

## ESTUDIO DE CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS E IMAGEN DEL DESTINO IGUAZÚ CATARATAS

### QUALITY RESEARCH OF TURISTIC SERVICES AND IMAGE FROM THE IGUAZU FALLS DESTINATION

Liliana María Dieckow<sup>1</sup>

Angelina Noemí Cáceres

Jorge Senn

Enrique Macchione

#### a- Resumen

La ponencia presenta el proyecto de investigación acción denominado “Estudio de Calidad de los Servicios Turísticos e Imagen del Destino Iguazú Cataratas<sup>2</sup>”. El objetivo principal del proyecto busca comprender la dinámica de funcionamiento del sector empresario turístico y analizar su relación con la calidad de servicios e imagen del destino Iguazú percibidas por los visitantes, para proponer mecanismos de seguimiento y mejora continúa de los mismos. El área de aplicación es el Destino Turístico Iguazú Cataratas, conformado por el atractivo de las Cataratas del Iguazú y dos ciudades de apoyo (Puerto Iguazú y Foz do Iguassu), de diferente evolución demográfica, productiva, geopolítica, sanitaria y turística; que han llevado a la heterogénea conformación actual de su oferta turístico - recreativa. El estudio será exploratorio – descriptivo, se realizará mediante abordaje interdisciplinario desde las Ciencias económicas- empresariales y sociales; tratando de alcanzar una comprensión integral de la problemática de la calidad en turismo. Se utilizarán métodos cualitativos y cuantitativos, la realización de talleres participativos y herramientas específicas del estudio de calidad. Mediante investigación acción y participación de actores locales, se busca la toma de conciencia de la importancia de la calidad y la imagen para lograr competitividad empresarial y del destino.

**Palabras clave:** Calidad de Servicios, Imagen, Destino Turístico.  
Quality Services, Image, Touristic Destination.

---

<sup>1</sup> Universidad Nacional de Misiones. Secretaría de Investigación y Posgrado. Tucumán 1605. (3300) Posadas, Misiones, República Argentina. Correo electrónico: [lilianadie@yahoo.com.ar](mailto:lilianadie@yahoo.com.ar)

<sup>2</sup> Convocatoria PICTO 2006 de la ANPCyT -Universidad Nacional de Misiones. Este proyecto es continuidad de una investigación de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la UNaM denominado: *Estudio Integral del Destino turístico Iguazú Cataratas. Controversias y Desafíos para el Desarrollo local II*. Código: 16H/ 206 de cuatro años de duración que permitió conocer el destino, sus actores y su problemática turística.

## **b- Introducción**

Esta ponencia presenta en primer lugar la situación contextual y coyuntural de Destino Iguazú Cataratas, mediante los resultados de una investigación de cuatro años que fundamentara la realización de una nueva investigación más concreta y aplicada, proyecto que se expone en la segunda parte de este trabajo.

### **b- 1. La coyuntura del área de estudio**

El área de estudio de esta ponencia se establece en el denominado “Destino turístico Iguazú Cataratas”, que está compuesto por un atractivo internacional de valor universal como son las Cataratas del Río Iguazú (y sus parques nacionales homónimos) y dos ciudades de apoyo, centros de servicios que son Puerto Iguazú (República Argentina) y Foz do Iguassu. (República Federativa de Brasil), dos ciudades gemelas respecto al atractivo pero muy diferentes en relación a su evolución demográfica, económico- social, ambiental y turística.

El Destino Iguazú-Cataratas presenta desde hace unos años y tras la devaluación de la moneda, un notable crecimiento, tanto en la afluencia de turistas - aspecto que le otorga perspectiva como segundo destino más visitado del país- como en el crecimiento económico comercial del municipio y la región. En la provincia de Misiones, en lo económico, el turismo se posiciona detrás de la actividad forestal y yerbatera como sector de ingresos, mano de obra y principal atractivo turístico.

El área Cataratas comprendida por el área tangible dentro de ambos Parques Nacionales incrementa anualmente la afluencia de visitantes superando los registros históricos en el caso de Argentina, y descendiendo en el caso de Brasil. En los dos primeros meses del año 2007 se registraron casi 220 mil turistas en el Parque Nacional Iguazú, en su mayoría de origen nacional, 31% de extranjeros y solo el 8% de turistas del MERCOSUR. Hay que diferenciar la demanda al Parque Nacional Iguazú (PNI) de la que ingresa a la localidad de

Puerto Iguazú, dado que no existen cifras exactas de la cantidad de turistas que visitan la ciudad, por tal motivo se realizan bosquejos en base a datos relacionados. Además las temporadas se han caracterizado por la afluencia de “turismo gasolero” y de contingentes turísticos que cruzan el Puente Internacional Tancredo Neves para alojarse en Foz do Iguassu.

En relación a los antecedentes históricos de ambas poblaciones se pone de manifiesto las asimetrías en ventas, comercio y beneficios turísticos particulares, condicionados por el pilar de las economías locales, donde al turismo se suma el rol que tiene Foz Do Iguassu como epicentro de las excursiones de la región.

La **población de ambas ciudades gemelas** presenta diferencias notables: la primera gran asimetría entre ambas localidades es la polarización de la población: en la ciudad de Foz de Iguassu se estima para el año 2006 en 319.113 habitantes distribuidos en su mayoría (99%) en el área urbana. A su vez, Puerto Iguazú para el año 2001 (INDEC) contaba con 32.038 habitantes, estimado para el 2006 en 35.000 habitantes, también concentrados en áreas urbanas.

Una preocupación es la existencia de extranjeros ilegales en Puerto Iguazú (procedentes de Paraguay y Brasil) la mayoría de los cuales se establecieron en un asentamiento ilegal denominado “Las 2000 ha” tierras que fueron cedidos del Ejercito Argentino al municipio para crear áreas naturales y nuevos asentamientos planificados, pero sin embargo, el asentamiento espontáneo se adelantó a la gestión municipal de uso de la tierra y se creó un área de constante conflicto. El proceso de ocupación de las 2000 hectáreas que se inicia en el año 2000. Para el registro de habitantes del área realizado en el 2004 ya existían 659 habitantes, de las cuales 595 habitaban efectivamente dentro de la zona y los demás eran cuidadores o serenos. Estas modalidades de ocupación de tierras provocan el “encapsulamiento” de la ciudad e impiden

el crecimiento de la planta urbana del municipio; limitado además por el parque Nacional Iguazú, las tierras del Ejército, y los ríos Paraná e Iguazú.

A fines de marzo de 2008 se presentaron las propuestas del Plan Master para Iguazú cuyo primer objetivo era buscar mejorar la calidad de vida del habitante de Iguazú, ponerla en valor, y aprovechar el mega atractivo que tiene que son las Cataratas a través de un plan estratégico", El trabajo fue realizado por el consultor Jorge Busquets, director de JJB & Associates, Tourism & Hospitality. (La voz de las cataratas, 29/03/08)

Si se comparan el crecimiento y comportamiento de las poblaciones de ambos municipios fronterizos, se observa que en la ciudad de Foz do Iguassu el crecimiento aumenta en el periodo 1970-1980 (301%) como consecuencia de la construcción de la Represa Binacional de Itaipú sobre el río Paraná (Brasil-Paraguay), al atraer mano de obra de diferentes países y Estados de Brasil que luego se quedaron en el lugar y se debieron desarrollar infraestructuras y asentamientos que favorecieron a la ciudad de Foz especialmente; creando, entre otros factores, la situación desigual y asimétrica respecto a Puerto Iguazú, que no contaba con un proyecto de desarrollo de tal envergadura, excepto las nuevas inversiones foresto industriales (especialmente chilenas) en las localidades próximas de Puerto Esperanza y Libertad. (Anexo gráfico 1)

Esta situación poblacional de la ciudad de Puerto Iguazú no sería un factor desfavorable, más bien dota de atributos como seguridad, tranquilidad y confianza al turista. Pero, desde el proyecto marco se pone en foco la urgente necesidad del ordenamiento territorial, el equipamiento y mejoramiento de servicios para contribuir con un mejor centro de apoyo para el turismo como actividad prioritaria en la región y transfrontera.

En relación a la dimensión **socio económica**, en Foz do Iguassu hasta el año 1970 se destaca un ciclo económico dominante de extracción de madera y el cultivo de la yerba mate; entre 1970 a 1980 destaca el ciclo de la construcción

y puesta en marcha de la represa Itaipú periodo más corto pero en el que se incrementa la población a 102.000 habitantes. Posteriormente aumenta en 74.000 habitantes hasta el año 1995 en el ciclo de exportación de productos y turismo de compras. En el actual periodo o ciclo económico brasileño destaca el parque industrial y el turismo de compras, eventos y la apertura a los mercados internacionales.

En Puerto Iguazú es evidente la concentración de personal ocupado en servicios comunales y sociales con 43%, de mano de obra, seguido por el rubro de comercio, restaurantes y hotelería (22%). Sin embargo en la vecina Foz las proporciones de mano de obra se distribuyen entre otras ramas, siendo la más importante el comercio y reparación de vehículos (39%) y la hotelería/alimentación (12%).

En cuanto a la **evolución turística**, se destacan diferencias en la afluencia de visitantes ambos parques nacionales y a las ciudades de apoyo. Las crisis políticas, económicas y socio laborales en ambos países han condicionado la afluencia de visitantes.

Se han calculado las tasas de crecimiento medio anual de cada parque notando así que la tasa del PNI es superior (3.8% anual) a la del Parque Nacional Foz Do Iguassu (PNF, 1.18% anual), que la misma recupera la tendencia histórica prevista y que actualmente ambos parques se encuentran casi equiparados en el caudal de visitantes debido a una baja en el número de ingresos al parque brasileño.

Analizando las series de tiempo de la demanda anual a los parques nacionales, ciertos factores condicionaron la afluencia turística simultáneamente en los Parque Nacional Iguazú y Foz: en 1992-1993: inundaciones del río Iguazú que destruyen pasarelas, en 1994 con el “efecto Tequila”, en 1998 la crisis asiática y sus efectos transnacionales, en 2001 el atentado a las Torres Gemelas en Nueva York. (Anexo Gráfico 2).

También se evidencian ciertos cambios en la demanda turística exclusivamente vinculados al lado argentino: desde 1985 a 1989 la gestión provincial de promoción turística del EMITUR (Empresa Misionera de Turismo) incrementó la afluencia de visitantes al parque Iguazú. En contraste, la crisis político económica del 2001 retrajo la afluencia de visitantes.

La década de la Convertibilidad (1991-2001) que permitió a los argentinos hacer turismo en el exterior, si bien evidencia pocos cambios en la afluencia a las Cataratas, generó en Puerto Iguazú una notable disminución de turistas que se alojaron allí, ocasionando una crisis en el sector empresario local (hotelero y de agentes de viajes locales) con endeudamientos y deterioro de infraestructuras y equipamientos.

En Brasil se destacan la crisis de 1992 con la caída del presidente de la Nación brasileña, el Sr. Collor de Melo y la caída de la moneda nacional frente al dólar en 2001.

El registro de demanda de la ciudad de Puerto Iguazú representó en el 2006 un 6,5% menos del igual período 2005, las razones que se atribuyen desde el empresariado se asocia a los bajos niveles de agua registrados en el 2006 en las Cataratas del Iguazú, dado que se cancelaron varios contingentes de extranjeros debido a una mala promoción de agencias de viajes y del gobierno nacional.

Otro factor clave para la disminución en la ocupación hotelera se atribuye a que el turismo que atrae la región fue el de tipo “gasolero”, grupos familiares de ingresos medios, o bien de jóvenes. También la implementación de la tasa migratoria a mediados del 2006 creó conflictos múltiples en el comercio local.

En la actualidad, la fiebre amarilla afecta a ambos centros de apoyo, reduciendo parcialmente la afluencia de visitantes. En enero de 2008 cayeron el 30% de

las reservas hoteleras de Puerto Iguazú y en Semana Santa la demanda turística disminuyó a 39 mil visitantes de los históricos 45 mil.

Otra problemática a tener presente es la asimetría de ofertas alternativas de actividades, donde Foz cuenta con espectáculos nocturnos, casi ausentes en Puerto Iguazú. El tiempo de estadía en Iguazú es de 2,8 días, estadística que se ha incrementado levemente en los últimos 5 años.

Debido a la tendencia en aumento de la demanda al Parque Nacional Iguazú, actualmente se está desarrollando un proyecto de inversión denominado “Las 600 ha”

El Decreto Provincial N° 1716/00 con el cual se aprueba el “Plan Maestro para el Desarrollo Integral de las 600 ha y aledaños y el “Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de la provincia de Misiones” y el Decreto N° 2385/86 que afecta estas tierras a la explotación turística. La Subsecretaría de Gestión Estratégica de la provincia reformula el decreto anterior con el N° 1602/02 para establecer el marco regulatorio del desarrollo de las actividades, usos del suelo y conservación del ambiente e infraestructura necesaria.

De este modo, los nuevos alojamientos construidos aportarán a Puerto Iguazú 1800 camas más (además de las 3 mil actuales frente a las 30 mil de Foz) con la categoría de cinco estrellas y 1300 camas de cuatro estrellas con una generación de empleo durante cinco años de dos mil operarios para las obras y 2600 puestos permanentes en hotelería, gastronomía y servicios.

Se prevé que todos los emprendimientos cuenten con acceso al río Iguazú para desarrollar actividades de recreación.

ZONA 1 (25%) Social, Cultural y Deportiva, Recreación, Esparcimiento y Actividades complementarias al Turismo.

ZONA 2 – (10%) Hoteles 3 y 4 Estrellas

ZONA 3- (10%) Hoteles 4 y 5 Estrellas

ZONA 4- (10%) Actividades Ecoturísticas y Campo de Golf

ZONA 5- Reserva Natural y Cultural de aborígenes Mbya Guaraní (Superficie de 265 ha para la comunidad Yryapú).

La planificación y distribución de los lotes para los emprendimientos se realiza desde la Subsecretaría de Gestión Estratégica de la Provincia, con escasa participación del gobierno municipal. El proyecto destaca notables inversiones para el destino Iguazú Cataratas y aporta un nuevo perfil de negocios como la instalación de grandes cadenas internacionales como el Hilton, además del Hotel Sheraton que está hace 5 años en el área Cataratas, dentro del PNI.

De este modo se perciben nuevas inversiones foráneas (por ejemplo en “Las 600 ha”) la mejora y ampliación de hoteles actuales en Puerto Iguazú y Foz, la presencia cada vez mayor de visitantes y la aparición de nuevas modalidades, tendencias y exigencias de la actividad turística. Todo ello, llevó a la presentación del siguiente proyecto de investigación - acción financiado por el ANPCyT.

### **c- El proyecto de investigación**

A continuación se presentan los elementos relevantes del proyecto de investigación recientemente iniciado.

#### **c- 1. Relevancia del problema**

El Destino Iguazú Cataratas ha crecido de forma desordenada y no planificada. Es vulnerable a factores exógenos económicos (evolución de tipo de cambio y atractividad del país) y políticos (inestabilidad, triple frontera y supuesta presencia de grupos terroristas). Actualmente hay gran afluencia turística, que genera en algunos momentos la necesidad de recurrir a casas de familias y

problemas de capacidad de carga del parque nacional Iguazú en temporada alta.

Sin embargo, se observa una lenta adaptación de la oferta a las nuevas tendencias de la demanda como la aparición de emprendimientos de alojamientos ecológicos (cabañas, lodges), o servicios más personalizados (bed and breackfast) y hostels, y actividades más sustentables y activas. Por su parte, la legislación provincial y nacional Argentina tampoco acompaña a estas nuevas modalidades y tendencias.

Asimismo se evidencia una superposición de jurisdicciones estatales de nivel local, provincial y nacional en materia de turismo en el territorio Argentino, no así desde la República de Brasil, donde la EMBRATUR asiste, desde la generación de los planes del desarrollo a los Municipios turísticos (P.N.M.T.)

La investigación se enmarca en un contexto de la situación transfronteriza y la penosa publicidad de la triple frontera, foco de supuestas células terroristas e inseguridad en la ciudad de Foz y Ciudad del Este (Paraguay). Asimismo se destaca la trayectoria desigual en lo demográfico y productivo de ambas ciudades de apoyo a partir de la construcción de la represa de Itaipú (que benefició en infraestructuras y población a Foz y Ciudad del Este) y la vigencia de la Ley de Convertibilidad en Argentina (que redujo durante la década del `90 la afluencia de visitantes a Puerto Iguazú por el tipo de cambio favorable para Brasil y el exterior en general). Se suma a todo ello, el nuevo perfil de visitante, que es más exigente y está mejor informado, busca un buen servicio, con precios adecuados y que lo satisfaga plenamente, es una persona que posee más alternativas para elegir y está mejor informado, requiere un trato personalizado, de excelencia, y que finalmente le resuelvan sus problemas y necesidades.

Puerto Iguazú ha visto pasar durante la última década a los turistas que utilizaban los servicios de Foz luego de visitar las Cataratas de lado argentino.

Actualmente, beneficiado por la depreciación de la moneda nacional, la afluencia de visitantes no solo a Cataratas sino también a los servicios de Puerto Iguazú lleva a un abordaje diferente de la problemática: cómo piensan los empresarios actualmente luego de los 10 años de decadencia?, ¿cómo es la calidad de servicios en ambas ciudades de apoyo del destino?, ¿qué expectativas de futuro se generan?, ¿hay posibilidades de desarrollar planes de gestión de calidad y mejora de imagen de todo el destino?

Se ha escrito mucho sobre el tema de calidad, desde manuales de calidad, hasta la generación de los Premios Nacionales de Calidad y las certificaciones ISO-IRAM, sin embargo, la aplicación de la calidad no es tarea sencilla.

El servicio con calidad no es una solución ante una crisis; es una filosofía a adoptar como única salida de supervivencia. Se requiere por un lado conciencia empresaria, interés por la mejora y el compromiso de todas las partes interesadas para lograrlo y continuidad. Un destino con buena calidad, posiblemente logre una imagen favorable por parte de los visitantes.

La presencia de empresas PyMES y de gestión familiar constituye otro eje de análisis necesario en esta investigación, al constituir el mayor porcentaje de empresas del destino y con dificultades financieras y de acceso a créditos. La reciente apertura de emprendimientos vinculados con el incremento de la demanda y la explotación de las llamadas “600 ha” genera que en la actualidad numerosos nuevos establecimientos, que comparten el escenario con empresas más antiguas que han debido soportar la crisis de los `90 y actualmente solventan las deudas contraídas en aquel periodo. Por otra parte, la presencia de empresas transnacionales como las cadenas hoteleras Sheraton y Hilton, generan un contraste y también un posible modelo a seguir.

Entre los beneficios que este proyecto generará para Destino se destacan:

- el conocimiento y toma de conciencia entre los diferentes actores de la importancia de la calidad y la adecuada atención al visitante.

- el reconocimiento de la existencia de brechas de calidad y sus posibles instancias de superación.

Específicamente, para las empresas de turismo generar concienciación y mejora de gestión en pro de la calidad y beneficios a lograr, el conocimiento respecto de sus posibilidades de competitividad y de acceso a trabajo en redes o conformación de equipos y cámaras para implementar y desarrollar acciones en conjunto.

De este modo se puede establecer un estándar mínimo de calidad a lograr en el destino con posibilidades de diseñar una certificación local de calidad de servicios en el destino.

Asimismo, permite aportar al sector público municipal, provincial y nacional, las bases y lineamientos esenciales para la calidad e imagen del destino. Finalmente, puede servir de ejemplo para otros municipios y su vinculación en redes.

El conocimiento que generará la investigación tiene vinculación con la identificación de brechas de calidad existentes, sus posibles soluciones y la elaboración de estrategias conjuntas entre los actores para la mejora de la calidad e imagen de destino.

Se desconoce la existencia de trabajos de investigación -acción que haya abordado la temática de la calidad del destino en su conjunto, incluyendo a Puerto Iguazú y Foz. Sin embargo, han sido varios los trabajos de investigación y tesis que han abordado la calidad en empresas turísticas en el destino.

### **c- 2. Objetivos del proyecto de investigación- acción.**

Se busca comprender la dinámica de funcionamiento del sector empresario turístico y analizar su relación con la calidad de servicios e imagen del destino

percibido por los visitantes, para proponer mecanismos de seguimiento y mejora continua de los mismos.

### **c- 2.1. Objetivos específicos:**

#### **Del Área empresas.**

- Caracterizar a los empresarios y sus empresas en su condición de prestador de servicios al visitante.
- Evaluar su interés por la calidad, competitividad y cooportunidad
- Identificar las variables relevantes según los empresarios de la calidad e imagen del destino y expectativas de futuro en el sector.
- Comparar la calidad ofrecida según los empresarios con la calidad determinada a partir del relevamiento en campo.

#### **Del Área calidad.**

- Identificar las expectativas de los visitantes a fin de determinar aspectos comunes y singularidades relativas a grupos de origen o segmentos.
- Determinar los servicios que directa o indirectamente más significativamente, impactan sobre la calidad percibida.
- Determinar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que se presentan en relación al destino.
- Elaborar y proponer estrategias en función del análisis del punto anterior.
- Determinar estándares de calidad deseable y realista.
- Proponer mecanismos para la acción colectiva en vistas a la mejora continua de procesos que eleven los estándares de calidad
- Proponer mecanismos de seguimiento y calificación de los niveles de calidad de los prestadores de servicios.

#### **Del Área imagen**

- Comprender la lógica de funcionamiento del destino turístico y la integración entre ciudades de apoyo.
- Determinar la imagen de destino percibida por parte de los visitantes.

- Proponer acciones para la mejora de imagen de destino.
- Analizar las posibilidades de monitoreo y mejora de la calidad e imagen del destino.

### **c- 3. Hipótesis de trabajo**

En el destino turístico Iguazú Cataratas, existe escasa conciencia por parte de los empresarios prestadores de servicios turísticos en cuanto al aporte que las acciones de calidad generan a la competitividad e imagen de las empresas y del destino.

### **c- 4. Experimentación y estudio**

Este estudio es de tipo exploratorio, descriptivo- explicativo y se realizará mediante un abordaje interdisciplinario desde las Ciencias económicas-empresariales y sociales; tratando de alcanzar una comprensión integral de la problemática de la calidad en el turismo.

Se utilizarán los métodos cualitativos (entrevistas) y cuantitativos (encuesta y observación) y herramientas específicas del estudio de calidad.

Se profundizará el estudio mediante la aplicación del método de la investigación – acción, con la participación de los actores locales, especialmente del sector privado turístico del destino.

### **d- Una breve aproximación teórica. El Turismo como fenómeno socio-económico.**

El Turismo es un fenómeno complejo, multi dimensional y necesariamente de abordaje interdisciplinario. Es un complejo conjunto de variables interrelacionadas y condicionadas por contextos cambiantes.

El turismo presenta elementos tangibles e intangibles. Puntualmente, como actividad específica es un servicio, por lo que presenta ciertas características propias como ser la intangibilidad y la inseparabilidad del servicio con el consumo en si mismo, factores que hacen más difícil medir su calidad.

Sin embargo la calidad en el servicio es un elemento importante de competitividad y ventaja competitiva de una empresa. Además es uno de los pocos elementos que la competencia no puede copiar.

En el turismo se desarrollan los llamados **destinos turísticos**. Se define destino turístico, según el libro Indicadores de Desarrollo Sostenible para Destinos Turísticos de la Organización Mundial del Turismo (O.M.T.) como “*un espacio físico en el que el visitante pasa al menos una noche. Incluye productos turísticos tales como servicios de apoyo y atracciones y recursos turísticos en un radio que permite ir y volver en el día. Tiene unos límites físicos y administrativos que definen su gestión, imágenes y percepciones que determinan su competitividad en el mercado. Los destinos ( ) incorporan a diversos grupos entre los que se encuentra a menudo la comunidad anfitriona y pueden establecer lazos y redes entre sí para constituir destinos mayores*” (OMT, 2004: 10).

Se agrega además que un destino turístico es una unidad o entidad que engloba diversos servicios turísticos e infraestructuras formando un sistema, que puede tener o no los mismos límites que los de la gestión administrativa del territorio, pero que para el turista resulta una experiencia global que integra los servicios con productos que lo satisfagan.

El abordaje sistémico que ofrece el concepto de destino turístico permite considerar la existencia de agentes que interactúan dentro y fuera de su ámbito. En este concierto de actores involucrados, la gestión pública es la más referida, tanto desde lo institucional como de las responsabilidades

indelegables toda vez que se habla de patrimonio público... (Bigné, ob.cit: 2000).

En esta investigación se pondrá especial énfasis al sector privado, pero se considera al sector público como agente de favorecedor del cambio.

La consideración del destino turístico debe hacerse de forma integral, aunque siempre desde una visión turística y por tanto considerando al sector y a los turistas como protagonistas del programa.

Por todo ello, se puede definir como el destino turístico Iguazú Cataratas al área comprendida por las localidades de Puerto Iguazú, Foz de Iguazú y los dos Parques Nacionales que incluyen el área Cataratas.

En la Argentina (según la Ley Nacional de turismo N° 25.997/05), se considera actualmente al turismo como una actividad económica estratégica generadora importante de ingresos y desarrollo de localidades. Simultáneamente, el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS, 2005) define una dimensión de trabajo en torno a la calidad de servicios turísticos en los destinos y otorga especial relevancia a la realización de investigaciones que tengan como eje la calidad de servicios. Desde la Dirección Nacional de Gestión de la Calidad Turística se propone el Programa 1 de Fomento para la Investigación en Turismo.

#### **e- La calidad e imagen.**

Se considera a la calidad como el criterio con el que el cliente califica nuestros productos o servicios. De acuerdo con la OMT *“la calidad total es la apuesta mas segura para lograr la competitividad”*. Es decir, las organizaciones turísticas deben garantizar a los clientes que son capaces de responder a sus necesidades, deseos y expectativas, mejor que los competidores. Su objetivo

es claro: satisfacer a los clientes en todos los ámbitos, logrando de esta manera beneficios mutuos para visitantes, empresas y residentes.

De este modo, la calidad del turismo es una amalgama de servicios, instalaciones y organizaciones. Por tanto, su análisis puede hacerse desde una perspectiva individual (empresa) o desde una perspectiva general como calidad del destino turístico.

La calidad de servicios e imagen del destino debe ser problema de todas las empresas. En definitiva, la calidad del servicio es uno de los mecanismos con los cuales cuenta una empresa para alcanzar una ventaja competitiva y posicionarse a sí misma en forma más efectiva en el mercado. Adoptar una estrategia de calidad significa definir el nivel de excelencia esperado para el tipo de servicio que brinda la empresa. Este nivel de calidad no significa necesariamente que el servicio sea lujoso, sino simplemente que el mismo responda a las expectativas de un grupo de visitantes.

#### **f- Metodología propuesta para la investigación**

La **unidad de análisis** de este proyecto es el destino turístico Iguazú Cataratas en su conjunto, en el cual se incluyen a los diferentes tipos de servicios turísticos que se prestan en el mismo, el sector público y organizaciones de base.

Las **unidades de observación** son por un lado los empresarios, su personal, el servicio ofrecido y por el otro lado, los visitantes del destino turístico agrupados según segmentos. Cada segmento tiene expectativas, motivaciones, necesidades, deseos y mecanismos de satisfacción diferentes que van a incidir en la valoración de la calidad e imagen percibida

Se trabajará con **tres dimensiones de análisis**: niveles empresa, ciudades de apoyo y destino.

La presencia de diversas empresas de servicios turísticos y su heterogeneidad, hace que sea necesario buscar estándares mínimos de calidad.

Se espera lograr la cooepetición que es definida como la cooperación entre competidores y se muestra como un elemento fundamental de productividad en las pequeñas empresas de un destino turístico.

En este estudio de tipo exploratorio, descriptivo y explicativo se utilizarán tanto los métodos cualitativos como cuantitativos a fin de terminar mediante la triangulación de métodos con la comprensión del fenómeno de la calidad e imagen en el destino. La triangulación permitirá contrastar los resultados y obtener conclusiones más confiables de la problemática estudiada.

Para el abordaje de la calidad se considerarán en las encuestas a visitantes y entrevistas, instrumentos particulares de investigación de calidad como el Teorema de Pareto, el diagrama de causa efecto o de Ishikawa, la matriz FODA y el uso de la escala de Servqual.

Las encuestas se realizarán en dos etapas en el primer año (momentos claves de temporada según segmentos de visitantes) y se replicará en el siguiente año a fin de verificar la continuidad de las características del segmento reconocido. Se aclara que el estudio versa sobre la demanda en el destino en el periodo de tiempo en estudio sin poder considerarse a toda la demanda posible a lo largo del tiempo.

Debido a que Puerto Iguazú cuenta con menor cantidad de servicios turísticos que la ciudad de Foz, se determina la realización de un diagnóstico de todas las empresas de servicios turísticos de la primer ciudad y el uso de un muestreo intencional según criterios a fijar de los servicios turísticos en Foz. Asimismo se tiene conocimiento que desde Foz se han realizado varias investigaciones sobre calidad por lo que esta información secundaria complementaria los datos obtenidos por el muestreo realizado.

Varias empresas del destino tienen actualmente certificación de calidad individual. Esta información servirá para aplicar un Benchmarking (copia de las mejores prácticas) a otras empresas del destino.

### **g- La Investigación Acción.**

La aplicación del método de la investigación acción permite que a partir de la obtención de datos primarios de campo, se aborde la búsqueda de soluciones para lograr el cambio a través de la identificación clara de la problemática.

Se sostiene que la investigación acción no solo busca la comprensión de aspectos de la realidad existentes, sino también la identificación de las fuerzas sociales y las relaciones que están detrás de la experiencia humana.

El conocimiento práctico no es el objetivo de la investigación acción, sino el comienzo (Moser,1998). El descubrimiento se transforma en la base del proceso de concienciación, en el sentido de hacer que alguien sea consciente de algo, es decir “darse cuenta de”. La concienciación es una idea central y meta en la investigación acción, tanto en la producción de conocimientos como en las experiencias concretas de acción.

Si bien el proyecto no culmina con la implementación directa de gestión de calidad, aportará a la concienciación de los sectores locales.

Se propone la realización de diversos talleres con objetivos diferentes, a medida que se avance con la obtención de datos de fuentes primarias.

Las etapas de una investigación acción que se aplicarán en este proyectos son la problematización (identificación de los problemas según distintos sectores a partir del análisis de la realidad mediante un taller y entrevistas), diagnóstico (a partir de fuentes secundarias y primarias como las encuestas y entrevistas), diseño de una propuesta de cambio (taller para determinar estándares de

calidad y lineamientos básicos de gestión de calidad), aplicación de la propuesta (iniciar la gestión de calidad), evaluación (en el último taller evaluar los resultados logrados)

La contrastación de la hipótesis principal se hará a través de la investigación acción y las demás hipótesis a partir de los datos obtenidos mediante el uso de los métodos cualitativo y cuantitativo.

Entre las limitaciones y problemas que podría tener la investigación se destacan la predisposición del sector empresarial para colaborar con la investigación, participar de los talleres y poner en marcha la gestión de la calidad. Por otro lado, la colaboración del sector público municipal y provincial como agente dinamizador y favorecedor en la formación de redes.

Al abordar una investigación desde lo cuali cuantitativo y el uso de la investigación acción, se espera superar la deficiencia en cuanto a confiabilidad general de los datos.

Al trabajar con todas la empresas de Puerto Iguazú se supera el problema del error de muestreo, pero en Foz se trabajará con muestreo intencional que si bien no es el más adecuado en términos metodológicos, pero por el universo de empresas existentes en el sector turístico de dicha ciudad resulta impensable realizar el mismo trabajo en el tiempo y con los recursos disponibles.. Si bien esto se compensará con la información existente en cuanto a datos económicos censales y estudios realizados por universidades pertinentes del municipio.

Asimismo la investigación acción aportará un complemento innovador en la problemática turística de la región, brindando información y constituyéndose en la finalidad principal de la investigación.

## **h- A modo de cierre**

El análisis de la realidad indica claramente la necesidad de realizar investigaciones y tomar decisiones estratégicas para adecuar la oferta a las nuevas tendencias de la demanda.

La realización de este proyecto de investigación acción aportará conocimiento y lineamientos de acciones a seguir por parte de empresarios del sector turístico y funcionarios del área de estudio.

El destino cuenta con un atractivo turístico internacional, pero para poder competir necesita cambios a diversa escala y un compromiso a mediano y largo plazo de todas las partes interesadas para continuar siendo el segundo destino visitado de la Argentina.

## **i- Bibliografía**

BIGNE, Enrique (2000): Marketing de destinos turísticos. Esic. ISBN: 84-7356-262-3.

BOULLON, Roberto (2003): Calidad Turística en la pequeña y mediana empresa. Buenos Aires. Ediciones turísticas

CAPECE, Gustavo (2007): Turismo, la esencia del negocio. Cengage Learning. Buenos Aires

DENCKER, Ada (1998): Métodos e técnicas de pesquisa em turismo. Futura. San Pablo.

EIGLER, Pierre, LANGREARD, Eric (1999): Servucción, El marketing de servicios. Mac Graw Hill. España.

GUTIERREZ BRITO, Jesús (2007): La investigación social en Turismo. Perspectivas y aplicaciones. Paraninfo, Buenos Aires.

HOROVITZ, Jacques (1997): La Calidad del Servicio. Edit. Mc. Graw-Hill.

JULIÁ, Marco; Porsche, Florián (2002): Gestión de Calidad aplicada a hotelería y restauración. Madrid. Prentice Hall.

OMT (2004): Indicadores de Desarrollo Sostenible para Destinos Turísticos de la Organización Mundial del Turismo

RICO, Rubén (2001): Total Quality Management. Colombia. Macchi.

SAENZ, Antonia; e.a. (2006): Estructura económica del turismo. Síntesis. España.

SENLLE, Andre; Martínez, Eduardo; Martínez, Nicolás (2001): ISO 9000-2000 Calidad de los servicios. Gestión 2000. Barcelona.

SOUZA MINAYO, María (2005): Evaluación por triangulación de métodos. Lugar. Argentina.

#### **j- Otras fuentes**

1. Diarios provinciales: El territorio, Misionesonline. Primera edición, La voz de las Cataratas

2. Decretos y normativas.

3. “*Plan estratégico de desarrollo turístico de la Provincia de Misiones*”.(2001), Gobierno de la provincia de Misiones.

4. PFETS: *Plan Federal Estratégico de turismo sostenible de Argentina*, 2016.

5. Registros de ingreso de los parques Nacionales Iguazú y Foz.

6. INDEC e IBDE. Datos poblacionales.

#### **k- Proyectos de investigación**

- Dieckow, Liliana e. a. (2006) “*Estudio de Calidad de los Servicios Turísticos e imagen del Destino Iguazú Cataratas*”. 2007-2009- Proyecto de Investigación Científica y Tecnológica orientados (PICTO 2006 N° 37038).
- Cammarata, Emilce, e. a. (2007): Proyecto de investigación: *Estudio Integral del Destino turístico Iguazú Cataratas*.



*Controversias y Desafíos para el Desarrollo local II.* Código: 16H/206. Secretaría de Investigación,. FH. y CS. UNaM. (Argentina).

- Cammarata, Emilce, e. a. (2005): Proyecto de investigación: *Estudio Integral del Destino Cataratas. Controversias y Desafíos para el Desarrollo*”. Código: 16H/ 163 Ámbito de realización: Secretaría de Investigación. FH. y CS. UNaM. (Argentina).