

IDENTIFICACIÓN DE LA CADENA DE VALOR DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DEL CHUBUT

Autores: Piedad Losano, Gladys Bogoni, Miguel Ubiria, Fiorella Polloto, Mirta Mas

Correo electrónico: plosano@hotmail.com

Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, Facultad de Ciencias Económicas, Sede Trelew, Observatorio de Economía y Administración del Turismo (Obsecatur)

Tipo de trabajo: Investigación

Modalidad de la presentación: ponencia

Resumen:

El presente proyecto tuvo inicio en el presente año.

Objetivo: Desarrollar una metodología de análisis que permita medir la integración de los diversos componentes de la cadena de valor en la oferta turística.

A tal fin, se formularon los siguientes objetivos específicos:

- a) Identificar los servicios que integran el producto turístico en las diferentes comarcas provinciales.
- b) Detectar los insumos de la cadena de valor, su incidencia relativa y su origen (local o extraprovincial).

Fundamentación: el concepto de cadena de valor permite analizar las relaciones económicas más allá de la delimitación de un sector productivo, indicando la contribución porcentual de cada eslabón al precio final del producto en términos de valor agregado.

En este caso, el análisis de la cadena de valor permitiría - al ser el turismo una actividad compleja en cuya definición de producto intervienen un conjunto de actividades y procesos - identificar los actores que intervienen en el contexto de cada producto y las relaciones entre los mismos.

Además, es una herramienta para describir las interrelaciones existentes entre proveedores de servicios, clientes, instituciones de apoyo y cadenas de suministro.

Metodología: Además de la revisión bibliográfica y de estudios de casos, se realizará un relevamiento integral de las actividades vinculadas en forma directa al sector turístico, en las localidades más representativas de cada comarca provincial y en relación a los productos más significativos de la región.

Posteriormente, y mediante utilización de técnicas de muestreo probabilístico, se efectuarán entrevistas semiestructuradas dirigidas a los responsables de las empresas prestadoras de servicios turísticos. A través de éstas se detectará la estructura de valor de los principales insumos que intervienen en la cadena de producción del servicio correspondiente y el origen de los proveedores.

En la ponencia, se describirá el marco teórico que apoyará el presente análisis.

Palabras clave: productos turísticos, servicios, cadena de valor, proveedores