Por que deciden invertir en la actividad turística? ¿Consideran que no implica un gran desembolso de dinero?</p> <p>¿En qué rubro invierten generalmente?</p> <p>¿Poseen conocimientos previos de la actividad turística?</p> <p>¿Realizan un estudio de mercado y análisis de pre factibilidad antes de invertir?</p> <p>¿Se someten a algún tipo de asesoramiento?</p> <p>¿Se necesitó de la ayuda de un crédito para concretar la inversión? ¿Qué tipo de crédito?</p> <p>¿Se considera acertada la inversión? ¿Es rentable actualmente?</p> <p>¿Pertenece a alguna organización?</p>	<p>Se presenta la paradoja de que en un escenario de aumento sostenido de la cantidad de visitantes y de la cantidad de pernóctes registrados en el destino, se da una disminución progresiva en los porcentajes de ocupación de los establecimientos hoteleros y extra hoteleros que incide en la caída en la rentabilidad de negocio turístico.</p> <p>Debido a la falta de asesoramiento solicitado por los inversores privados sumado a que éstos no realizan un estudio de mercado, la gran mayoría de los mismos se aventuran a invertir en un rubro que no será rentable.</p> <p>Los emprendimientos turísticos realizados por privados</p> <p>En la actualidad el sector privado no busca</p>

	<p>¿Cuál es la relación con el estado municipal?</p> <p>¿Hay interés por parte del sector privado de trabajar de modo articulado con el sector público?</p>	<p>involucrarse en la actividad turística debido a que estos empresarios no tienen una visión de mejora de su posición en el mercado, sino más bien de subsistencia.</p> <p>Actualmente no existe una participación activa del sector privado para generar condiciones de competitividad sustentable de Junín de los Andes.</p>
<p>Insustentabilidad del actual modelo de desarrollo</p>	<p>¿Junín cuenta con una oferta turística diversificada?</p> <p>¿Cuáles son los resultados económicos percibidos en el destino producto de las actuales políticas turísticas?</p> <p>¿Cómo repercute en la economía del destino la migración de amenidad?</p> <p>¿Los residentes sufren desmovilizaciones producto de la migración de amenidad? ¿De qué tipo?</p> <p>¿Los residentes realizan inversiones turísticas? ¿De qué tipo? ¿Hay financiamiento para los mismos?</p> <p>¿Junín de los andes es un destino competitivo?</p> <p>¿Cuál es el perfil económico de Junín?</p>	<p>Actualmente el destino sufre un sobredimensionamiento de la oferta frente a la demanda turística, debido en parte a la inversión en un mismo rubro.</p> <p>Los destinos están viviendo un crecimiento poblacional con expansión urbana espontánea y confusa, carencia de una normativa explícita y efectiva sobre el uso del territorio, inversión y especulación inmobiliaria orgánica de alcance local nacional e internacional y ausencia de un congruente perfil cultural y socioeconómico.</p> <p>Mientras que los turistas y los migrantes por amenidad disfrutan de los beneficios de estas movilidades, los residentes comienzan a experimentar desmovilizaciones de diverso tipo.</p> <p>Los destinos que afrontan procesos de migración de amenidad ven jaqueada su competitividad; la evidencia empírica ha comenzado a demostrar que se trata de un modelo económicamente insustentable.</p> <p>Los destinos de montaña de la Norpatagonia en general y del Corredor de los Lagos en particular, están viviendo una crisis de rentabilidad sin precedentes que pone en jaque la dimensión económica de su competitividad sustentable</p>

Fuente: elaboración propia

5.1 Marco teórico:

5.2 Migración de Amenidad y sus características:

La migración de amenidad es un fenómeno de reciente análisis dentro del estudio de las migraciones. Moss (2006), la define como *“la migración llevada a cabo por personas que habiendo sido turistas en un determinado destino, deciden regresar a él ya no para visitarlo, sino para constituirse en habitantes del mismo”*. Su permanencia puede ser estacional, o durante todo el año. Para este autor, alrededor del mundo ha surgido una fuerza económica y social que esta proveyendo nuevas oportunidades para las comunidades de montaña, lugares con alta calidad ambiental y características culturales distintivas que son polos de atracción para nuevos residentes.

La definición de Moss aporta elementos valiosos para identificar condiciones que identifican y caracterizan el proceso de migración de amenidad (Nakayama y Marioni, 2007):

- *Es migración*, en tanto existe un abandono de su lugar de residencia habitual para adoptar otro nuevo;
- *Los migrantes fueron antes turistas*, que vivenciaron por unos días el ambiente del lugar y decidieron en memoria de esas vivencias;
- *Los migrantes se asientan en su nuevo destino con la idea de permanecer*.

Los componentes de la definición, dan lugar a la existencia de otras características de este fenómeno migratorio:

- La elección del destino recae generalmente sobre una localidad bastante conocida, situada dentro del país (otra localidad de la misma provincia u otra provincia). Son raros los casos de personas que han atravesado el océano para migrar, y en esto se diferencian notoriamente de quienes vinieron hacia América en el siglo XIX y primera mitad del siglo XX.
- La elección de una localidad turística connota fuertemente la actividad de los migrantes en el destino: si reciben fondos de sus lugares de origen, viven como si fueran turistas permanentes; si deben generarlos en el lugar de destino, se dedican a actividades relacionadas con el comercio o los servicios turísticos.
- La fortaleza relativa de sus capitales económico y social, les permite aspirar a jugar, casi inmediatamente, roles protagónicos en los destinos. Este atributo tiene consecuencias muy significativas en la gestión del desarrollo local, como se verá más adelante.

Además de los factores motivacionales, existen agentes facilitadores claves en este proceso, tales como el aumento de la disponibilidad de tiempo y una riqueza discrecional, el incremento en el acceso a tecnología de información, comunicación y otros sistemas de servicios ahora presentes en áreas anteriormente lejanas, debido a las mejoras en los sistemas de transporte aéreo y terrestre, y los avances tecnológicos que permiten nuevas formas de comunicación e información; facilidades públicas, infraestructura y servicios como rutas pavimentadas, agua, electricidad, sistemas de manejo de basura, hospitales, bibliotecas, protección de incendios, etc. y otros servicios privados complementarios. (Moss, 2006: 12,14).

Los migrantes por amenidad buscan residencias temporales o permanentes en sitios donde pueden elevar su calidad de vida, y son atraídos principalmente por lugares con cualidades medioambientales y culturales propias. Dentro de los factores que motivan a estos nuevos residentes a mudarse a localidades de montaña pequeñas pueden destacarse: una fuerte valoración del ambiente natural, diferenciación cultural y ocio, aprendizaje y espiritualidad. (Moss: 9,12) Williams, Gill y Moore (1993) expresan que *“los migrantes de amenidad buscan su residencia permanente o temporal, en áreas donde pueden tener fácil acceso a recursos naturales y culturales de mayor calidad que los normalmente disponibles para ellos en sus domicilios anteriores. Atribuyen valor considerable a la presencia de características ambientales protegidas, mientras demandan oportunidades de crecimiento artísticas y culturales, instalaciones distintivas para compras y recreación, servicios de salud de calidad, y en algunos casos seleccionan opciones del empleo.”*

Autores como Moss y Romella, citado por González han identificado seis elementos estratégicos de la vida cotidiana de los lugares típicos con alta dotación de “amenidades”, que ayudan a explicar este complejo proceso migratorio:

a) Se observa en principio **una difusión de la especialización urbana**, o tal vez una nueva amalgama que no es "rural", ni "urbano", acompañada de importantes transformaciones socio-culturales y discursos que son resistidos por algunos, aceptados por los otros, y a los cuales se adapta el resto. En este desarrollo, cobra relevancia cierta competencia entre migrantes de amenidad, otras personas que emigran principalmente por la percepción de una oportunidad

económica, así como también pobladores originarios, por permanecer en el lugar deseado de residencia, que es retratada usualmente en los medios de comunicación como una competencia entre nuevos migrantes ricos y pobladores locales.

b) **Los lugares con alta dotación de amenidades han experimentado considerables cambios físicos, económicos y socio-culturales.** Los antiguos residentes locales deben usualmente hacer frente al impacto desigual del aumento del costo de vida, especialmente en lo relativo al acceso a la vivienda y a la tierra (ya sea para comprar o alquilar), la exclusión física y social y la apropiación y el menor acceso a bienes públicos percibidos y reales (Clark 2006, Glorioso y Moss, 2006, 2007, Ireland del 2006, Moss 2006 Cap. 1 y 21, Otero et al 2006, Rickman y Rickman 2011, citados por Moss y Glorioso (2012), en Otero y González, 2012). Fundamental para esta condición es la naturaleza cambiante del empleo local. Normalmente, el sector de servicios crece hasta ser el predominante en estas comunidades. Se caracteriza por sus bajos ingresos, el subempleo y el empleo inadecuado para las habilidades disponibles, tanto de los residentes oriundos y de los migrantes de amenidad. que necesitan ingresos locales. Estas condiciones se condicen con las descritas por González y otros (2009), que caracterizan al empleo promovido por el sector turismo en estas comunidades de montaña no sólo como de bajo impacto en términos de generación de empleo, sino también típicamente estacional, de bajos salarios y desiguales requisitos de habilidades y capacidad en relación al salario percibido. Todo esto lleva a condiciones de pauperización laboral, y por ende a alta rotación del empleo, con impactos sobre la calidad de los servicios. Estas dificultades se ven agravadas por un elevado costo del nivel de vida (Glorioso y Moss 2006, Halfacree 2008; Moss 1994, 2006; Rasker 2009, Shumway y Otterstom 2001, citados por Moss y Glorioso (2012), en Otero y González, 2012).

Moss y Glorioso (2012) identifican que en el contexto cultural de las áreas de montaña, los principales beneficios de la migración de amenidad hoy en día se presentan en la esfera económica, particularmente en el caso de aquellos que poseen o tienen acceso a capital financiero y están involucrados en el desarrollo, venta y alquiler de bienes inmuebles. Sin embargo, la investigación más reciente y acotada sugiere que el costo considerablemente mayor de la tierra en las grandes zonas de migración de amenidad, y el comienzo de la recesión económica en 2007, han reducido significativamente tanto el movimiento hacia, como la permanencia en el campo,

especialmente en los Estados Unidos. Las corporaciones y los gobiernos que primero se fueron adaptando, sin embargo, han ido cambiando el modelo económico de "producción postrural" a la dependencia de un crecimiento y desarrollo de la migración de amenidad, con un enfoque en el crecimiento a través de un mayor consumo de amenidades culturales y naturales (Halfacree 1997, Rudzitis 2011, Moss 2006 Ch.1 y 21 de 2009, citados por Moss y Glorioso, 2012; en Otero y González, 2012). Esta estrategia se está llevando a cabo usualmente a través de la expansión de la migración de amenidad y de la migración por motivos económicos, desde una base de desarrollo del turismo local y / o la migración de jubilados, y depende principalmente del accionar de corporaciones privadas con fines de lucro, precipitando un aumento en el costo de la vida cotidiana en el campo y sus pueblos (Moss y Glorioso, 2012; citado en Otero y González, 2012).

3) El valor antropocéntrico y biocéntrico, y el comportamiento y las intenciones, están en disputa y cruzan y dificultan las definiciones comunes de "recién llegado" y "antiguo poblador".

Por ejemplo, hay nacidos y criados, primeros pobladores y los nuevos migrantes de amenidad que conciben al ser humano como una parte integral y dependiente de la ecología planetaria y por tanto deberían actuar para mantener la integridad del medio ambiente natural, y no para consumirlo. Tal perspectiva, en comparación con una más centrada en el hombre, sin embargo, no debe ser considerada como una dualidad (Flores y Clark 2001). Sin simplificar en exceso, la atención a este elemento de amenidad relacionado con el crecimiento y el desarrollo, puede aportar una mayor comprensión de las redes y los alineamientos en el proceso político local y en la búsqueda de soluciones a los problemas. La arena política local parece haberse convertido en un escenario de lucha en el que el premio más buscado parece ser las amenidades medioambientales, por lo general bajo la forma del control del territorio y su desarrollo. Aunque también buscadas, las amenidades culturales no son apropiadamente concebidas y articuladas, y por tanto resultan menos predecibles y manipuladas. Por lo general, los actores con poder dominante en el proceso político son los promotores inmobiliarios tanto a nivel local como global, y los políticos locales. Los planificadores municipales o regionales son también muy relevantes para el proceso político, pero se caracterizan por desempeñar un papel confuso y desconcertante como protectores, y facilitadores del consumo de estas amenidades (Chaverri 200; Esparza & Carruthers 2000; Glorioso 2009; Glorioso & Moss 2006, 2007; Jobs 2000; Moss 2006 Cap.1 & 21; Power 1996; Rasker & Alexander 1998; Travis 2007).

4) Se presenta **una compleja red de comportamiento referido al uso permanente de las viviendas, cuyo particular patrón desafía el concepto de "permanencia"**. Esta perspectiva es más explicativa que la que refiere a categorías como *dueños de segundas residencias* (multi-residencia) y la dualidad residente "permanente" (residencia única). Investigaciones recientes indican que al igual que los propietarios de viviendas múltiples, los llamados residentes permanentes suelen estar ausentes por largos períodos de tiempo, como en los lugares dotados de amenidades del oeste de Canadá, donde pueden estar ausentes durante la temporada invernal.

Además, un número significativo de los migrantes de amenidad permanentes se movilizan a otros lugares a través del tiempo, incluyendo un retorno a la vida metropolitana (Bartos 2011, Glorioso y Moss 2010, Jobes 2000, Moss 2006 Cap. 1, citados por Moss y Glorioso, 2012; en Otero y González, 2012).

El movimiento de personas que buscan estas amenidades parece apoyar la corriente de la alta y aún creciente movilidad, como se propone en la teoría contemporánea de movilidades (ver especialmente McIntyre 2009, Urry, 2003, 2007, citados por Moss y Glorioso, 2012; en Otero y González, 2012).

5) Moss y Glorioso (2012) sugieren que **la teoría de las movilidades nos cuenta sólo la mitad de la historia, se trata de una teoría con fecha de vencimiento, que tiene la mirada más puesta en el siglo XX que en el XXI**. Los autores parafrasean a Urry (2000), en tanto es "una mirada nublada por la visión de la vida que tiene el turismo". Se presta una atención excesiva a las personas que corren de aquí para allá, ocupadas en el consumo de materiales, tiempo y conciencia. Pero, argumentan, también existen los buscadores de una vida lenta⁸ (Osbaldiston 2012, Parkins y Craig 2006), y una vida pausada⁸⁶ (Bissell & Fuller, 2009), siendo que el concepto de "vida pausada" no debe verse aquí como sinónimo de inacción, sino en el sentido taoísta de ser una polaridad dinámica a la acción y la movilidad, el "yin" que está en armonía con el "yang" (Murphie 2009, Waley 1958). De acuerdo a Moss y Glorioso (op cit), las motivaciones de la vida lenta y la vida pausada han obtenido comparativamente poca atención; sin embargo, desde el inicio de la migración de amenidad en la década de 1970 ha habido migrantes de amenidad motivados principalmente por la quietud, la experiencia estética, las búsquedas metafísicas, y por mantener

conscientemente vidas asentadas que armonicen con el sostenimiento de la naturaleza (Harvey 2006, Moss 1994, 2006, Rudzitis 2011). Actualmente, este tipo de migrante aparece menos que en épocas anteriores, en comparación con los motivados por el consumo como distinción social.; es probable que el alto costo de vida sea un elemento central de disuasión, junto con un predominio de los residentes que consumen amenidades naturales y culturales.

Moss y Glorioso (op cit) describen que en algunas zonas de amenidad ricas del oeste de Canadá estos migrantes están siendo llamados despectivamente "estilistas de vida"¹, y significan en cierta forma una fuerza de contrapeso al consumismo en un mundo finito, que se identifica con valores comunes y comportamientos de otros movimientos sociales, como los de "Cittaslow" (Ciudades Lentas) y, en general el movimiento de vida lenta (Osbaldiston 2012, Parkins y Craig 2006), *Las ciudades en transición y en iniciativas de transición* (TID 2011, Holmgren 2003), y los movimientos de regreso a la tierra. Esta denominación cobra relevancia que ya mas adelante se expondrá el concepto de migración por estilos de vida, mas abarcativo y comprehensivo para caracterizar los procesos de movilidad contemporáneos.

Rodríguez, L. y Cordero, E. (2011:9)88 refieren a estos movimientos como innovaciones en el paisaje cultural como procesos de instalación de nuevas posturas estéticas en la conformación de *sentido de lugar*. Es decir a la significancia de lugares particulares para las personas porque son el foco de sentimientos personales Rose (1995) que aportan capital simbólico y valores a los bienes y servicios que ofrecen.

Estos movimientos en la esfera micro-social tienen enorme importancia cultural y política. En efecto, tal como enfatiza Foucault, son estos movimientos los que paulatinamente engendran nodos o puntos de resistencia a nivel local, que con el tiempo van, estructurando movimientos más amplios y generando, eventualmente, revoluciones y cambios que afectan sistemas generales de dominación. (Zunino H. y Vera, D. 2012, en Otero y González, 2012)

¹ "Lifestylers" y "lifecs", en inglés, en el original

5.3 Tipos de migrantes

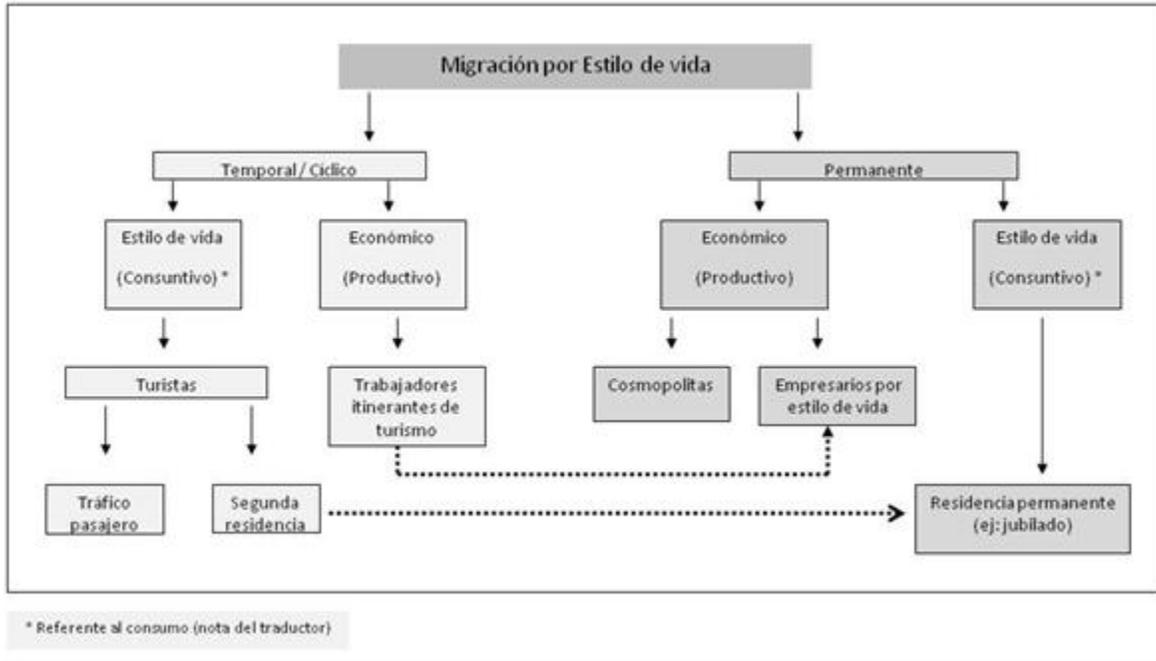
Según afirma Norman McIntyre originalmente la migración se caracterizaba en sentido amplio como el cambio de lugar de residencia con una carácter "relativamente permanente" (Roseman, 1992: 33), más recientemente, ha habido **un mayor reconocimiento de la importancia económica, ambiental y social de la migración temporal y cíclica** (McHugh, Hogan y Happel, 1995; Bell & Ward, 2000; Williams y Hall, 2002, citado por McIntyre, 2012).

Investigaciones recientes enfatizan que la migración fue impulsada principalmente por motivos económicos. Williams y Hall (2000) sugieren que **la migración podría estar motivada tanto por la "producción" como por el "consumo", donde el primer término se refiere a los migrantes que se trasladaron a los efectos de involucrarse en algún tipo de trabajo o negocio, y el segundo, a quienes fueron motivados principalmente por consideraciones de estilo de vida.**

Entre estos dos polos existe un conjunto cada vez mayor de migrantes motivados por varias combinaciones de motivos económicos y estilo de vida. Por lo tanto, en el desarrollo de una tipología de migrantes por estilo de vida es necesario en primer lugar, reconocer que la migración puede ser temporal / cíclica o permanente, y en segundo lugar, que es probable que sea motivado por alguna combinación de intereses económicos y de estilo de vida (McIntyre, 2012, citado por Otero y González, 2012). A partir de este reconocimiento, **McIntyre reconoce una tipología de migrantes por estilos de vida, que comienza con una distinción entre el carácter temporal o cíclico y permanente de la migración. Para ambos caracteres, reconoce tanto motivaciones económicas (productivas), como de estilo de vida (consuntivas) y luego para cada motivación identifica una tipología exhaustiva de migrantes.** Figura 1

Cuadro N°: 1

Una tipología de Migrantes por estilo de vida



Para aquellos motivados principalmente por el estilo de vida (motivación consuntiva) las consideraciones incluyen dos grandes grupos: en primer lugar, **aquellos que deciden mudarse de forma permanente, tal vez cercanos a la jubilación** (Williams, Kings y Warnes, 1997; Williams et al, 2000), **a un lugar que promete un estilo de vida deseado, y en segundo lugar, los migrantes cíclicos / temporales, como los turistas y propietarios de segundas residencias** (Hall y Muller, 2004;. McIntyre, et al, 2006).

Esta tipología simplifica lo que es a menudo una mezcla compleja de movimientos, ya que, se argumenta, es evidente que muchos jubilados y otros migrantes permanentes circulan entre el nuevo hogar y su antigua región o país donde vivían, para visitar a familiares y amigos y / o para escapar de las inclemencias cíclicas del tiempo (Williams et al, 2000;. Tate-Libby, 2010). El turista de segunda residencia acumula una historia de propietario a través de las repetidas visitas a un destino específico. Algunos autores (por ejemplo, Stewart, 2001; Tuulentie, 2006, citado por McIntyre, 2012) han indicado que las experiencias turísticas pueden llevar a la compra de una segunda residencia y quizás con el tiempo a residir de manera permanente.

El otro grupo que identifica esta tipología está dado por aquellos migrantes motivados por una mezcla variada de consideraciones económicas y estilos de vida, pero con una inclinación hacia las primeras. Estos incluyen a los cosmopolitas: con alta movilidad, bien educados, las ricas élites gerenciales (Castells, 2000; Gustafson, 2006) y una parte importante de personas dedicadas al sector turismo, incluyendo trabajadores itinerantes estacionales (Adler & Adler, 1999) y emprendedores por estilo de vida (en Stone & Stubbs, 2007; Carlsen y Morrison, sin fecha).

Los destinos de montaña van a ser consumidos a medida que sean visitados o elegidos como nichos de mercado. Siendo para Urry, J (2004) **una representación de los “lugares en juego” que instalan en la sociedad una nueva imagen de vivir de vacaciones en el lugar de residencia; reproduciendo y reestructurando los espacios junto a la dinámica de crecimiento.** Destinos donde ya no prevalece la especulación y el crecimiento de la industria fabril sino que se le da lugar a la industria de la construcción y desarrollo de los negocios inmobiliarios. (Dachary, 2001).

La decisión de migrar es usualmente acompañada de la decisión de inversión en la construcción o adquisición de viviendas permanentes o segundas residencias donde iniciar una nueva vida - idílica en ese imaginario- en las montañas. Los migrantes de amenidad también en muchos casos **deciden involucrarse en la nueva comunidad que los recibe en un doble rol de nuevo poblador y al mismo tiempo emprendedor turístico.** En estos casos la decisión de migrar es acompañada con la decisión de invertir en el desarrollo de micro-emprendimientos turísticos, fundamentalmente complejos de cabañas y hosterías”. (González, 2009).

5.4 Inversión inmobiliaria en destinos con migración de amenidad

Un claro ejemplo del proceso de migración de amenidad y sus repercusiones es posible evidenciar en Villa la Angostura y Villa Traful, donde la fuerte presión por la ampliación de la oferta inmobiliaria y de actividades turísticas ante la falta de disponibilidad de espacio, se traduce en la necesidad de abrir y poner en valor nuevos espacios para el uso residencial, tanto en Áreas de dominio fiscal como privado en los Parques Nacionales. Rodeadas de montañas y áreas protegidas, estas villas simplemente no pueden continuar creciendo más dentro de sus límites.

Sin embargo, y en respuesta a exigencias de nuevos migrantes y turistas, y alentado y presionado por agentes inmobiliarios, se han desarrollado en los últimos años loteos en áreas inestables, y el peligro de desafectación de tierras de parques nacionales para suplir la demanda de suelo urbanizable. Asimismo, las comunidades aborígenes también sufren esta presión, dado que comienzan a aprobarse loteos en tierras aledañas a sus comunidades.

Si bien existen normativas que regulan los usos y ocupación del suelo, las intervenciones de las distintas instituciones son sectoriales y desarticuladas, y en general sobresale la confusión, la indiferencia o el abuso. (Otero, González, 2012)

Se producen así muchos conflictos con relación a los intereses locales sobre el acceso a los recursos, la apertura de mejores oportunidades de vida y la obtención de formas elementales de seguridad económica. **La pérdida creciente del acceso a los bienes de dominio público y al disfrute visual de bienes de interés público transforman la relación entre el uso público de la tierra versus el uso privado.**

5.5 Migración de amenidad como sombra del desarrollo turístico

Asimismo, el alto precio de la tierra (producto de la especulación inmobiliaria) resulta prohibitivo para la clase media. Comienzan a aparecer loteos fantasmas y expulsión de algunos sectores de la población hacia la periferia. Los nuevos residentes proceden de las grandes ciudades, y en su afán de seguir contando con las mismas comodidades, tratan de reproducir los estilos de vidas urbanos en estas villas. Es así que, varias de las inversiones inmobiliarias se materializan especialmente como barrios cerrados, colaborando así a aumentar las diferencias sociales entre la población y a modelar un perfil socioeconómico heterogéneo de proyección territorial conflictiva.

El valor inmobiliario de la tierra ha perdido en los últimos años cualquier clase de referencia. El “valor” se fija entonces de acuerdo a otra clase de parámetros que van desde la cercanía a algún espejo de agua o río, lo agreste del paisaje, lo “de moda” que el lugar esté u otras muchas cuestiones que en términos productivos no son tan relevantes. Quince años atrás, los precios los determinaba la productividad de la tierra, hoy ese cálculo es irrealizable, dado que

los objetivos de compra por lo general son especulativos y/o recreativos más que productivos (Bondel, 2009). (Otero, González, 2012)

“Las migraciones de amenidad pueden considerarse en muchos casos como una *sombra del desarrollo turístico, ya que mientras turistas y migrantes por amenidad disfrutan de los beneficios de estas movilidades, los residentes comienzan a experimentar desmovilizaciones de diverso tipo.*

Estos desplazamientos son en primera instancia físicos: los antiguos pobladores comienzan a ser desplazados a nuevas áreas periféricas, perdiendo el acceso a zonas como el centro de las ciudades y riberas de ríos y costas de lagos. Los pobladores son desplazados del acceso a estos recursos comunes, que comienzan a ofrecerse a nuevos grupos de turistas y grupos de poder económico encarnados en nuevos inversionistas, muchos de ellos migrantes por amenidad.

A medida que se desarrolla este proceso de desmovilizaciones, comienzan también a darse, como regla general, desplazamientos de carácter social, económico e incluso de naturaleza psicológica de los antiguos residentes. Los mejores lugares, las mejores oportunidades y hasta los puestos de decisión y poder son progresivamente ocupados por nuevos migrantes o por nuevos grupos inversores foráneos. También son observables desplazamientos en el sector laboral, quedando para los residentes los puestos de trabajo operativos, incluyendo tareas de limpieza, de cocina, como proveedores en entretenimientos, ofreciendo sus conocimientos como guías turísticos.

En el proceso de obtener sus necesarias características cosmopolitas, los destinos de montaña se alistan para reencarnarse en otros lugares donde será posible desarrollar otros juegos en la mayoría de los casos observados en Argentina. Se trata del libre juego del negocio y la especulación inmobiliaria”. (González, 2009)

5.5 Migrantes de amenidad como empresarios turísticos:

“Muchos migrantes por amenidad, atraídos por el paisaje y la calidad de vida de los destinos turísticos de montaña, deciden radicarse en estos sitios y en ellos convertirse en

empresarios prestadores de servicios turísticos. Una vez en ese rol no pueden alcanzar estándares mínimos de calidad en sus prestaciones". (González, 2009)

Se puede observar una clara correlación entre la cantidad de migrantes que arriban a un destino y la aparición de nuevos emprendimientos. La mayoría de estos nuevos residentes están directa o indirectamente vinculados con el sector turismo. Esto se debe en parte a la existencia de barreras bajas de entrada. Resulta relativamente fácil y accesible para los nuevos migrantes ver en el turismo una oportunidad de bajo costo de inversión, ya que los montos de capital requeridos en este tipo de inversiones usualmente son significativamente menores que en otros sectores productivos, o que en el mismo sector en otros destinos turísticos de montaña en la Patagonia.

Además, actualmente la política gubernamental en relación al crecimiento de la oferta de servicios turísticos no presenta restricciones para la creación de nuevas empresas. **Las microempresas turísticas pueden ser fácilmente creadas y puestas en funcionamiento**, debido a lo expuesto precedentemente sobre el bajo costo de inversión y a la posibilidad de combinar la actividad turística comercial con tareas familiares. (González, Otero, Nakayama, Marioni, 2009)

Por otra parte, el turismo, y específicamente el sector de alojamiento, es visto por estos nuevos empresarios como una actividad que, en el contexto de la región de los Andes patagónicos, no requiere en principio conocimientos técnicos ni jurídicos.

Todos estos factores promueven en los nuevos inmigrantes el sueño de vivir obteniendo ingresos del sector turístico, en un plazo relativamente corto. Estos empresarios no suelen tener una visión de mejorar su posición en el mercado, sino más bien una mera lógica de subsistencia, donde el pensamiento estratégico no es parte del capital social de la empresa. El proceso de toma de decisiones se basa en suposiciones y apreciaciones surgidas muchas veces a partir de las necesidades y visiones personales de los empresarios, pero sin una necesaria visión estratégica que se enfoque al necesario entendimiento de las condiciones de competitividad sustentable del destino donde se asientan. (González, Otero, Nakayama, Marioni, 2009)

A su vez el gobierno local que promueve y fomenta siempre que sea posible la llegada de nuevas inversiones y con ellas la aparición de nuevos migrantes por amenidad como aspectos siempre positivos del desarrollo. Se reconoce una voluntad favorable de la mayoría de las administraciones gubernamentales hacia el asentamiento de nuevos inmigrantes, a través de

instrumentos de fomento, tales como líneas crediticias o políticas de exenciones impositivas. El crecimiento es bueno, ese es el pensamiento preponderante en la mayoría de los destinos según lo planteó Moos (2006). No obstante y a pesar de este pensamiento optimista, se desprenden múltiples problemáticas provenientes del aumento poblacional y de la deficiente planificación en los destinos de montaña.

A raíz de lo mencionado Landrisini, en (González, 2009) concluye que lo que ocurre en estos destinos de montaña es un **sobredimensionamiento de la oferta por sobre la demanda turística, resultado de una burbuja de “crecimiento exógeno” que atrajo inversiones orientadas a la construcción de emprendimientos hoteleros que hoy no son rentables, con baja generación de empleo y de carácter estacional**, en función de tratarse de empresas familiares. Todo esto redundaría en una situación de precarización laboral y de reducción progresiva de los ingresos de los trabajadores, muchos de los cuales se sintieron atraídos por la promesa de un futuro laboral floreciente en el sector que hoy en día ya no es tal.

5.6 Transición residencial Post Turismo

En muchos casos, los asentamientos menores son el lugar de encuentro entre lo urbano y lo rural. Se da nacimiento así a una nueva identidad territorial, basada en una revaloración de espacios abiertos dotados de atractivos paisajísticos y culturales (amenidades en general), en los cuales se pueden desarrollar actividades urbanas, en lugares que ofrecen oportunidades para residir con una mejor calidad de vida en relación a las grandes ciudades. Esta nueva territorialidad, surge en el marco del nuevo contexto socio-cultural y espacial, gatillando sentimientos de pertenencia de los individuos que llegan a estos nuevos espacios (Olivares, 2005), muchos de ellos buscando un mayor contacto con la naturaleza (Tadeo, 2010). (Zunino, H; Bachmann, V; en: Otero y González 2012)

Así, se están produciendo paulatinamente **cambios socio-territoriales que se asocian fundamentalmente a la difusión de la cultura urbana y a la reconfiguración territorial basada en límites cada vez más difusos, incrementándose la interacción de un espacio sobre el otro,**

produciendo una revitalización de espacios antiguamente deprimidos o rezagados y, consecuentemente, tomando nueva fuerza y mayor protagonismo algunos asentamientos menores (Bardají, Ramos y Ramos, 2008). Hay que tener presente que este proceso es territorialmente diferenciado, manteniéndose una marcada desigualdad territorial y plena vigencia de la migración “tradicional” campo-ciudad.

Como informan los trabajos de De Mattos (1999, 2003), el sistema económico se ha reestructurado para generar una nueva fase de expansión capitalista, manteniéndose en las grandes metrópolis un dinamismo poblacional importante que ha dado origen a marcadas desigualdades socio-territoriales. Sin embargo, existen nuevas territorialidades emergentes. En la época “post-industrial” (Ritzel, 2007) cobra relevancia el sector terciario que incluye actividades ligadas a la prestación de servicios a las empresas, actividades financieras, comercio, hotelería, turismo, y actividades de ocio, entre otras. Asimismo, este proceso sólo ha sido posible por el advenimiento de las nuevas tecnologías de la información (Castells, 2002). (Zunino, H; Bachmann, V; en: Otero y González 2012)

Actualmente, **se está generando una gradual y aún incipiente migración inversa: desde de una migración campo-ciudad (urbanización clásica) hacia movimiento desde los espacios urbanos a la periferia de ciudades y comunas rurales;** procesos demográficos que Ferrás (2000) y Arroyo (2001) asimilan con movimientos centrífugos que marcan un contrapunto con los movimientos centrípetos de la época industrial. **Se generan así nuevas formas de poblar el territorio, como el incremento de la población en suburbios y áreas rur-urbanas, dando forma a la ciudad dispersa con límites cada vez menos definidos** (Monclús, 1998; Zunino e Hidalgo, 2009).

Esta dinámica socio-económica ha impactado también el ámbito rural, provocando lo que se ha denominado la “tercerización del espacio rural”, marcada por la pérdida de importancia de la agricultura tradicional y el surgimiento de nuevos polos de crecimiento económico, los cuales se puede ejemplificar en clusters turísticos y centros de innovación tecnológica (Bardají, Ramos y Ramos, 2008; Pérez, 2001). Comienzan así a generarse nuevas e incipientes interacciones de personas, capital y recursos entre el mundo urbano y el mundo rural (Allen, Da Silva y Corubolo, 1999; Allen, 2003).

En este marco, hoy en día se plantean nuevos enfoques respecto de los espacios rurales,

superándose la noción de “Desarrollo Agrario” centrada en lo productivo, y cobrando relevancia teórica y operativa nociones como “Desarrollo Territorial Rural” (DTR), que pone el acento analítico en la integración selectiva de las nuevas actividades a desarrollarse en el espacio rural, tales como el ocio, turismo, producción y de bienes suntuarios requeridos por una población con mentalidad urbana. Este proceso incluye una creciente demanda por la conservación de los recursos naturales. (Zunino, H; Bachmann, V; en: Otero y González 2012)

En efecto, cada espacio está dotado de ciertos atributos que lo hacen más o menos atractivo para el establecimiento de migrantes (naturaleza, accesibilidad, infraestructura urbana). Mencionaremos algunos casos. Primero, enclaves turísticos que ofrecen acceso a recursos paisajísticos-naturales, y que reúnen condiciones para acceder a las facilidades que la vida urbana ofrece. Segundo, asentamientos menores o enclaves residenciales ubicados cerca (a una distancia de unos 40 minutos en vehículo particular) de ciudades medianas o grandes pero en donde no se encuentran patologías urbanas propias de las grandes aglomeraciones (congestión, contaminación, delincuencia). Tercero, asentamientos menores que presenten una vida cultural intensa producto del establecimiento de un centro de acogida para las artes (incluida la artesanía). Cuarto, asentamientos menores localizados cerca de la frontera que se nutren del contacto permanente o semi-permanente con ciudadanos del país vecino lo cual repercute en la vida social y cultural del lugar.

Primero, la literatura sobre Migración de Amenidad pone el acento analítico en la migración de personas desde las metrópolis a ciudades pequeñas o pueblos rurales en el interior, sobre todo hacia destinos de montaña, cuya calidad ambiental y cultural es percibida como superior a la de sus lugares de residencia anteriores (González, Otero, Nakayama y Marioni, 2009). Así, la migración por amenidad es un agente de cambio global que tiene especial efecto en los parajes rurales o pueblos más pequeños.

Un nuevo término que ah surgido hace unos años es el de la Migración por Estilo de Vida, el cual describe aquella relocalización como producto de una actitud reflexiva de los individuos sobre sus propias vidas y las posibilidades que el migrante visualiza en la comunidad receptora, por ejemplo: una vida relajada y tranquila, gastos más bajos en vivienda, clima, beneficios para la salud, y sentimiento de vivir en comunidad. Detrás de esta perspectiva está la creencia de que existen oportunidades para una vida mejor en otro lugar. (Zunino, H; Bachmann, V; en: Otero y

González, 2012)

Es así que entra en juego el término Post-turismo, definido como **un proceso de transición residencial y reconversión de los destinos turísticos. Este enfoque incluye nuevas estrategias residenciales de la población activa y retirada que en la forma de migrantes de amenidad, se esparcen en los destinos turísticos. Este fenómeno demuestra en la generalización de sus representantes la búsqueda de un medio ambiente, una calidad de vida imaginada y una sociabilidad de la vida de vacaciones como parte integral de la vida cotidiana (Bourdeau, P.,2008).**

5.7 Destinos turísticos y competitivos

El Estado tiene una función indelegable en la promoción, formulación, puesta en marcha y sostenimiento de ventajas competitivas de un destino turístico. **Un destino turístico competitivo está asociado a un territorio capaz de generar un entorno físico, tecnológico, social, ambiental e institucional propicio para atraer y desarrollar actividades económicas generadoras de riqueza y empleo.** (González, R.; Mendieta, M. 2009: 113 en: R; Perini, M; Sanchez, L; Mendieta, M, (inédito)

Los autores Brent Ritchie y Geoffrey Crouch ofrecen una definición precisa de la competitividad de los destinos turísticos como “la capacidad de un país para crear valor añadido e incrementar, de esta forma, el bienestar nacional mediante la gestión de ventajas y procesos, atractivos, agresividad y proximidad, integrando las relaciones entre los mismos en un modelo económico y social”. González, R; Perini, M; Sanchez, L; Mendieta, M, (inédito)

Brent Ritchie y Geoffrey Crouch definen a un destino turístico como “el espacio o ámbito geográfico con rasgos propios de clima, cultura, atractivos, infraestructuras, servicios, equipamientos, precio, imagen y gestión, los cuáles, en términos de mercado, se posicionan en la mente de los consumidores. Un destino turístico está compuesto así por un número de atributos, que pueden estar basados en recursos naturales, creados, o abstractos, un conjunto de facilidades y servicios turísticos dirigidos a satisfacer las necesidades de los turistas o consumidores potenciales”.

Siguiendo esta línea de los autores Ritchie y Crouch (2003), son los recursos naturales los

que inicialmente inducen a los turistas a la realización del viaje, pero, así mismo, explican que el éxito de las rentabilidades del destino depende fundamentalmente de los denominados factores de atracción". **"La competitividad del destino dependerá principalmente de la presencia de dos tipos de factores, los de atracción y los de soporte y recursos, que deben estar encauzados por una buena gestión en la dirección del destino y tener presente las restricciones a las que se enfrenta"**.

El modelo de Craouch y Ritchie en González, R; Perini, M; Sanchez, L; Mendieta, M, (inédito).se ilustra en la figura N° 1."**Los factores de atracción están representados en las categorías que actúan para atraer al turista al destino.** Están conformados por los aspectos naturales o fisiografía, la cultura e historia, los acontecimientos especiales, actividades de entretenimiento, vínculos o lazos de mercado y la superestructura. Estos factores constituyen el núcleo básico del modelo y los elementos esenciales del atractivo del destino turístico".

Los factores de soporte y recursos proporcionan las bases que hacen a un sector turístico fuerte. Abarcan la infraestructura, la accesibilidad, proveedores, agencias de viajes, transporte, hospedaje, restaurantes y otros servicios suministrados por las empresas.

La gerencia o dirección del destino está dada por factores externos a las empresas que moldean la capacidad competitiva del destino turístico. El manejo de los recursos, el mercadeo del destino, organización, desarrollo de los recursos humanos, información, calidad de servicio y manejo de los visitantes y facilidades de financiamiento, son los factores a considerar para el éxito de la gestión del destino.

Los determinantes restrictivos, son considerados restricciones o influencias que afectan el potencial competitivo de los destinos. Pueden ser condicionantes o amplificadores: localización, seguridad, concienciación, imagen, marca y relación costo/valor.

Finalmente el entorno local (micro) y el **entorno global (macro) no pueden ser descuidados si se desea mantener la competitividad del destino.** El entorno competitivo micro se refiere a los elementos principales que definen el ámbito inmediato de la competencia: residentes, empleados, grupos ciudadanos, medios de comunicación, instituciones financieras, miembros del negocio de viajes y dependencias del gobierno. El entorno macro plantea temas, preocupaciones y problemas globales que pueden afectar las ventajas competitivas tales como

tendencias demográficas, reestructuración de la economía, ambiente, desarrollo sustentable.

González, R; Perini, M; Sanchez, L; Mendieta, M, (inédito).

“En la competitividad de los destinos turísticos, además de la competitividad económica, aparecen otras dimensiones vinculadas con la competitividad territorial y la competitividad social. La competitividad territorial fue desarrollada inicialmente cuando referimos el modelo de creación de clusters o agrupaciones territoriales empresariales. En relación a la segunda dimensión, surge a partir del efecto de la aparición de formas de capital social y su incidencia en la competitividad económica, como consecuencia de la mejora de los vínculos entre las empresas y las instituciones relacionadas con ellas. Facilita la necesaria coordinación entre empresas y permite una rápida difusión de prácticas ejemplares. Asimismo, mejora la habilidad para percibir oportunidades de innovación y facilita la experimentación entre ellas. Esto representa un cambio de visión respecto a la forma de construir desarrollo a escala de los destinos turísticos, que tiene implicancias también en las modalidades de gobernabilidad local, donde la gestión y la toma de decisiones se realizan de manera colaborativa y concertada. La prestación de servicios está orientada a los usuarios y no a los productos, lo que da por resultado un tratamiento integral de los problemas a resolver, procurando respuestas de coyuntura pero sin olvidar los acuerdos visionados para el mediano y largo plazo. Así, la mejora de la competitividad social se produce al crear las condiciones para una plena participación ciudadana en los procesos de cambio social, y de competitividad institucional, cuando se logran articulaciones entre organizaciones y empresas que posibilitan generar los cambios necesarios para aumentar la calidad de vida de las comunidades involucradas en ellos.” (Otero, 2006) citado por González, R.

Según Otero et al (2009:1) citado por Sánchez, L. (2009) “un destino competitivo es aquel que satisface su demanda y mantiene un flujo de comunicación y colaboración entre los distintos actores que intervienen en el destino: empresarios locales, población y gobierno. **La creación de ventajas competitivas , base de cualquier modelo de competitividad, se logra teniendo en cuenta los principios básicos de sustentabilidad, como beneficio a corto y largo plazo, bajo el control del Estado, coordinando actividades entre estos actores para lograr la calidad en los servicios turísticos de este destino, tomando como plan de acción base una adecuada preservación de los atractivos, la concientización de la población en el trato al turista, y un adecuado plan de promoción del destino, incluyendo a la capacitación, la comunicación y la**

capacidad innovadora como ejes rectores. Esto implica el trabajo conjunto de empresas, comunidad receptora y Estado”.

6.1 Marco Referencial:

En el Corredor de los Lagos en general, y en los destinos turísticos de montaña de la Patagonia Norte en particular, se observa, como en muchos otros destinos de montaña de nuestro país, problemas relacionados con la competitividad sustentable a partir de los procesos de migración de amenidad.

Se han realizado investigaciones que han contemplado en sus objetivos **los procesos de migración de amenidad** y las problemáticas devenidas de su desarrollo en destinos de montaña. Estos estudios han seleccionado como casos de estudio dos destinos del Corredor de los Lagos, **San Martín de los Andes y Villa la Angostura**, estos destinos presentan características análogas a las existentes en la localidad de Junín de los Andes.

San Martín de los Andes (SMA) es un pueblo de montaña ubicado en la margen norte del lago Lacar, en el suroeste de la provincia del Neuquén, 420 km al suroeste de la capital provincial. La ciudad está a 640 m.s.n.m., rodeada por la Cordillera de los Andes. San Martín de los Andes es el destino que actúa como puerta de entrada al Parque Nacional Lanín, uno de los lugares favoritos en la Argentina para turistas, recreacionistas y migrantes por amenidad.

Villa La Angostura (VLA), se encuentra localizada al sur de la provincia de Neuquén y dista de esta ciudad 479 km. Se encuentra en una ubicación estratégica por el paso hacia Chile más cercano, paso Cardenal Samoré a 42 km. Este destino es considerado como uno de los principales atractivos de la Patagonia Andina Argentina. Se encuentra en el sector norte del Parque Nacional Nahuel Huapi, rodeada de lagos, bosques y montañas dentro de las cuales se destaca el Cerro Bayo (importante por su actividad invernal y centro de esquí) con 1.782 m.s.n.m. La villa se encuentra en la puerta de entrada del Parque Nacional Los Arrayanes y próximo a destinos importantes de Neuquén y Rio Negro como San Carlos de Bariloche (87 km), San Martín de Los Andes (92 km) y Villa Traful (60 km).

En estos destinos puede percibirse una **contradicción manifiesta entre el discurso oficial de los agentes a cargo del desarrollo turístico** en destinos de montaña, tanto a nivel municipal como provincial, que promueven y fomentan siempre que sea posible la llegada de nuevas **inversiones** y con ellas la aparición de nuevos **migrantes por amenidad** como aspectos siempre positivos del desarrollo y los efectos negativos cruciales para estos destinos en términos de su

crecimiento social y económico, casi siempre ocultados por las políticas y acciones públicas en la materia. (González, 2009)

Estos destinos tienen como frase lema **“todo crecimiento es bueno”** es por esto que cada año se presenta una velada competencia entre destinos para tener la mayor cantidad de crecimiento en metros cuadrados construidos, el mayor número de camas turísticas ofertadas, la mayor cantidad de turistas recibidos y el mayor porcentaje de ocupación, como sinónimo de crecimiento positivo y desarrollo. A pesar de este discurso positivo y esta visión optimista, una serie de **problemas ambientales y sociales** vinculados al crecimiento de la población pudieron ser claramente identificados en tres de los destinos analizados. (González, 2009)

En San Martín de los Andes los principales problemas detectados fueron: el crecimiento exagerado de la construcción de viviendas y una notable reducción del acceso público a los recursos comunes, aumentando la sensación de problemas relacionados con la marginación y la pobreza: alcoholismo, drogadicción y violencia familiar. (González, 2009)

Según González, 2009 la falta de disponibilidad de espacio es una grave preocupación. Rodeado de laderas de montañas, el pueblo simplemente no puede continuar creciendo más dentro de sus límites. Sin embargo, y en respuesta a exigencias de nuevos migrantes y turistas, y alentado y presionado por agentes de bienes raíces locales y de Buenos Aires, se han desarrollado en los últimos años una serie de instalaciones deportivas y recreativas para segmentos con alto poder adquisitivo. Un ejemplo representativo es el diseño y la construcción de un campo de golf de 18 hoyos diseñado por Jack Nicklaus, solo 5 kilómetros fuera de los límites de la ciudad, formando parte de un emprendimiento que incluye 432 lotes que circundan el campo de golf y el de polo, en un predio de 226 hectáreas, que incluye además un hotel 5 estrellas de 83 habitaciones.

En Villa La Angostura, se evidencia un **aumento sostenido del valor de los bienes raíces**, al tiempo que cierta debilidad institucional mostrada por las administraciones reguladoras oficiales pone de manifiesto el problema del **acceso a los recursos comunes**, una cuestión central en el desarrollo de estos pueblos de montaña. Entre las principales consecuencias pueden destacarse la pérdida del bosque nativo, el aumento de los niveles de contaminación del agua y una desmovilización de pobladores tanto física como social y económica.

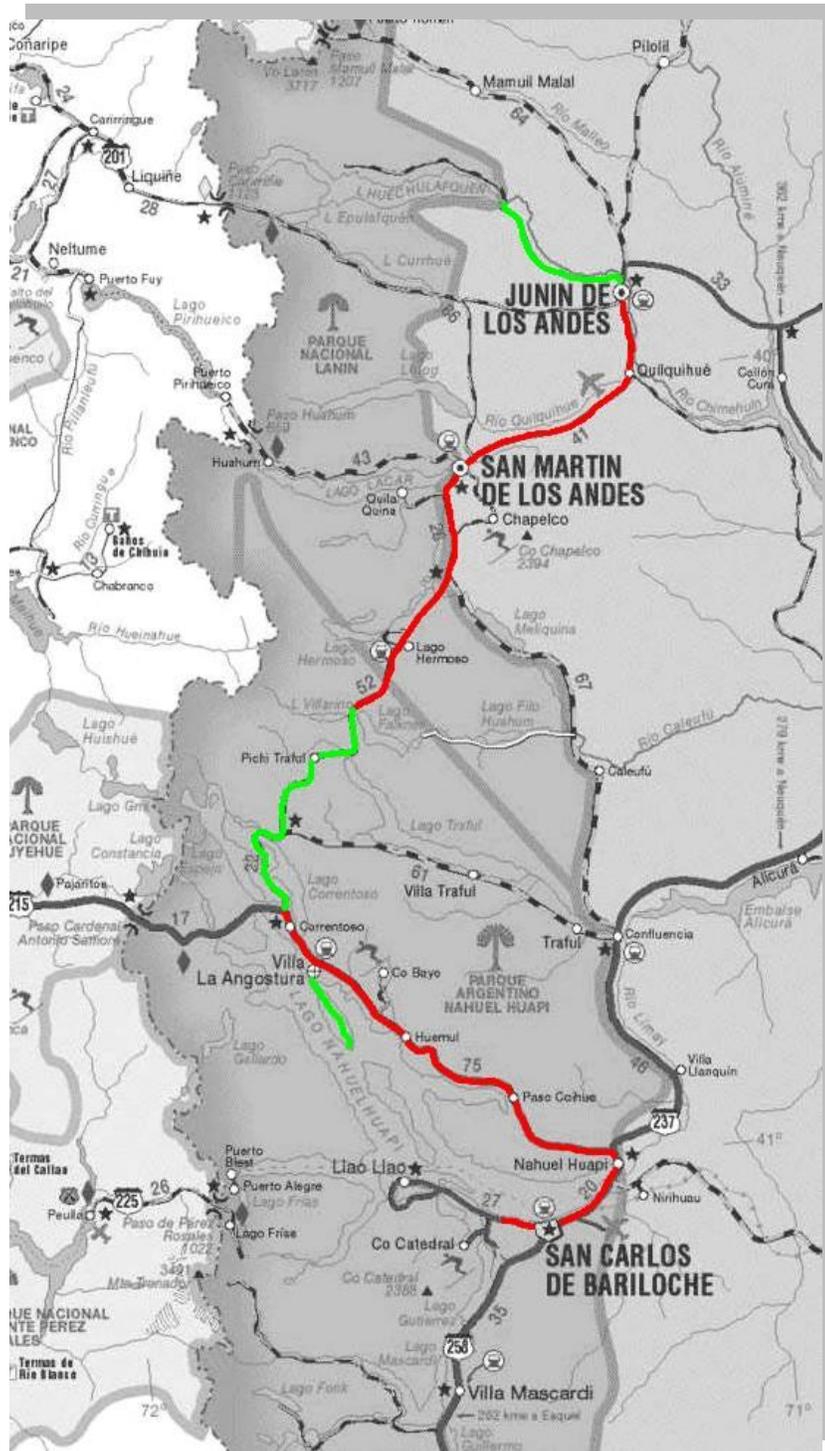
Esta villa de montaña está viviendo un boom inmobiliario desde la crisis de 2001, cuando muchas personas deciden invertir en el sector de la construcción. A partir de entonces, los índices de construcción no han cesado de incrementarse, acompañados por el aumento sostenido de los costos de la construcción y del valor de la tierra. Durante 2004 y 2005, por ejemplo, las tierras con mayores valores comerciales fueron las situadas cerca de la orilla del lago y en las riberas de los ríos, o las que tienen una vista directa a las montañas o al lago; solo en ese período su precio creció hasta un 50%. Muchos de estos desarrollos se ofertan y promocionan como barrios de montaña y se instalan usualmente en lugares con alto riesgo ambiental, como costas de lago y laderas montañosas. (González, 2009)

Hay un hecho que los administradores de estos destinos deben poder reconocer y entender: estas nuevas inversiones que llegan a las comunidades de montaña son, en realidad y en la mayoría de los casos analizados, formas de respuestas a esas exigencias de estos nuevos habitantes. Uno de los primeros requerimientos se relaciona obviamente con la vivienda. Los migrantes buscan reproducir también en este aspecto su anterior vida urbana, aunque ahora en las montañas; el resultado es una búsqueda consumista de territorios, donde se desarrolla este “efecto espejo”. Comienza a plasmarse entonces un nuevo modelo de ciudad difusa, que va dando lugar a nuevas formas urbanas. (González, 2009)

Junín de los Andes por su parte no escapa a estas problemáticas, formando parte junto con San Martín y Villa la Angostura del Corredor de los Lagos Andino Patagónicos.

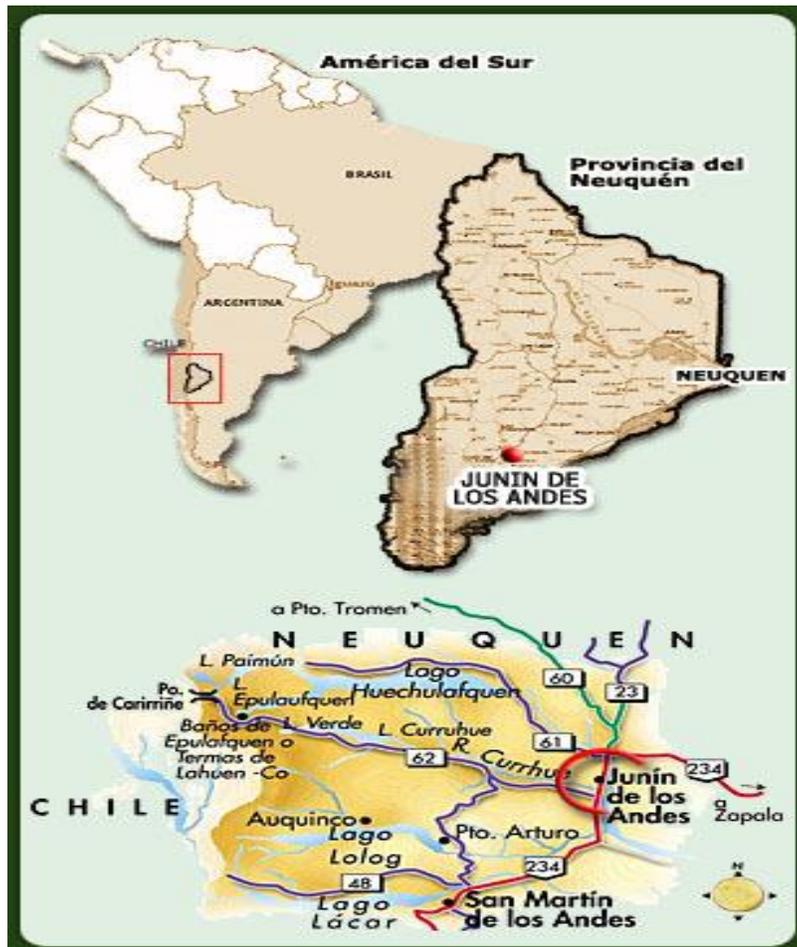
Junín de los Andes es una localidad ubicada en el departamento Huiliches al sur de la provincia del Neuquén, específicamente en la margen derecha del río Chimehuin.

Mapa del Corredor de los Lagos Andino Patagónicos



Fuente: <http://www.oocities.org/ar/ciclomundo/mapas/slago.html>

Mapa de Junín de los Andes Neuquén



Fuente: <http://www.glogster.com/imagunin/junin-de-los-andes/>.

Según datos otorgados por la Subsecretaría de Turismo de Neuquén, en Junín de los Andes la actividad económica dominante, en una primera etapa era la ganadería con un predominio de la ganadería bovina.

El inicio de la segunda etapa lo marca la **creación del Parque Nacional Lanín** (383.612 has.) en Mayo de 1937, cuyo objetivo era, además de conservar la zona de gran valor escénico, favorecer el poblamiento, desarrollo regional y consolidar los territorios fronterizos reafirmando así la soberanía. Esta etapa marca un giro radical en la actividad económica de la zona, ya que la actividad forestal y ganadera no era compatible con los objetivos de Parques. Es así como se produce una **inclinación hacia las actividades económicas del sector terciario, entre ellas la**

actividad turística. No obstante y según datos obtenidos del “Plan de Desarrollo Turístico de Junín de los Andes y área de influencia”, **la localidad nació y creció en base a criterios no turísticos**, es por este motivo que la planta urbana de Junín de los Andes resulta poco adecuada a los fines turísticos.

Junín de los Andes cumple con las **funciones de centro de distribución** (en relación a los circuitos de su radio de influencia), **de estadía** (para aquellos segmentos alojados en la localidad), **centro de excursión** (para la demanda alojada en las demás localidades del Corredor, principalmente San Martín de los Andes), **y centro de escala** (para la gente de paso). La multiplicidad de roles es entonces uno de sus rasgos distintivos.

Actualmente Junín de los Andes presenta características que son comunes en otros destinos de montaña. La localidad **se encuentra en plena transformación demográfica**, determinada por las **migraciones campo/ciudad**, y por la radicación de numerosas personas provenientes del resto de la Provincia del Neuquén y de otras provincias, principalmente Buenos Aires y Córdoba.

7.1 Encuadre metodológico:

7.2 Tipo de abordaje y esquema:

Para el logro de los objetivos formulados en la presente investigación, se plantea un abordaje metodológico de tipo cualitativo. Esta metodología hace uso de palabras, textos, discursos, imágenes para comprender la vida social. Una de las características principales de la misma es el estudio en profundidad, busca describir e interpretar al objeto de estudio a través de sus opiniones y sentimientos con respecto a lo que se investiga. Se cree pertinente hacer uso de dicha metodología ya que es preciso partir de la percepción que la realidad nos ofrece, pasando de las situaciones particulares a las generales.

El esquema seleccionado es descriptivo identificándose y describiendo aspectos específicos del tema en estudio, arribándose luego a un análisis e interpretación del objeto de estudio. Desde este punto se responde al como es, más que al por qué es.

7.3 Estrategias de triangulación:

La estrategia de triangulación supone que cuantos más datos diferentes se obtengan respecto de un mismo problema más rica será su investigación, además esta estrategia permite la posibilidad de encontrar diferentes caminos para conducirlo a una comprensión e interpretación lo mas abarcativa del fenómeno en estudio.

El tema en estudio requiere la utilización de esta estrategia debido a que, se pretende indagar el proceso de migración de amenidad vinculado al rol que desempeña el Estado municipal y el sector privado con el fin de abordar el problema de investigación de un modo integrado y desde distintos enfoques. Por los motivos precedentes se considera pertinente la utilización de la triangulación de datos, la triangulación teórica y metodológica.

Triangulación de datos: se utilizan datos de distintas fuentes secundarias para lograr una aproximación al problema en estudio, tales como diversas investigaciones, informes, revistas, tesis, Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de Junín de los Andes etc. A su vez se realizaron salidas de campo para la recolección de datos primarios proporcionados por distintos informantes

clave pertenecientes a organismos públicos y privados.

Triangulación teórica: con el fin de ampliar conocimientos y ahondar en el problema de investigación se recurrió, a lo largo de la investigación a consultar diferentes enfoques teóricos como “La Sombra del Turismo”, tesis vinculadas a la temática como “Caracterización de la expansión de desarrollos inmobiliarios de tipo residencial y turístico por sobre las áreas de montaña de alta fragilidad ambiental. Caso de estudio San Martín de Los Andes”, “Destinos turísticos de montaña con migración de amenidad. Implicancias en el desarrollo turístico local – Caso Caviahue, Argentina” entre otros materiales consultados que enriquecieron y delimitaron la investigación.

Este abordaje de diferentes marcos se encuadra y plasma en el marco teórico de la presente investigación abordando temáticas como migración de amenidad, competitividad de destinos y pos turismo.

Triangulación metodológica: se emplean distintas técnicas de recolección de datos a fin de obtener información pertinente. En un primer momento se realizó una revisión bibliográfica mediante la recolección de datos secundarios como, bibliografía referida a la migración de amenidad, tesis que abordaron el tema y diversas investigaciones realizadas por el equipo de investigación CEPLADES, que facilitaron encontrar el encuadre del tema y problema de investigación denominado **“Migración de amenidad e Inversión Inmobiliaria en destinos de montaña. Caso Junín de los Andes, Neuquén”**.

A su vez se realizaron distintas entrevistas no estructuradas a informantes clave que proporcionaron datos útiles para lograr mayor aproximación al tema y problema a investigar. Una vez delimitado el tema de investigación, se recurrió nuevamente a la localidad de Junín de los Andes para, ya un poco mas enfocados, terminar de definir el problema de investigación y recabar datos de utilidad para la justificación y fundamentación del problema en estudio.

Luego se realizaron distintas salidas de campo para la recolección de datos, para luego realizar el análisis y finalmente arribar a las conclusiones y propuestas finales.

Todos estos datos obtenidos fueron interpretados de modo conjunto a fin de poder obtener una comprensión amplia de la realidad estudiada.

7.4 Muestreo:

Población objeto de estudio: se considera a todos aquellos actores del destino involucrados en los procesos de migración de amenidad y del desarrollo turístico del destino. En este sentido se contempla el rol que desempeña el Estado municipal de Junín de los Andes y el desempeño del sector privado, en tanto empresarios turísticos migrantes en el rubro alojamiento en la localidad.

Tipo de muestreo:

El método de muestreo será de tipo no probabilístico, dado que se centra en la elección de los sujetos siguiendo determinados criterios vinculados a la investigación, procurando siempre la representatividad de la muestra. La principal característica del muestreo cualitativo es su condición intencional en búsqueda de casos ricos en información.

La muestra se selecciona de manera seriada, es decir, los miembros sucesivos de la muestra se eligen basándonos en los ya seleccionados y en qué información han proporcionado. El muestreo continúa hasta que se alcanza la saturación de datos, es decir hasta el punto en que ya no se obtiene nueva información y ésta comienza a ser redundante.

Unidad de análisis y unidad de relevamiento:

A continuación se realiza una breve descripción de las unidades de análisis seleccionadas, con sus respectivas unidades de relevamiento. También se incluye el tipo de muestreo adecuado a cada una de ellas y finalmente se plantea la técnica de recolección de datos a utilizar en cada caso.

La primera unidad de análisis definida se conforma por los residentes que actualmente viven en la localidad de Junín de los Andes cuya unidad de relevamiento se divide en residentes antiguos pobladores, y nuevos residentes migrantes. La importancia de su elección radica en conocer su percepción acerca de la situación que está atravesando la localidad en cuanto a la migración de amenidad, el rol del gobierno y en definitiva su consideración en cuanto al modelo preponderante.

Para ambos tipos de residentes **el muestreo seleccionado es intencional por conveniencia** en un principio, ya que se contacta a aquellos residentes conocidos por el investigador que puedan resultar de utilidad a la investigación y luego utilizado el **muestro denominado bola de nieve**, los individuos contactados en un primer lugar conducen a otros que contengan la características buscadas para enriquecer la investigación.

Para ello será necesario utilizar, para ambas unidades de relevamiento, **entrevistas en profundidad como técnica de recolección de datos**, ya que la misma permite obtener información relevante basada en aquellos supuestos que guían la investigación. Asimismo se prevé utilizar la técnica **historias de vida**, donde el investigador juega un el rol de inductor de la narración, es también su transcriptor y el encargado de retocar el texto.

La segunda unidad de análisis se conforma por organismos públicos municipales que presenten alguna vinculación con las políticas de crecimiento e inversión inmobiliaria en la localidad de Junín de los Andes. Asimismo **la unidad de relevamiento corresponde a todos aquellos sectores del gobierno que cuenten con poder de decisión dentro de cada área vinculados con políticas de desarrollo, crecimiento del destino, e inversión inmobiliaria, entes encargados de las habilitaciones, inversiones turísticas, desarrollo urbano, etc.**

El tipo de **muestreo que se adecua es intencional por conveniencia** ya que se buscará recolectar información de aquellos individuos que aportarán datos pertinentes a la investigación, un ejemplo de ello es la Secretaria de Turismo de Junín de los Andes. **Las técnicas de recolección de datos que se prevé hacer uso son, por un lado entrevistas en profundidad**, mediante una interacción personalizada, con el fin de orientar y reorientar los supuestos que se persiguen en la investigación. **También es útil utilizar el cuestionario como instrumento de recolección de datos**, mediante preguntas estandarizadas y abiertas, a modo de obtener mayor información y otorgarle libertad al respondente.

La tercera unidad de análisis se conforma por las empresas inmobiliarias que actualmente operan en la localidad de Junín de los Andes. La unidad de relevamiento corresponde a los propietarios o decisores que forman parte de dichas empresas. **El muestro a utilizar será el intencional por conveniencia**, no obstante cave la aclaración de que en la localidad solo operan tres empresas de estas características, es por esto que se prevé recolectarán datos en

todas ellas mediante la utilización de entrevistas en profundidad y encuestas.

Por último, se definió **como unidad de análisis a migrantes por amenidad como empresarios turísticos que actualmente estén desarrollando o en vías de desarrollar un proyecto turístico en el rubro alojamiento en la localidad de Junín de los Andes.**

La unidad de relevamiento queda definida por aquellos emprendedores migrantes de proyectos turísticos que en la actualidad estén llevando a cabo un proyecto de esta índole o bien se encuentre en marcha. El tipo de muestreo seleccionado es intencional por conveniencia seleccionando a aquellos individuos de la población que resulten de fácil acceso y útiles a la investigación, es decir a aquellos empresarios que se desempeñen como emprendedores de proyectos turísticos.

Para lo cual se emplearán dos técnicas de recolección de datos, por un lado se recurrirá a entrevistas en profundidad, donde se realizarán reiterados encuentros cara a cara con el entrevistado, dichos encuentros estarán dirigidos por una guía de preguntas, que permitirá un control de los temas a ser abordados, conforme lo que se pretende indagar. Asimismo se hará uso de la técnica denominada Historias de vida, buscando indagar en aquellas experiencias más destacadas de la persona entrevistada, encuadrada, claro está, en los objetivos de la presente investigación.

Cuadro N° 1: Enfoque metodológico

Unidad de análisis	Unidad de relevamiento	Muestreo	Técnicas de recolección
Residentes	Antiguos residentes	Intencional por conveniencia Bola de nieve	Entrevistas en profundidad. Historias de vida
	Nuevos residentes/ migrantes	Intencional por conveniencia Bola de nieve	Entrevistas en profundidad Historias de vida
Sectores del gobierno que tiene que ver con: Inversiones Habilitaciones Desarrollo urbano	Personas con poder de decisión dentro de cada dirección	Intencional por conveniencia/ tema	Entrevistas en profundidad Cuestionario
Empresas inmobiliarias	Propietarios o decisores	Intencional por conveniencia bola de nieve	Entrevistas en profundidad Cuestionario
Empresarios turísticos migrantes	Empresarios que estén llevando a cabo un proyecto turístico o aquellos que están aun en desarrollo	Intencional por conveniencia	Historias de vida Entrevistas en profundidad

Fuente: elaboración propia

8.1 Resultados:

6.2 Contextualización de los procesos de migración de amenidad en Junín de los Andes

Junín de los Andes destino elegido por los migrantes de amenidad

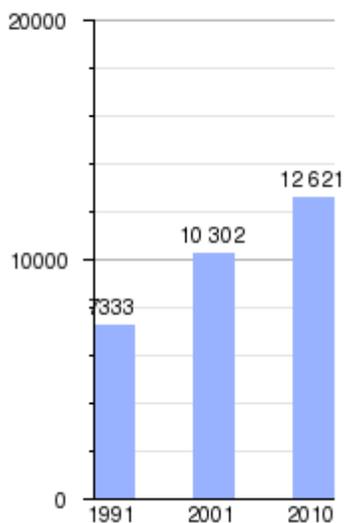
Actualmente Junín de los Andes se perfila a convertirse en un destino elegido por los migrantes de amenidad. Puede observarse **una correlación positiva entre el incremento en la cantidad de migrantes llegados a la localidad y la aparición de nuevas micro y pequeñas empresas turísticas**

De acuerdo a los datos del último censo provenientes del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), Junín de los Andes cuenta con 12.621 habitantes, **lo cual representa un incremento de 22,5% frente a los 10.302 habites del censo realizado en el año 2001.**

A continuación se muestra un gráfico que da cuenta de la evolución demográfica que ha tenido Junín de los Andes entre el año 1991 y 2010.

Gráfico N°: 4

Evolución demográfica de Junín de los Andes entre 1991 y 2010



Fuente: Indec

Tipos de migrantes

En base a las entrevistas realizadas, se perciben dos grandes grupos de migrantes que arribaron a la localidad. El primer grupo lo conforman **personas mayores (de 45 años en adelante)** que optaron un cambio de estilo de vida y decidieron vivir en Junín de los Andes. En general estos migrantes provienen de grandes urbes, principalmente Buenos Aires y la principal razón manifestada que los impulsó a trasladarse es la inseguridad y el caos que se vive en estas urbes.

En contraste Junín, un pueblo en desarrollo, relativamente pequeño que ofrece esto que ellos buscan, tranquilidad seguridad y un estilo de vida tranquilo y mucho más relajado que el que se vive en las grandes ciudades.

Estas personas mayores ya viven solas, sus hijos son grandes y se encuentran forjando su vida lejos de sus padres; también están los casos en que los hijos aun viven con sus padres pero dado que Junín ofrece pocas posibilidades de educación terciaria y universitaria, los chicos deciden irse nuevamente a las grandes urbes a estudiar.

También cabe destacar que estos matrimonios mayores tienen su vida resuelta en general, muchos están jubilados, muchos están próximos a jubilarse y siguen desempeñándose laboralmente en Junín de los Andes y muchos otros con algún capital acumulado a lo largo de sus años de trabajo, deciden continuar invirtiendo en tierras o inmuebles que les proporcionen un mejor pasar, *“...siempre que hayan buenas oportunidades no hay que desaprovecharlas...”* aseguran algunos de ellos.

El otro grupo lo conforman **matrimonios relativamente jóvenes con hijos pequeños en edad escolar**, que buscan tranquilidad y seguridad para su familia, y al igual que los adultos mayores la motivación que los impulsó a trasladarse a Junín fue la búsqueda de tranquilidad seguridad y un cambio en el estilo de vida, buscan un lugar donde sus hijos no corran riesgos. Debido a que estos matrimonios son relativamente jóvenes, ellos continúan desempeñándose sus profesiones en el nuevo destino.

Asegura Antonio Costa: *“Que los chicos puedan jugar en la plaza o en la calle, que puedan volver solos de la escuela, eso no tiene precio”... “Nos recuerda cuando nosotros éramos chicos y podíamos jugar sin peligro en la plaza del barrio o andar en bici sin que te la roben”*

En general tanto los migrantes adultos como los matrimonios jóvenes afirman que eligieron Junín y no San Martín porque este último ha crecido a tal punto que tiene apariencia de ciudad, con un ritmo menos ajetreado pero con características, servicios e infraestructura similares a las grandes urbes, que estos migrantes optaron por dejar. En un principio algunos de ellos tenían en mente San Martín porque es un destino conocido y tiene la apariencia de aldea de montaña tranquila y segura, luego de visitar en reiteradas ocasiones el destino y de pasar por Junín muchos gustaron más de este último ya que las características que tenían en mente coincidían con el estilo de vida de Junín.

Migrantes de amenidad como empresarios turísticos

Una vez en el destino, estos **nuevos residentes comienzan a ver en la actividad turística una oportunidad de negocio** y se embarcan en el rol de empresarios turísticos, con la particular característica de que en la mayoría de los casos no tienen conocimientos mínimos de lo que implica ser un prestador de servicios turísticos.

En palabras de Natalia Fuentes, perteneciente al área técnica de la Subsecretaría de Turismo de Junín.

“...del tiempo que llevo trabajando en el área, he contado dos personas que hicieron un estudio de mercado, el resto primero construye y después viene a ver en que categoría de alojamiento se puede enmarcar...”

El pensamiento generalizado de la mayoría de los migrantes que desembarcan en Junín se basa en que la compra de lotes, propiedades terrenos etc. se considera la inversión más segura. Este pensamiento se acompaña de la incertidumbre e inestabilidad económica que está viviendo el país y el alto grado de desconfianza existente en las instituciones bancarias.

Esta situación, sumado a las políticas y acciones del gobierno provincial y municipal advierte una suerte de arribo de migrantes al destino en constante aumento. **En el marco de la actividad turística, estos inversores en su gran mayoría se inclinan por desarrollar proyectos turísticos vinculados casi sin excepción, al rubro alojamiento, convirtiéndose en empresarios turísticos.**

Un gran número de migrantes en un inicio optan por hacer ampliaciones en su domicilio,

sin asumir grandes riesgos y de un modo informal se inclinan hacia la prestación de servicios turísticos. El caso de Iván Parra (migrante por amenidad) refleja este aspecto:

“...Hay determinadas épocas en las que el pueblo no da a basto, no hay alojamiento disponible, por ejemplo en la fiesta del puestero los turistas se desesperan porque no encuentran un lugar para dormir...”

“...Por eso yo me decidí a hacer una ampliación en mi casa y en verano suelo alquilarlo, se alquila en estos días, que hay mucha gente en el pueblo...”

Continuando con la misma línea ideológica, basada en que la tierra y el ladrillo constituyen una inversión segura, gran parte de los migrantes con una visión más amplia y un mayor despliegue de capital buscan insertarse en el rubro hotelero de un modo más ordenado, apostando a formar parte de la oferta de alojamiento que tiene el destino.

Tabla N° 3

Cantidad de establecimientos y plazas según clase y categoría Año 2012

TIPO Y CATEGORÍA	CANTIDAD			
	ESTABLECIMIENTOS		PLAZAS	
	V.A	%	V.A	%
ESTABLEC. CATEGORIZABLES	41	77,36%	863	74,85%
HOTEL	2	3,77%	87	7,55%
s/c ⁽²⁾	1	1,89%	67	5,81%
2*	1	1,89%	20	1,73%
HOSTERIA	14	26,42%	332	28,79%
1*	4	7,55%	124	10,75%
2*	1	1,89%	24	2,08%
3*	5	9,43%	120	10,41%
4*	1	1,89%	20	1,73%
s/c ⁽²⁾	3	5,66%	44	3,82%
CABAÑAS	14	26,42%	245	21,25%
1*	2	3,77%	19	1,65%
2*	4	7,55%	94	8,15%
3*	2	3,77%	40	3,47%
s/c ⁽²⁾	6	11,32%	92	7,98%
APART HOTEL	11	20,75%	199	17,26%
1*	3	5,66%	51	4,42%
2*	5	9,43%	118	10,23%
s/c ⁽²⁾	3	5,66%	30	2,60%
ESTABLEC. DE CATEGORÍA ÚNICA ⁽¹⁾	12	22,64%	290	25,15%
RESIDENCIAL	2	3,77%	76	6,59%

Los datos precedentes dan cuenta que, dentro del rubro alojamiento el mayor número de establecimientos se realizan en hosterías y cabañas. No obstante estos datos están cargados al mes de diciembre de 2012, actualmente el número de apart hoteles igualó al número de cabañas en un total de 14 y algunas hosterías han cerrado sus puertas al público.

Algunos testimonios de migrantes por amenidad como es el caso de Omar Myuler expresa:

“...Compre tres terrenos en Villa Huechulafquen, hice mi casa y como en verano veo pasar tanta cantidad de gente para el lago hice una cabaña cerca de la ruta, estoy seguro que se va a alquilar...”

Otro testimonio que da cuenta de la visión de los migrantes en el destino es el de Mario Ortega oriundo de Cutral Co que comenta:

“...Nos vinimos por la inseguridad y decidimos hacer ocho cabañas para alquilar, la idea se baso en que teníamos dos terrenos grandes contiguos y dijimos porque no?...”

De este modo se **percibe un patrón común en gran parte de los migrantes que de una u otra manera perciben que hay una necesidad y buscan desarrollar emprendimientos vinculados casi siempre con el rubro alojamiento**, y compra de tierras con tal fin.

Junín de los Andes continúa creciendo

A continuación se muestra en una tabla la evolución que ha tendido la localidad en cuanto a cantidad de plazas y establecimientos en los períodos que van desde el año 2007 al 2012.

Tabla N° 2

Variación interanual de cantidad de plazas y establecimientos desde el año 2008 al 2012

INDICADOR	PERIODO				
	2008-2007	2009-2008	2010-2009	2011-2010	2012-2011
Establecimientos					
Variación absoluta	+16	+1	+3	+9	-4
Variación porcentual	+57,14%	+2,27%	+6,67%	+18,75%	-7,02%
Plazas					
Variación absoluta	+39	+63	+70	+240	-127
Variación porcentual	+4,49%	+6,95%	+7,22%	+23,08%	-9,92%

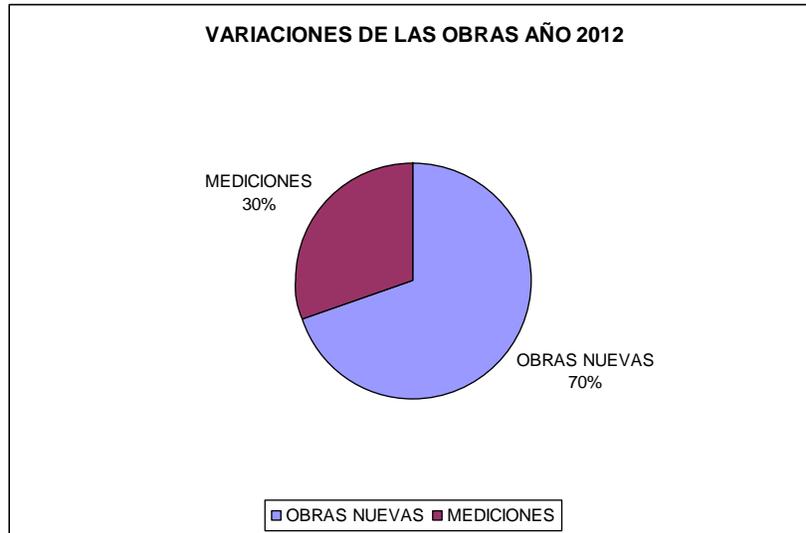
Fuente: Subsecretaría de Turismo de la provincia de Neuquén

Los valores porcentuales indican que **desde el año 2008 al 2012 ha habido un incremento en la cantidad de establecimientos del 77, 81%, en solo cinco años** ha crecido la oferta de modo abismal. Por su parte personal del área técnica de la Secretaría de Turismo de Junín de los Andes, afirma desde el año 2000 al 2011 se han habilitado 37 establecimientos en el rubro hotelero y extra hotelero, es decir un 78% del total de los mismos (47), sin considerar las casas de familia y otros establecimientos que operan de modo clandestino.

Otros datos que corroboran el incremento en obras de particulares en la localidad lo proporciona el Departamento de Obras Particulares de la municipalidad de Junín de los Andes mediante los siguientes gráficos:

Gráfico N°5

Variaciones de las obras particulares año 2012



Fuente: Departamento de Obras Particulares

Grafico N° 6

Variaciones de obras particulares año2013



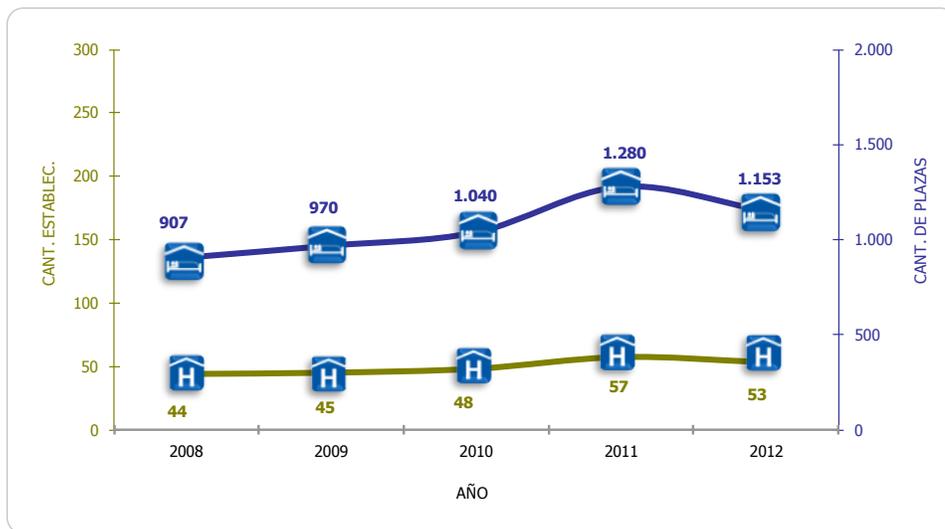
Fuente: Departamento de Obras Particulares

En los gráficos precedentes se **percibe un importante aumento del 16 % en el año 2013 respecto del año anterior en cuanto a obras en proceso de ejecución.**

A continuación se muestra un gráfico que da cuenta del crecimiento que ha habido en la creación de establecimientos en el rubro alojamiento desde el año 2008 al 2012.

Grafico N°3:

Evolución de establecimientos habilitados y número de plazas año 2008-2012



Fuente: Subsecretaría de turismo de Neuquén.

El gráfico muestra como a lo largo de cinco años se habilitaron 9 establecimientos turísticos y la cantidad de plazas fue aumentando consecutivamente de 907 plazas en 2008 hasta alcanzar 1280 plazas en el año 2011, luego se ve una disminución de 127 plazas en el año 2012.

Se infiere que esta disminución de plazas está asociada a la explosión del cordón Calle Puyehue en mayo del 2011, lo que produjo una baja importante en la temporada siguiente, tal es así que según datos brindados por Carlos Valenzuela perteneciente a la Secretaría de Turismo de Junín, en ese año cerraron 5 establecimientos hoteleros.

Otra característica latente en la localidad es que **la mayoría de los establecimientos turísticos son atendidos por sus propietarios en forma personal**, debido a la atomización que se

produce de la oferta en pequeños emprendimientos de tipo familiar, cuando no unipersonales, por lo cual no se generan fuentes genuinas de empleo.

Según comentarios de Daniel Mazud, dueño del complejo de cabañas "Lesgot".

"...no de las cabañas no tengo mi principal entrada, además tengo una distribuidora textil, pero si tuviera que vivir con el ingreso que me dan las cabañas no vivo, no se alquilan lo suficiente....."

En muchos casos los titulares de emprendimientos turísticos toman a su empresa como un complemento de su actividad en la administración pública ya que según Juan Domingo Linares actual intendente *"el 85% de la población de Junín tiene un empleo público ya sea en educación, salud, seguridad, poder judicial etc."* Es por este motivo que la actividad turística es vista como alternativa y complementaria a los ingresos que obtienen de su empleo formal.

A su vez se evidencia la **participación del Estado municipal como ente asesor y promotor** de desarrollo que, considera dichas **inversiones como aspectos claramente positivos** para el destino, sin considerar el tipo de inversiones que se realizan, la cantidad de estas realizadas por año, sin ejercer control de calidad en los establecimientos que habilita etc. Es por esto que se infiere que **la incidencia del empleo público en la economía local de Junín de los Andes**, determina la **ausencia de una cultura de emprendedores arraigada**, en la que el sector privado es el motor del desarrollo. A su vez, el sector privado adolece de falta de capacidad de ahorro, falta de capitalización, y por lo tanto de reinversión en los emprendimientos.

Todos estos emprendimientos se encuentran abalados por una política gubernamental como menciona González, 2009 **que no presenta restricciones para la creación de nuevas empresas, estas pueden ser fácilmente creadas y puestas en funcionamiento.**

Además cabe analizar la particular situación dada por la cercanía de San Martín de los Andes, con su grado de desarrollo substancialmente mayor, Junín de los Andes se configura como sobra de San Martín, ya que la falta de tradición turística del destino permite incluso que la localidad vecina explote numerosos atractivos que se enmarcan dentro de los límites de Junín de los Andes. Además gran cantidad de turistas optan por hospedarse en Junín debido a que los costos en alojamiento son inferiores en esta última localidad.

Al igual que muchos destinos del corredor de los lagos, Junín cuenta con una marcada estacionalidad de la demanda turística concentrándose principalmente en los meses de verano, debido, en parte a la sola existencia de productos de verano. Asimismo la comunidad no se percibe a sí misma como una localidad turística. El turismo es visto por la mayoría sólo como un paliativo frente a la situación que se vive debido a la crisis del modelo imperante. No existe, por otro lado, una comprensión del turismo como actividad económica. La comunidad considera al turismo como un mero complemento de otras actividades económicas de la localidad (sector público, actividades rurales, etc.). “No vivo de esto entonces no es mío”.

A pesar de que los emprendimientos vinculados con la actividad turística muchas veces frustran a los recién llegados, no obstante en sus declaraciones estos se muestran satisfechos con la decisión tomada del cambio de destino y de estilo de vida.

8.3 Rol del estado municipal en tanto promotor de crecimiento de Junín de los Andes, a fin de conocer su visión, acción y herramientas materializadas en políticas públicas de inversión.

El rol del Estado frente a los procesos de migración de amenidad:

El pensamiento predominante de la mayoría de los destinos es **“TODO CRECIMIENTO ES BUENO” (Moss, 2006)**, se reconoce **una voluntad favorable de la mayoría de las administraciones gubernamentales hacia el asentamiento de nuevos inmigrantes**, a través de instrumentos de fomento, tales como líneas crediticias o políticas de exenciones impositivas. (González, 2009)

El gobierno municipal de Junín, actualmente **cumple con la función de promover y fomentar inversiones privadas mediante la Secretaria de Turismo y el Ministerio de Desarrollo Territorial. Ofreciendo líneas de financiamiento desde provincia a través de diferentes organismos** como IADEP (Instituto Autárquico de Desarrollo Productivo), SEPYME (Secretaría de Pyme y Desarrollo Regional), Centro Pyme Adeneu (Agencia de Desarrollo Económico del Neuquén).

No obstante se estima que estas **líneas de financiamiento público carecen de facilidades para adaptarse a la necesidad de los pequeños y medianos emprendedores debido a sus altas barreras de acceso que presentan**. Entre ellas pueden mencionarse en primera instancia barreras de tipo económicas ya que en líneas generales para acceder a un crédito hay que cumplir con los requisitos como nivel de endeudamiento, patrimonio del solicitante etc. A su vez existen barreras técnicas que abarca la formulación de proyectos planes de negocio, manejo web, llenado de cuadros entre otras cosas.

A estas barreras se suma la prolongación de los tiempos de los trámites y trabas burocráticas haciendo que sean contadas las veces que un solicitante puede cumplir con los requisitos y constituirse en beneficiario de un crédito para dar desarrollo a su proyecto o emprendimiento. Todo esto sumado a que en las dependencias municipales y en el área técnica de la Secretaria de Turismo no hay personal capacitado que asesore guíe e informe a todas aquellas personas que quieran acceder a un crédito público.

Agrega Carlos Cabrera perteneciente al área técnica de la Secretaría de Turismo:

“...Es difícil, muy difícil para el residente que le otorguen un crédito, en principio porque no están al tanto de las líneas de crédito, y en muchos casos no tienen acceso a la web, y en otros no saben cómo operar en ella...”

“...Acá ha venido mucha gente, a preguntar sobre créditos y les informamos pero nosotros estamos abocados a otra cosa, yo me encargo de la parte de promociones del destino y no tengo suficiente tiempo para ayudar a estas personas en la búsqueda de créditos...”

“...Además no es nada fácil, son muchos formularios, elaboración de proyectos y la gente mucha idea no tiene...”

A su vez, mediante las entrevistas realizadas durante el trabajo de campo a informantes clave vinculados al sector público, se constató que hay un **desconocimiento de cuales son aquellas actividades o proyectos que de llevarse a cabo en la localidad, permitirían ampliar la oferta de servicios** ya que la misma es muy elemental, reduciéndose a los servicios básicos como es alojamiento, alimentación transporte y actividades vinculadas a la naturaleza.

Afirma Natalia Fuentes perteneciente al área técnica de la Secretaria de Turismo de Junín:

“...Estamos recolectando datos estadísticos, pero lo que tenemos hasta el momento es muy poco...”

Esta afirmación, constata que el trabajo que se puede realizar en pos de direccionar el destino a una meta concreta de competitividad se ve limitado. Sin datos concretos que den cuenta de los procesos que se desarrollan en el destino como así aquellos vinculados al arribo de visitantes, la estadía promedio, el grupo familiar etc, y desde el punto de vista de la oferta de servicios que tiene la localidad es muy difícil tomar decisiones que lleven a buen puerto.

Actualmente las políticas publicas vinculadas a la competitividad del destino centran sus esfuerzos en ventajas meramente comparativas como son el aumento en la cantidad de plazas o el nivel de ocupación que posee el destino, o aspectos como o factores de soporte, descuidando la capacidad de innovación existente en los residentes, que sin lugar a dudas de prestarse atención a estas ideas proyectos se generarían productos y procesos que diversificarían la oferta del Junín y el

destino sería considerado más atractivo.

Cabe destacar la incidencia que tiene en el destino el cambio de gestión, ya que suele desecharse todo el trabajo realizado hasta entonces para comenzar una nueva búsqueda de información y datos. Junín de los Andes no es la excepción a la regla, no son tenidos en cuenta los antecedentes previos que de alguna manera contribuyeron de modo positivo en el destino para retomarlos ni consideradas aquellas acciones que repercutieron de un modo negativo para revertir la situación.

Por otra parte existen evidencias de que el personal capacitado dentro del municipio y de la Secretaria de Turismo escasea, y a su vez los esfuerzos están centrados en otras áreas como la promoción del destino, desconociendo de este modo las necesidades del destino, lo que impide considerar ideas de proyecto que de llevarse a cabo y realizar un acompañamiento/seguimiento serían de gran beneficio para la localidad.

En palabras textuales de Yanine Buamsha Secretaria de Turismo de Junín de los Andes:

*“...Mira el área sobre la que se está trabajando firmemente, fijando objetivos y concentrando esfuerzos es **el rubro alojamiento** debido al constante aumento que ha tenido este rubro en los últimos años. Es así que se creó en el mes de octubre del año 2013 el área de inspecciones y control, en el ámbito de la Secretaria Municipal de turismo mediante la firma de un acuerdo de distribución de facultades entre el municipio de Junín y la Subsecretaria de Turismo de la provincia de Neuquén. El área está a cargo del agente José Figueroa...”*

Sin lugar a dudas la Secretaria de Turismo se muestra orgullosa ante el aumento considerable del número de inversiones en el rubro alojamiento, considerando que estos valores son sumamente importantes para el crecimiento del destino. Es por este motivo que se trabaja en pos de regular dicha actividad mediante la adhesión al **“Reglamento de alojamientos turísticos alternativos, destinado a incorporar a aquellos establecimientos que por su estructura edilicia quedan excluidos de las reglamentaciones de alojamiento turístico hotelero y extra hotelero vigentes.”**

El objetivo de este trabajo expresa Yanine Buamsha es realizar de manera coordinada la habilitación y fiscalización de todos aquellos lugares que presten servicio de alojamiento al público. Para ello se realizan salidas semanales para identificar cartelería, se contacta a través de publicaciones realizadas en revistas locales, internet, publicaciones en comercios y oficinas públicas; todo ello con la intención de incorporarlos a la oferta de servicios habilitados de alojamientos.

Desde la puesta en vigencia de este convenio aprobado por Ordenanza municipal en el mes de octubre 2013 se **relevaron 30 establecimientos no habilitados de los cuales 7 establecimientos realizaron los tramites y se incorporaron a la oferta de alojamiento** con las siguientes categorías: cinco viviendas turísticas (32 plazas), un apart hotel (11 plazas), una cabaña (17 plazas), un establecimiento sin categorizar (31 plazas). Además a la fecha del mes de marzo de 2014 se encuentra en trámite la habilitación de una hostería y una cabaña.

Las acciones llevadas a cabo por la provincia de Neuquén no se quedan atrás, tal es así que en el año 2010 el gobernador Jorge Sapag modifica el decreto N° 826/64 reglamentario de la Ley 263, dando forma al decreto 2029/10 estableciendo un nuevo procedimiento de adjudicación de tierras libres de ocupantes.

Se aprueba el programa de **Puesta en Valor de Tierras Fiscales para el desarrollo económico de la provincia de Neuquén**, designándose al Ministerio de Desarrollo Territorial como Autoridad de aplicación. Dicho programa tiene **por objetivo convocar a inversores interesados en el desarrollo de proyectos productivos, de servicios industriales, urbanísticos y turísticos de las tierras libres de ocupantes**. Se crea el banco de Tierras Productivas integrado por la totalidad de las tierras fiscales provinciales libres de ocupantes al momento de la entrada en vigencia de la presente norma.

Un caso que da cuenta de las obras que se llevan a cabo en la localidad lo proporciona la instalación de una estación de GNC que opta por brindar sus servicios. José Salinas es el nombre del inversor, a continuación se muestra su testimonio:

“...Estuve buscando el lugar para instalar mi empresa y fue el ex intendente Rubén Campos quien se encargó de convencerme para que invierta en Junín y no es San Martín ya que Junín constituye el portal de acceso a la zona de los lagos me dijo y me convenció...”

“...La estación de GNC va acompañada de un complejo de 22 cabañas y un restaurante, es una inversión millonaria y no solicité ayuda de un crédito ni financiamiento público...”

Según menciona José Salinas, inversor, las tierras que le corresponden se extienden hasta el río mismo inclusive en los planos, es por esto que él cercó hasta el río sin dejar el camino de sirga correspondiente a la reglamentación, que posibilite el paso libre de las personas.

De esta manera se percibe como los recursos públicos pertenecientes a la colectividad, se van perdiendo en manos de particulares, con la particularidad de ser los mejores lugares que posee el destino. Se observa que es el mismo Estado es quien entrega los bienes públicos en manos de migrantes, impidiendo el goce y disfrute de las comunidades ante los procesos de valoración privada de esos territorios. El tipo de inversiones que desembarca en el destino no constituyen siempre fuentes de empleo genuinas, ni son válidas para proteger los recursos comunes del destino.

A modo de conclusión:

El rol que desempeña el Estado es necesario para el correcto desarrollo de un destino, uno de los aspectos en que se observan falencias es, en principio **la incapacidad de gestión en cuanto a la implementación de políticas que regulen y limiten el crecimiento del destino sustentados en la premisa de que “todo crecimiento es bueno”**. A este aspecto se suma que un mayor desarrollo urbano necesita mayor dotación de infraestructura y servicios que en este caso no ocurre, y sus consecuencias resultan evidentes en el medio circundante.

Los decisores a cargo de las acciones vinculadas a la actividad turística optan por dirigirse en determinada dirección, sin duda son muchas las áreas que merecen atención y desarrollo no obstante no todas son tomadas en cuenta con igual importancia. En el caso de Junín de los Andes como se menciona en párrafos anteriores, los decisores se muestran orgullosos ante el aumento en el número de establecimientos que se habilitan año tras año en la localidad centrando sus esfuerzos en crear departamentos que se encarguen de regularlos e incluirlos en la oferta de alojamientos del destino.

Debido a que se quiere atraer inversores es necesario que el gobierno tome en consideración las repercusiones que esta acción puede traer al destino. Actualmente se observa

en Junín de los Andes desarrollos urbanos desiguales y segregados, lo que trae aparejado graves inconvenientes para la convergencia de intereses entre las partes, pérdida de oportunidades laborales acceso a los bienes públicos etc.

Se infiere que tanto residentes como migrantes optan por invertir en el rubro alojamiento porque el perfil que ha adoptado el destino se centra en el crecimiento de este rubro, sin considerar la puesta en marcha y desarrollo de actividades que diversifiquen la oferta de servicios en la zona lo cual se ve en el nulo conocimiento de las necesidades del destino, las altas barreras burocráticas que se levantan a la hora de tramitar las mismas, y en el bajo o nulo grado de flexibilidad y adecuación que se tiene con actividades innovadoras y poco conocidas, **es decir de manera indirecta se busca que los inversores desarrollen en el rubro alojamiento ya que el personal se especializa y asesora en dicho rubro.**

No cabe duda que hay emprendedores migrantes y residentes que cuentan con ideas que escapen al rubro alojamiento y en muchos casos recursos para llevarlas a cabo, no obstante esto no es suficiente ya que puedan ser efectuadas o materializadas se requiere de una serie de trámites y debido a las altas barreras burocráticas de la localidad, suelen extenderse mucho más de lo debido, o bien que estas ideas no se enmarcan en la reglamentación actual y por ello no pueden desarrollarse en la zona.

Se evidencia una inequidad en las acciones llevadas a cabo por el gobierno en la realización de políticas que solo buscan beneficiar una minoría **y descuidando su rol de previsor de herramientas que posibiliten el desarrollo a escala local dando participación a todos los ciudadanos priorizando a los residentes.**

6.3 Conocer cuáles son los tipos de proyectos que actualmente lleva a cabo el sector privado y aquellos que están en desarrollo y asimismo conocer los productos urbanos que ofrece el sector inmobiliario.

Sin lugar a dudas en Junín de los Andes como en otros destinos del Corredor de los Lagos, se percibe un mayor **incremento en las inversiones vinculadas al rubro hotelero** y extra hotelero que en los demás servicios. En base a la folletería consultada en la oficina de Informes Turísticos de Junín, fue posible apreciar un mayor número de inversiones del rubro hotelero comparado con otros servicios brindados en la zona.

Los datos consultados reflejan lo siguiente 14 cabañas debidamente habilitadas, seguido por gran cantidad de apart hoteles (10), luego y en menor cantidad se encuentran 8 hosterías (tanto en el ejido como en la zona de los lago), 5 albergues turísticos, 2 hoteles de 3 y 2 estrellas, 2 complejos de 3 y 2 estrellas, 1 residencial, 3 viviendas turísticas y 2 campings. Estos datos determinan **un total de 47 establecimientos turísticos habilitados, es decir 1310 plazas habilitadas y un incremento del 17% en oferta hotelera según respecto del año anterior**, según información brindada por Carlos Cabrera perteneciente al área técnica de la Secretaria de Turismo.

Es decir un 21 % del total de los emprendimientos corresponde a cabañas y el mismo porcentaje hay en apart hoteles. Según las entrevistas realizadas a los dueños de estos emprendimientos algunos testimonios llamaron mi atención, sin duda la gran mayoría de los emprendimientos no son considerados rentables por sus propios dueños.

Según los datos relevados se percibe que el turista que viene exclusivamente a Junín de los Andes, es más bien gasolero, es decir quiere viajar más veces en el año y disminuir costos, por eso que busca hospedarse en lugares con tarifas no muy altas donde puedan comprar la comida y prepara su propia comida, ya que salir a comer afuera todos los días implica un gasto.

Es por este motivo que se cree que hay mas cabañas y apart hotel ya que ambos poseen entrada independiente, disponen de la instalación adecuada para la conservación, instalación y consumo de alimentos dentro de la unidad de alojamiento, mientras que en la hostería, y el hotel

el huésped se hospeda en la habitación y necesariamente tiene que abonar un costo extra para comer ya sea dentro del establecimiento o fuera.

En líneas generales los migrantes entrevistados coinciden en que los motivos que los llevo a trasladarse son la tranquilidad y seguridad que ofrece el pueblo, como se mencionó en el apartado anterior.

En palabras de Mario Ortega:

“...yo en Cutral Co me dedicaba al comercio, pero se vive mucha inseguridad, en el año 2001 con el tema de los saqueos sufrimos varios destrozos, esa fue la gota que colmo el vaso y dijimos con mi señora basta...”

Similar es el caso de Daniel Masud inversor en la zona y dueño de otro complejo de 6 cabañas:

“...Yo en Mendoza tenía una fábrica textil y un negocio vinculado a los vinos, me canse del lugar me canse del ritmo de vida que llevaba, no paraba no tenia descanso..... y quise probar suerte en la cordillera, además mi hermano estaba cerca en San Martin, me gusto Junín se veía tranquilo y con muchos lugares para salir a caminar...”

Omar Myuler menciona es su testimonio”... *Amé Junín los paisajes las características de las personas de acá es distinto, es gente buena amable y sencilla, es un verdadero pueblo...”*

“...Hoy tengo mi casa frente al lago Huechulafquen y un bosque de araucarias acá cerquita, no te das una idea lo que disfrutamos esta vista, cada día tenés un paisaje distinto, vemos ciervos y chanchos, bajo al lago cuando quiero y pesco es un verdadero paraíso...”

Sin querer ser exhaustiva menciono un comentario más el de Gladis Barrasa que llevo a a Junín a los diez años de edad, la trajeron sus padres por motivos de trabajo, oriunda del valle:

“...No soy nacida en Junín pero no lo cambio por nada.. me apegue al lugar prácticamente crecí acá y para mi es mi lugar mi casa...”

“...Me encanta Junín, me conozco todos y cada uno de los lugares que encierra, considero que hay que conocer lo que uno quiere vender sino es imposible captar la atención del turista...”

Otro patrón en común que muestran los entrevistados es que la mayoría se inclinó y apuntó al rubro alojamiento a la hora de invertir, sin tener conocimientos previos y en muchos casos solo por intuición. Sin estudio de pre factibilidad que diagnostique los requerimientos del destino.

En el testimonio de Gladis Barrasa dueña del apart hotel Michay:

“...Yo hice este emprendimiento a modo de inversión, pero no tengo conocimientos en el tema, pero que tan difícil podía ser...”

“...En principio mi idea era hacer departamentos para alquilar mensualmente, y antes de que estuvieran totalmente terminados dije voy a alquilarlos por día para el turista, y es así que hice el apart hotel, los equipé e hice las habilitaciones correspondientes...”

Caso similar ocurre con Mario Ortega que comenta:

“...Yo me vine de Cutral Co por la inseguridad, ya tenía una cabaña pero como había comprado 2 terrenos juntos y tenía un dinero dije invierto en cabañas mejor, antes que ponerle plata a mi negocio y seguir padeciendo inseguridad...”

Omar Myuler por su parte expresa:

“...Nosotros venimos de Italia en busca de un lugar tranquilo, hoy vivimos frente al lago Huechulafquen, nos gusta la tranquilidad y estar alejados del bullicio de la ciudad...”

“...Vemos pasar tantos turistas en autos en verano que se nos ocurrió hacer una cabaña para tener unos pesos más, todavía no está terminada, las habilitaciones demoran un montón...”

A continuación se muestran claros indicadores del crecimiento que ha tendido Junín en el rubro hotelero y extra hotelero, mediante una tabla que da cuenta de la evolución de la cantidad de plazas habilitadas de la región de los Lagos y Patagonia Termal. (González,2009)

Tabla N°3

Evolución anual de cantidad de plazas habilitadas 2006-2010

DESTINOS TURÍSTICOS	AÑO				
	2006	2007	2008	2009	2010
PATAGONIA DE LOS LAGOS	11.319	12.302	13.176	13.803	14.146
Aluminé	197	278	321	361	377
Villa Pehuenia	386	514	565	731	761
San Martín de los Andes	6.046	6.289	6.900	7.068	7.214
Junín de los Andes	624	868	955	1.007	1.040
Villa la Angostura	3.492	3.749	3.849	4.058	4.141
Villa Traful	235	242	259	247	207
Otras localidades	339	362	327	331	406
PATAGONIA TERMAL	1.213	1.293	1.380	1.525	1.619
Copahue	516	532	532	551	585
Caviahue	625	669	736	862	909
Otras localidades	72	92	112	112	125

Fuente: Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Neuquén.

A continuación se muestra una tabla con los porcentajes equivalentes al cuadro precedente, que permite visualizar con mayor claridad la evolución que han tenido estos destinos (González 2009).

Tabla N° 4

Evolución porcentual de plazas habilitadas años 2006-2010

	Cantidad. plazas tcas 2006	Cantidad plazas tcas 2010	Var. % 2006/2010	% ocup. plazas tcas 2010	% ocup. habitac. tcas 2010
Aluminé	197	377	91,37%	25,28%	18,33%
Villa Pehuenia	386	731	89,37%	--	--

San Martín de los Andes	6046	7068	16,90%	41,04%	36,60%
Junín de los Andes	624	1007	61,37%	--	--
Villa La Angostura	34,92	40,58	16,20	41,91%	34,64
Patagonia de Los Lagos	11319	13803	21,94%		
Copahue	516	585	13,37%	39,66%	33,58%
Caviahue	625	909	45,44%	31,63%	25,69%
Patagonia Termal	1213	1293	6,59%		

Fuente: González, 2009

Los resultados arrojados por las tablas anteriores dan evidencias claras de cómo destinos emergentes, por llamarles de alguna manera, como **Aluminé y Villa Pehuenia presentan marcados aumentos en sus plazas. Aluminé encabeza la lista con valores del 91,37% en solo 4 años y Pehuenia lo sigue de cerca con un 89,37% de aumento en sus plazas.** A su vez **Junín de los Andes** acompaña a estos destinos que comienzan o continúan su expansión y desarrollo con 61,37% de aumento en sus plazas enmarcándose en tercer lugar.

Cabe mencionar los datos obtenidos de la folletería de la oficina de Turismo de Villa Pehuenia. Según el censo del año 2010 realizado por el INDEC cuenta con 700 habitantes lo que representa un incremento del 15% respecto de los 298 habitantes en el año 2001. **La cantidad de establecimientos habilitados suma un total de 50 a la fecha de 23 de julio de 2014.** Es realmente impresionante el crecimiento que ha tenido la Villa en el rubro inmobiliario.

Por otra parte San Martín de los Andes (SMA) y Villa la Angostura (VLA) son los destinos que han tenido el menor aumento en cantidad de plazas habilitadas, lo que da la pauta de que en estos destinos ya constituidos, las posibilidades de expandirse se ven reducidas, por lo cual al aumentar en un porcentaje relativamente bajo, logran alcanzar valores porcentuales más altos en cuanto a ocupación anual promedio, que aquellos destino que duplican y o maximizan sus plazas.

Es de destacar **la incidencia que poseen destinos consolidados como SMA y VLA en otros que buscan desarrollarse, los datos expuestos dan la pauta de que Aluminé, Villa Pehuenia,**

Junín de los Andes y otros destinos intentan seguir los pasos de estos destinos ya afianzados hacia un aumento exponencial de la oferta en el rubro hotelero y extra hotelero por sobre su demanda, lo que impide que logren altos niveles de ocupación promedio anual y los vuelve destinos poco competitivos.

Por otra parte, muchas veces las autoridades vinculadas a la actividad turística se valen de las estadísticas que figuran en las tablas precedentes para hacer sus anuncios, destacando el gran crecimiento que ha tenido el destino en cantidad de plazas, como sinónimo de rentabilidad y competitividad, **leyendo parcialmente estos datos sin tener en cuenta que lo que en teoría es un crecimiento positivo para el destino, trae consecuencias negativas que se traducen en la baja en ocupación anual de la oferta hotelera y extra hotelera.**

Estos indicadores muestran la realidad que están atravesando muchos de los destinos de la zona de los lagos, **Junín de los andes no escapa a esta realidad y se encuentra en condiciones similares a las que atraviesa Villa la Angostura,** como bien expresa Landriscini, **estos destinos están viviendo un crecimiento exponencial de la oferta por sobre la demande de turistas, como resultado de migrantes inversionistas orientados a la construcción de emprendimientos hoteleros que no son rentables** debido en parte incremento constante de la oferta hotelera, además éstos no constituyen fuentes genuinas de empleo ya que el mismo es de carácter estacional.

Productos urbanos en la localidad:

Por otro lado y muy vinculado a **los proyectos turísticos que se desarrollan en la zona, a través de empresas inmobiliarias también se comercializan productos urbanos.** Estos productos urbanos materializados en lotes, terrenos, casas, departamentos, campos para la venta, como así también alquileres temporales y permanentes de casas, cabañas, departamentos, locales comerciales y oficinas.

Los centros turísticos de montaña han adoptado un carácter primordial en cuanto a convertirse en una especie de “vía de escape” a las presiones e inseguridad de las grandes urbes. Tal es así que estos han pasado a ser el lugar idóneo para que las personas busquen un sitio de

segunda residencia, de descanso para sus vacaciones, en el cuál romper o reproducir los actos de su vida cotidiana. (Hurstel, 2013)

Frente a este panorama, los desarrolladores inmobiliarios juegan un rol fundamental, ya que son quienes sirven de intermediarios entre el propietario de la tierra o inmueble y el potencial comprador. De acuerdo a la información recabada en portales de internet y en las páginas web propias del sector inmobiliario de Junín de los Andes se detectaron tres empresas inmobiliarias con sede en la localidad que se encuentran ofreciendo productos urbanos en la zona.

Para exponer y caracterizar los productos urbanos que se ofrecen en Junín de los Andes se procedió a volcar los datos obtenidos en una tabla, de acuerdo a cantidad de productos urbanos ofrecidos por cada inmobiliaria, **el tipo de desarrollo que lleva a cabo, la localización del los productos urbanos que posean mayor oferta y por ultimo datos específicos de la empresa inmobiliaria como localización dirección y teléfono.**

Tabla N° 5

Inmobiliarias de Junín de los Andes y sus productos urbanos Agosto de 2014

	Inmobiliaria Huiliches	Inmobiliaria Habitar	Inmobiliaria Tierramía
Cantidad de productos	49	31	17
Tipo de desarrollo	Venta de casas, deptos, dúplex, terrenos y campos Alquiler de casas, deptos Loteos y fondos de comercio	Venta de casas, departamento, lotes, campos y terrenos	Venta de casas, lotes, alquiler de locales comerciales y alquileres turísticos
Localización de P I (mayor oferta)	Ejido de Junín de los andes, (barrios santa julia y primeros pobladores)	Villa Huechulafquen	Barrio provincial
Datos	Julia A Roca 451 1° piso Tel: 2972 491 245 Y 2942 423150	San Martin 423 Tel: 2972 491310 15461611	Juan D. Perón y Gral. J.A. Roca - Cel: 2944 796205

Como se percibe en la tabla, la empresa inmobiliaria con mayor antigüedad en el destino, **inmobiliaria Huiliches** es quien posee mayor cantidad de productos urbanos, la que ofrece un mayor respaldo y trayectoria en la localidad, por lo que es la más elegida tanto para realizar loteos, venta y alquiler de inmuebles.

El mayor número de casas para venta y alquiler se encuentran concentrados en dos barrios de la localidad de Junín, uno es el loteo Santa Julia que data del año 1999 y el otro es uno de los barrios más antiguos de la localidad el barrio Primeros pobladores.

Si bien número de casas a la venta y alquileres, loteos varia según la última actualización dicha inmobiliaria cuenta con 49 productos urbanos localizados en Junín de los Andes y su ejido.

Por otro lado la **inmobiliaria Habitar** también con varios años de trayectoria en el destino, si bien realiza ventas de casas departamentos, lotes y terrenos la mayor cantidad de lotes que ofrece se encuentran localizados en Villa Huechulafquen que data del año 1970.

Dicho loteo presenta características paisajísticas únicas, con bosques de araucarias vista al lago Huchulafquen y en algunos sectores al río Chimehuín, estos lotes son muy solicitados por su increíble belleza natural. Actualmente tiene 31 productos urbanos para ofrece de los cuales 15 lotes se encuentran localizados en Villa Huechulafquen, los mismos van de los 428m² a los 12924m².

Por último la **Inmobiliaria TierraMia** de reciente instalación en la localidad, alrededor de un año, ofrece 17 productos urbanos, de los cuales el mayor número de ellos corresponde a departamentos en alquiler y venta de casas localizadas en su mayoría en el loteo Santa Julia.

Según estos datos y aquellos aportados por el censo del año 2010 que muestra que Junín cuenta con 12.621 habitantes, es decir hay un producto urbano cada 130 habitantes. Estos valores no son altos, pero sin duda van en ascenso.

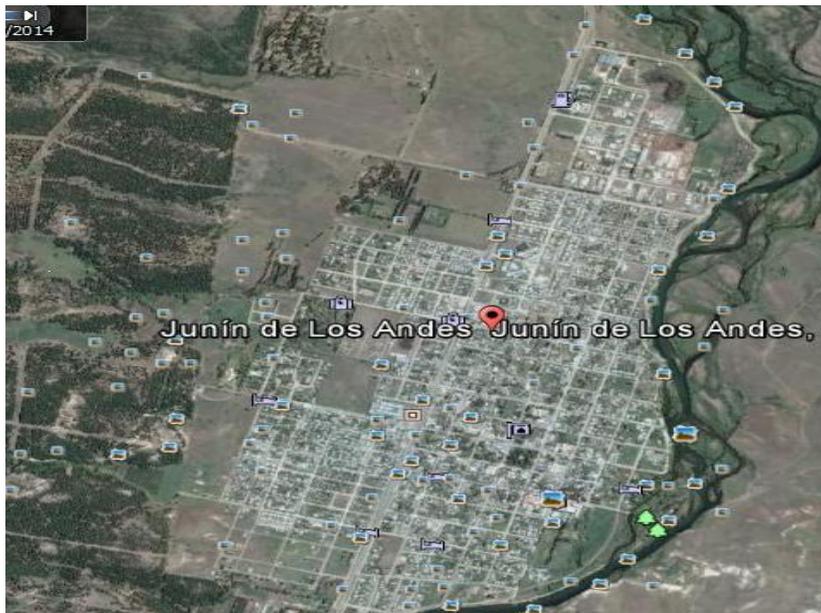
A continuación se muestran dos imágenes de la planta urbana de Junín de los Andes, uno del año 2003 y otro más reciente del año 2014.

Imagen Planta Urbana Junín de los Andes año 2003



Fuente: Google Earth

Imagen de la Planta urbana de Junín de los Andes año 2014



Fuente: Google Earth

En las imágenes precedentes es posible visualizar como se ha extendido la planta urbana hacia el sur (SMA) y la aglomeración de esta en n período de doce años.

A su vez, y de la mano de la **migración por amenidad** y de la adquisición de **productos urbanos** comienza a gestarse una nueva forma de turismo, que implica **un proceso de transición residencial**. Los nuevos residentes se sienten motivados a buscar un mejor estilo y calidad una vez en el destino comienzan a imponerse generando cambios en el destino como en el estilo de vida de los antiguos residentes.

Es así que en Junín de los Andes comienza a suscitarse una transformación residencial, de la mano del creciente desarrollo de nuevos loteos, el destino experimenta un cambio de rumbo pasando de tener un perfil turístico a convertirse en un destino elegido para residir.

A continuación se muestran en una tabla los diferentes loteos que se han desarrollado en la localidad, se menciona el año de aprobación de cada uno de ellos, su superficie, el numero de lotes que posee cada uno y los propietarios de los mismos.

Tabla N° 6

Loteos en Junín de los Andes septiembre de 2014

Loteos	Quilquihe	Huechulafquen	Santa Julia	América	Lupines	Mamá Rosa	Hípico
Superficie (m2)	143 hectáreas	1000 hectáreas	120.000	191.466,62	22.984,80	26.000	
Lotes	530	463	131	203	32	44	133
Año de aprobación del loteo	1975	1970	1999	2009	2013	2013	2011
Propietario	Alfredo Bracht y Huberto	Ganadera S.A	Roca Jalil	EMME S.R.L	Casa Grande	Roca Jalil y Ricardo	Cerro Frio S.A

	Garay				Hugo	Moisés	
--	-------	--	--	--	------	--------	--

Fuente: elaboración propia

Según los datos especificados en la tabla anterior se percibe que hay dos loteos antiguos, el más antiguo es el de Villa Huechulafquen creado en 1970. Gran parte de estos lotes se encuentran vendidos.

Según argumenta Carlos Castelar

“...A mi viejo le ofertaron los lotes en Buenos Aires, los subastaban, y compró 3 lotes en el año 70’ fue...”

“...Eso si te los ofrecían con todos los servicios, canchas de tenis, espacios verdes, veredas hasta aeropuerto tenia, nos fuimos a buscar madera a Misiones en un camión armamos la casa en buenos aires la cargamos y nos vinimos...”

“...Cuando llegamos ni camino había, nos volvimos al pueblo porque se nos enterró el camión, habíamos decidido volver a buenos aires cuando nos encontramos con un Roca Jalil que tenía un corralón creo el nos convenció de quedarnos...”

“...Y bue volvimos al lugar cuando vimos la ubicación de los lotes nos quedamos sin palabras, nos emocionó, tener un terreno frente al lago, con vista al volcán y encima un bosque de araucarias en el perímetro...”

Según muestra la tabla, es a partir del año 2009 que comienzan con mayor ímpetu a efectuarse un desarrollo de nuevos loteos. Junín de los andes ha tenido un aumento considerable en el rubro inmobiliario, uno de los motivos aparentes es la **evidente necesidad habitacional que se hace presente en la localidad ya que en los últimos años ha aumentado considerablemente el porcentaje de ocupación.**

Es por esta necesidad habitacional y los altos precios de la tierra que la oferta de alquileres de departamentos dúplex y casas encabeza la lista. Seguida por la compra de lotes en menor medida.

A su vez se infiere que debido a la difícil situación económica que atraviesa el país, (devaluación de la moneda nacional a inflación constante), se vive un ambiente de completa incertidumbre, y sumado a la desconfianza que se generó hacia los bancos luego de lo sucedido en el año 2001, se cree **que lo más conveniente consiste en depositar el dinero en tierras siendo una inversión de bajo riesgo.**

De esta situación están al tanto los propietarios de los loteos, ven una clara oportunidad de inversión y de obtención de ganancias, y por el otro lado tanto migrantes como residentes que cuentan con algún capital deciden volcarlo a la tierra.

De los siete loteos mencionados, se destacan dos **Villa Huechulafquen** y **el Hípico** ambos poseen un target diferente al resto tanto por los elevados valores de las tierras y el perfil propio de cada uno, no se encuentra al alcance de cualquier ciudadano.

El loteo el Hípico está localizado sobre la ruta nacional N° 232 a pocos minutos del centro de la ciudad. Se trata de un loteo abierto destinado a la construcción de viviendas unifamiliares de tipo residencial de nivel constructivo alto, con un sector contra la ruta habilitado para la construcción de cabañas u hostería de 2, 3 o más estrellas. No estará permitido por ordenanza municipal el uso para otro destino. La superficie de los lotes va desde 760 a 2600 metros cuadrados, y en total hay 133 lotes y más de 13500 metros cuadrados de espacio fiscal y más de 26000 metros cuadrados de espacio verde.

Este loteo, relativamente reciente, se alista en copiar, si se quiere el formato de un barrio cerrado, con un gran portal, un centro comercial moderno y un estilo de construcción que da cuenta de quienes adquieren un loteo allí cuentan con un gran caudal de dinero. ANEXO FOTOS

Natalia Cañete inquilina de una casa en el loteo “El Hípico” lo expresa claramente en su testimonio:

“...los lotes son comprados en general por gente de otras provincias, que en su mayoría construyen para alquiler de modo permanente como es el caso de la casa que alquilo, la señora es de Buenos Aires y los tratos se hacen por teléfono ya que no viene nunca...”

...También hay muchas casas o caserones que son de gente que no está nunca acá... vienen dos o tres veces al año, el resto del año las casas están deshabitadas. También se ve mucho gente que compra terrenos grandes y en una parte del mismo construyen su casa y en el resto hacen viviendas para alquilar mensualmente...”

Además Lorena Pintos propietaria de una vivienda de alquiler permanente en el mismo loteo, expresa lo siguiente:

“...en general la gente del pueblo no cuenta con recursos suficientes como para convertirse en adjudicatario de un lote en este barrio, los valores están muy lejos de nuestro alcance, ni hablar en pensar en construirlos luego....”

Por otro lado la **Villa Huechulafquen** también se asemeja al loteo antes mencionado. Este está emplazado, en la zona norte del lago Huechulafquen en jurisdicción nacional y continua en jurisdicción municipal de Junín de los Andes. Este loteo es el de mayor extensión del Parque, con una superficie de 80 has y una cantidad de 4630 lotes. Los lotes en la jurisdicción municipal de Junin de los Andes son 3190 distribuidos en 175 manzanas, la costa del lago se ve afectada por el loteo en una extensión de 3 Km y a la costa del río Chimehuin en 7,5 Km.

El 40 % de los lotes se encuentran vendidos y casi la mitad de ellos escriturados. Se considera que la villa Huechulafquen tiene capacidad para alojar a 20.000 habitantes y que no posee infraestructura de servicios básicos alguna, ni estudios realizados de cómo se suministrarán los mismos.

Mi testimonio:

“...Con mi familia solemos ir seguido a la Villa, ya que nos gusta ir a pescar y a pasar el día cerca del lago, es por esto que he observado que las viviendas aun son incipientes, y en general son viviendas de dimensiones considerables completamente terminadas y muy bellas por cierto. Durante la temporada baja no suele haber movimiento en las casas, tampoco se perciben vehículos estacionados y en general los postigos y demás cerramientos se encuentran colocados...”

“...En los meses de verano suele haber mucho movimiento, ya que Huechulafquen y Paimun son dos lugares muy apreciados por turistas para pasar sus vacaciones. En estas casas también suele haber un poco de movimiento, comienzan a verse vehículos estacionados, luz y vida en las

viviendas, pero no durante todo el verano sino algunos días y luego vuelven a estar deshabitadas o habitadas por algún cuidador...”

Sin embargo a pesar de ser pocos los propietarios que residen todo el año, los hay, tal es el caso de Omar Myuler y su Señora que hace poco menos de dos años que residen allí, su testimonio:

“...Nosotros somos nacidos en Córdoba pero trabajamos muchos años en Italia y debido a que un amigo de la familia nos comentó sobre el loteo de Villa Huechulafquen, luego de ponernos en contacto con una inmobiliaria de Buenos Aires que los comercializaba, decidimos visitar Junín de los Andes. Una vez en Junín nos decidimos a comprar dos lotes uno en el pueblo y otro en la Villa, nos encantó es muy prístino y la gente es muy amable...”

Actualmente están viviendo frente a la boca del lago Huechulafquen y a pesar de que se les prometió todos los servicios al momento de la compra, hoy por hoy aún la villa no cuenta con la infraestructura y servicios que se promocionaron. En su momento ellos pagaron tres terrenos que compraron en la villa a valores bajos, sin duda el precio de la tierra a través de los años se incrementa, no obstante cabe destacar la especulación que se realiza otorgando precios muy por encima de lo que realmente valen.

A su vez según datos proporcionados por Lileis Manosalva empleada de la empresa inmobiliaria TierraMia, el **loteo Mamá Rosa** de aproximadamente 44 lotes relativamente pequeños vendió los mismos por valores de entre \$60.000 \$70.000 hasta \$100.000. Estos valores son considerados accesibles por los habitantes de Junín y fueron en su mayoría estos quienes se hicieron adjudicatarios de los lotes docentes, militares y empleados públicos son en líneas generales quienes pudieron suplir en parte su necesidad de adquirir una vivienda.

También el **loteo Santa Julia** que se creó en el año 1999 de el mismo puedo dar fe y contar acerca de cómo se ha ido urbanizando, ya que mi familia compro uno de los lotes en el año 2002, donde actualmente residimos.

Mi testimonio:

“..Nosotros junto a otras 3 familias más fuimos los primeros en instalarnos en la zona, la mayoría de nuestros vecinos provienen de buenos aires y otras grandes urbes y todos ellos en algún momento han manifestado la necesidad de salir de las grandes urbes para encontrar seguridad y

tranquilidad ya que el lugar de donde provenían prácticamente era inhabitable...”

“...Nosotros venimos de Neuquén Capital, mis papas eran comerciantes y luego de reiterados asaltos mis papás deciden comprar un terreno en Junín de los Andes y al tiempo nos trasladamos, también en busca de seguridad principalmente...”

“...Cuando recién llegábamos a Junín, no habían casas casi, y la bici se nos quedaba a 2 cuadras y no pasaba nada, nadie se la llevaba, dormíamos con la puerta sin llave...”

Mis padres agregan:

“...En Neuquén los teníamos que llevar e ir a buscar a todos lados acá los chicos iban a la escuela caminado o volvían tarde, no nos generaba inseguridad, Junín es un pueblo y por demás tranquilo. En Neuquén los chicos tenían las bicicletas los rollers y el cuatri guardados, no los dejábamos salir a la calle, solo algunos fines de semana los llevábamos a la herradura. Sin dudas es un gran cambio estamos muy contentos de que ellos hayan crecido acá en Junín, sin el peligro de la ciudad...”

El loteo Santa Julia es de estilo residencial, muy tranquilo en el cual vive gente en su mayoría de clase media. También hay muchos de los residentes que han apuntado al turismo en cuanto a la construcción de cabañas y otros tantos han hecho alquileres permanentes dentro del loteo, dúplex y departamentos.

También se ve que muchos migrantes que han comprado terrenos y construido sus propiedades, no residen durante todo el año, solo vienen esporádicas veces al año, a simple vista puedo contar 7 casas de segunda residencia.

Esto no termina acá según información proporcionada por Mirta Martínez directora de la Cámara de Comercio de Junín de los Andes, en breve se aprueba el loteo “Lanín” que está ubicado sobre la margen izquierda del río Chimehuín, aun no se sabe con exactitud el valor y las dimensiones de los lotes, pero sin lugar a dudas el boom inmobiliario continúa.

La migración de personas que llegan a Junín, ha inducido un aumento en la demanda de productos urbanos a los que se busca dar respuesta mediante el consecuente aumento de la oferta materializada en lotes. Tal es el caso que en tan solo en seis años (según muestra la tabla N°3) se crearon cinco nuevos loteos, sumando un total aproximado de 411 lotes disponibles para

viviendas, un claro indicador de la urbanización del destino.

El mercado inmobiliario se perfila en pos de los potenciales compradores de lotes, generalmente y en su mayoría migrantes por amenidad que buscan un lugar para vivir en el destino y cuentan con los recursos necesarios para convertirse en adjudicatarios de un lote y constituirse en habitante del destino, tras buscar esas amenidades que el destino les proporciona.

La contra cara de este fenómeno lo constituyen los pobladores originarios de la localidad se ven imposibilitados, en líneas generales, de adquirir un terreno y tener su casa, por lo cual se ven remitidos a alquilar un departamento o una casa en la localidad.

Es por esta gran demandad habitacional que se han formado loteos sociales como las cooperativas Nueva Esperanza y Nehuen Hueche, conformadas mediante convenios entre privados y el municipio de forma que los habitantes de la localidad puedan acceder a tener su terreno y construir su vivienda.

Y es aquí donde comienzan a visualizarse una de las primeras desmovilizaciones que sufren los residentes, ya que mientras los migrantes pueden acceder a los mejores lugares, ubicados cerca de la zona céntrica, con los mejores accesos a los bienes comunes, los residentes se encuentran marginados, localizados a casi 4 kilómetros del centro de la localidad.

La urbanización se ha expandido a todos los sitios posibles tal punto que incluso se llevo a cabo el plan de las 101 viviendas donde antes estaba localizado el basurero de la localidad a 4 kilómetros del centro de Junín.

Esto trae como resultado, mayor fragmentación de la tierra para dar lugar a nuevas urbanizaciones, es decir más lugares privatizados, lotes y mayores conflictos entre los residentes y los migrantes y una necesidad alarmante de infraestructura que pueda dar sustento al aumento poblacional.

6.4. Indagar en las evidencias de la insustentabilidad económica del actual modelo de desarrollo de Junín de los Andes.

En varios destinos del corredor de los lagos, y en algunos de un modo mas acentuado como es el caso de Villa la Angostura y San Martín de los Andes, se muestran claros indicios de que existe una crisis de rentabilidad en el marco de la actividad turística. El motor de la economía de estos destinos lo constituye la actividad turística y está mostrando síntomas de decrecimiento en varios de sus ámbitos.

Junín de los Andes por su parte no se muestra ajeno a estos fenómenos, ya que como destino emergente busca seguir los pasos de otros destinos consolidados. Algunas de las causas que desencadenan esta crisis y que genera destinos turísticos poco competitivos, se mencionan brevemente a continuación.

Ha habido un **importante crecimiento de inversiones en el destino, destacándose el sector hotelero y extrahotelero respecto de, la cantidad y calidad de inversiones realizadas en otros servicios complementarios y de apoyo**, necesarios para garantizar la cadena de valor del destino y su competitividad sustentable.

Se constató mediante el análisis de folletería que está a disposición del turista en la Secretaría de Turismo de Junín, **que la mayor inversión se realiza en el rubro alojamiento, ya que el número de establecimientos que brindan servicio de hospedaje es de 47 respecto de 18 establecimientos dedicados al rubro de alimentos, llámese pizzerías restaurantes, parrillas y casas de té.**

Según argumenta Yanine Buamsha Secretaria de Turismo,

“...Los datos estadísticos respecto a la cantidad de servicios turísticos ofrecidos en la localidad son escasos, se está trabajando en el tema...” a la fecha de abril de 2014.

Se estima que el rubro elegido para el desembarco de inversiones es el rubro alojamiento porque contando con capital económico, no se requiere mayores conocimientos para su puesta en funcionamiento y posterior administración y trabajo.

Desde el las **dependencias de la Secretaria de Turismo de Junín, se respalda el desarrollo**

que se da en el rubro inmobiliario mediante la creación de un área de inspección y control que busca regular estas inversiones, con el objetivo de enmarcar en la reglamentación correspondiente a todos los inversores y a aquellos que se encuentran operando de modo clandestino. No obstante cabe aclarar que según menciona Yannine Buamsha Secretaria de Turismo en la entrevista:

“...No se está brindando ningún tipo de asesoramiento a inversores, ya que actualmente no contamos con suficiente personal, ni personal calificado para hacerlo...”

Es decir que actualmente la Secretaria de Turismo de Junín no cuenta con un área específica que se dedique a captar ni mucho menos a orientar a potenciales inversores, simplemente el personal está capacitado para enmarcar el establecimiento en la reglamentación correspondiente solicitando las habilitaciones y trámites pertinentes que le permitirá operar en el destino.

A continuación se muestra una tabla que da cuenta de la oferta de alojamiento turístico presente en la localidad relevados al mes de diciembre de 2012.

Tabla N°7

Cantidad y capacidad en establecimientos y campamentos Año 2012

TIPO DE ALOJAMIENTO	Oferta Habilitada	
	Cantidad	Capacidad
Establecimientos	53	1.153
Campings	2	500
Total	55	1.653

Fuente: Subsecretaría de Turismo de la Provincia del Neuquén

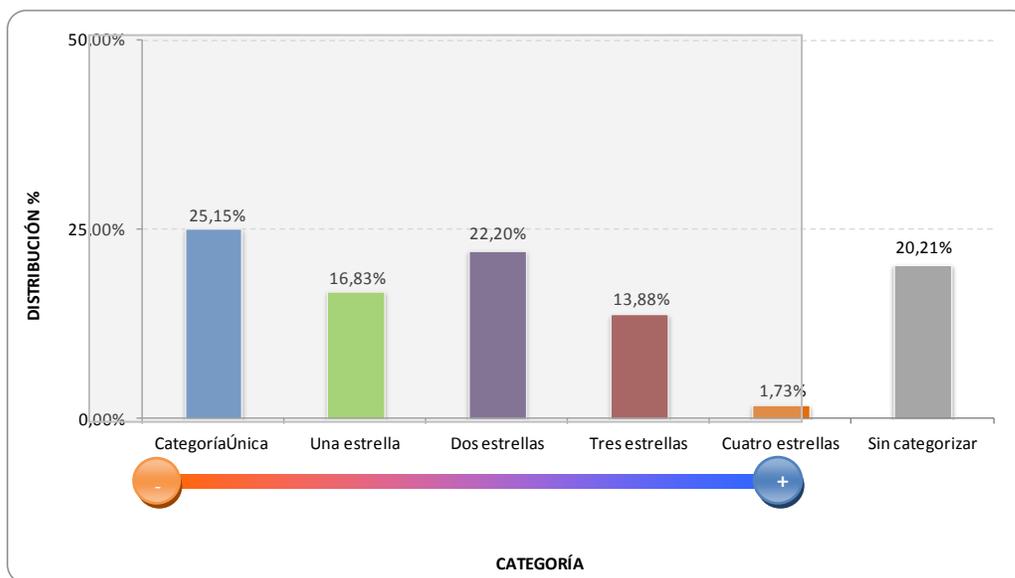
La tabla muestra un total de 53 establecimientos turísticos habilitados incluidos los campings, cabe la aclaración de que en el año 2013 cerraron alrededor de 5 establecimientos turísticos, es por esto que en apartados anteriores aparecen un total de 47 establecimientos turísticos habilitados.

A continuación se presenta un grafico que exhibe la distribución de la oferta de alojamientos turísticos de acuerdo a su categoría, sin categorizar, categoría única, una estrella, dos

estrellas, tres estrellas, hasta cuatro estrellas.

Grafico N°7

Distribución de la oferta en plazas según categoría Año 2012



FUENTE: Subsecretaría de Turismo de la Provincia del Neuquén.

En el grafico precedente se puede observar que hay un mayor porcentaje (25,15%) de establecimientos de categoría única, seguidos con un 20,21% por los establecimientos sin categorizar, y un 20, 20%. de establecimientos 2 estrellas. Luego y en menor cantidad con un 16,83 % se encuentran los establecimientos categorizados con 1 estrella, seguidos en porcentaje con un 13,88% los que pertenecen a la categoría de 3 estrellas y finalmente y con tan solo un 1, 73% se encuentran los establecimientos categorizados de 4 estrellas.

Estos valores dan la pauta de que el destino no es un destino selectivo, ni de excelencia que alberga a turistas con un target específico como lo es San Martín de los Andes o Villa la Angostura, sino más bien cumple con las funciones de centro de distribución (en relación a los circuitos de su radio de influencia), **de estadía** (para aquellos segmentos alojados en la localidad), **centro de excursión** (para la demanda alojada en las demás localidades del Corredor, principalmente San Martín de los Andes), **y centro de escala** (para la gente de paso).

En la tabla N° 8 se muestra un registro del aumento en la cantidad de establecimientos

turísticos habilitados y la cantidad de plazas en el período que comprende desde el año 2008 al 2012.

Tabla N° 8

Variación interanual de cantidad de plazas y establecimientos desde el año 2008 al 2012

INDICADOR	PERIODO				
	2008-2007	2009-2008	2010-2009	2011-2010	2012-2011
Establecimientos					
Variación absoluta	+16	+1	+3	+9	-4
Variación porcentual	+57,14%	+2,27%	+6,67%	+18,75%	-7,02%
Plazas					
Variación absoluta	+39	+63	+70	+240	-127
Variación porcentual	+4,49%	+6,95%	+7,22%	+23,08%	-9,92%

FUENTE: Subsecretaría de Turismo de la Provincia del Neuquén.

Las evidencias son contundentes: **tanto las variaciones absolutas como porcentuales de cantidad de establecimientos y plazas turísticas son positivas para los últimos cuatro años**, con excepción del 2011-2012, consecuencia de la crisis derivada de la explosión del Cordón Caulle que afecto a toda la zona del Corredor de los Lagos.

Los valores porcentuales indican que **desde el año 2008 al 2012 ha habido un incremento en la cantidad de establecimientos del 77, 81%**, en solo cinco años ha crecido la oferta de modo abismal. En Junín de los Andes se repite la situación observada en Villa la Angostura según González 2009, cada **vez hay más inversores orientados a invertir en alojamiento, sin tener en cuenta la competencia con la que después deberá lidiar**.

A continuación se presenta una tabla que indica como ha variado el factor ocupación en plazas ocupadas desde el año 2008 al primer semestre del año 2013.

Tabla N° 9

Factor de ocupación en plazas por mes. Años 2008/2012 y 1° Semestre año 2013

MESES	AÑO					
	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Enero	78,50%	87,95%	92,93%	79,17%	44,37%	71,64%
Febrero	74,43%	68,86%	74,43%	75,55% e	40,91%	54,62%
Marzo	59,56%	39,39%	56,57%	52,96% e	16,22%	42,97%
Abril	33,96%	22,71%	.	.	22,56%	17,53%
Mayo	17,28% e	14,76%	.	.	11,57%	9,03%
Junio	13,69%	13,57%	.	.	17,10%e	7,26%
Julio	12,76%	29,23% e	.	.	25,62%	
Agosto	14,09%	16,02%	.	.	8,18%	
Septiembre	16,16%	15,70%	.	.	10,55%	
Octubre	16,49% e	16,49% e	.	.	16,55%	
Noviembre	27,37% e	27,37% e	.	.	20,68%	
Diciembre	42,63% e	42,63% e	.	.	18,22%	
PROMEDIO ANUAL	33,54% e	32,67% e	///	///	21,25%e	33,89%⁽¹⁾

FUENTE: Subsecretaría de Turismo de la Provincia del Neuquén.

En cuanto al porcentaje de ocupación de plazas, estas se mantuvieron constantes en el año 2008 y 2009 con un promedio anual de 33,54 % para el primer año y 32,67% para el segundo, mostrando una variación de 0,87 % menos en el año 2009. En los años siguientes 2010 y 2011 solo figuran datos de los meses de enero febrero y marzo, no obstante ambos porcentajes superan el número de plazas ocupadas en los meses de enero, febrero y marzo de los años 2008 y 2009. Por otro lado en el año 2012 se percibe una disminución importante en la ocupación de plazas, respecto del año 2008 y 2009, tanto en la temporada estival como en temporada baja. Dicho porcentaje comienza a incrementarse en los meses de verano del año 2013, no obstante estos valores no superan los datos registrados en el año 2008 y 2009. Es claramente visible que a pesar del incremento en la demanda la ocupación promedio anual no registra aumento.

A pesar de los esfuerzos de los inversores y con una demanda de turistas en constante aumento, estos establecimientos no llegan a la ocupación anual promedio suficiente para que sus

emprendimientos resulten rentables, le permitan recuperar la inversión realizada y le genere ganancias.

La marcada estacionalidad de la demanda del destino, sumada a la falta de diversificación de su oferta turística, **promueve que las empresas del sector turístico, principalmente los establecimientos hoteleros, operen con muy bajas tasas de rentabilidad y en algunos casos bajo pérdidas.** Lo cual se relaciona directamente con los niveles de ocupación que baraja la localidad de Junín de los Andes, cuyo promedio anual no supera el 40%.

Tabla N°10

Factor de ocupación promedio mensual en plazas y habitaciones

Periodo Año 2012 y 1° semestre año 2013

AÑO/MES	INDICADOR			
	FACTOR DE OCUPACIÓN		PERNOCTES	TURISTAS
	Plazas	Habitaciones		
AÑO 2012	21,25%^e	31,48%	91.814	25.627
Enero	44,37%	60,33%	17.606	3.827
Febrero	40,91%	54,45%	14.355	3.121
Marzo	16,22%	27,64%	6.084	1.521
Abril	22,56%	33,96%	8.189	2.730
Mayo	11,57%	18,50%	4.340	1.736
Junio	17,10% ^e	15,25% ^e	5.597 e	1.866 e
Julio	25,62%	35,10%	9.523	1.671
Agosto	8,18%	15,23%	2.919	512
Septiembre	10,55%	19,43%	3.643	1.214
Octubre	16,55%	25,44%	5.905	1.968
Noviembre	20,68%	30,90%	7.141	2.856
Diciembre	18,22%	29,52%	6.512	2.605
AÑO 2013	33,89%⁽¹⁾	45,32%⁽¹⁾	195.385⁽²⁾	17.133⁽²⁾
Enero	71,64%	88,17%	25.273	5.494
Febrero	54,62%	68,44%	17.404	3.784
Marzo	42,97%	56,40%	15.159	3.790
Abril	17,53%	27,79%	5.985	1.995
Mayo	9,03%	15,91%	3.180	1.272
Junio	7,26%	12,17%	2.396	799

FUENTE: Subsecretaría de Turismo de la Provincia del Neuquén.

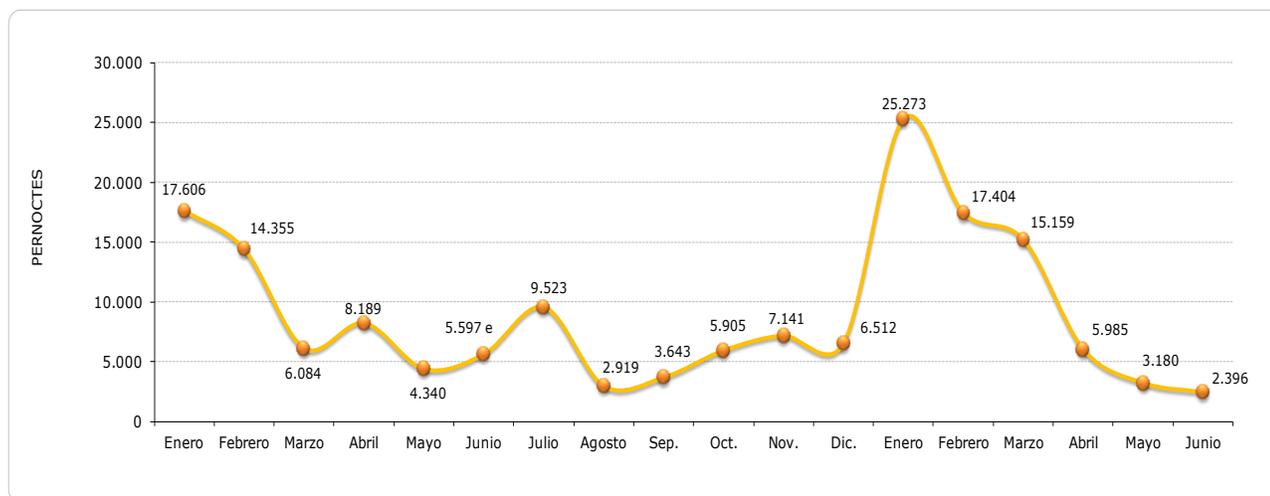
Según los datos estadísticos obtenidos de la página web de la Subsecretaría de Turismo de Neuquén, durante el año 2012, el centro turístico de Junín de los Andes registró un factor de ocupación anual en plazas de 21,25%. Si se consideran a los establecimientos habilitados formalmente¹ y aquellos informales² se puede estimar que este centro acumuló un total de 102.867 pernoctes, alcanzando los 28.773 turistas alojados.

En cuanto a los datos correspondientes al año 2013 solo se cuenta con un registro del primer semestre sumando un total de 33, 89% de plazas ocupadas. No obstante, como los datos faltantes corresponden a los meses de temporada baja y comparado con el año 2012, se estima que los valores no superarían el 40% de ocupación promedio anual.

Con este nivel de ocupación no se puede siquiera pensar en que los inversores recuperen la inversión realizada, es por esto que se habla de una baja competitividad de los destinos en general.

Gráfico N°8

Cantidad mensual de pernoctes registrados. Año 2012 y 1° semestre 2013



FUENTE: Subsecretaría de Turismo de la Provincia del Neuquén.

En el gráfico se registra que en los meses de verano correspondiente a la temporada estival valores de pernoctes elevados, de 17.605 para el mes de enero, 14.355 para febrero disminuyendo abruptamente en el mes de marzo con 6.084. La cantidad de pernoctes se incrementa levemente en abril ya que coincide con el fin de semana largo de semana santa y dado que la localidad es fuerte en el ámbito religioso.

La cantidad de pernoctes durante los meses de mayo y junio se mantienen relativamente bajos, observándose un incremento en el mes de julio que coincide con las vacaciones de invierno. Durante los meses subsiguientes, agosto, septiembre y octubre se mantiene con valores bajos rondando los 3000 pernoctes, para empezar a incrementarse en el mes de noviembre donde se inicia la temporada de pesca en el destino y donde Junín y específicamente el río Chimehuín es muy apreciado por pescadores de todo el mundo ya que es conocido como la capital nacional de la trucha.

Luego, comenzando el año 2013 y con él la temporada estival en el mes de diciembre comienza el arribo de turistas para en el mes de enero registrar 25.273 pernoctes, se continúa con pernoctes similares durante febrero.

Los datos revelan que el aumento en el número de plazas hoteleras es mayor que la cantidad de demanda que arriba al destino, lo que imposibilita que los establecimientos aumenten su nivel de ocupación y obliga a que compitan por la misma cuota del mercado de demanda, derivando en inconvenientes para generar rentabilidad, a causa del sobredimensionamiento de la oferta de alojamiento.

Mario Ortega dueño de un complejo de cabañas ejemplifica la situación claramente mediante su testimonio.

“...Yo tengo 8 cabañas, si bien la ubicación no es la mejor (estoy a cuatro cuadras de la ruta) cada año es peor, se alquila cada vez menos...”

“...Hemos llegado al punto de pensar en alquilarlas mensualmente porque no dan, si tuviera que vivir de esto no podría...”

A esto se suma el hecho de que en **general los inversores no tienen conocimiento y experiencia previa en el negocio turístico, y muy rara vez han realizado un estudio las de las**

condiciones del mercado y de la pre factibilidad comercial y técnica de la inversión, lo que luego se traduce en limitantes en la puesta en marcha y buen funcionamiento de los proyectos turísticos. Todo lo que deriva en que adopten una postura de supervivencia para sus empresas y no promuevan la competitividad del destino.

Asegura Daniel Masud dueño de un complejo de cabañas:

“...y si en gran parte que se hayan construido tantas cabañas y alojamientos me perjudica, son menos posibilidades que tengo de alquilar y hay mucha competencia...”

Se presenta la paradoja de que esta crisis se da en un escenario de aumento sostenido de la demanda, traducido en un aumento de la cantidad de visitantes y de la cantidad de pernóctes registrados, pero con un resultado que sigue exhibiendo una situación de disminución progresiva - y en el mejor de los casos estancamiento - de los porcentajes de ocupación de los establecimientos hoteleros y extra hoteleros, que incide en la caída en la rentabilidad de negocio turístico. (González, 2009)

Otro indicador que es claramente visible y da cuenta de la crisis que está atravesando la localidad es **la fragmentación de la tierra** en loteos en los últimos 15 años. Por un lado, surge como respuesta a la gran necesidad habitacional que existe en la zona por parte de los pobladores locales que en un gran porcentaje se encuentran alquilando y por otro lado busca suplir la necesidad de los migrantes por amenidad de constituirse en habitantes del destino, generalmente con mayores posibilidades de lograrlo.

Es así que puede evidenciarse la primera desmovilización que sufren los residentes de Junín, perdiendo la posibilidad de acceder a las mejores zonas para residir como la zona centro, o riberas de los ríos, sin muchas posibilidades de elegir debido a sus ingresos, se localizan lejos de estas zonas, ya sea mediante la adquisición de un lote, alquiler o bien formando parte de un loteo social.

Otro aspecto que incide en la crisis de rentabilidad del destino está asociado a la actividad laboral de residentes.

Junín ofrece limitadas posibilidades de formación terciaria y universitaria, actualmente se dictan solo 2 carreras. En la vecina localidad de San Martín, a 40 kilómetros, el abanico de

opciones se abre un poco más pero aun se ve restringido y limitado en el número de carreras disponibles. Estos aspectos condicionan abruptamente el desarrollo de un gran número de jóvenes que terminan sus estudios secundarios en Junín, ya que no cuentan con la posibilidad de ir en busca de un título que se encuentre acorde a su vocación.

Hay un gran porcentaje de jóvenes entre los 18 y 23 años que comienzan a estudiar estas carreras, y luego se produce la deserción y la búsqueda de empleo de tipo operativo, ya que las carreras no son muchas veces lo que estos jóvenes pretenden estudiar.

Doy fe, ya que curse mis estudios secundarios en un colegio con orientación en Turismo, y de mis 30 compañeros solo 7 han tenido la posibilidad de irse a estudiar a Buenos Aires, Córdoba o Neuquén, similar situación ocurrió con el otro curso, según datos proporcionados por Parra Marisol, ex alumna del CPEM N°7.

Asegura Marisol Parra:

“...Sin dudas Junín no te ofrece una carrera que tenga buena salida laboral, yo por ejemplo fui a estudiar a San Martín la carrera de Técnica Forestal, no porque me gustara sino porque no tenía posibilidades de viajar a otro lugar...” “... Lo mismo paso con la gran mayoría de mis compañeros terminaron la secundaria y agarraron un puesto en la muni o en alguna dependencia y fueron escalando, yo estude tres años y no tengo un laburo estable....”

De las tres escuelas secundarias presentes en la localidad, una de ellas posee orientación en servicios turísticos, y los que eligen dicha orientación, como es mi caso, generalmente deciden estudiar una carrera vinculada al turismo.

Laura Portuce cuenta su caso:

“...Me decidí por estudiar Licenciatura en Turismo en Neuquén pero era bastante larga y es caro mantenerse, por eso estudié Tecnicatura en Servicios Turísticos de duración más corta. Terminé de estudiar y volví a Junín busque trabajo en turismo durante dos años y finalmente encontré trabajo en un supermercado de cajera y ahora me encuentro contratada en el hospital de Junín como ayudante de cocina...”

Es dable destacar lo difícil que resulta la inserción laboral en el área en la se está

capacitado, y en la actividad turística parece que es aun mas difícil. No todo el personal que se encuentra trabajando en la secretaría de turismo está capacitado, son muy pocos.

Florencia Randasso estudiante de turismo en Neuquén cuenta su testimonio:

“...Terminé de cursar en Neuquén y me vine a Junin, aca tengo casa también entregue curriculum por todos lados aca y en San Martin, me sentía bastante mal estude tanto tiempo y no me llaman de ningún lado. Después de dos años abrió un restaurante y entre a trabajar ahí algunos días. Sin dudas no era lo que tenía en mente para mi vida, cuesta mucho la inserción laboral...”

Sin querer ser exhaustiva y como último caso presento el testimonio de Romina Viñuela Técnica en Turismo y Guía de Turismo:

“...Yo estude en Córdoba soy Técnica en Turismo y Guía de Turismo, busque trabajo durante años y finalmente a principios de 2014 me llamaron para informante del parque Vía Christi, cabe destacar que el sueldo era irrisorio y eran varias horas laborales...”

“...Es claro que no se valora los conocimientos adquiridos, acá donde trabajo gano lo mismo que gana un chico que terminó el secundario, o sea en otras palabras si no hubiese ido a estudiar de todos modos podría haber conseguido este trabajo...” “...considero que es una falta de respeto y un abuso, pero hasta tanto no tenga algo mejor seguiré trabajando acá...”

Me volvía a encontrar con Romina en la Secretaria de Turismo y me contó lo siguiente:

“...Ese día que me viste en la Secre fue el ultimo que trabajé, me echaron sin motivo aparente... yo creo que esto se hace así porque les conviene tener gente sin estudios trabajando porque los pueden manejar mejor...”

De este modo es posible visualizar la segunda desmovilización que sufren los residentes vinculado a la actividad laboral en el marco de la actividad turística. Por un lado los decisores a cargo de dependencias vinculadas a la actividad turística no tienen en cuenta a los profesionales egresados en la materia. Por otro lado migrantes por amenidad con un alto poder adquisitivo y títulos profesionales y experiencia previa son quienes obtienen los mejores puestos en el ámbito público.

También están los jóvenes que debido a sus escasas posibilidades de irse a estudiar se concentran desempeñando oficios muchas veces o trabajando en comercios o bien desarrollando trabajos operativos.

Sin lugar a dudas tanto Junín de los Andes como otros destinos del corredor de los lagos se encuentran atravesados por una crisis que abarca no solo la rentabilidad de las empresas del sector alojamiento sino que se extiende aun más, perjudicando muchos otros sectores.

Todo esto redundando en una precarización en cuanto a la visión que poseen los desarrolladores y actores a cargo de importantes decisiones del destino, extendiéndose y perjudicando directa o indirectamente a grandes sectores de la sociedad que dependen de estas decisiones acciones. Los turistas que año a año visitan el destino no escapan a este conflicto, ya que lamentablemente esta crisis es percibida por estos de modo que sus expectativas no están siendo satisfechas.

En los últimos años en el corredor de los lagos y específicamente en Junín de los Andes se ha visto un incremento en la afluencia turística y en la migración de amenidad. Los impactos ambientales derivados del proceso de ocupación y uso del suelo pueden caracterizarse en general como profundamente modificadores del ambiente y de baja reversibilidad.

Un claro ejemplo de esta problemática que amenaza la zona es el loteo Villa Huechulafquen emplazado, en la zona norte del lago Huechulafquen de jurisdicción nacional y continua en jurisdicción municipal de Junín de los Andes. Este loteo es el de mayor extensión del Parque, con una superficie de 80 has y una cantidad de 463 lotes. Los lotes en la jurisdicción municipal de Junín de los Andes son 3190 distribuidos en 175 manzanas, la costa del lago se ve afectada por el loteo en una extensión de 3 Km y a la costa del río Chimehuín en 7,5 Km. El 40 % de los lotes se encuentran vendidos y casi la mitad de ellos escriturados.

Se considera que la Villa Huechulafquen tiene capacidad para alojar a 20.000 habitantes y que no posee infraestructura de servicios básicos alguna, ni estudios realizados de cómo se suministrarán los mismos y que a pesar de ello, este territorio se está ocupando con edificaciones en forma paulatina y sostenida podemos evaluar la magnitud del impacto que este loteo significa en un futuro no muy lejano para el Parque Nacional Lanín. Dado que esta villa no solo es colindante al Parque sino que penetra en él.

Es dable destacar el caos jurídico en que se encuentra esta villa, hay lotes íntegramente en jurisdicción nacional, lotes íntegramente en jurisdicción municipal y lotes divididos por el límite de las jurisdicciones. En el año 1972 mediante la Resolución. N° 342, la Administración de Parques Nacionales intentó regularizar los lotes en su jurisdicción, pero hasta la actualidad el desarrollador no ha cumplimentado todos los requisitos solicitados en ese entonces. (Otero, Gallego, 2006)

Un aspecto recurrente en Junín es el tema de las jurisdicciones, ya que la localidad presenta esta peculiar característica que en oportunidades hace aún más difícil llevar a cabo tramites vinculados con la actividad turística puesto que una determinada actividad se encuentra atravesada por jurisdicción municipal, provincial o dentro de los límites del Parque Nacional Lanín o por todas ellas. A esto se suma el solapamiento jurisdiccional y la falta de articulación institucional entre los gobiernos locales (municipio y provincia) y nacionales (APN), dejando abierta una brecha en cuanto a los controles ambientales.

De este modo se percibe que el aumento en los loteos y la población no han sido acompañados por las obras de infraestructura necesarias, como desagües pluviales y cloacales. Los recientes loteos son desarrollos urbanos que están en general divorciados de la realidad geográfica y ambiental de la zona.

En los destinos analizados, se desencadena una fuerte presión por la ampliación de la oferta inmobiliaria y de actividades turísticas ante la falta de disponibilidad de espacio se traduce en la necesidad de abrir y poner en valor nuevos espacios para el uso residencial, tanto en áreas de dominio fiscal como privado en los parques nacionales. Rodeadas de montañas y áreas protegidas, estas villas simplemente no pueden continuar creciendo más dentro de sus límites. Sin embargo, y en respuesta a exigencias de nuevos migrantes y turistas, y alentado y presionado por agentes inmobiliarios, se han desarrollado en los últimos años loteos en áreas inestables, y el peligro de desafectación de tierras de parques nacionales para suplir la demanda de suelo urbanizable es una amenaza posible.

9. Conclusión y recomendaciones:

La migración no es un fenómeno nuevo, sino que ha estado ocurriendo desde el nacimiento de la historia de la humanidad. Lo nuevo es que hacia el final del segundo milenio cambió la motivación que origina la migración. En el pasado la gente se trasladaba principalmente en búsqueda de comida, o luego, por razones económicas. Ahora, se aprecia un movimiento significativo de personas a causa del deseo de alcanzar un estilo de vida particular, los migrantes buscan un entorno y una cultura diferente, asociada a las zonas rurales y, en particular, a las zonas rurales situadas en regiones costeras o de montaña.

Como se viene viendo a lo largo de la presente tesina hace ya algunos años se ha iniciado un proceso migratorio hacia destinos poco consolidados que poseen cualidades medioambientales y paisajísticas buscadas por los migrantes.

Según plantea Williams y Hall (2000) esta migración está motivada tanto por la producción como por el consumo **donde el primer término se refiere a los migrantes que se trasladaron a los efectos de involucrarse en algún tipo de trabajo o negocio, y el segundo, a quienes fueron motivados principalmente por consideraciones de estilo de vida.** Más tarde el abanico de motivaciones se abre mucho más, dándose así múltiples alternativas vinculadas a estos dos polos.

Este fenómeno migratorio es considerado por los agentes a cargo del desarrollo del destino como un aspecto claramente positivo. No obstante considero que en el rol que lleva a cabo el Estado municipal en la localidad de Junín de los Andes se evidencian algunas fallas que denotan en consecuencias negativas para el destino.

En principio considero necesario tomar el Plan Estratégico de Desarrollo Territorial y Turístico y en base a él tomar decisiones y acciones para el destino, ya que en él se asentaron las bases para un correcto desarrollo de la localidad. En sus inicios la estrategia de ocupación de la tierra se realizó en forma planificada, respetando el medio natural, el creciente nivel de loteos derivados del boom que sufre el sector turístico junto con un fuerte desarrollo inmobiliario, están causando impactos claramente visibles.

De ser considerados los principales lineamientos planteadas en el Plan Estratégico de Desarrollo Territorial y Turístico en la localidad, los problemas de infraestructura y servicios que se exigen y el consecuente aumento poblacional se darían de un modo más ordenado y controlado.

Sin lugar a dudas es el Estado municipal es quien debe proporcionar oportunidades iguales y buscar el beneficio para un desarrollo humano incluyente y equitativo.

Por otro lado el arribo constante de migrantes por amenidad que se aventuran en busca de esas amenidades en destinos de montaña con cualidades paisajísticas y medioambientales superiores a las grandes urbes, está en continuo aumento. Este aspecto es totalmente ignorado por el gobierno local, lo que complica aún más la situación, ya que al no tener conocimientos al respecto, desconocer las causas y las consecuencias que trae aparejado en la población residente, son pocas las acciones que se pueden realizar al respecto.

Además esta situación se complejiza aun más con la incapacidad que presenta el Estado municipal de implementar políticas que limiten o controlen el crecimiento poblacional en el destino. Pero como se ha mencionado en reiteradas ocasiones “todo crecimiento es considerado bueno para el destino”, se cree que mientras más migrantes e inversiones lleguen al destino mayor es su crecimiento y desarrollo.

Por otro lado, la presión que ejercen los desarrolladores inmobiliarios está latente en la localidad, buscando a través de la actividad turística vender el destino como un lugar tranquilo seguro y con calidad medio ambiental, ofreciendo las mejores localizaciones cercanas a algún atractivo, o cerca del centro lo cual genera un problema para el destino.

El asentamiento de nuevos habitantes en el destino ha iniciado un proceso de fragmentación de la tierra en loteos que ha llevado al destino a un grado complejo de urbanización, donde todas las tierras que circundan la ciudad están siendo vendidas.

Junín de los Andes aun tiene tierras disponibles para continuar en expansión, no obstante el creciente avance para la urbanización para la construcción de viviendas y proyectos turísticos está llegando a sus límites. Tal es así la localidad de seguir en esta dirección, corre el riesgo de ampliar la urbanización a zonas medioambientalmente frágiles localizadas en las cercanías del Parque Nacional Lanín y muchos otros sectores vulnerables.

Las inversiones en Junín de los Andes están sujetas en gran medida a los procesos de migración de amenidad, lo que proporciona la radicación de estas inversiones con una marcada tendencia y orientación al rubro alojamiento causando una serie de problemas en el destino. Por

acción u omisión los actores de gobierno local aceptan estas inversiones sabiendo que estas son incompatibles con las necesidades del destino.

Estas decisiones poco acertadas traen consecuencias al destino ya que los inversiones en líneas generales son foráneas, son emprendimientos familiares atendidos por sus dueños lo que implica que no genera empleo y de hacerlo es solo de tipo temporal por la marcada estacionalidad de la demanda turística. A su vez, en líneas generales, los emprendimientos no resultan rentables impidiendo el recupero de la inversión realizada por sus dueños y menos aun la obtención de ganancias que en muchos casos permita continuar trabajando.

Sin lugar a dudas resulta indispensable que el gobierno local se encuentre al tanto de que la localidad está atravesada por procesos de migración de amenidad que año a año se hacen más evidentes y fuertes. Solo así se podrán tomar cartas en el asunto quizá mediante políticas que controlen el crecimiento del destino en tanto habitantes que llegan como en cuanto a inversiones que se desarrollan.

Se considera además indispensable que las inversiones que desembarcan en el destino necesariamente sean reconocidas por miembros tanto del municipio, si estas son concernientes a industria u otros rubros y por personal de la Secretaria de Turismo si poseen características turísticas.

De este modo mediante una interiorización de la situación del destino mediante datos estadísticos recabados por personal del área de la Secretaria de Turismo, se conozcan las necesidades más urgentes que posee el destino y se pueda asesorar en función de las mismas a los inversores que arriban a la localidad.

De este modo debería existir dentro de las dependencias de Turismo un área especializada en atender a inversores y de que estos al llegar al destino necesariamente tengan que concurrir a esta área para asesorarse y juntos buscar un emprendimiento que resulte rentable para el inversor y que se adapte a los requerimientos del destino.

A su vez el personal de esta área específica estará capacitado para brindar asesoramiento en materia turística conociendo las potencialidades del destino y sus características, también se realizará un seguimiento y acompañamiento al inversor para que su emprendimiento pueda llegar

a término.

De este modo tanto personal del municipio como del área de turismo llevarán un registro que dé cuenta del número y tipo de inversiones que llegan al destino, estableciendo un número máximo de las mismas por año y por rubro para mantener el destino en movimiento pero controlado.

El gobierno municipal deberá definir políticas dirigidas principalmente al desarrollo de estrategias de gestión del crecimiento a escala local, con la participación de los agentes locales. De este modo el personal técnico de esta nueva área (de inversiones) tenga muy presente al residente y que los convoque y se les dé prioridad en el desarrollo de proyectos y emprendimientos, se los asesore y acompañe.

A su vez es necesario recordar que todos estos esfuerzos de parte de todos los actores involucrados en la actividad turística, buscan otorgarle satisfacción al turista que llega al destino con productos y servicios de calidad. De este modo tenemos un turista que se lleve una experiencia significativa y se constituya en cliente del destino.

Actualmente existe en el destino un sobredimensionamiento de la oferta en el rubro alojamiento, por lo cual todos los demás rubros están siendo descuidados. Todas las fallas que posea el destino serán percibidas por los turistas, con lo cual no se logrará la meta.

Pese a contar con las condiciones y gran número de potencialidades a nivel destino, este no posee ventajas competitivas que lo posicionen como un destino competitivo. Considero que Junín de los Andes cuenta con un gran número de potencialidades y aptitudes que de gestionarse de un modo correcto podría ubicarlo como un destino competitivo con claras ventajas expandiendo el abanico de actividades y servicios en el destino, concediendo trabajo genuino y colaborativo a los residentes.

También se requieren factores que den sustento y permitan acceder a estos atractivos, denominados **factores de soporte y recursos referidos a** la infraestructura, la accesibilidad, proveedores, agencias de viajes, transporte, hospedaje, restaurantes y otros servicios suministrados por las empresas.

Por otro lado esos procesos de migración de amenidad ocasionan desmovilizaciones en el destino, de diversa índole. Comienza a evidenciarse desarrollos geográficos desiguales, en líneas generales los migrantes son quienes se quedan con los mejores lugares para vivir, más cerca de la zona céntrica o riveras de los ríos. Mientras que los residentes son marginados, perdiendo las mejores oportunidades para vivir, alquilando una vivienda alejada de la zona céntrica o incluso viviendo en villas miserias o tomas.

El problema de la vivienda forma parte de la realidad del destino, por ello resulta necesario el estudio de aspectos fundamentales para aproximarse a los conflictos y dificultades en el acceso a la vivienda, que implica debatir la propiedad de la tierra (el uso del suelo), así como también analizar el desarrollo de los migrantes por amenidad.

El gobierno municipal es consciente de que el valor de las propiedades aumentan por varios efectos, a pesar del aumento progresivo de los salarios en los sectores medios de la población esos ingresos son insuficientes para poder adquirir una vivienda vía un crédito hipotecario. Además el alza del precio de las propiedades genera también una suba del valor de los alquileres, que restringe así la capacidad de ahorro para comprar una vivienda, y en otros casos deriva en la imposibilidad de pagarlos y obliga a realizar una mudanza a barrios periféricos.

La otra cara de esta realidad la constituyen los migrantes de amenidad que han optado por volcar sus capitales al ladrillo dada la poca atracción que le genera las bajas tasas de interés de depósitos en pesos en las instituciones bancarias y la desconfianza a estas luego de lo ocurrido en el año 2001. De este modo el mercado inmobiliario se convirtió entonces en un espacio de inversión de capitales con una elevada cuota de especulación.

Es aquí donde entra a jugar el rol de los desarrolladores inmobiliarios, quienes actúan de intermediarios entre los potenciales compradores y los dueños de lotes. Antiguamente el valor de la tierra se estimaba en base a la producción que en ella se podía realizar, actualmente su valor depende de la construcción que se realice y de su ubicación sumado a especulación.

Por ello se estima la necesaria intervención del Estado en este asunto mediante políticas que regulen el ordenamiento territorial, para preservar los recursos comunes y que estos loteos se lleven a cabo en lugares propicios.

Si algunos de estos aspectos se revirten, claro con una política de gerenciamiento

económico y social, sin dudas Junín de los Andes se enfilaría para convertirse en un destino competitivo capaz de generar empleo local, teniendo en cuenta a sus habitantes y el patrimonio natural que los rodea y brindando una oferta amplia de actividades y servicios para el disfrute del turista.

Bibliografía:

- Boullón, R. (1990). Los municipios turísticos. Mexico: trillas.
- González, R.; Otero, A.; Nakayama, L.; Marioni, S. (2009) “Las movilidades del turismo y las migraciones de amenidad: Problemáticas y contradicciones en el desarrollo de centros turísticos de montaña”. Revista Norte Grande. 44: 75-92.
- González, R. (2011) “Los procesos de migración de amenidad y la competitividad de destinos turísticos de montaña del Oeste Canadiense y de la Norpatagonia Argentina”, En: Estudios y Perspectivas en Turismo. Vol. 20 N. 5. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. Argentina.
- González, R; Perini, M; Sánchez, L; Mendieta, M. (inédito) “El rol del Estado en la Competitividad Sustentable en destinos turísticos con migración de amenidad de la Norpatagonia Argentina”, En:(Inédito) Simposio Internacional Gobernanza y cambios territoriales Pucón. CHILE Octubre 2011.
- Hurstel, S. “Caracterización de la expansión de desarrollos inmobiliarios de tipo residencial y turístico por sobre las áreas de montaña de alta fragilidad ambiental. Caso de estudio San Martín de los Andes”. CEPLADES TURISMO. Noviembre,2013
- Moos, L. “The amenity migrants. Seeking and sustaining mountains and their cultures. Trowbridge” .En González, R.; Otero, A.; Nakayama, L.; Marioni, S. (2009) “Las movilidades del turismo y las migraciones de amenidad: Problemáticas y contradicciones en el desarrollo de centros turísticos de montaña”. Revista Norte Grande. 44: 75-92.
- Nakayama, L. y Marioni, S. Migración por opción: el fenómeno migratorio en destinos turísticos de montaña. En González, R.; Otero, A.; Nakayama, L.; Marioni, S. (2009) “Las movilidades del turismo y las migraciones de amenidad: Problemáticas y contradicciones en el desarrollo de centros turísticos de montaña”. Revista Norte Grande. 44: 75-92.

- Krembs, E; Buamscha, Y, Dominguez, D; Impemba, M; Iwanoho, W; Hunco, C; Lazos, C. (2001) "Plan de desarrollo turístico de Junín de los Andes y Área de influencia".
- Otero, A. (2011). La dinámica territorial del turismo. En N. W. Villar, Desarrollo y gestión de destinos turísticos políticas y estrategias (págs. 84-85). Quilmes: Bernal.
- Sánchez, L.; González, R. (2011) "Destinos turísticos de montaña con migración de amenidad: Implicancias en el desarrollo turístico local. Caso: Caviahue, Provincia de Neuquén, Argentina", En: Estudios y Perspectivas en Turismo. Vol. 20 N. 2. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. Pp.208-306.
- Villar, A. (2007). Políticas municipales para el desarrollo económico social revisando el desarrollo local. Buenos Aires: Ciccus.

11. ANEXOS

Entrevistas a informantes clave:

Buenos días/tardes. Soy alumna de la Facultad de Turismo, de la Universidad Nacional del Comahue, y estoy realizando mi tesis referida a las personas que migraron de su residencia habitual hacia destinos que antes visitaron, conocer sus motivaciones y su desempeño en el destino. La tesis se titula **“Migración de amenidad en Destinos de montaña con Migración de Amenidad. Caso de estudio Junín de los Andes.”** Quisiera hacerles algunas preguntas

RESIDENTES ANTIGUOS POBLADORES

[REDACTED] (Enfermera)

1. ¿Es nacido/a en Junín de los andes?

Si soy nacida en Junín.

2. ¿A qué se dedica?

Bueno actualmente estoy contratada en el hospital de Junín como enfermera.

3. ¿Considera que Junín de los Andes es un destino turístico?

No la verdad no, falta cambiar muchas cosas par que este pueblo tenga la capacidad de albergar al turista, sobretodo pienso que un cambio de mentalidad en el pueblo en general, la gente es muy cerrada y las instituciones demasiado burócratas que impiden que la localidad ofrezca cosas para los turistas. Por ejemplo en la costanera que es tan linda que dejen a la gente vender cosas, panchos o algo. Pero es un lio poder surgir aca en Junín no te permiten trabajar.

4. ¿Cree que en los últimos diez años Junín de los Andes ha tenido un crecimiento poblacional importante?¿ A que cree que se deba?

Si lo creo, es impresionante como creció Junín, yo hace 27 años que vivo en Junín, y te puedo decir con certeza que antes no había nada, hay muchos barrios nuevos por ejemplo el loteo santa julia ese donde vivís vos es medio nuevo, después ese que esta pegadito al

tuyo ¿como se llama? Los Lupines si en menos de un año se lleno de casas, el hípico el barrio jardines no es sin duda increíble cómo llega gente de otros lados a Junín.

5. ¿Considera positivo o negativo el arribo constante de personas a Junín? ¿Por qué?

Mmmm la verdad no sé, este que se yo creo que es bueno a mi no me dificulta en nada, por ahí si veo en mi profesión que la gente que llega de afuera tiene las puertas mas abiertas que nosotros que somos de acá y estudiamos acá, eso si me parece injusto, tengo muchas compañeras de la carrera que están sin trabaja y gente de afuera llega y consigue trabajo enseguida. Después de eso no me molesta que vengan.

6. ¿Considera que los residentes que siempre han vivido en Junín, se ven desplazas con la llegada de nuevos habitantes a la localidad?

Bueno es como lo que te decía recién, en el tema laboral y si, a pesar de que muchos de los residentes tenemos nuestra profesión se complica y es difícil entrar a trabajar, yo creo que deberíamos tener una prioridad en ese sentido porque somos de acá viste.

7. ¿Qué opina de acuerdo al rol que desempeña el gobierno municipal en cuanto a la actividad turística?

Este mirá a mi no me gusta como se está trabajando esta gestión, no veo que se haga nada para el pueblo es si, ni las calles arreglan, creo que antes que apuntar al turismo tenemos que trabajar nosotros en el pueblo para que se vea lindo para cuando venga el turista, y nosotros estar cómodos y contentos poder recibir bien al turista.

8. ¿Según su opinión cuales son las principales problemáticas que ve en la localidad?

Bueno en general los problemas que tenemos son el tema de las viviendas es re importante, no hay alquileres o hay mucha gente no se pero ese es un problema, las

mismas familias se van ampliando y también llega gente de otros lugares y si no vienen con un dinero es difícil.

Eso por un lado después, como te decía no hay mejoras en las plazas en los barrios está todo muy vendido a bajo las calles todo esta deteriorado y bue el tema de la inseguridad también se siente he!!

9. ¿Recuerda alguna/s acciones concretas que se han llevado a cabo en la localidad en ultimo año que han sido favorables para el destino?

De parte del gobierno... mmmmm dejame pensar!! No la verdad que no, se escucha decir que van a asfaltar 33 calles del pueblo pero hasta ahora no pasa nada, creo que eso es lo más positivo que recuerdo pero que no pasa todavía.

10. ¿Considera que los residentes son tenidos en cuenta por el gobierno local y se les proporciona la posibilidad de poder desarrollarse en el destino?

No, creo que no se brindan posibilidades de trabajo, son todos acomodados de los familiares de ellos, debería darnos la posibilidad a los que estamos capacitados, pero no miran el curriculum viste, lo que cuenta es otra cosa.

[Redacted Name] (Profe de Taekwondo)

1. ¿Es nacido/a en Junín de los andes?

Si naci acá

2. ¿A qué se dedica?

Bueno ahora estoy dando clases de Taekwondo en un gimnasio para chicos pequeños y trabajo con mi viejo en el almacén también.

3. ¿Considera que Junín de los Andes es un destino turístico?

Bueno como vos sabes soy guía de turismo y si creo que Junín es un destino turístico y no un lugar de paso como muchos dicen, tiene atractivos de jerarquía que movilizan gente por ejemplo al lago Huechulafquen, vos sabes la cantidad de gente que va por día es increíble. Ahora que son se sepan manejar los recursos que tiene Junín es otra cosa por ejemplo lo que pasa en Curruhé que tenemos hermosas termas y está en estado de abandono. Creo que Junín tiene todo lo natural que lo acompaña personas capacitadas también, pero faltan tomar buenas decisiones de parte de los gestores.

Fijate San Martin todos los días trae tres combis cargadas de turistas a visitar nuestros atractivos jajaj es increíble, porque es eso porque tenemos mejores lugares y mejores atractivos que ellos.

4. ¿Cree que en los últimos diez años Junín de los Andes ha tenido un crecimiento poblacional importante? ¿A que cree que se deba?

Si ni hablar, se nota que creció, en cantidad de gente nueva que hay y también en construcciones en los nuevos barrios.

5. ¿Considera positivo o negativo el arribo constante de personas a Junín? ¿Por qué?

No me influye en nada, creo que es bueno para el pueblo, y más si vienen con puestos de trabajo.

6. ¿Considera que los residentes que siempre han vivido en Junín, se ven desplazados con la llegada de nuevos habitantes a la localidad?

No creo que sean desplazados, pero muchas veces ocurre que los que llegan de otros lugares están más capacitados y con experiencia y eso hace que los residentes pierdan lugares si seguro, es cuestión de superarse.

7. ¿Qué opina de acuerdo al rol que desempeña el gobierno municipal en cuanto a la actividad turística?

Es deficiente a mi gusto, no veo avances en el pueblo, lo que si vi este año fue más turistas en el pueblo pero creo que tiene que ver con el cepo al dólar y todo eso que hace que la gente no salga del país.

8. ¿Según su opinión cuales son las principales problemáticas que ve en la localidad?

Bueno que no hay trabajo para los residentes, es que Junín es todo publico si no sos maestro, o estás en la muni o en el juzgado o en la policía no tenes de que trabajar. Esta complicado. Eso creo que es lo principal.

9. ¿Recuerda alguna/s acciones concretas que se han llevado a cabo en la localidad en ultimo año que han sido favorables para el destino?

NS/ NC

10. ¿Considera que los residentes son tenidos en cuenta por el gobierno local y se les proporciona la posibilidad de poder desarrollarse en el destino?

No como quisiéramos, creo que no se les da participación en nada, hasta con el tema del agua que hay problemas porque unos pagan otros no, el intendente cita y luego no va, eso me parece una falta de respeto.

[Redacted Name] (Empleada doméstica)

1. ¿Es nacido/a en Junín de los andes?

Si hace 26 años.

2. ¿A qué se dedica?

Actualmente soy empleada doméstica.

3. ¿Considera que Junín de los Andes es un destino turístico?

Si tiene muchas cosas lindas para mostrar.

4. ¿Cree que en los últimos diez años Junín de los Andes ha tenido un crecimiento poblacional importante? ¿A qué cree que se deba?

Si. Creo que se debe a lo que brinda el lugar, tranquilidad, paisaje, etc

5. ¿Considera positivo o negativo el arribo constante de personas a Junín? ¿Por qué?

Lo considero positivo ya que más arribo de personas significa más fuente de trabajo para los sectores de Junín y en algunos casos mayor inversión.

6. ¿Considera que los residentes que siempre han vivido en Junín, se ven desplazados con la llegada de nuevos habitantes a la localidad?

No para nada.

7. ¿Qué opina de acuerdo al rol que desempeña el gobierno municipal en cuanto a la actividad turística?

A pesar de que lo tratan de remontar es muy malo ya que los principales atractivos de la ciudad no son explotados correctamente.

8. ¿Según su opinión cuales son las principales problemáticas que ve en la localidad?

Bueno la falta de trabajo, hay muchas personas que depende del municipio. Ineficiencia en los roles laborales en cuanto al municipio. Trabas para inversión de empresas externas en la localidad

9. ¿Recuerda alguna/s acciones concretas que se han llevado a cabo en la localidad en ultimo año que han sido favorables para el destino?

Si la fiesta de la trucha creo que es interesante y atrae turistas.

10. ¿Considera que los residentes son tenidos en cuenta por el gobierno local y se les proporciona la posibilidad de poder desarrollarse en el destino?

No de ningún modo y bajo ningún aspecto, acá cada uno se la rebusca como puede, yo soy Técnica Forestal y estoy trabajando como empleada doméstica

RESIDENTES MIGRANTES

Historia de vida de [REDACTED] residente permanente de Villa Huechulafquen

Hola como están, cuéntenme un poco como fue que llegaron a Junín y porque están

viviendo en el loteo Villa Huechulafquen

Nosotros somos nacidos en Córdoba pero trabajamos muchos años en Italia y debido a que un amigo de la familia nos comentó sobre el loteo de Villa Huechulafquen, luego de ponernos en contacto con una inmobiliaria de Buenos Aires que los comercializaba, decidimos visitar Junín de los Andes. Una vez en Junín nos decidimos a comprar dos lotes uno en el pueblo y otro en la Villa, nos encantó es muy prístino y la gente es muy amable.

Nosotros venimos de Italia en busca de un lugar tranquilo, en buenos aires nos vendieron el loteo con todos los servicios, con veredas espacios verdes hasta helipuerto tenía, pero cuando llegamos no había nada de eso.

Vivimos en Junín dos años en un departamento mientras construimos la casa en el lago, hoy vivimos frente al lago Huechulafquen, nos gusta la tranquilidad y estar alejados del bullicio de la ciudad, tenemos un bosque de araucarias, bajo al lago a pescar cuando quiero, estamos como queremos y donde queremos. No te das una idea lo que disfrutamos esta vista, cada día tenés un paisaje distinto, vemos ciervos y chanchos, es un verdadero paraíso

Acá en el lago hace cuatro años que estamos, vivimos tranquilos ahora en verano no te das una idea lo que es esto, vemos pasar tantos turistas en autos que se nos ocurrió hacer una cabaña para tener unos pesos más, todavía no está terminada, las habilitaciones demoran un montón, pero estamos en eso.

La vida nos cambió por completo, si bien no tenemos servicios aun, yo hice un molino que me genera electricidad y agua y nos arreglamos, también tenemos suficiente leña para pasar el invierno y una pequeña huerta que nos abastece.

Historia de vida de Carlos [redacted] residente temporal de Villa Huechulafquen

Mirá la cosa fue así, mi viejo hace varios años ya en Buenos Aires se enteró de que vendían terrenos, los subastaban y ya que estaba compro tres lotes en el año 70 fue. Eso si te los ofrecían con todos los servicios, canchas de tenis, espacios verdes, veredas hasta aeropuerto tenia, nos fuimos a buscar madera a Misiones en un camión armamos la casa en buenos aires la

cargamos y nos vinimos para Junín.

Cuando llegamos ni camino había, nos volvimos al pueblo porque se nos enterró el camión, habíamos decidido volvernos a Buenos Aires cuando y ahí fue que nos encontramos con un Roca Jalil que tenía un corralón creo, él fue quien nos convenció de quedarnos y bue volvimos al lugar cuando vimos la ubicación de los lotes nos quedamos sin palabras, nos emocionó, tener un terreno frente al lago, con vista al volcán y encima un bosque de araucarias en el perímetro, era de no creer simplemente impresionante.

Mi viejo lamentablemente ya no está entre nosotros, falleció hace un par de años yo vengo en invierno y en verano a la cabaña me encanta el lugar, a veces venimos con nuestros hijos y nietos y la pasamos re bien. Te digo que menos mal que nos encontramos con Roca Jalil por que este lugar es hermosísimo.

Tengo otros dos terrenos que me gustaría conservar a modo de inversión, a mi me gustaría venirme a vivir acá pero el trabajo lo tengo en Buenos Aires y a mi señora no le gusta nada la idea jaja, ya veremos.

ORGANISMO PÚBLICOS MUNICIPALES

Intendente de Junín de los Andes:

[REDACTED]

- 1. ¿Le parece que Junín de los Andes se perfila como destino turístico?**

Sin dudas que si, Junín tiene mucho por ofrecer, turismo de naturaleza, religioso, cultural, vinculado a las comunidades mapuches. Se ha trabajado conjuntamente con Popy Buamsha para hacer que Junín logre ser conocido y reconocido por el turista.

2. ¿El gobierno municipal promueve inversiones privadas en Junín de los Andes?

Si mediante entes como Centro Pyme Adeneu (Agencia de Desarrollo Económico del Neuquén), IADEP (Instituto Autárquico de Desarrollo Productivo), SEPYME (Secretaria de Pyme y Desarrollo Regional), ellos se encargan de lanzar créditos para turismo como para otras cosas industria y demás.

Estamos atentos para abrir las puertas a los que lleguen al destino y puedan desarrollar las ideas que traen en mente, creo que eso es algo bueno para Junín porque nos falta crecer mucho todavía y nuevos proyectos o emprendimientos son bienvenidos además siempre generan fuente de trabajo para nuestros residentes.

Con el paso del tiempo hemos ido creciendo sin duda un ejemplo contundente es la cantidad de plazas que tiene Junín, ha crecido mucho en los últimos años.

3. ¿Considera que estas nuevas inversiones fomentan la llegada de nuevos migrantes al destino?

Calculo que si, el inversor que viene a Junín viene a quedarse y con el arrastra a su familia, igual creo que es bueno esto porque Junín necesita inversión crecer más en todos sus ámbitos.

Nosotros junto con Popy (Secretaria de Turismo) nos mantenemos abiertos a esta gente que viene a depositar su capital y confianza en el pueblo, claro que si.

4. ¿Cuenta con fondos públicos para financiar inversiones privadas?

Si como mencioné anteriormente hay líneas de crédito de diferentes entes que buscan ayudar a emprendedores a desarrollar sus actividades en Junín, brindar asesoramiento y todo lo demás.

5. ¿Se realiza alguna evaluación de viabilidad para financiar aquellos proyectos que el destino necesita?

Mmm no por ahora no, cualquier proyecto puede ser creado, no sé en Turismo te digo la verdad estoy un poco desenchufado en ese tema, pero creería que si che que contamos con personas capacitadas para eso.

6. ¿Se lanzan líneas de crédito con algún fin específico, para pymes, proyectos turísticos etc.?

Si cada tanto estos entes que te mencioné largan líneas de financiamiento para un proyecto específico o innovador, pero estoy bastante al margen de eso, no sabría decirte como es la cosa.

7. ¿Están al tanto de la repercusión de los mismos en el destino?

No es medio imposible saber porque al ser varios se complica viste, igual en lo que es turístico se encarga la Secre, ellos están en el tema, pero igual se ven avancen en Junín notas que se ha crecido un montón en lo que son alojamientos.

8. ¿Considera que hay un sector privado consolidado en materia de turismo?

Este creo que sí, son varias empresas que se dedican al turismo, hay restaurantes, resto bar, varios lugares para comer, se han abierto varias agencias de viaje últimamente, todo esto da la pauta de que Junín está en pleno crecimiento.

9. ¿El sector público y el sector privado están trabajando en conjunto?

Mirá ese tema cuesta bastante, nosotros por nuestra parte convocamos desde la Secretaría de Turismo a diferentes reuniones, por ejemplo para viajar a las diferentes ferias y promocionar el destino pero no hay interés de parte de los particulares. Seguimos intentando pero es difícil.

Además hay que tener en cuenta que estos particulares no tienen gran interés muchas

veces porque como vos sabrás bien el 85% del empleo en la localidad es público, entonces al tener tu sueldo todos los meses, la empresa queda como algo más que suma nomas

10. ¿El estado municipal está al tanto del tipo de inversiones que se llevan a cabo en la localidad?

No, actualmente no contamos con un área y personal que se encargue de esa parte o sea simplemente si hay una inversión en turismo o vinculada a la actividad turística se encarga la Secretaría de Turismo..

11. ¿En cuanto a los residentes considera que tienen una participación activa dentro de la actividad turística?

Mirá los residentes no, desde mi punto de vista no ven al turismo como eso que les puede dar un ingreso, en líneas generales yo creo que no hay emprendedores que se interesen en el tema. Además ni ellos mismos ven a Junín como un destino turístico.

12. ¿Se les da prioridad a los residentes que desean invertir en el destino por sobre los inversores foráneos? ¿Tienen algún acompañamiento?

La verdad no estoy muy al tanto, pero estimo que si se les da prioridad siempre y cuando cuenten con los medios para desarrollar su proyecto, sino es más difícil pedir un crédito y demás lleva su tiempo.

Secretaria de Turismo Y 

1. ¿Considera que el perfil de Junín de los Andes es Turístico?

Si, Junín es un centro turístico con un producto muy desarrollado que es la pesca deportiva que fue lo que lo ha ido posicionando en el último tiempo, ah diversificado su

oferta y muchos de estos productos están en la etapa de desarrollo, pero si somos un destino turístico

2. Consideras que la localidad de Junín cuenta con las condiciones naturales e infraestructura para atraer turistas?

Si hay una oferta variada en los que es alojamiento de diferentes tipos y categorías también tiene servicios de gastronomía diversos y bueno también hay una oferta de actividades importante que se está desarrollando de a poquito, como rafting trekking etc. Es decir hay una oferta variada desde lo natural y va creciendo. Por ejemplo esta temporada nosotros estamos habilitando cinco establecimientos nuevos de alojamiento y se habilitaros 3 establecimientos gastronómicos, y de alguna manera se está intentando alargar los meses de temporada alta.

3. ¿Consideras que estos establecimientos en el rubro alojamiento son rentables?

Mirá nosotros por un lado tenemos una necesidad de ir diversificando y ampliando la oferta de alojamiento y de hecho se está dando, lo que pasa es que tenemos muy concentrada la demanda en la temporada de pesca deportiva y principalmente los meses de verano. Entonces la rentabilidad se da, pero cuesta sostener el resto del año, por eso se está evaluando la posibilidad de tener actividades de invierno para que la gente venga a quedarse. También se está trabando con el turismo religioso tratando de alargar la temporada. Pero todavía estamos en camino

4. ¿Considera que Junín de los Andes cuenta con una oferta turística diversificada?

Idem 2.

5. ¿En qué aspectos considera que se está fallando?

En lo que es el verano la oferta está bastante desarrollada, o sea si alguien requiere algún servicio relacionado con la pesca, el servicio está desarrollado y es excelente, en cuanto a excursiones no tenemos excursiones propias, son muy pocas. O sea en verano la gente

hace base en varios lugares y se mueve a los diferentes lagos y ríos, creo que no hace falta pero si para el resto del año, cuando no es verano hacen falta otras opciones recreativas principalmente.

6. ¿Cuales son aquellas cosas que el turista percibe que son necesarias en el destino?

El turista que viene y se queda acá, poco te plantea estas cosas porque ya conoce el destino y sabe como es, ahora cuando alguien necesita algo mas movido va a otro lado. EL turista que elije este destino en general lo que hace a oferta de actividades en alta temporada no tenemos planteo, si nos pasa en los meses de abril mayo que no tenemos más actividades.

7. ¿Algunas políticas o acciones del gobierno local que apoyan o dan sustento a la actividad turística?

Bueno haber, una de las cosas sobre la que se está trabajando es esto que te comentaba de hacer un producto de invierno para acortar la estacionalidad. Hemos hecho mucho hincapié en los eventos lo venimos trabajando desde las distintas áreas no solo desde turismo lo traba cultura, deportes.

Mira el área sobre la que se está trabajando firmemente, fijando objetivos y concentrando esfuerzos es **el rubro alojamiento** debido al constante aumento que ha tenido este rubro en los últimos años. Es así que se creó en el mes de octubre del año 2013 el área de inspecciones y control, en el ámbito de la Secretaria Municipal de turismo mediante la firma de un acuerdo de distribución de facultades entre el municipio de Junín y la Subsecretaria de Turismo de la provincia de Neuquén. El área está a cargo del agente José Figueroa.

De este modo vamos a tener muchos más establecimientos habilitados y en condiciones, porque cuando llegamos la oferta estaba a la deriva habían algunos en regla y muchos que ofrecen servicios al turista funcionando sin ningún tipo de regulación ni inscripción ni habilitación.

También estamos trabajando con lo que es la promoción del destino, creamos dentro de la

Secretaría el área de Prensa y Difusión y estamos trabajando con una empresa de comunicaciones que nos va asesorando.

8. ¿Por qué cree que cada vez hay más turistas que vuelven a Junín a vivir?

Creo que es una sensación que se genera en toda la región, la gente cuando llega a nuestros lugares, el verano muestra la naturaleza en todo su esplendor se queda enamorado de este lugar obviamente para desarrollar su vida. Creo que ese es el principal motivador, venir a un lugar donde no hay demasiado desarrollo inversión donde hay seguridad, donde estas en contacto con la naturaleza. Ahora no es lo mismo venir de vacaciones que venir con un negocio, y no sabes si el negocio te va a funcionar.

9. ¿Consideras que el arribo de migrantes puede acarrear consecuencias negativas para el destino?

Haber hay como dos instancias, consecuencias negativas no, tenemos por un lado con la decisión de instalarse con un proyecto con un aporte económico para llevarlo adelante ese por supuesto que suma y aporta al desarrollo, por otro lado está el que se viene sin saber que hacer se complica, a veces tiene la suerte de que por su profesión u oficio salir adelante y otras veces no. Problemático es cuando se da una situación de desempleo, pero en este sentido creo que mucho no se da. El que viene generalmente viene con algún proyecto y el que no que viene probando bueno prueba si el lugar sino se va.

10. En cuanto a la participación del residente, ¿consideras que se involucra con esta de un modo activo?

Está como ahí digamos, o sea el que está vinculado directamente a una actividad turística ya sea que tenga un restaurante, o algo por el estilo esta activo, el resto de la comunidad no mucho, falta mucho, no ven los beneficios que puede traer el turismo que se reparten a todos los ciudadanos.

Un poco se pretende que el área técnica con el tiempo esté en condiciones de asesorar al

inversor, pero hoy por hoy nosotros no tenemos datos estadísticos respecto a la cantidad de servicios turísticos ofrecidos en la localidad, se está trabajando en el tema y actualmente no se está brindando ningún tipo de asesoramiento a inversores, ya que por ahora no contamos con suficiente personal, ni personal calificado para hacerlo.

Tenemos estadísticas de los loamientos turísticas y de la ocupación pero no de todo, nos falta mucho no tenemos regularidad en las encuestas que nos permita saber qué es lo que está faltando, es por lo que uno va viendo.

Después el tema de las jurisdicciones es complicado estamos atravesados por varias.

EMPRESAS INMOBILIARIAS

Inmobiliaria TierraMia (Entrevista [REDACTED])

1. ¿Cuál es la función de la inmobiliaria?

Bueno básicamente poner a disposición de posibles compradores casas, departamentos, lotes, terrenos. También se alquilan inmuebles tanto para vivienda como para comercio. También hacemos tasaciones y asesoramos a inversores.

2. ¿Cuál es su área de influencia?

Bueno mirá por ahora es Junín de los Andes también tenemos propiedades en San Martín de los Andes, Neuquén y en España, pero día a día nos expandimos más.

3. ¿Desde que comenzaron a trabajar quienes realizaron mayor número de consultas, residentes o gente de otros lugares?

La mayor cantidad de consultas las hicieron personas de otros lugares principalmente Buenos Aires y Córdoba.

4. ¿Las consultas se realizan a través de la página de la inmobiliaria o personalmente?

Y un poco y un poco, pero creo que es más gente la que consulta personalmente, vienen en muchos casos exclusivamente a ver casas o lotes donde comprar, están muy interesados.

5. ¿Cuál es el principal interés de la gente?

Y es relativo, depende en muchos casos tenemos matrimonios jubilados que buscan comprar una casa en el centro, o están los que quieren estar lo más alejado posible de la urbanización y les ofrecemos Huechulafquen.

También tenemos casos en que vienen familias con hijos pequeños que buscan estar en zona centro, cerca de las escuelas en un barrio tranquilo y seguro, es depende de la necesidad de cada cliente, es bastante variado. Hay algo que tienen en común todos los que vienen generalmente son de ciudades grandes y recalcan el tema de la tranquilidad y seguridad por sobre otras cosas.

6. ¿Qué es lo más solicitado, ventas de casas, alquileres, lotes?

En principio lo que más se busca es alquileres permanentes, notamos que cada vez hay más gente que llega a Junín parece que los alquileres nunca alcanzan, apenas publicamos en la pagina se alquiló, es notable la necesidad de vivienda en Junín. En segundo lugar lo que más se vende son casas seguidito de lotes.

7. ¿En cuanto a los loteos que valores tienen, cuales son los más caros y cuales los más accesibles?

Bueno mirá entre los valores más altos tenes los lotes del hípico y Villa Huechulafquen, de todos modos depende de la ubicación porque por ejemplo en Villa Huechulafquen los lotes que están más lejos del lago son más económicos.

También los lotes que se encuentran en barrios residenciales son bastante caros, por ejemplo en el Barrio Santa Julia tenes varios terrenos chiquitos de 300 metros cuadrados a razón de 350.000 pesos, después la zona centro es cara también y hacia la periferia disminuye un poco el valor.

Cabe aclarar que las otras dos Inmobiliarias no se mostraron dispuestas a colaborar con la entrevista luego de ser visitadas en reiteradas ocasiones, ni siquiera vía mail.

EMPRESARIOS TURÍSTICOS MIGRANTES

[REDACTED] dueños de las cabañas Imel Antu

1. ¿Cuál era su lugar de residencia previo a Junín de los Andes?

Nosotros vivíamos en Cutral Có.

2. ¿Por qué eligió Junín de los Andes para residir?

Elegimos Junín porque solíamos frecuentarlo bastante de pasada a Chile y también mi hermano vive acá. Nos gustó siempre Junín es un pueblo todavía. En aquel tiempo estaban baratos los terrenos así que invertimos en comprar cuatro terrenos contiguos.

3. ¿Cuáles fueron los principales motivos que lo llevaron a trasladarse?

Bueno mirá yo en Cutral Co me dedicaba al comercio, pero se vive mucha inseguridad, en el año 2001 con el tema de los saqueos sufrimos varios destrozos, esa fue la gota que colmo el vaso y dijimos con mi señora basta. Teníamos una plata ahorrada y en vez de invertir en el negocio la pusimos en Junín. Nos vinimos por la inseguridad y decidimos hacer ocho cabañas para alquilar, la idea se basó en que teníamos 4 terrenos grandes contiguos y dijimos porque no?

Ya no se podía vivir allá era terrible la inseguridad y eso lo vez más cuando sos comerciante, a lo último teníamos que atender a puerta cerrada, no se veía la situación y tenemos hijos chicos.

4. ¿Que lo llevo a invertir en el rubro hotelero?

Vine de Cutral Co por la inseguridad, ya tenía una cabaña pero como había comprado 4 terrenos juntos y tenía un dinero dije invierto en cabañas mejor, antes que ponerle plata a mi negocio y seguir padeciendo inseguridad.

5. ¿Hace cuanto tiempo que su emprendimiento está en marcha?

Hace 8 años que estamos en Junín y hace 7 que las terminamos

6. ¿Recibió asesoramiento antes de llevarlo a cabo?

No nos asesoramos no pusimos la plata donde nos pareció... Además viste que lo inmobiliario es lo más seguro hoy por hoy.

7. ¿Considera que su decisión fue acertada, me refiero a si su emprendimiento es rentable?

Y mira.... Hoy creo que no, Yo tengo 8 cabañas, si bien la ubicación no es la mejor (estoy a cuatro cuadras de la ruta) cada año es peor, se alquila cada vez menos. No es buena la ubicación que tengo estoy a 4 cuadras de la ruta y además los alquileres diarios que hay antes de las cabañas no dejan llegar a los turistas la mayoría de las veces. Hemos llegado al punto de pensar en alquilarlas mensualmente porque no dan, si tuviera que vivir de esto no podría.

Cuesta caro mantenerlas todo el año cuando se alquila tan poco, y aunque no se alquilen hay que pagar la licencia comercial, mono tributo, direc tv, son muchos gastos y la verdad no deja. Si tuviera que vivir de eso no vivo ni a palos

8. ¿Actualmente si tuviera que volver a invertir invertiría en el mismo rubro?

No, invertiría en otra cosa porque ya conozco como es el tema y sé que no deja ganancias, y para recuperar lo invertido son muchos años. Además el año que viene se van mis hijas a estudiar porque ellas nos ayudan con la limpieza viste? Y no sé qué vamos a hacer con mi señora no podemos hacer todo.

9. ¿Cuál es el porcentaje de ocupación promedio anual?

Y el porcentaje es más o menos el 30 % si es bastante poco.. Que va a ser no?

10. ¿Forma parte de alguna organización asociación? Por ejemplo asociación de hoteleros

No, no formo parte me parece una pérdida total de tiempo porque acá son todos unos avivados y todo los monopólicos están en la cámara de comercio y no te dejan hacer nada... Sinceramente no es de mi interés cada uno que haga como puede para alquilar.

11. ¿Qué acción reciente del Estado municipal considera que le favorece en su emprendimiento?

La verdad esta gestión deja muchos que decir, ni una calle arreglada tenemos, la máquina de todos los años que vivo si abra pasado 2 veces es mucho, vos debes haber visto por tu calle tampoco pasa...la verdad no creo que haya alguna acción que me favorezca.

12. Para concretar su emprendimiento, ¿necesito la ayuda de un crédito?

No necesité no, nunca fui a pedir créditos siempre me maneje con mi capital

13. ¿Contrata personal para tareas de limpieza y demás? ¿En temporada alta o durante todo el año?

No la verdad que no se puede, las cabañas no dejan suficiente para pagar a alguien, además es tanto lo que se les paga alrededor de doce mil pesos no de ninguna manera, si se van mis hijas que son las que nos ayudan estamos pensando seriamente en alquilar las cabañas mensualmente, igual no me gusta la idea porque la gentes es muy sucia siempre tiene demasiadas cosas y se ve feo... vamos a ver qué podemos hacer

[Redacted Name] dueña del Apart Hotel Michay

1. ¿Cuál era su lugar de residencia previo a Junín de los Andes?

Yo nací en Ingeniero Jacovaci provincia de Río Negro, hace 32 años que vivo en Junín

2. ¿Por qué eligió Junín de los Andes para residir?

Yo no lo elegí mis padres se trasladaron a Junín por motivos de trabajo, yo tenía 10 años cuando nos vinimos a vivir a Junín. De todos modos no lo cambio por nada me apegue al lugar prácticamente crecí acá y para mi es mi lugar mi casa.

3. ¿Cuáles fueron los principales motivos que lo llevaron a trasladarse?

Motivos de trabajo

4. ¿Que lo llevo a invertir en el rubro hotelero?

En principio mi idea era hacer departamentos para alquilar mensualmente, y antes de que estuvieran totalmente terminados dije voy a alquilarlos por día para el turista, y es así que hice el apart hotel, los equipé e hice las habilitaciones correspondientes. Yo hice este emprendimiento a modo de inversión, pero no tengo conocimientos en el tema, pero que tan difícil podía ser.

5. ¿Hace cuanto tiempo que su emprendimientos está en marcha?

Hace 8 años que abrimos las puertas al turista.

6. ¿Recibió asesoramiento antes de llevarlo a cabo?

No me asesore no, es como te digo lo tomo como una inversión.

7. ¿Considera que su decisión fue acertada, me refiero a si su emprendimiento es rentable?

Si si para mí si acertamos.

8. ¿Actualmente si tuviera que volver a invertir invertiría en el mismo rubro?

Si invertiría en esto o en departamentos para alquilar mensualmente

9. ¿Cuál es el porcentaje de ocupación promedio anual?

Hace un año más o menos que la ocupación es del 70% en promedio no, antes no se llegaba al 20%.

10. ¿Forma parte de alguna organización asociación? Por ejemplo asociación de hoteleros

Si algunas veces nos reunimos con los demás que están en el rubro, considero que hay muchas cosas que tenemos que cambiar los hoteleros tenemos que ayudarnos, yo suelo mandar gente a los demás que están habilitados obvio.

Pero hay mucha competencia, el otro día un colega me dijo “y claro vos no te quejas si estas a 80 metros de la ruta” yo no tengo la culpa de que él esté alejado.

Para mí falta compañerismo y trabajo en equipo es la única forma de que Junín crezca y nos vaya bien. Yo por ejemplo no especulo con las tarifas como si hacen mis colegas por ejemplo para la fiesta del puestero cuando el pueblo se llena, las tarifas las mantengo. Hay que equiparar precios y no arrancarle la cabeza con los precios

11. ¿Qué acción reciente del Estado municipal considera que le favorece en su emprendimiento?

Mirá yo creo que tenemos un estado bastante ausente para mi gusto, ellos hicieron su parte cuando me habilitó, obvio tomándose sus tiempos y nada más ayuda de ningún tipo.

Sólo cuando necesitan auspiciantes o algo te llaman el resto del año no existís.

12. Para concretar su emprendimiento, ¿necesito la ayuda de un crédito?

Mirá la gente que viene al pueblo y no trae un capital para invertir no sirve a mi criterio, todo lo contrario se constituye en un obstáculo y pérdida para el destino. Yo no solicite crédito, yo me las arregle con lo que tenía, como deben ser las cosas.

13. ¿Contrata personal para tareas de limpieza y demás? ¿En temporada alta o durante todo el año?

Si yo tengo 2 chicas que me ayudan todo el año por su puesto.

[Redacted] dueño del complejo de cabañas Lesgot

1. ¿Cuál era su lugar de residencia previo a Junín de los Andes?

Yo me vine de Mendoza a Cutral Có y de Cutral a Junín.

2. ¿Por qué eligió Junín de los Andes para residir?

Yo en Mendoza tenía una fábrica textil y un negocio vinculado a los vinos, me cansé del lugar me cansé del ritmo de vida que llevaba, no paraba no tenía descanso y quise probar suerte en la cordillera, además mi hermano estaba cerca en San Martín, me gustó Junín se veía tranquilo y con muchos lugares para salir a caminar.

3. ¿Cuáles fueron los principales motivos que lo llevaron a trasladarse?

Eso la tranquilidad, alejarme un poco de la vida ajetreada viste te cansa.

4. ¿Hace cuanto tiempo que su emprendimientos está en marcha?

Hace ya seis años que funcionan las cabañas.

5. ¿Recibió asesoramiento antes de llevarlo a cabo?

No me asesore no, es como te digo lo tomo como una inversión.

6. ¿Considera que su decisión fue acertada, me refiero a si su emprendimiento es rentable?

Mmm No, pasa que yo hice las cabañas y por trabajo volvía Mendoza y dejé a una chica, la que limpia encargada de todo, ella me pasaba plata de lo que se alquilaban, ahora hace 3 años que estoy en Junín y me di cuenta que me robaba, porque era muy poco lo que me pasaba.

Rentable no es para nada, se alquila muy poco, y eso que tengo pagina web, facebook y todo, estoy pensando seriamente en cerrar durante todo el años y abrir en verano nomás. Además que se hayan construido tantas cabañas y alojamientos me perjudica, son menos posibilidades que tengo de alquilar y hay mucha competencia.

7. ¿Actualmente si tuviera que volver a invertir invertiría en el mismo rubro?

No, definitivamente No!! Al menos no en Junín la burocracia que hay es demasiado, son todos obstáculo, en San Martín invertiría, a mi hermano le va re bien con el complejo que tiene.

8. ¿Cuál es el porcentaje de ocupación promedio anual?

No sabría decirte, mirá se alquila muy poco, solo en los meses de verano sobre todo en enero, y nunca están todas alquiladas, yo calculo que es un 25% anual.

9. ¿Forma parte de alguna organización asociación? Por ejemplo asociación de hoteleros

No formo parte de ninguna asociación no.

10. ¿Qué acción reciente del Estado municipal considera que le favorece en su emprendimiento?

No, ninguna es un gobierno ausente, y muy burócrata, lo que cuesta hacer los trámites es una locura, tanto para habilitar las cabañas como para darte de baja, es un horror este pueblo.

11. Para concretar su emprendimiento, ¿necesito la ayuda de un crédito?

No, yo traje mi capital.

12. ¿Contrata personal para tareas de limpieza y demás? ¿En temporada alta o durante todo el año?

Si tengo dos chicas que me ayudan con la limpieza, pero esta chica que te digo que re estafaba me hizo juicio, porque claro a ella no le convenía ganar su sueldo quería mucho mas, entonces me decía que la echara todo el tiempo, hacia las cosas mal un desastre. Por eso te digo que me dan ganas de cerrar todo el año, la gente no quiere trabajar.

