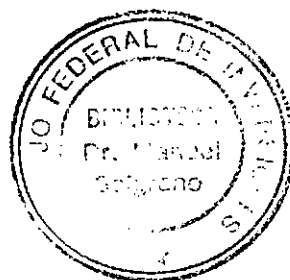


O/H.39
C26 pr
I

40406

**PROYECTO DE INVERSION TURISTICA
DIQUE CELESTINO GELSI
(EL CADILLAL)
TUCUMAN - ARGENTINA**



**Secretaría de Estado de Turismo
Provincia de Tucumán
República Argentina**

Secretario de Estado: Dr. Julio Mora
Subsecretario de Estado: Arq. Fernando Medina
Director de Turismo: C.P.N. Ricardo Neme

O/H.39
C26 pr
I
L321

**Plan Estratégico de Desarrollo
Turístico Perilago El Cadillal**

DIRECTOR : ARQ. JULIO CESAR CORRAL

INVESTIGADORES SENIOR: Msc. JORGE MONTENEGRO

DR. RODOLFO GOLBACH

INVESTIGADORES JUNIOR: ARQ. JUAN CARLOS BALAS

ARQ. SANDRA JUAREZ

CENTRO DE INVESTIGACIONES URBANAS Y AMBIENTALES

FUNDACION PARA EL DESARROLLO ECONOMICO Y AMBIENTAL

- Enero 1996 -

ANEXO I - PLAN DE TRABAJO
Plan Estratégico de Desarrollo
Turístico Perilago El Cadillal

1. Objetivos y Metodología

FUNDAMENTOS DEL PROYECTO

El Dique El Cadillal se encuentra ubicado aproximadamente a 22 km al norte de San Miguel de Tucumán. Su acceso actual se realiza a través de la Ruta Nacional N° 9, que vincula a Tucumán con el Norte Argentino. La zona está constituida por el Lago, orientado en un sentido norte-sur y por sus áreas aledañas formada por laderas de pendiente y altura variables entre los 611 y 1.300 m.s.n.m., cubiertas de bosques que pertenecen a las provincias fitogeográficas subtropical occidental y chaqueña. Geológicamente forma parte de las Sierras Subandinas que actúan como divisorias climáticas.

El área proporciona grandes beneficios a la Región Metropolitana del Gran San Miguel de Tucumán a través del riego (70.000 has en total); la electricidad (50.000 Kw/h anuales); abastecimiento de agua (600.000 hab.) y promoción del esparcimiento local/provincial y el turismo nacional/internacional. Todos estos aspectos se conjugan entérminos socio-económicos y ambientales, otorgando a El Cadillal una potencialidad estratégica para el desarrollo turístico de la provincia. En consecuencia, una alternativa económica que puede brindar soluciones para el desarrollo provincial a mediano y largo plazo. (Graf. N°1).

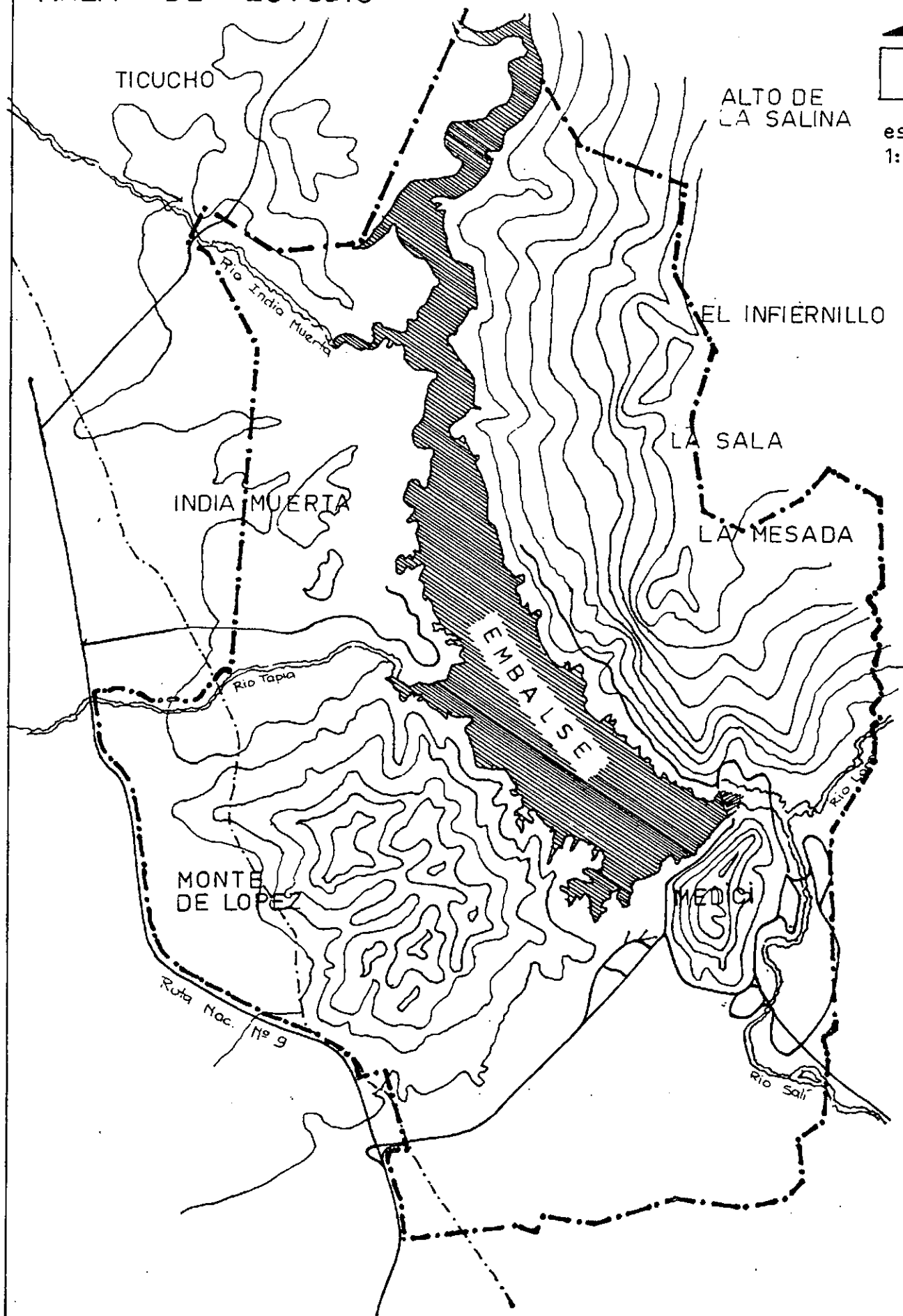
Las bellezas paisajísticas, la disponibilidad de recursos turísticos y recreativos aún no explotados en su real magnitud (museo arqueológico, ecosistemas no alterados, etc.) y la permanente afluencia del turismo local/nacional al área, constituyen algunas de las potencialidades que articulan la relación ambiente-desarrollo en la definición del área. La importancia del proyecto, radica precisamente en conjugar áreas de inversiones en las que el sector privado juegue el rol principal en su desarrollo y el Estado garantice la seguridad jurídica para la consolidación de las mismas.

PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO.
DIQUE EL CADILLAL - CIURBA (FUNDECMA) - 1996
AREA DE ESTUDIO.

1



esc.
1:50000



OBJETIVOS Y METODOLOGIAS

El objetivo fundamental del proyecto se sintetiza en:

- a) Elaborar y concretizar un Plan estratégico de desarrollo turístico, tendiente a la revitalización de la economía provincial a través de la sustentabilidad en las inversiones que allí se realicen, en la generación de nuevos empleos en el sector privado y en la potencialización de las bellezas paisajísticas y culturales insertas en el área de El Cadillal.

Este objetivo general se sustenta en los siguientes objetivos específicos:

- * Compatibilizar todos los proyectos de inversión sectorial dentro de una propuesta global que no altere las potencialidades ambientales y que facilite las interrelaciones entre unos y otros.
- * Seleccionar proyectos específicos que potencialicen las cualidades del área, generen nuevas alternativas de esparcimiento y promoción turística y que faciliten la promoción de empleos múltiples en el contexto provincial.
- * Proporcionar los Pliegos Generales y Particulares que posibiliten la Licitación Nacional y/o Internacional de cada uno de los proyectos específicos, acorto plazo y en forma simultánea.
- * Elaborar pautas de apropiación del espacio para cada uno de los proyectos específicos, sistemas de conjunción de las inversiones privadas con las intervenciones estatales y modalidades de participación de la población local y/o entidades intermedias y organismos no gubernamentales interesados en el desarrollo del área.

La Metodología utilizada se sustentó en el proceso diagnóstico expeditivo global-propuesta por aproximaciones sucesivas al campo-objeto de estudio. Desde el punto de vista participativo, sólo se consultó a expertos en problemas sectoriales (especialmente en temas de forestación y mercado de turismo) y a los centros de decisión de las políticas de turismo a desarrollar en el contexto provincial dentro del Plan de Gobierno 1995-1999. Los procedimientos metodológicos utilizados fueron los siguientes:

- * Relevamiento de Proyectos propuestos para el área. Se consultó la propuesta de desarrollo turístico elaborada en 1967 por el Instituto de Arquitectura y Planeamiento de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo (Universidad Nacional de Tucumán), reactualizando la información y reelaborando nuevas alternativas a las señaladas en esa ocasión.
- * Relevamiento de material bibliográfico, cartográfico y fotográfico, referido a El Cadillal y a la Provincia en general (programas de desarrollo turístico, fitogeografía, servicios e infraestructuras, población, etc.). Se relevaron estudios, informes e investigaciones que permitieron indagar a profundidad las características del área.
- * Relevamiento "in situ" del área de estudio. Se efectuaron 5 viajes para relevar cada una de las zonas donde se localizarían los proyectos de inversión. Se actualizaron los planos, se recopilaron nuevas imágenes fotográficas, estudios perceptuales del paisaje, las sensaciones climáticas y se croquizaron las imágenes dominantes.

Toda la información recopilada se procesó en función de los objetivos propuestos, consultándose permanentemente con la Secretaría de Turismo a fin de compatibilizar los resultados alcanzados con las políticas del Gobierno.

ANEXO I I - ALCANCES DEL ESTUDIO
Plan Estratégico de Desarrollo
Turístico Perilago El Cadillal

2. Perfil. Estudio Preliminar

DIAGNOSTICO EXPEDITIVO GLOBAL. EL TURISMO EN TUCUMAN.

El turismo en el mundo es la segunda actividad exportadora de capital, produciendo el 6.1% del producto bruto de todo el planeta y emplenado 127 millones de personas alrededor del mundo. Con todo su desarrollo es el productor líder de ganancias fiscales por la cifra de U\$S 520 mil millones y la industria más grande en producto con una aproximación de 3.5 trillones de dólares. La expectativa de crecimiento del turismo global es más del 6%, constituyéndose en un 23% de crecimiento más rápido que el resto de la economía global.

Dentro de este contexto, Argentina es destino terminal, es decir el país en el cual el pasajero llega porque realmente quiere visitar. Salvo en los países limítrofes, difícilmente es ofrecida sola como paquete turístico, ya que generalmente es combinada con otro país. La mayoría de los visitantes provienen de los países limítrofes: 2.557.000 pasajeros sobre un total de 3.532.000 pasajeros (1993). El resto de los turistas provienen de Europa (443.600); Estados Unidos y Canadá (219.000); resto de América (156.000) y resto del mundo (155.000).

Esto es indicativo de la direccionalidad que debe otorgarse a la acción del marketing futuro, más aún cuando existe una población turística potencial que está en la búsqueda de nuevos destinos cuyos lugares se conserven en estado natural. La importancia económica en el turismo nacional se traduce en que la producción de divisas provenientes de los visitantes supera los montos tradicionales. En 1993, el ingreso de divisas por turismo extranjero ascendió a U\$S 3.600 millones; la cantidad de personal ocupado en la actividad turística aumentó a 450.000 personas en los últimos 2 años; por turismo interno

se realizaron 16.000.000 de viajes y se produjo una inversión en hotelería de US\$ 638.000.000. Dentro de la oferta turística de Argentina, Tucumán integra una zona con un producto común de interés amplio como es la historia y la tradición, el atractivo climático especial y las bellezas naturales de sus cerros.

El desafío de incrementar la oferta turística se sustenta en propuestas que promuevan a Tucumán como centro turístico todo el año; se la dote de un equipamiento adecuado para su promoción como Ciudad de Congresos y Convenciones; se provea de infraestructura necesaria para promover sus bellezas naturales y los escenarios que albergan su riqueza de historias y tradiciones. Con ello se pretende recuperar el liderazgo de Tucumán como Centro de gravedad del desarrollo económico y turístico del noroeste argentino y punto de intercambio obligado en la integración del Mercosur (sur de Brasil, Uruguay y norte de Chile).

En Tucumán, se ha registrado en los últimos años un promedio anual de afluencia turística de 300.000 personas, equivalente al 10% del total de pasajeros que arriban a la provincia. Las vías de accesos principales utilizadas por los mismos fueron de diversa índole, detectándose un promedio anual de 10.000 personas por vía aérea; 65.000 personas por vía automovilística; 280.000 personas por ómnibus interprovinciales y 8.000 personas a través de ferrocarriles.

La oferta del alojamiento se ha dividido entre hoteles que albergan el 50% de los turistas ingresados (150.000 personas); albergues que alojan al 22% (66.000 personas); campings al 6% (18.000 personas) y casas de familias al 22% (66.000 personas). De estas magnitudes, el 30% (90.000 personas) se traslada a Tucumán en la época invernal (junio-

agosto. La estadía media anual que se observa en la permanencia de los turistas es de 4 días, lo que representa un tiempo mínimo para recorrer los distintos polos de atractivos turísticos que ofrece la Provincia. La oferta hotelera comprende un 86% (3.292 plazas) en la Capital y un 18% (553 plazas) en el interior.

Ante la tendencia de incremento del turismo a nivel nacional y local, se hace necesario el incremento de la oferta hotelera. En este sentido, el área de El Cadillal, constituye un enclave digno de desarrollar por la posibilidad que brinda de incrementar la oferta turística, tanto en lo referente a hotelería como al desarrollo de nuevos atractivos turísticos en la época invernal y en la temporada estival.

ANTECEDENTES DE PROYECTOS DE DESARROLLO TURISTICO

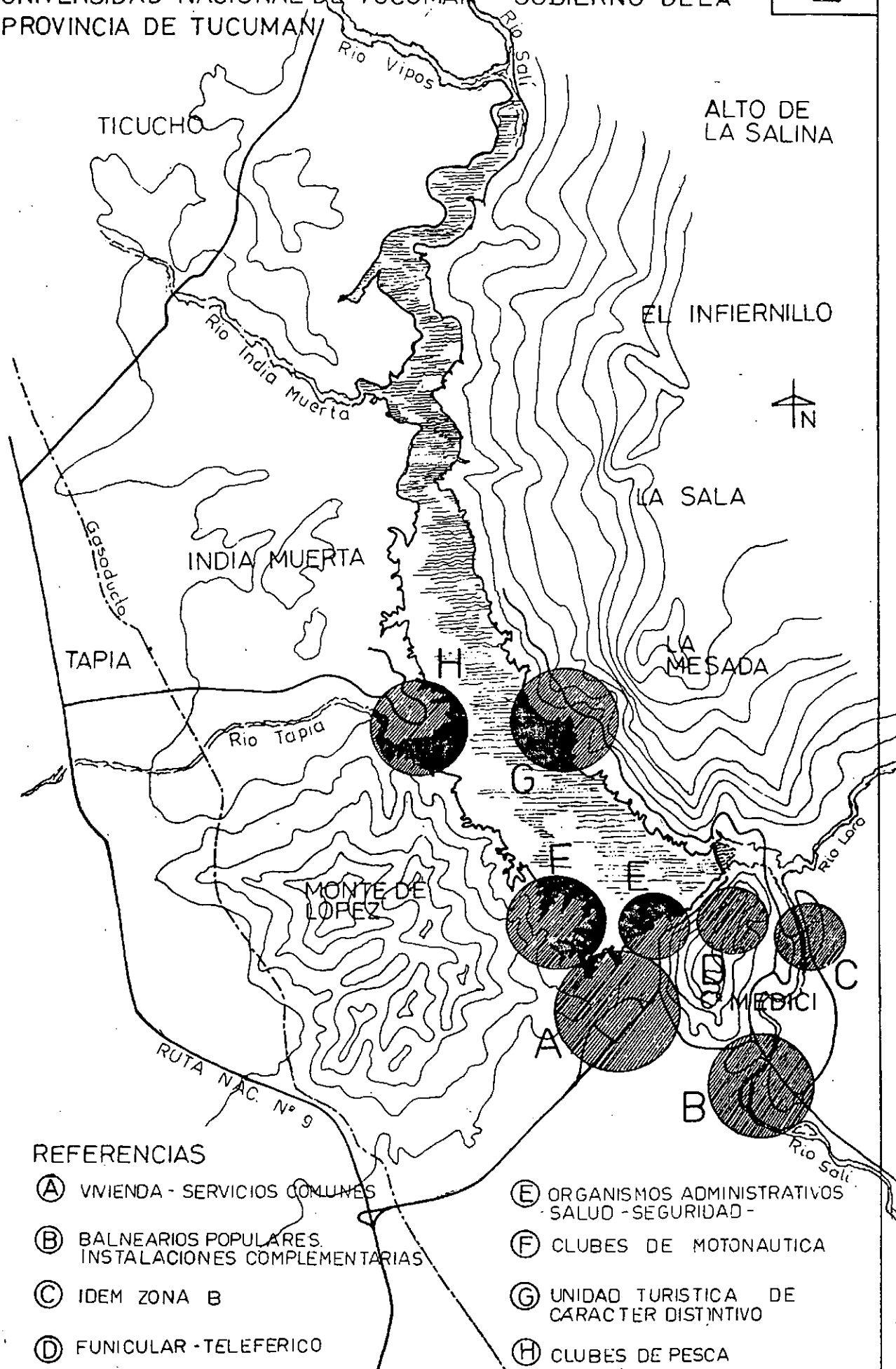
Uno de los antecedentes más importantes elaborados para el desarrollo turístico de El Cadillal, constituye el "Estudio de los Recursos Turísticos y Recreativos" que realizara la Universidad nacional de Tucumán (a través del Instituto de Arquitectura y Planeamiento de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo) y el Gobierno de la Provincia de Tucumán (a través de la Dirección Provincial de Turismo) en 1967. Procurando establecer un plan de desarrollo integral, se propuso una zonificación físico-funcional para la formulación de proyectos de inversión, obras de infraestructura y normativas de control y gestión de los mismos (Graf. N° 2).

Si bien se trató de una propuesta de zonificación general, carente de estudios particularizados para cada área, se buscó la compatibilidad de las potencialidades ecológicas con el desarrollo socio-económico del área. Ello supuso la diferenciación de las zonas en función del paisaje, la infraestructura, la ubicación dentro del conjunto, la topografía y los requerimientos de los usos a prever, de la siguiente manera:

- a) Area A. Constituye el núcleo vinculado al acceso principal, con vistas hacia el lago y las serranías vecinas. Los usos preferenciales propuestos comprenden a terrenos ribereños con el lago (hosterías, restaurantes, moteles, bares, embarcaderos, etc.) y terrenos no ribereños (viviendas particulares y servicios comunes), totalizando un área de 125 has, con una expansión posible de 200 has.
- b) Areas B y C. Comprende el sector localizado aguas abajo de la presa principal sobre el Rio Salí, al este del

Cerro Médici, contando con un paisaje típico de boscosas laderas. Se propone un uso dominante de balnearios populares e instalaciones complementarias.

- c) Area D. Comprende el coronamiento del Cerro Médici, a 830 m.s.n.m., ofreciendo las mejores condiciones panorámicas del área. Potencialmente tiene inmejorables condiciones para construir un funicular o un telesférico que vincule esta área con la margen izquierda del lago.
- d) Area E. Comprende una franja a ambos lados del camino principal que bordea el lago, constituyéndose en un lugar apropiado para el funcionamiento de organismos administrativos (turismo, salud, seguridad, administración de bosques, etc.).
- e) Areas F y G. Constituye el perímetro sur del lago, en el que se proponen localizar clubes de motonáutica y turísticas de carácter distintivo (hotel, casino).
- f) Area H. Se trata de un área aislada en la que se proponen localizar clubes de pesca por sus inmejorables condiciones climáticas-topográficas.



REFERENCIAS

- (A) VIVIENDA - SERVICIOS COMUNES
- (B) BALNEARIOS POPULARES. INSTALACIONES COMPLEMENTARIAS
- (C) IDEM ZONA B
- (D) FUNICULAR - TELEFERICO
- (E) ORGANISMOS ADMINISTRATIVOS. SALUD - SEGURIDAD -
- (F) CLUBES DE MOTONAUTICA
- (G) UNIDAD TURISTICA DE CARACTER DISTINTIVO
- (H) CLUBES DE PESCA

PROPUESTAS PARA UN PLAN ESTRATEGICO GLOBAL

El antecedente señalado en el tópico anterior, si bien no fue implementado, es un excelente punto de partida para implementar futuros proyectos de desarrollo estratégico. A pesar de los casi 30 años transcurridos desde la elaboración de estas propuestas, aún se mantienen vigentes las potencialidades ambientales y paisajísticas que caracterizan al área. Se suma a ello el requerimiento actual de generar recursos genuinos mediante proyectos de inversión de capitales privados que aseguren la sustentabilidad y la competitividad ecológica y económica de la provincia en general y de la Región metropolitana del Gran San Miguel de Tucumán en particular. En tal sentido se señalan las siguientes potencialidades, como base de un plan estratégico:

- a) Ecológicas, deportivas y culturales. Las características ecológicas permiten desarrollar proyectos dirigidos hacia el ecoturismo, turismo de aventura y deportes propios del área (trekking, caminatas, mountain bike, pesca, ski acuático, windsurf, natación, motonáutica, etc.). Todos ellos orientados hacia el turismo local nacional e internacional. Ello es compatible con las posibilidades potenciales de la zona para la localización de "espacios ecológicos-culturales" (educación ambiental no formal); circuitos de competencia automovilística (autódromo); áreas de esparcimiento colectivo (mundo fantástico, etc.) campamentismo y travesías; esparcimiento nocturno (casino restaurantes, bares, discotecas, etc.) e histórico-arqueológico (museo, etc.).
- b) Económicas-financieras. El turismo constituye una excelente posibilidad de inversión por los beneficios económicos que reditúa no sólo al inversionista sino

también a la provincia que lo acoge y a la población que se vincula directa e indirectamente a la actividad. La acumulación de divisas por exportación de turismo, la generación de empleo de mano de obra local, el incremento de la participación de los ingresos económicos en el Producto Bruto Interno, son algunos de los beneficios que se logra a través de la inversión en proyectos de desarrollo turístico.

En apoyo a la iniciativa privada, Tucumán cuenta con la Ley 6.166 de promoción de las inversiones en infraestructura turística consistente en Crédito Fiscal. En el período 1991-1993, se realizaron 7 proyectos de inversión por un monto de \$20.000.000 (Secretaría de Turismo de Tucumán, 1995). Las factibilidades que presenta el área para el desarrollo de proyectos ecológicos, deportivos, culturales y turísticos, son compatible con los beneficios económicos que reportaría a la provincia la inserción de proyectos de inversión en esta dirección (Graf. Nº 3).

PROYECTOS ALTERNATIVOS PARA UN PLAN ESTRATEGICO

Las potencialidades señaladas precedentemente son orientativas de los tipos de proyectos alternativos que pueden configurar un plan estratégico de desarrollo turístico. Se trata de un conjunto de propuestas de inversión interrelacionadas que pueden autosustentarse en sí mismas y en relación con el resto de los proyectos. En tal sentido, se busca que tanto el Plan (global) como los proyectos (sectorial) tengan los mismos alcances:

- * Que asuman lo estratégico como una forma de dinamizar la economía local y provincial desde el desarrollo de las actividades turísticas y recreativas que se pueden potencializar en el área;
- * Que este dinamismo se sustente en etapas planificadas por el Gobierno Provincial, con inversiones mínimas por parte de éste y una dominante participación de la inversión privada en acuerdo y consenso con aquél;
- * Que esta inversión asegure eficiencia económica en los beneficios que le reporte tanto al asector privado inversor, como a la población local beneficiaria y al Estado Provincial contralor y orientador de las mismas;
- * Que esta eficiencia económica asegure la sustentabilidad ecológica del área y de los ecosistemas del Gran San Miguel de Tucumán que participan del equilibrio de los sistemas naturales y humanos de esta micro región.

En función de este Plan, los proyectos alternativos se distinguen en aquellos predominantemente generadores de inversión privada y los que configuran el soporte de los mismos. Los primeros, que requieren mayor inversión, serán desarrollados por el sector privado. Los segundos, con una

inversión mínima, estarán a cargo del Estado Provincial. Mientras en aquellos se destacan las inversiones en hoteles, loteos, comercios, autódromo, centro ecológico-cultural, condominio náutico, telesférico, clubes, etc., en éstos la inversión está dirigida a la forestación, conservación de flora y fauna, campings y viveros forestales con especies autóctonas.

En este análisis preliminar se observa que deben implementarse las siguientes estrategias de intervención para la sustentabilidad del Plan:

a) Consolidación de la urbanización, infraestructura y servicios localizados en el núcleo principal a través de los siguientes proyectos:

- . Ampliación de loteos y construcción de viviendas.
- . Relocalización e incremento de la actividad comercial.
- . Ampliación de la infraestructura básica existente (agua, alumbrado público y privado, pavimento).

b) Consolidación de los servicios administrativos-culturales localizados en el área, a través de los siguientes proyectos:

- . Ampliación del Centro Cívico en el núcleo principal.
- . Revalorización del Conjunto Museo Arqueológico-Anfiteatro-Entorno Natural en la zona de playas.
- . Construcción de infraestructura de apoyo a la actividad administrativa-cultural-comercial (terminal de ómnibus, aparcamientos, infraestructura básica, etc)

c) Diseño y ejecución de servicios de hotelería anexos al Centro Principal (Cerro Médici, Noreste del Monte López) a través de los siguientes proyectos:

- . Construcción de un Hotel de 5 Estrellas (con Casino y Centro de Convenciones) y 2 Hoteles de 4 Estrellas.
- . Construcción de un Hotel de 3 Estrellas y Anexos para Turismo Social.
- . Ampliación de la infraestructura básica para la cobertura de los sectores de hotelería.

d) Diseño y Ejecución de un Centro Ecológico-Cultural (Monte de López) para la formación, recreación e información ambiental, a través de los siguientes proyectos:

- . Construcción de Eco-Museos, centro de convenciones y centro de información.
- . Ampliación de la infraestructura básica (agua, alumbrado público y privado, pavimento).
- . Forestación, agricultura ecológica y energías alternativas (solar, eólica).

e) Diseño y Ejecución del autódromo provincial para competencias nacionales e internacionales, a través de los siguientes proyectos:

- . Construcción del autódromo con sus instalaciones y equipamientos característicos.
- . Ampliación de la infraestructura básica para la cobertura del servicio (agua, alumbrado público y privado, pavimento).
- . Forestación del autódromo y su entorno inmediato.

f) Diseño y ejecución de un Telesférico desde el Cerro Médico hasta el Cerro Medina y hasta el área del Río Loro, a través de los siguientes proyectos:

- . Infraestructura del telesférico con sus equipamientos e instalaciones.
 - . Infraestructura de caminos y servicios anexos a los puntos de partida y llegada del telesférico.
- g) Diseño y ejecución de un Consorcio Náutico Privado en el sector norte del Lago, a través de los siguientes proyectos:
- . Ejecución de loteos con la infraestructura básica y caminos anexos.
 - . Ejecución de ambarcaderos y clubes anexos.
 - . Ejecución de áreas de recreación anexas al sector del Consorcio Náutico.
- h) Consolidación y ampliación del Club Náutico y los sectores anexos de playas, a través de los siguientes proyectos:
- . Infraestructura básica, edilicia, caminos y servicios anexos.
 - . Ejecución de embarcaderos y mejoramiento de playas.
 - . Construcción de áreas de campings y albergues anexos.
- i) Consolidación de un Centro de Piscicultura en la desembocadura del Río Tapia, a través de los siguientes proyectos:
- . Diseño y ejecución de clubes de pesca y servicios anexos.
 - . Diseño y ejecución de albergues para pescadores transitorios.
 - . Infraestructura básica y mejoramiento de los caminos existentes, apoyados en programas de forestación.

- j) Consolidación del área de Camping y ecoturismo en la zona del Río Loro, a través de los siguientes proyectos:
- . Infraestructura de campings y servicios anexos.
 - . Ampliación de bares, restaurantes y confiterías.
 - . Ejecución de un Centro de Información Ecológica y diseño de senderos de interpretación de la naturaleza.
- k) Consolidación de programas de forestación y desarrollo agrícola hacia el este del núcleo principal, a través de los siguientes proyectos:
- . Vivero forestal con especies autóctonas.
 - . Ampliación del área agrícola existente con la infraestructura requerida para ello.

Este listado preliminar de estrategias de intervención, son producto de un análisis expeditivo global de los antecedentes de proyectos propuestos para el área, de la demanda actual de los beneficiarios del Gran San Miguel de Tucumán y de nuevas alternativas que se observan pueden favorecer el desarrollo económico y la conservación ambiental de los ecosistemas que configuran el Dique El Cadillal. En tal sentido, su ejecución estará sujeta a las siguientes etapas del plan estratégico de desarrollo:

1a. Etapa. Diagnóstico y propuesta de proyectos de inversión. Ello supone el análisis de prefactibilidad técnica y económica de los proyectos que surjan a partir del desarrollo de las potencialidades socio-económicas y ambientales que presentan los recursos del área. Incluye un inventario previo de los mismos, su situación actual y la tendencia que evidencia en el tiempo, a través de un comportamiento turístico-recreativo. Esta etapa la desarrolla el equipo técnico en consultas con el Gobierno.

2a. Etapa. Discusión de los proyectos con inversionistas posibles. Los proyectos resultantes del análisis anterior se discuten en una puesta en común con posibles inversionistas interesados en invertir en el área. Se trata de rondas de discusiones a realizar en San Miguel de Tucumán y Buenos Aires, promovidas por el equipo técnico y la Secretaría de Estado de Turismo (principal promotor y negociador del Gobierno Provincial). Las críticas y correcciones que se sugieran permiten una reelaboración de los mismos, a fin de ser ajustados a los pliegos de licitación.

3a. Etapa. Elaboración de pliegos de licitación y llamado a nivel nacional e internacional. El conjunto de proyectos se elabora con sus correspondientes pliegos a fin de ser licitados mediante oferta pública proveniente del sector privado. Mediante un llamado global, cada inversionista interesado puede participar indistintamente de uno o un conjunto de proyectos. Se fijan los procesos de la licitación, tiempos y modalidades operativas propias de este tipo de llamado. El equipo técnico redacta los pliegos y el Gobierno Provincial, con apoyo de la Secretaría de Turismo de la Nación, promueve el proceso licitatorio.

4a. Etapa. Adjudicación y puesta en marcha de los proyectos adjudicados. En base al pliego de licitación el Gobierno asume el rol de gestor y contralor del proceso de ejecución del/los proyecto/s, realizando todas aquellas inversiones e intervenciones que son propias del Estado (especificadas para cada proyecto en particular). En ello se incluye la regularización de las tierras, la seguridad jurídica de la adjudicación y el apoyo técnico y de infraestructura según lo establecido en los pliegos. A partir de esto, el Estado controlará y evaluará el impacto de cada proyecto.

ANEXO III - PLAN DE TAREAS
Plan Estratégico de Desarrollo
Turístico Perilago El Cadillal

3.1. Análisis de la Información

INTRODUCCION. DE LO SECTORIAL A LO GLOBAL.

La información de base para la formulación de un Plan de Desarrollo Estratégico, con sus respectivos proyectos de inversión, es predominantemente sectorial. Salvo el antecedente mencionado en los tópicos anteriores (Estudio de los Recursos Turísticos-Recreativos, 1967), que tiene el valor de constituirse en un punto de apoyo comparativo con la situación presente, el resto de la información disponible aborda problemas o conocimientos sectoriales de la realidad que acontece en el Dique El Cadillal.

No obstante existir una carencia en estadísticas que facilitarían una mejor comprensión de la dinámica de los procesos de relaciones entre los turistas-visitantes locales al sitio, el resto de la información se actualiza permanentemente tanto por los organismos oficiales (especialmente la Secretaría de Turismo) como por las instituciones no gubernamentales y privadas que tienen sus intereses de participación en el desarrollo turístico del Dique (Yacht Club Tucumán, Unión de Mountain Bikers, Centro de Piscicultura, Autocamping del Automóvil Club Argentino, Club Andino Tucumán, etc.).

Sin embargo, los relevamientos "in situ" han sido necesarios realizar permanentemente para el análisis de la información existente y recopilada por los investigadores. Aunque la información relevada y elaborada se ha incorporado a los restantes tópicos del estudio, se hace referencia en este punto a los patrones administrativos-legales vinculados al desarrollo de los servicios y actividades turísticas que se desarrollan en el área de estudio.

a) Area de Estudio. Límites de Expropiación (Graf. N° 3).

La zona-objeto del estudio corresponde al sector expropiado a través de la Ley N° 2.949 del 28 de Marzo de 1960, por la que se declaraba de "utilidad pública y sujetos a expropiación todos los bienes que el Poder Ejecutivo considere necesario para la construcción, explotación y seguridad de las obras (de El Dique El Cadillal) en sus aspectos técnicos y turísticos" (Art. 5°).

Las 8.360 has que comprenden la expropiación (1.360 has del Dique hasta la cota 611,50; y 7.000 has de usos diversos) responden a la necesidad de satisfacer tres requerimientos:

- . Areas a desarrollar por el Estado, directamente o mediante concesión a particulares o entidades de economía mixta, ubicadas en la proximidad o sobre el perímetro del lago (hotelería, moteles, campings, clubes, etc.);

- . Areas de "reserva natural" indispensables para preservar la variedad y belleza de los paisajes naturales, a fin de conservar la herencia representativa de plantas y animales,

- . Areas cuya expropiación resulta necesaria para evitar la dispersión de las inversiones por parte de particulares, permitir el reagrupamiento de las parcelas de disposición y forma geométrica inadecuadas a las condiciones topográficas del lugar e impedir fraccionamiento de terrenos ajustados a normas técnicas que han perdido actualidad y resultan insuficientes para lograr un aprovechamiento racional de los recursos turísticos y recreativos (Art. 5° Ley 3.235 del 28 de Mayo de 1965).

Estas consideraciones originales aún persisten en los objetivos buscados por el Plan estratégico a desarrollar. En este sentido, de manera preliminar se prevé un uso de las zonas expropiadas en las siguientes magnitudes:

PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO.

DIQUE EL CADILLAL - CIURBA (FUNDECMA) - 1996 .

LIMITES DE EXPROPIACION.

3

ALTO DE
LA SALINA



esc.
1:50,000

EL INFIERNILLO

LA SALA

LA MESADA

INDIA MUERTA

EMBALSE

MONTE
DE LOPEZ

EDC

Rio Tapia

Ruta Noc. / N° 9

Rio Salí

REFERENCIAS

- LIMITE DE ZONA DE EXPROPIACION.
- LIMITE DE PROPIEDAD PROVINCIAL.

- . 2.700 has para la Reserva Forestal Aguas Chiquitas.
- . 400 has destinados al sector de playas (propiedad fiscal)
- . 90 has para el Centro Cívico (privado);
- . 2.150 has en el Monte de López (privado);
- . 400 has para el Sector Agrícola (privado);
- . 400 has en India Muerta (propiedad privada).
- . 65 has fiscales en el Cerro Médici;
- . 115 has privadas en el Cerro Médici;
- . 250 has en el Río Salí-Loro para el sector privado.

Esta distribución inicial, que surge del comportamiento observado en la realidad y de la información analizada, se inserta administrativamente en la denominada Comuna El Cadillal que nuclea a 568 habitantes, 253 viviendas, en una superficie de 96 km² y una densidad de 5,92 hab/km² (Graf. N° 4). Aunque el área de India Muerta y Vipos corresponden a la Comuna de Vipos, pueden insertarse globalmente en un Plan de Desarrollo que sea únicamente canalizado por el Poder Ejecutivo Provincial. En este caso, bajo la supervisión de la Secretaría de Estado de Turismo, que se ha constituido en el Ente natural del Gobierno para generar proyectos de inversión y control en el área.

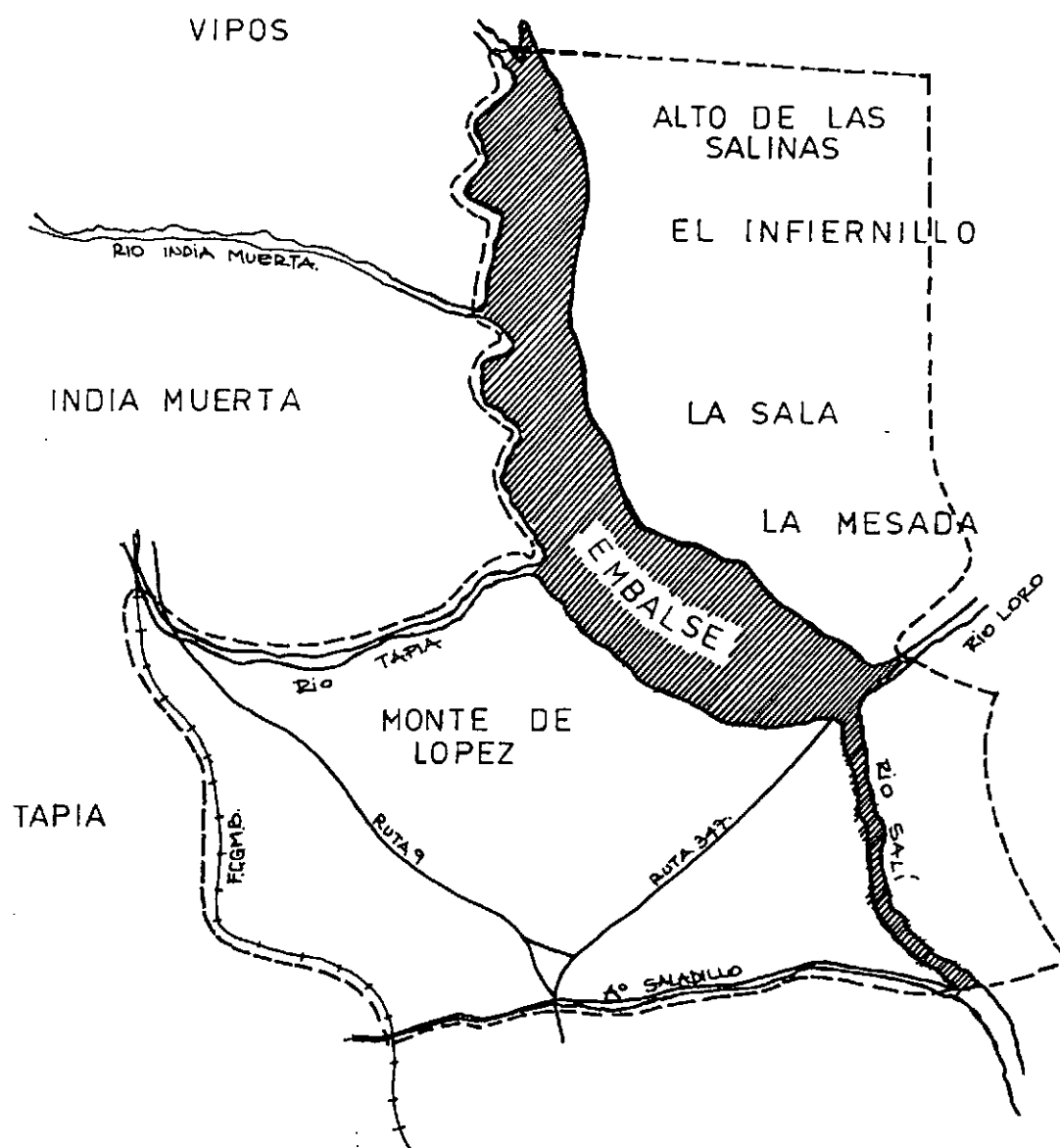
El fraccionamiento de las áreas expropiadas han sufrido variaciones en el tiempo en sus dimensiones y modos de apropiación del espacio, especialmente en las zonas del Río Salí y de la Villa Turística (Graf. N° 5). Ello no altera la distribución mencionada, pero condiciona toda intervención a promover en el área en términos de las formas de ocupación del suelo y en los requerimientos que surjan para expropiar (cuando sea necesario según el Plan) o para promover las inversiones de los privados propietarios de dichas tierras.

PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO.
 DIQUE EL CADILLAL - CIURBA (FUNDECMA)-1995
 COMUNA EL CADILLAL.

4



esc.
 1:100,000



DATOS COMUNA EL CADILLAL-DPTO.TAFI VIEJO (censo 1991)

SUPERFICIE	96 Km ²
HABITANTES	568
VIVIENDAS	253
DENSIDAD	5,92 hab/Km ²

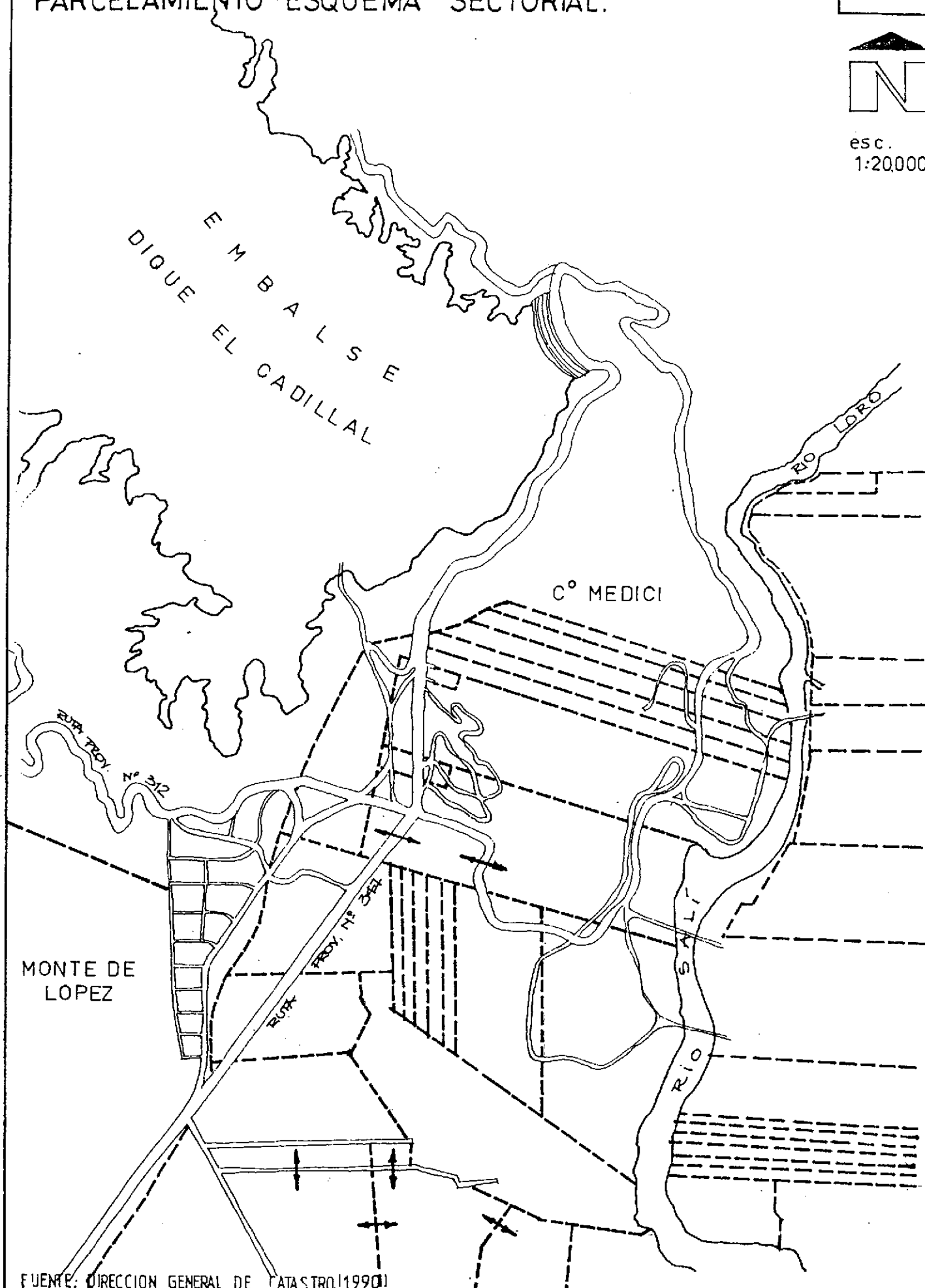
FUENTE: DIRECCION GENERAL DE COMUNAS RURALESJ 1991)

PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO
DIQUE EL CADILLAL - CIURBA (FUNDECMA) - 1996
PARCELAMIENTO-ESQUEMA SECTORIAL.

5



esc.
1:20,000.



FUENTE: DIRECCION GENERAL DE CATASTRO (1990)

b) **Equipamiento y Servicios** (Graf. N° 6). El Cadillal presenta un nivel de cobertura de servicios y equipamientos que permite asistir a un número no mayor a los residentes en el área. Tiene una escuela para 300 alumnos; un Centro de Atención Primaria de la Salud (CAPS) que atiende a las poblaciones de Tapia, Raco, Vipos y El Cadillal. Ello es indicativo que debería incrementarse este nivel si se promueve un plan de desarrollo con varios proyectos de inversión de mayor magnitud que la fomentada hasta el presente.

Complementariamente a ello, el Centro principal proporciona servicios culturales, a través del Museo Arqueológico y el Anfiteatro que alberga a 800 espectadores, y recreativos (confitería, bar y locales comerciales. Mientras los dos primeros ocupan una superficie total de 1.200 m² (corresponden 700 m² al Museo y 500 m² al Anfiteatro) los segundos con sus desbordes y terrazas cubren una superficie de 1.000 m² aproximadamente. Las carencias fundamentales de estos servicios se observan en el mal funcionamiento de los sanitarios y los locales comerciales y en la falta de promoción de actividades en el Museo y Anfiteatro.

Los clubes, confiterías y comercios se localizan en la Villa Turística, en la ruta provincial N° 347 y en las inmediaciones del Río Loro-Salí. Información que se detalla en el tópico referido a los atractivos turísticos-recreativos.

c) **Ley de Promoción para el Desarrollo Turístico N° 6.700.** Se anexa a la presente información la Ley mencionada, en tanto es el instrumento legal que avala toda promoción de inversiones en el área, punto de partida fundamental para la captación del sector privado.

PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO.

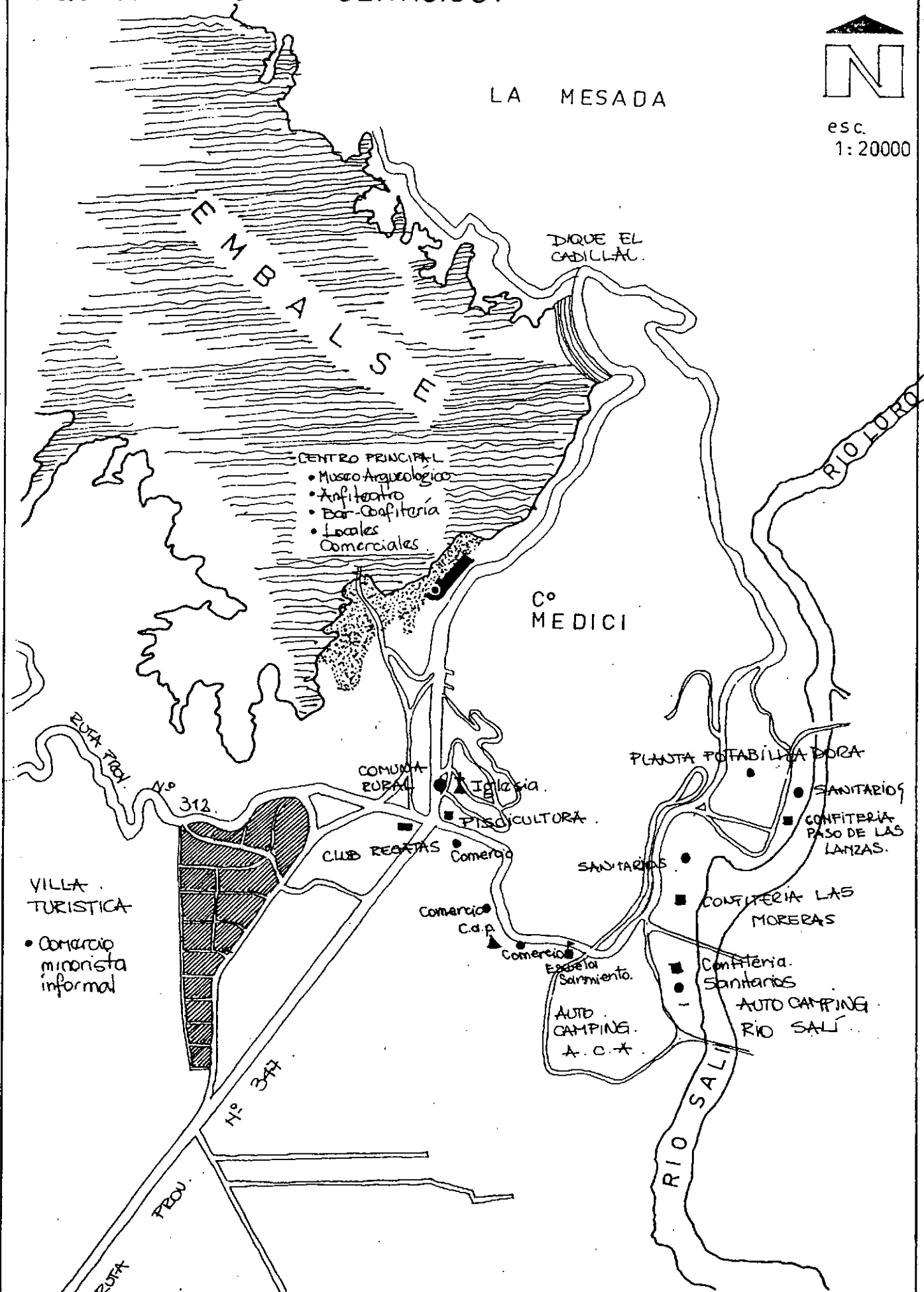
DIQUE EL CADILLAL - CIURBA (FUNDECMA) - 1996.

EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS.

6



esc.
1:20000



LEY DE PROMOCION DEL DESARROLLO TURISTICO (Nº 6.700)

A través de la Ley Nº 6.700, publicada en el Boletín Oficial Nº 23.651, de fecha 16 de Noviembre de 1995, se introduce un nuevo Régimen de Promoción del Desarrollo Turístico. Con esta ley se alienta a futuros inversores en proyectos turísticos a realizarse en la Provincia de Tucumán, en tanto se les otorga una serie de beneficios tendientes a captar la inversión privada. Los puntos principales de la Ley, en relación al Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de El Cadillal, son los siguientes:

Capítulo I. Objetivos y Areas de Promoción.

Artículo 1º. Establécese por la presente Ley un Régimen de Promoción del Desarrollo Turístico de la Provincia con los siguientes objetivos principales:

1.1. Promover y estimular la acción de la actividad privada en el desarrollo de la infraestructura y servicios turísticos;

1.2. Crear las condiciones básicas para inversiones en infraestructuras y especialmente las complementarias de las ya existentes, como así también las operativas y de funcionamiento, orientados al turismo receptivo;

1.3. Conservar, proteger y desarrollar el patrimonio turístico, histórico y cultural de la Provincia, promoviendo en especial la preservación ambiental, paisajística y arquitectónica.

Artículo 2º. A los fines de la presente ley, fíjense las siguientes áreas de promoción turística en el territorio provincial:

Area de Promoción A. Comprende las siguientes zonas, centros y lugares turísticos, incluyendo un radio de hasta

15 kilómetros de los mismos: Tafi del Valle, El Mollar, San Pedro de Colalao, El Cadillal, San Javier, Villa Nougués, Amaicha del Valle, Quilmes, Raco-Siambón, Simoca-Taco Ralo y Escaba.

Para las zonas, centros y lugares señalados en el A, el régimen de la promoción tendrá vigencia por el término de 2 (dos) años...los plazos serán contados a partir de la fecha de sanción de la presente Ley...(Boletín Oficial,pag.3004).

Capítulo II. Actividades Promovidas.

Artículo 3º. A los efectos del goce de los beneficios que prevé el presente régimen y su reglamentación se promueven las siguientes actividades:

A. Explotación de los Servicios de Hotelería y Afines.
Comprende a:

3.1. La construcción y equipamiento de establecimientos nuevos destinados a hoteles, hosterías, moteles, encuadrados dentro de algunas de las clases y categorías establecidas en la reglamentación respectiva, con excepción de los denominados hoteles alojamiento por hora; casas de citas o albergues transitorios. Se entenderá por establecimiento nuevo aquél que al tiempo de la vigencia de esta Ley, no tuviera existencia física o que teniéndola nunca fue explotado como actividad específica de alojamiento turístico.

3.2. La reforma, ampliación física o de servicios, reequipamiento y modernización de hoteles, hosterías, moteles y residenciales ya existentes en un 40% como mínimo, conforme lo determine la reglamentación. Cuando se trate de residenciales, la reforma o ampliación debe tener por objeto su encuadramiento en la categorización de establecimiento por estrellas. Quedan expresamente excluidos de este inciso

los denominados hoteles alojamiento por hora, casas de citas o albergues transitorios. Se entenderá por establecimiento ya existente aquél que estuviera o hubiese estado inscripto como tal aún cuando al tiempo de la vigencia de esta ley se encontrare cerrado, pero que no hubiere transcurrido un lapso mayor de 3 años en tal situación, se encontrare regularizada su situación física, previsional y presentare aptitud funcional, económica-financiera para funcionar y continuar en la actividad.

Los beneficios serán aplicados únicamente sobre la expansión o parte acrecida.

3.3. La construcción y equipamiento de restaurantes, confiterías, salas de esparcimiento y recreación, centro de diversiones nuevos, como así también la reforma, ampliación y reequipamiento, modernización de los establecimientos ya existentes, siempre en orden a la clasificación y categorización que establezca la reglamentación. En este último caso para la expansión o parte acrecida. Estas actividades promovidas sólo gozarán beneficios en el área de promoción A.

B. Explotación de Instalaciones de Descanso y Recreación. Comprende a:

3.1. La construcción y habilitación de colonias de vacaciones, albergues, bungalows, refugios, balnearios, salas de esparcimientos y recreación y minicomplejos turísticos;

3.2. La construcción y habilitación de albergues de caza y pesca deportiva, playas, muelles, embarcaderos y demás instalaciones para la práctica de deportes acuáticos;

3.3. La construcción y habilitación de zoológicos, botánicos, reservas naturales y museos.

3.4. La construcción y habilitación de ascensores, funiculares, cablecarriles, telesféricos, aerosilla y deslizadores;

3.5. La construcción y habilitación de instalaciones, campos o complejos para la práctica de deportes de interés turístico, como así también la construcción y habilitación de autódromos, velódromos, hipódromos y aeródromos;

3.6. La construcción y equipamiento y habilitación de auditorios y salas para reuniones públicas, congresos, convenciones, ferias, actividades culturales, deportivas y recreativas. Las construcciones y habilitaciones referidas en los incisos precedentes de este apartado B, deberán ajustarse a los requisitos que para cada caso establezca la reglamentación.

C. Explotación de Servicios Turísticos.

3.1. La incorporación de unidades nuevas sin uso, de transporte terrestres, lacustre y aéreos y su explotación como servicios de excursiones en los circuitos turísticos de la provincia.

3.2. La construcción y habilitación de estaciones de servicios únicamente en la zona de promoción A A1 conforme a las condiciones que se indique en la reglamentación.

3.3. Las empresas individuales o asociadas dedicadas a la promoción del turismo.

D. Prestaciones vinculadas al Turismo Receptivo.

Comprende a las escuelas de formación profesional en servicios turísticos, de acuerdo a lo especificado por la reglamentación.

E. Artesanías Tradicionales.

Comprende la fabricación, comercialización y difusión de la producción artesanal autóctona debidamente reconocida conforme a las que como tales establezca la reglamentación.

F. Urbanizaciones.

Comprende la construcción y habilitación de centros o complejos turísticos en zonas que determine el poder Ejecutivo, previo asesoramiento de la Secretaría de Turismo. Entiéndese por centro o complejo turístico al conjunto de servicios básicos para la práctica del turismo (alojamiento, gastronomía, comunicaciones, transporte, recreación, deporte, actividades físicas y culturales y servicios varios afines);

G. Publicidad.

Comprende la dedicada al turismo receptivo que en forma individual o conjunta realicen las empresas (impresión de folletos, guías, utilización de equipos audiovisuales, señalización, etc.).

Capítulo III. Beneficios.

Artículo 4º. El régimen de promoción establecido por esta ley, se integrará con los siguientes beneficios:

A. Crédito Fiscal contra Tributos Provinciales.

4.1. Las inversiones en las actividades promovidas por la presente ley localizadas en el Area A y A1 o comprendidas en la misma tendrán derecho a crédito fiscal cuando se encuadren en las siguientes condiciones:

a) Los proyectos deberán ser seleccionados por la autoridad

de aplicación y aprobados por el Poder Ejecutivo.

b) Los proyectos de inversión se realizarán sin asistencia financiera de Organismos provinciales, debiéndose concluirse en la forma prevista y habilitarse por la Autoridad de Aplicación.

4.2. El cupo o margen dentro del cual se otorgarán los créditos fiscales serán los que se establezcan anualmente en el Presupuesto General de la Provincia.

4.3. El crédito fiscal obtenido por las inversiones promovidas será hasta un 90% (noventa por ciento) de las mismas cuando sea aplicado a los (5) ejercicios fiscales posteriores al de la habilitación en cuotas iguales (Boletín Oficial, 1995, pag. 3005).

Cuando la aplicación se realice en los (3) ejercicios siguientes, en cuotas iguales el crédito fiscal podrá ascender al 70% (setenta por ciento) de la inversión promovida.

4.4. Los certificados de crédito fiscal podrán ser utilizados por su titular para el pago de las obligaciones tributarias provinciales devengadas por otras nuevas actividades económicas que realice en la Provincia, conforme lo establezca la reglamentación.

4.5. Las inversiones con derecho a crédito fiscal se actualizarán hasta su habilitación y el crédito fiscal hasta el momento de su efectiva aplicación al pago de tributos. En ambos casos se empleará el índice de ajuste de impuestos provinciales, si fuese legalmente procedente.

4.6. Las actividades que gocen de crédito fiscal, no tendrán derecho a los beneficios señalados en el punto B y a los señalados en el punto C, inciso 1 de este artículo.

B. Exenciones Impositivas.

Las actividades promovidas dentro de la presente ley, tendrán derecho a las siguientes exenciones de tributos provinciales:

4.1. Impuestos sobre los ingresos brutos en cuanto se refiere a las operaciones comerciales derivadas de la actividad promovida y se ajusta a la reglamentación.

4.2. Impuestos inmobiliarios respecto a los inmuebles afectados directamente a la actividad promovida.

4.3. Impuestos de Sellos y Tasas Retributivas que gravan los actos y tramitaciones inherentes a suscripción y/o aumento de capital social, constitución, transformación o fusión de sociedades y sus actos ante el Registro Público de Comercio y/u otros organismos oficiales. Esta exención también comprenderá la tramitación de escritura, transferencia de dominio e inscripciones de los Inmuebles afectados.

4.4. Las tasas comunales, cualquiera fuese su denominación siempre y cuando la actividad comercial, industrial y/o servicios a las contribuciones sobre los inmuebles afectados directamente a la actividad promovida.

C. Otros Beneficios.

4.1. Acuerdo de créditos especiales que a los fines de esta Ley instrumenten las autoridades financieras oficiales no provinciales.

4.2. Otorgamiento de tarifas diferenciales de fomento por igual término al de la exención impositiva por suministro o servicios prestados por las Empresas del Estado

Provincial. La reglamentación establecerá la forma en que estos subsidios se harán explicitar en la Ley General de Presupuesto.

4.3. Otorgamiento de facilidades para la compra en licitación pública y en condiciones de fomento de bienes muebles e inmuebles de propiedad del Estado Provincial.

4.4. Asistencia y asesoramiento técnico.

4.5. Construcción de vías de comunicación de toda aquella obra de infraestructura básica de servicios dentro de las previsiones de los planes de Gobierno y del respectivo plan de trabajos públicos del presupuesto general.

4.6. Apoyo oficial del Poder Ejecutivo para agilizar y obtener en el orden nacional excensiones impositivas y otros beneficios.

Artículo 5º. Los beneficios dispuestos en el Apartado B del artículo anterior podrán ser totales, es decir al 100% o parciales por un término de hasta 15 (quince) años en las zonas de promoción A y A1...y se otorgarán conforme a la escala de graduación descendente que establecerá la reglamentación.

Artículo 6º. Toda empresa acogida al régimen de esta Ley, sin perjuicio de las franquicias otorgadas específicamente en otros artículos por las inversiones complementarias que seguidamente se detallan, gozará de los beneficios que para cada caso se indica:

a) Cuando la empresa beneficiaria, en cuanto se refiere a su zona, lugar o terreno de instalación, construya caminos de acceso mejorados, enripiados o pavimentados, tendidos de redes eléctricas, provisión de agua potable, desagües,

obras de seguridad y defensa contra inundaciones u otras de infraestructura consideradas indispensable para cubrir servicios inexistentes y requeridos por razones técnicas, económicas y sociales y que por tal carácter puedan ser utilizados en beneficio común.

En estos casos la empresa gozará de un beneficio consistente en un reconocimiento y reintegro por parte del Estado Provincial del 50% de las inversiones afectadas en tales obras, tomándose las mismas al costo real sobre el que emitirá opinión técnica la Secretaría de Estado de Obras y Servicios Públicos. El reintegro podrá hacerse mediante el otorgamiento de un certificado de crédito fiscal transferible cuya instrumentación y plazo de utilización fijará la reglamentación o bien cuotas actualizables y consecutivas en un plazo de hasta 5(cinco) años.

b) Cuando construyan edificios anexos o viviendas económicas, en ambos casos para sus obreros y empleados, serán eximidos del pago del impuesto inmobiliario y tasas comunales sobre inmuebles por igual término al acordado para las instalaciones principales, siempre que tales construcciones sean habilitadas para el personal del establecimiento exclusivamente.

Artículo 7º. Toda empresa nueva o existente acogida a este régimen que distribuya entre la totalidad de su personal un porcentaje de participación de las utilidades que la convierte en una empresa de interés social a juicio de la autoridad de aplicación y acredite un normal y permanente cumplimiento de sus beneficios que le correspondiera por aplicación de otros artículos de esta Ley de una ampliación del plazo de excensión de hasta un 20% con los topes establecidos en el artículo 5º.

En este caso la reglamentación establecerá la escala de graduación para su otorgamiento, la que se hará en relación al porcentaje de utilidad la forma de distribución y la cantidad de personal. Asimismo determinará los requisitos formales que las empresas beneficiarias deberán cumplimentar como pruebas fehacientes de que la distribución de utilidades se hace efectiva.

Artículo 8º. La reglamentación establecerá para los casos a que se refieren los artículos 6º inciso b y 7º, la exclusión de aquellos familiares del titular del beneficio que no podrá ser considerado personal del mismo.

Artículo 9º. Aféctase con destino a la construcción y habilitación de centros o complejos turísticos los inmuebles de propiedad de la Provincia que a tales efectos establezca el Poder Ejecutivo, quedando éste autorizado a venderlos en licitación pública a aquellas empresas que deseen instalarse en la misma, bajo el régimen de esta Ley. El valor base del inmueble será determinado por el Tribunal de Tasación de la Provincia. El precio de venta del inmueble podrá establecerse con una quita de hasta el 50% de aquellos proyectos ubicados en la zona de promoción A y A1.

Artículo 10º. En toda escritura traslativa de dominio o contrato de compra venta de inmuebles destinados exclusivamente a la explotación turística que establece el artículo anterior se hará constar expresamente:

a) Tipificación, caracterización, clasificación y categorización de las construcciones, instalaciones y/o servicios turísticos a que se destinará el predio.

b) Prohibición de modificar el destino para el cual fue acordado la adquisición del inmueble, sin expresa y documentada autorización del Poder Ejecutivo.

c) Prohibición de subdividir.

d) El Estado Provincial deberá recuperar el dominio por incumplimiento de las condiciones pactadas (Boletín Oficial, 1995, pag. 3006) por parte del adjudicatario, como así también de disponer la devolución de la suma o las sumas recibidas en concepto de precio o valor de la tierra, tomándose la misma como indemnización para el Estado.

Artículo 11º. Los beneficios promocionales que se desprenden de este régimen comenzarán a regir, a efectos del cómputo de los plazos, a partir de la fecha de la puesta en marcha del respectivo proyecto, con que lo determine la reglamentación.

Artículo 12º. El plazo para la habilitación o puesta en marcha de la actividad acogida no podrá exceder los 3 (tres) años a contar de la fecha del instrumento legal que declare el acogimiento. Este plazo podrá ampliarse por un término no mayor de 12 (doce) meses en casos excepcionales y justificados previo dictamen técnico de la autoridad de aplicación.

Las plenas obligaciones fiscales quedarán restablecidas y comenzarán a correr el día siguiente al vencimiento fijado a la excensión o beneficio respectivo el que contará por año calendario a partir de la fecha de otorgamiento de los mismos.

Artículo 13º. El Poder Ejecutivo en la reglamentación de esta Ley, establecerá la clase o tipo porcentaje o monto y

extensión de los beneficios a conceder a las actividades cuya inclusión en las franquicias del presente régimen se soliciten conforme a las siguientes normas básicas:

13.1. Clase o tipo de actividades a desarrollar;

13.2. Ubicación clara de la misma dentro de los objetivos de esta Ley y grado de aporte al cumplimiento de los mismos;

13.3. Porcentaje de aporte de capital propio en los proyectos y monto de la inversión;

13.4. Categoría del servicio o actividad, conforme a la graduación y clasificación que establezca el nomenclador que a tal fin contendrá la reglamentación;

13.5. Porcentaje de ocupación de la mano de obra zonal permanente, incluyéndose en el mismo la técnica y profesional;

13.6. Zona de localización para el desarrollo de la actividad;

13.7. Cumplimiento de condiciones tanto específicas como general que se establecerán y exigirán en cada actividad;

13.8. Factibilidad, rentabilidad y capacidad técnica y empresarial de los proyectos;

13.9. Fijación de su domicilio legal y comercial de la Provincia.

Artículo 14º. Créase el Fondo para la Promoción y Desarrollo del Turismo, el que será administrado por la Secretaría de Estado de Turismo y Deportes de la Provincia y tendrá como destino el financiamiento de la promoción de la actividad turística.

Artículo 15º. El Fondo se formará:

A) Con el producido de las ventas que prevé el Art. 9º de la presente Ley conforme al siguiente detalle:

1) El 20% cuando se tratare de los terrenos fiscales destinados a la construcción de infraestructura turísticas.

B) Con la partida presupuestaria que se destine como contribución, al funcionamiento de la Secretaría de Turismo. Esta partida deberá incluirse en el presupuesto anual, como aporte al funcionamiento de organismos descentralizados.

C) Con los recursos que le asignen leyes especiales.

D) Con los legados o donaciones en general.

Capítulo IV. Beneficiarios.

Artículo 16. Podrán ser beneficiarios de este régimen promocional:

A) Las personas físicas domiciliadas en el País de acuerdo al Art. 89 del Código Civil.

B) Las personas físicas que hubieran obtenido permiso de residencia en el País en las condiciones establecidas por regímenes oficiales de fomento de inmigración calificada.

C) Las empresas extranjeras constituídas o habilitadas para operar en el país, conforme a las leyes argentinas y con domicilio legal en el territorio nacional.

D) Las personas jurídicas, públicas o privadas, constituídas o habilitadas para operar en todo el

territorio de la Nación, de conformidad con la legislación vigente.

Artículo 17º. No podrán ser beneficiarios de este régimen promocional:

A) Las personas físicas que hubiesen sido condenadas por cualquier tipo de delito doloso, con pena privativa de libertad o inhabilitación y las personas jurídicas cuyos representantes o directores hubieren sufrido las mismas penas.

B) Las personas físicas o jurídicas que tuvieren deudas exigibles impagas de carácter fiscal o previsional, ya sean nacionales, provinciales, municipales o comunales.

C) Las personas físicas o jurídicas que hubiesen incurrido en incumplimiento injustificado respecto de regímenes anteriores de promoción de cualquier naturaleza y jurisdicción.

Capítulo V. Autoridad de Aplicación y Procedimientos

Artículo 18º. Será Autoridad de Aplicación de la presente Ley, la Secretaría de Estado de Turismo y Deportes, organismo que también deberá intervenir mediante aconsejamiento previo a toda decisión que la presente Ley establece como facultad del poder Ejecutivo o Ministerio de Economía.

Artículo 19º. El decreto reglamentario de esta Ley especificará los requisitos, trámites y demás procedimientos que deberá cumplimentar toda empresa que por

su actividad desee acogerse a este régimen de promoción. Determinará asimismo, las escalas de beneficio, plazo y demás disposiciones. En todos los casos, la determinación de un lugar como zona de especial desarrollo turístico, previo dictamen técnico de la Secretaría de Estado de Turismo y Deportes, estará a cargo del Poder Ejecutivo exclusivamente. Igual procedimiento regirá para la aprobación y autorización final y otorgamiento de los beneficios que correspondieren.

Artículo 20º. El Poder Ejecutivo podrá restringir el otorgamiento de beneficios para las determinadas actividades que presenten evidentes características de saturación económica.

Artículo 21º. Las entidades financieras oficiales de la Provincia, adecuarán su acción en materia de política crediticia a las disposiciones que dicte el Ministerio de Economía y Coordinarán con la Secretaría de Estado de Turismo y Deportes la aplicación a tales normas a la política de promoción turística.

Artículo 22º. Las empresas a las que por su actividad se les hubiere acordado beneficios establecidos por esta Ley, están obligadas a cumplir con los planes que sirvieron de base para la concesión de tales franquicias, a cuyo efecto la Secretaría de Estado de Turismo y Deportes establecerá los respectivos controles.

Artículo 23º. La Secretaría de Estado de Turismo y Deportes, tendrá amplias facultades para verificar y evaluar el cumplimiento de las obligaciones de las beneficiarias que deriven de este régimen promocional e

imponer las sanciones pertinentes. Deberá informar periódicamente al Ministerio de Economía sobre el resultado de las verificaciones de estado y avance de los proyectos y la marcha de las actividades promovidas.

Capítulo VI. Sanciones por incumplimiento.

Artículo 24º. El incumplimiento por parte de las empresas beneficiarias al presente régimen promocional tanto en su faz legal como reglamentaria, como así también a las obligaciones emergentes del acto que otorgue los beneficios, dará lugar a las siguientes sanciones por parte del órgano de aplicación, de acuerdo a la reglamentación de la presente Ley (Boletín Oficial, 1995, pag. 3007):

A) En caso de incumplimientos meramente formales y reiterados multas hasta el 1% del monto actualizado del proyecto.

B) En caso de incumplimiento no incluido en el inciso anterior:

1) Caducidad total o parcial de las medidas de carácter promocional otorgadas, la que tendrá efectos a partir de la fecha de la resolución que la disponga.

2) Multas a graduar hasta un 30% del monto actualizado del proyecto.

3) Pago de todo o parte de los tributos o derechos no ingresados con motivo de la promoción acordada, con más su actualización e intereses de acuerdo a lo que establezca su reglamentación.

Capítulo VII. Disposiciones Generales.

Artículo 25º. Todas las solicitudes sobre acogimiento a los beneficios de la promoción turística, actualmente en trámite quedan sometidas al régimen de esta Ley.

Las empresas que a la fecha se encuentren beneficiadas por un régimen de promoción anterior continuarán gozando de los beneficios oportunamente otorgados. Estas empresas, dentro de los 30 (treinta) días corridos contados a partir de la fecha de publicación de la reglamentación de esta Ley en el Boletín Oficial, podrán solicitar su acogimiento a la misma. La autoridad de aplicación determinará si procede o no en el encuadre de las peticionantes en las disposiciones del presente régimen y su reglamentación. En caso afirmativo los beneficios a aplicarse serán los que disponen esta Ley y su reglamentación, a los que se deducirán los beneficios ya utilizados con otros regímenes anteriores de promoción turística en la Provincia.

Artículo 26º. Los beneficiarios del presente régimen promocional no podrán usufructuar las ventajas impositivas de otros regímenes anteriores al mismo.

Artículo 27º. Las empresas que peticionen acogimiento a este régimen de promoción turística, podrán solicitar ante la Autoridad de Aplicación, la expedición de un certificado provisional de suspensión de todo gravamen por concepto de sellados de los instrumentos jurídicos que a tal efecto deban formalizarse, incluidos el de la constitución de sociedad y a las actuaciones administrativas que se deben cumplir hasta agotar el trámite de acogimiento previsto. En caso de no otorgarse la promoción se exigirá por la vía pertinente el pago de los gravámenes suspendidos.

Artículo 28º. Presecrirán a los 10 (diez) años las acciones para exigir el cumplimiento de las obligaciones emergentes del acogimiento al presente régimen promocional, su reglamentación o la aplicación de las sanciones derivadas de su incumplimiento. El término se contará a partir del momento en el que el cumplimiento debió efectuarse y la suspensión e interrupción de la prescripción se regirá por las disposiciones del Código Tributario de la Provincia.

Artículo 29º. Invítase a las Municipalidades a adherir al presente régimen de promoción.

Artículo 30º. Derógase toda disposición legal en cuanto se oponga a la presente Ley.

Artículo 31º. Comuníquese (Boletín Oficial, 1995, pag.3008)

ANEXO III - PLAN DE TAREAS
Plan Estratégico de Desarrollo
Turístico Perilago El Cadillal

3.2. Diagnóstico Expeditivo

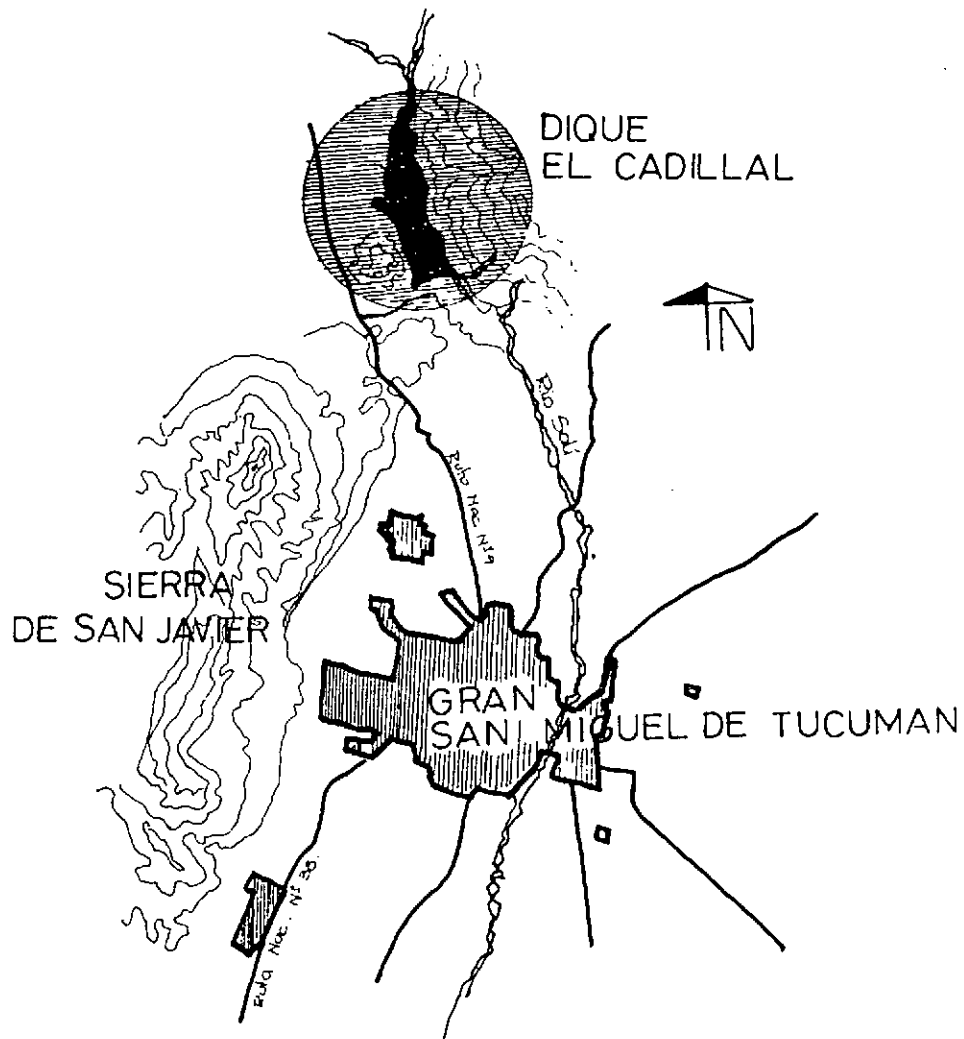
ANEXO III - PLAN DE TAREAS
Plan Estratégico de Desarrollo
Turístico Perilago El Cadillal

3.2.1. Oferta para el Turismo

2. CARACTERIZACION DEL DIQUE EL CADILLAL

El Dique El Cadillal sobre el Rio Salí y sus obras complementarias se construyó entre 1962 y 1965, y consta de una presa principal, ubicada hacia el Este y tres presas laterales, ubicada hacia el norte y noroeste de ésta. Las presas están formadas por un núcleo control de material cohesivo, contenido entre dos espaldones de material aluvional. Los taludes aguas arriba y abajo, se encuentra protegidos de la erosión.

La altura del cierre principal sobre el punto más bajo de fundación de roca es de 73,20 m, la longitud de coronamiento es de 503 m, su costa registra un nivel de 616 m.s.n.m. y su ancho es de 10 m.



7

La evacuación de los volúmenes excedentes se efectúan mediante un aliviadero sobre el embalse, que lo conecta al río mediante un tunel de 337 m, un canal de 249 m y un rápido de 150 m de longitud, con capacidad para conducir 1.500 m³/seg.. Posee dos torres de toma, una para desagüe de fondo y la otra para riego y turbinado de la Central Hidroeléctrica.

La capacidad total del embalse es de 287,03 Hm³; la superficie del espejo del lago es de 2.238 has; la cota umbral del vertedero es de 607,50 m.s.n.m.; la cota máxima de nivel del lago es de 611,50 m.s.n.m.. Con estas dimensiones, el agua nunca podrá volcarse por encima del Dique.

Características climáticas

Para el análisis de esta información se han considerado los datos del "Estudio de los Recursos Turísticos y Recreativos" (1967) y los relevamientos actuales en el sitio. A partir de ello se observa que:

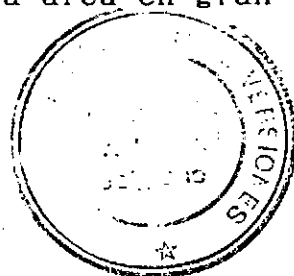
- . La zona climática urbana ofrece valores extremos de temperaturas en verano superiores a los del Cadillal (comparación San Miguel de Tucumán-Cadillal).
- . Las diferencias son más agudas en las temperaturas máximas que en las mínimas. En verano al tener la ciudad menor alternancia que la zona de El Cadillal, genera mayor sensación climática de agobio que en la zona del Dique.
- . En algunas épocas del año (verano) El Cadillal es más húmedo que San Miguel de Tucumán en las temperaturas máximas
- . En época de primavera El Cadillal es generalmente más seco que la ciudad de San Miguel de Tucumán. La época de mayor confort corresponde en El Cadillal a los meses de agosto, setiembre y octubre (en temperaturas y humedades).

Características fitogeográficas

La caracterización de estos aspectos se realizó a partir del estudio del Dr. Federico Vervoorst (1967) y de relevamiento actual en el sitio. La vegetación localizada en el área de estudio, forma parte de las provincias fitogeográficas Subtropical Occidental y Chaqueña. Geológicamente se inserta en el sistema de las Sierras Subandinas (Medina, Nogalito y del Campo). Sierras que actúan como divisoria climática, tal como se observa en la distribución de la vegetación. (Graf. Nº 8).

Tal como lo señala Vervoorst, la vegetación puede diferenciarse según el siguiente esquema de distribución:

- . **Vegetación Cultural.** Es aquella que se observa en las inmediaciones de Tapia y camino a Vipos. Suelos esqueléticos, arenosos hasta ripiosos, en parte arcillosos y algo halófilos, contienen arbustos y arbolitos de tusca en las partes más altas; matas de suchillo y césped donde afloran sales. Es un área que sufre el impacto de inundaciones periódicas, si no está relacionada con la napa freática.
- . **Vegetación de la terraza o del primer nivel del Río Salí,** Tapia, India Muerta y planicies modificadas por las lomas correspondientes a un nivel más antiguo. Los suelos se presentan sin un horizonte definido, formados por acumulaciones cuartarias, en parte loessicas, conteniendo vegetación arbustosa, espinosa, de hojas pequeñas u compuestas, en parte caducifolia. Entre ellas cabe mencionar la tusca, garabato, atamiaqui, pishkala o lagaña de perro o mal de ojo, brea, ancoche, pimienta o molle, talita, poleo, quimillo. En lugares salitrosos se observa lampa o zampa y jume de hayza. Es una área en gran parte degradada por el hombre y el ganado.



- . Vegetación de las Lomas, con núcleo de roca terciaria de la cuenca Tapia-Trancas o en las estribaciones occidentales de la Sierra de Medina. Los suelos son esqueléticos, en parte producto de la desintegración de las rocas terciarias o mezclado con restos de rocas metamórficas alorantes. Domina el bosque xerófilo con tres estratos: arbóreo, arbustoso y de matas (mezclado con el herbáceo). Especie típica: horco quebracho y especies acompañantes el algarrobo, yuchan, en parte cardón, ucle. Se caracteriza por tener epífitos criptogámicos (musgos y líquenes), indicadores de abundante humedad aérea. Paulatinamente se ve modificaciones por la extracción de leña y pisoteo y ramoneo de ganado.
- . Vegetación de los vallecitos u hondonadas y las planicies, entre las lomas con horco quebracho. Suelo aluvional y por su ubicación más húmedo. Presencia del bosque de algarrobo, mistol, tala, y otras especies del tipo freatófilos.
- . Vegetación de las cadenas y lomas hasta 850 m. Ubicadas entre la Ruta Nacional N° 9 ("cuesta del 25"), el camino de acceso al Cadillal y el Río Tapia y el Morro del Cadillal. Esta cadena forma el lazo de unión entre las Sierras de Medina y de San Javier. Presenta un relieve abrupto, faldas con distinta exposición, roca subyacente predominantemente metamórfica (esquistos, micacitas, filitas). Suelos producto de su desintegración. Domina la vegetación arbórea caducifolia en las faldas, denominada de transición (mezcla de elementos chaqueños y selváticos). Estratos arbóreos, arbustivo, herbáceo y muscinal. Abundan epífitos criptogámicos. Las especies principales son la lanza amarilla, la tipa, el cevil, el horco cevil, el zapallo caspi, el horco molle, el chal-chal y el arrayán. Hacia el norte y noroeste aparecen algunas manchas de especies del tipo del horco quebracho.
Se observa en ello variaciones con respecto a otras zonas.

Vegetación Perennifolia del fondo de las Quebradas, en la unidad anterior y del Valle del Río Loro y de los vallecitos de las cadenas y planas al Este del mismo. Son suelos de bosques con abundante humus encima de roca metamórfica o bien acarreos de falda. La vegetación depende del microclima de la "statio". Contiene elementos de la unidad anterior, pero otros le son propios. Posee cuatro estratos densos en los que destacan especies tales como laurel, palo San Antonio, ramio, matico, y ramo.

Vegetación de la Falda Occidental del Alto de las Salinas y de la Sierra de Medina. Ubicada a sotavento de la cadena que ataja la humedad que viene del Este (masa aérea atlántica), de modo que es más seca. Predomina un bosque caducifolio similar al de la falda occidental de la Sierra de San Javier, entre Potrero de las Tablas y la Sala de San Javier, en el que se pueden distinguir dos pisos. El más bajo (al pie de la falda entre los 650 y 900 m.s.n.m.) relacionado con la unidad 4, con especies del tipo del horco quebracho, yuchan, arrayan, mato, tipa, horco cebil y zapallo caspi.

En el más alto (900-1.250 m.s.n.m.) se observa mayor humedad aérea reflejada en la presencia de musgos, líquenes, helechos epífitos. También es caducifolia. Las especies principales son el coco, horco cebil, mato, coronillo y talilla. Presenta estratos arbustosos y herbáceos y se forman abras con pastizales de Stipa, Festuca, Paspalum, etc., cuando se llega a las cumbres relativamente planas de la sierra.

Vegetación de la Falda expuesta al Sud y Sudeste del Alto de las Salinas y de la Sierra de Medina, entre los 600 y 1.200 m.s.n.m. Tiene un subsuelo rocoso metamórfico, mucho más húmedo, con un suelo boscoso con abundante humus. Se caracteriza por la presencia de muchos elementos perennifolios, especialmente Mirtáceas, típica, sacha paraíso, etc. En el sector de la base domina el bosque de

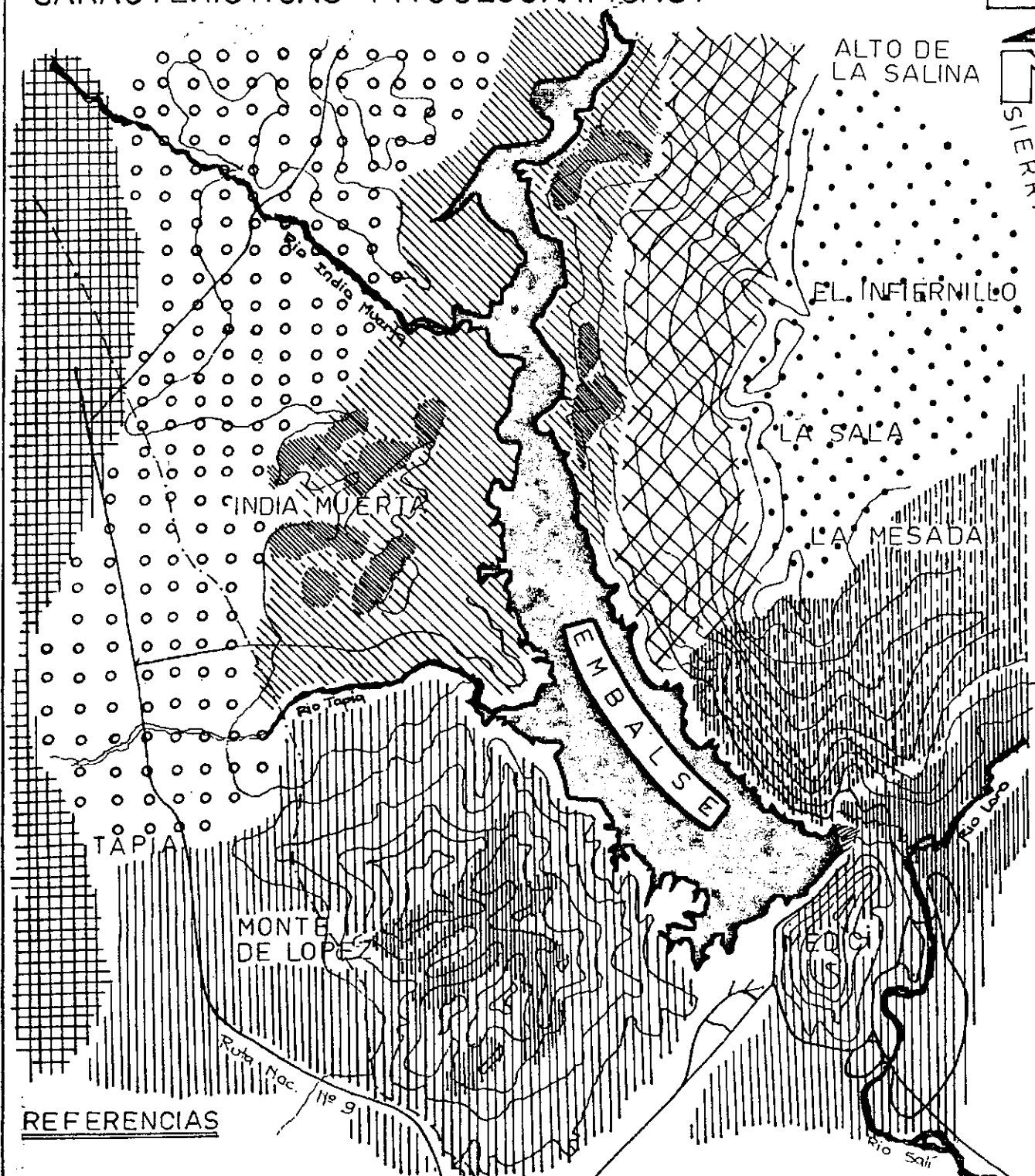
laurel y en las quebraditas más húmedas se observan ejemplares de *Tillandsia máxima*. Sin embargo, se encuentran también algunos elementos del bosque de transición, por ello los triángulos se han rellenados, para demostrar esa

- . **Vegetación de las cumbres de la Sierra de Medina.** Se trata de un relieve ondulado que en las faldas expuestas al NE de las quebraditas de la cumbre, se extiende el bosque de pino formado por *Podocarpus parlatorei*, *Myrrhinium loranthoides*, palo luz, horco mato y algunas escasas especies caducifolias (más al norte el aliso). Alterna este bosque las "abras" de pajonales de *Festuca hieronymii*, *Stipa*, etc. y diversas especies herbáceas. El suelo es loessico donde hay pastizal y es rocoso donde crece el pinal. Es muy utilizado en la ganadería y por ello bastante modificado constantemente.










PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO.
 DIQUE EL CADILLAL - CIURBA (FUNDECMA) - 1996.
 CARACTERISTICAS FITOGEOGRAFICAS.

8

SIERRAS DE MEDINA



REFERENCIAS

- | | | | |
|---|--|---|------------------------------------|
|  | VEGETACION CULTURAL |  | VEGETACION PERENNIFOLIA DEL FONDO |
|  | VEGETACION DE LA TERRAZA |  | VEGETACION DE LA FALDA OCCIDENTAL |
|  | VEGETACION DE LAS LOMAS |  | VEGETACION DE LA FALDA SUD-SUDESTE |
|  | VEGETACION DE LOS VALLECITOS Y HONDONADAS. |  | VEGETACION DE CUMBRES |
|  | VEGETACION DE CADENAS Y LOMAS | | |

FUENTE: INFORME VERVOOST (1967)

Características del Recurso Agua.

El Dique El Cadillal pertenece a una Cuenca Hidrográfica que cubre una superficie de 4.700 km² en el sector noroeste de la Provincia de Tucumán, cuyos principales tributarios son los ríos Tala-Candelaria (Salta); Zárate, Aranda, Chuscha, Choromoro, Vipos, India Muerta, Tapia y Salí-Loro (Graf. N° 9 y 10). La cuenca del Salí hasta El Cadillal es la que abastece permanentemente de agua al Embalse, permitiendo el desarrollo de actividades recreativas, turísticas, de riego y abastecimiento a San Miguel de Tucumán.

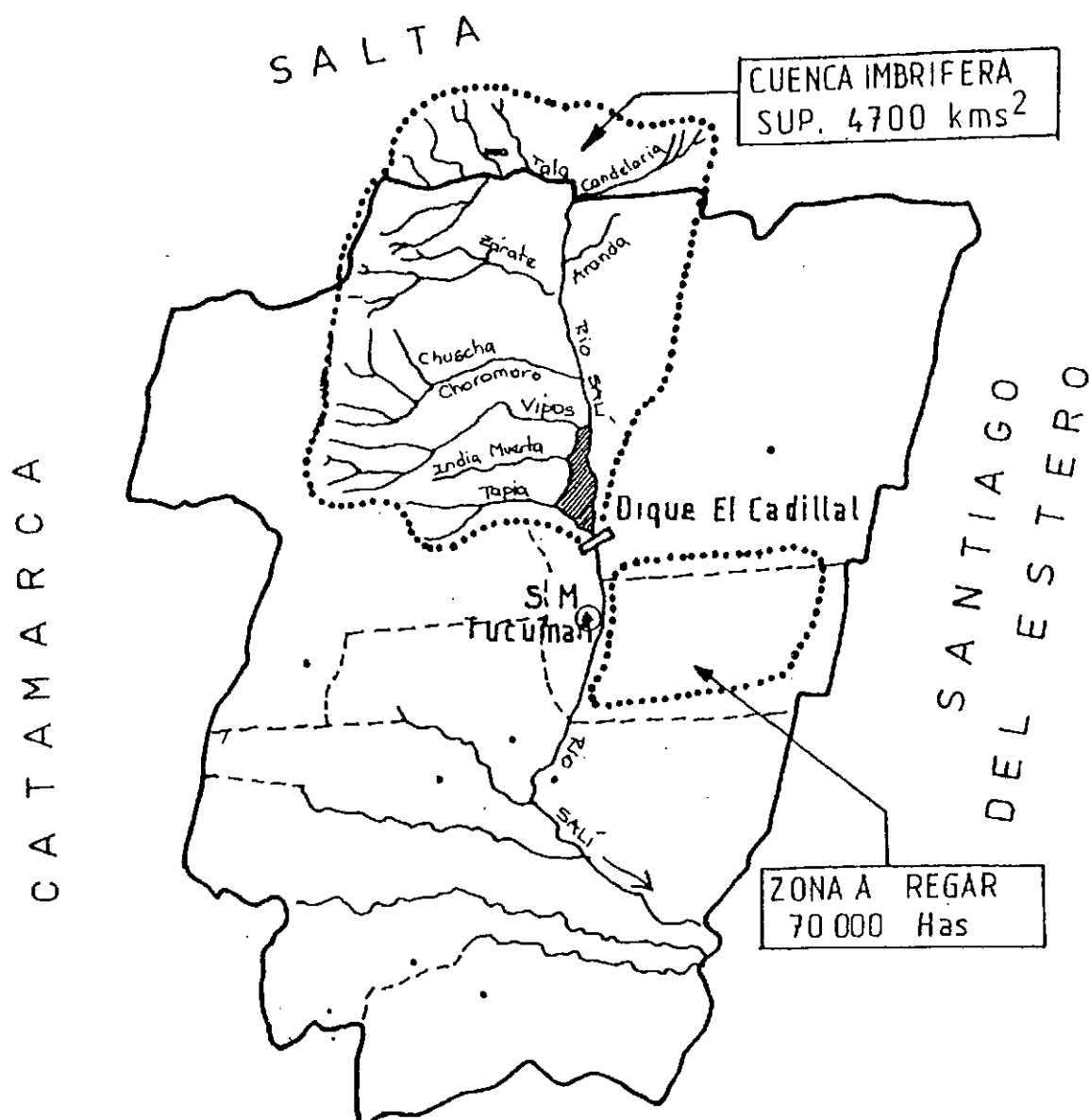
La cuenca pluviométrica media anual es de 690 mm, con un caudal máximo promedio en los últimos 30 años de 650 m³/seg. Con este abastecimiento se obtiene una cota de 607,50 mts en los "labios del vertedero". En el último año, las sequías en el área tributaria, originaron una disminución en el nivel del embalse hasta llegar a la cota 591,05 (Dirección Provincial de Obras Sanitarias, 1995).

Con el Dique El Cadillal se abastece de agua potable a San Miguel de Tucumán, con una producción de 8.050 m³/h, equivalente al 68% del total de agua que recibe la ciudad Capital. La captación se realiza mediante tomas superficiales. Esta provisión surge por la necesidad de cubrir el abastecimiento de agua al progresivo crecimiento poblacional que experimenta San Miguel de Tucumán y su Región Metropolitana.

Con la localización de este recurso, que se complementa con las características fitogeográficas del área, las distancias hacia los principales centros de abastecimiento varían entre 15 y 60 km (Graf. N° 11).

PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO .
 DIQUE EL CADILLAL - CIURBA (FUNDECMA) - 1996
 CUENCA HIDROGRAFICA GENERAL .

9



DATOS HIDROLOGICOS

CUENCA RIO SALI HASTA EL CADILLAL	4700	km ²
CUENCA (PLUVIOMETRICA MEDIA ANUAL)	690	mm
CAUDAL MAXIMO ESTIMADO (AÑO 1940)	800	m ³ /s
CAUDAL MAXIMO OBSERVADO (AÑO 1958)	567	m ³ /s

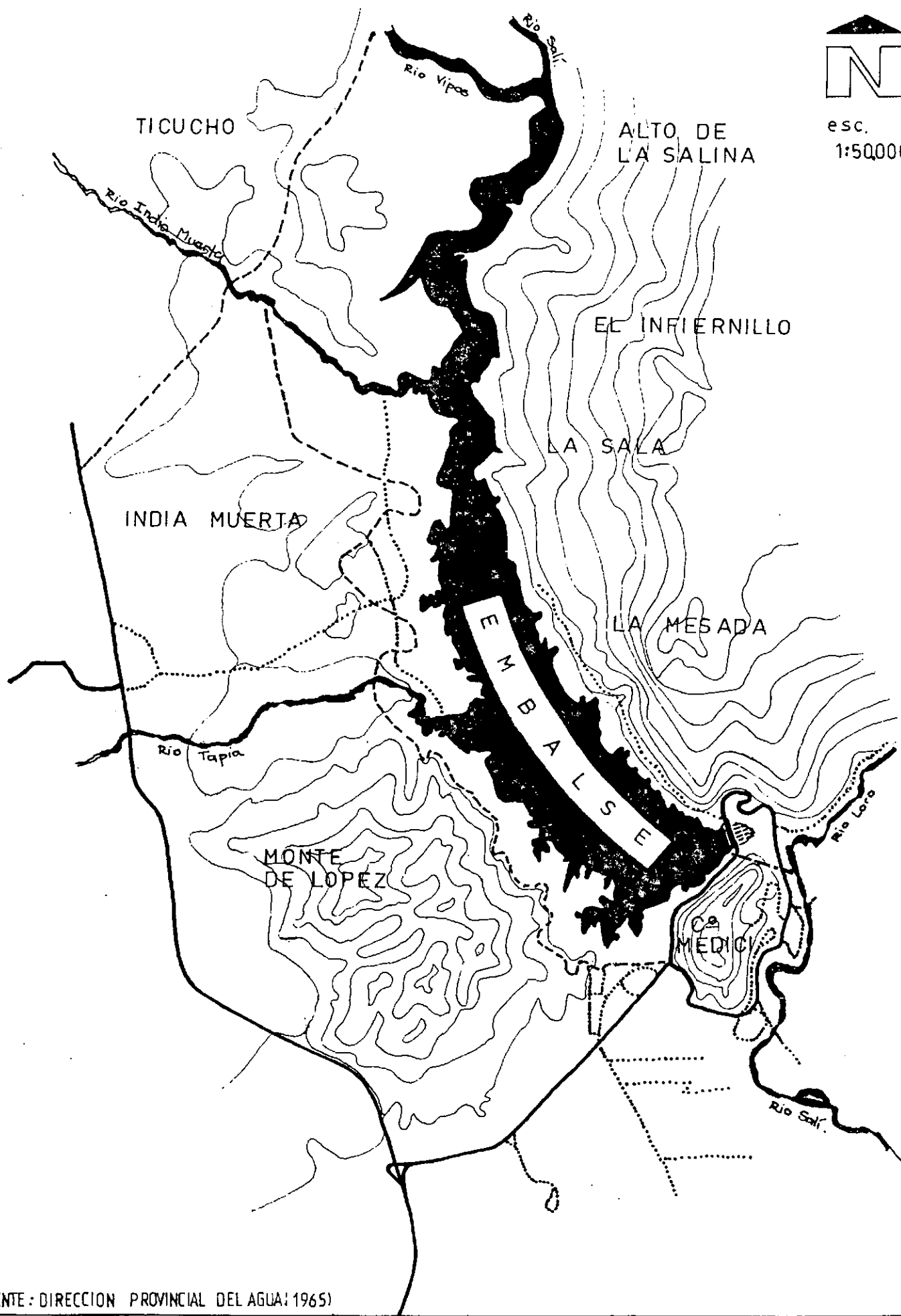
FUENTE : DIRECCION PROVINCIAL DEL AGUA. (1965)

PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO.
DIQUE EL CADILLAL - CIURBA (FUNDECMA) - 1996 .
CARACTERISTICAS HIDROGRAFICAS.

10



esc.
1:50000



PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO.

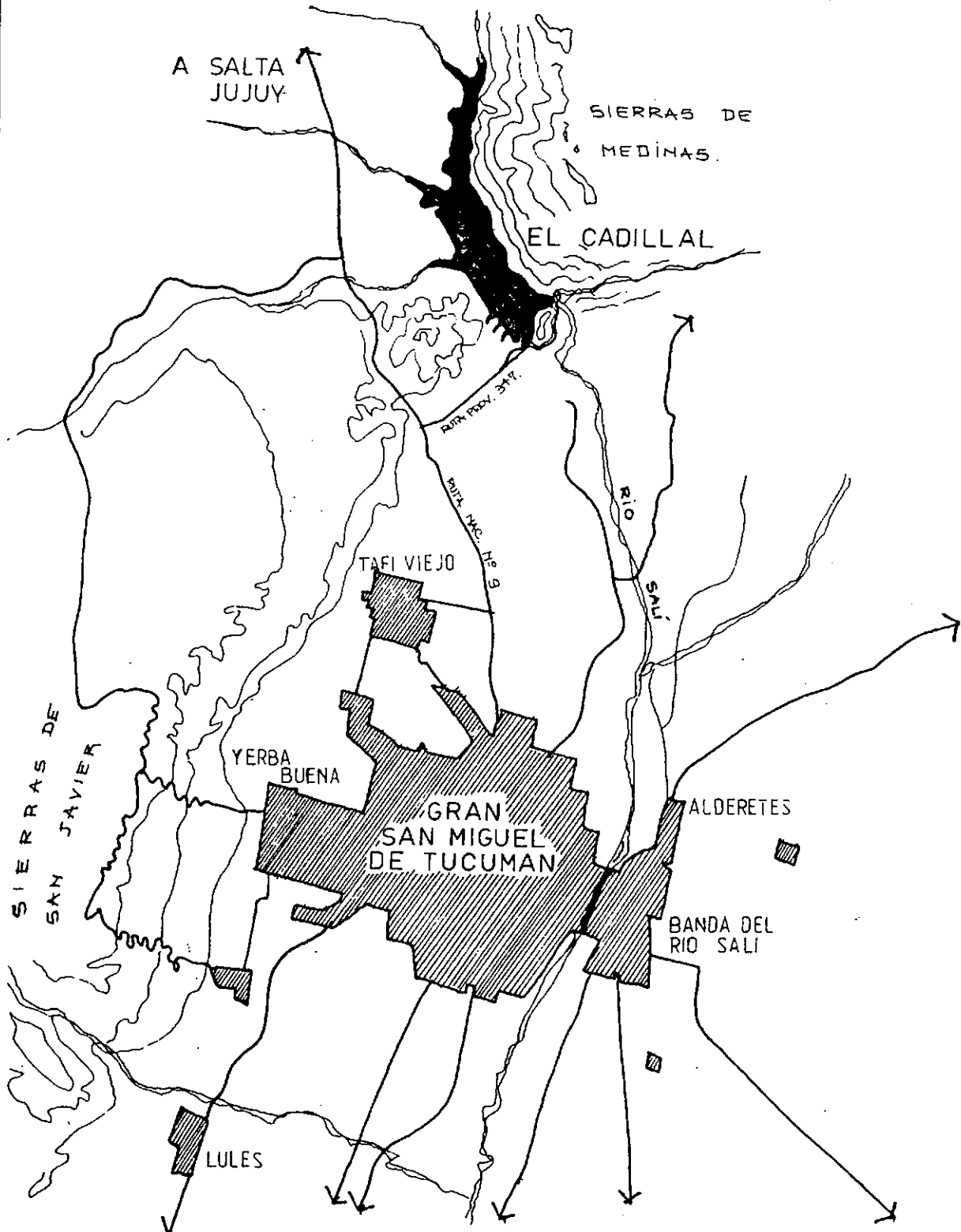
DIQUE EL CADILLAL - CIURBA (FUNDECMA)-1996

UBICACION - DISTANCIA A CENTROS URBANOS.

11



esc.
1:250,000



REFERENCIAS

EL CADILLAL - TUCUMAN.	25 Km.
EL CADILLAL - LULES.	45 Km.
EL CADILLAL - TAFI VIEJO.	15 Km.
EL CADILLAL - CONCEPCION	97 Km.
EL CADILLAL - TRANCAS.	40 Km.
EL CADILLAL - SAN JAVIER.	40 Km.
EL CADILLAL - S. P. DE COLALAO.	60 Km.

FUENTE : DIRECCION PROVINCIAL DE VIALIDAD 1995)

INFRAESTRUCTURA . DISPONIBILIDAD. CARENCIAS.

a) Agua Potable (Graf. N° 12). El abastecimiento actual de agua potable se realiza a través de cañerías de 150 mm de diámetro y de 75 mm, totalizando una longitud aproximada de 2.268 mts, de los cuales 1.630 corresponden a la primera y 638 mts a la segunda. La provisión se realiza desde la Planta Potabilizadora de El Cadillal, de la que surge la cañería de agua que abastece a la ciudad Capital, y se eleva a 4 cisternas que derivan el abastecimiento al Cerro Médici, la Villa Turística y las poblaciones localizadas a lo largo de la ruta provincial N° 347.

Las carencias se manifiestan en los siguientes items:

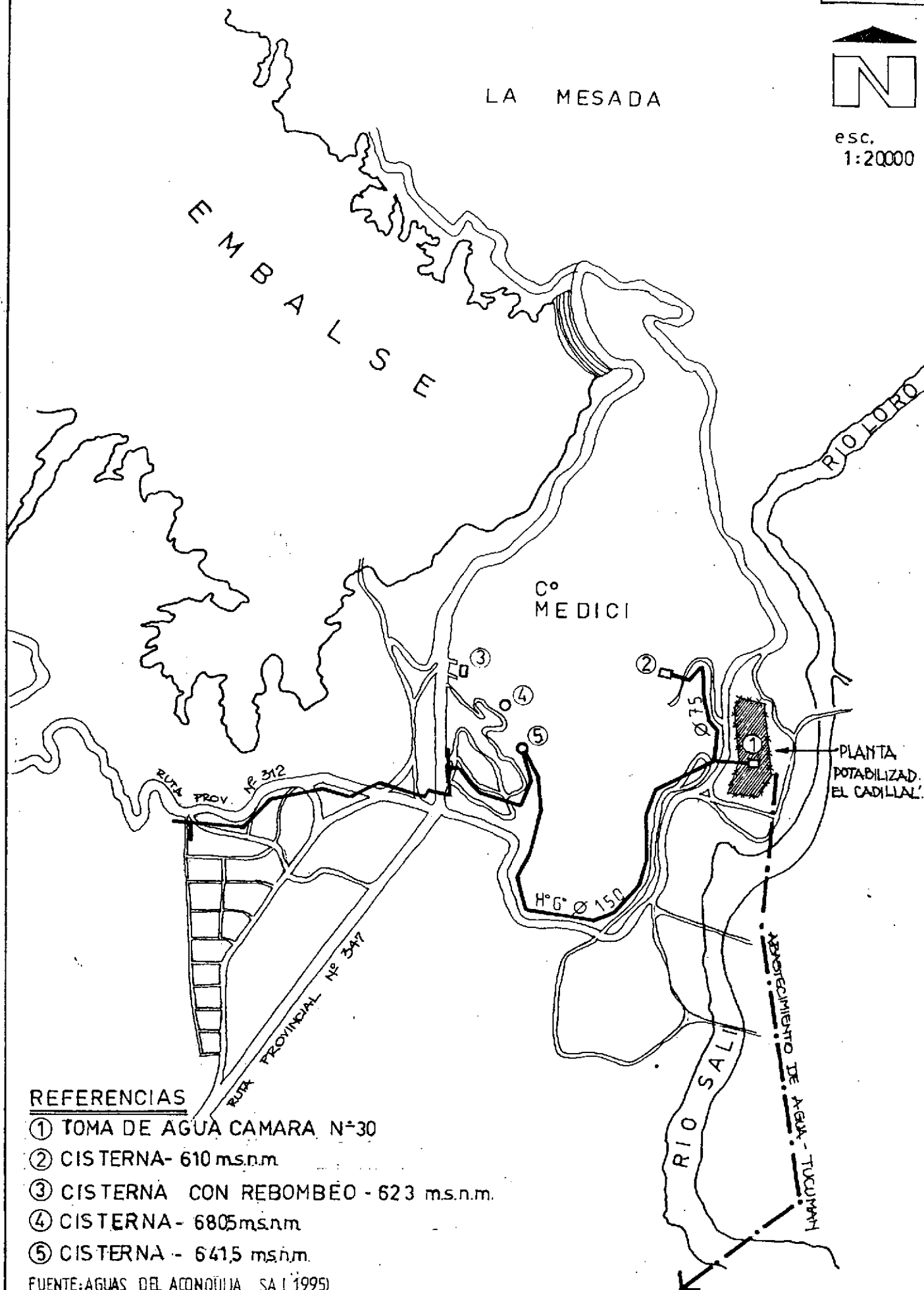
- . Necesidad de instalar una bomba para abastecer de agua al coronamiento del Cerro Médici, que podría realizarse desde la cisterna N° 2 o construir una nueva en el nivel más alto del Cerro;
- . Necesidad de prolongar 1.000 mts de cañerías para la localización de hoteles en el Cerro Médici;
- . Necesidad de prolongar 1.000 mts para la localización de un Centro de piscicultura en la desembocadura del Rio Tapia.
- . Necesidad de prolongar 1.000 mts para la localización de un Club Náutico (entre la toma 3 y el Rio Tapia).
- . Necesidad de prolongar 500 mts del ramal anterior para localizar hotelería social en el Monte López.
- . Necesidad de prolongar 3.500 mts para localizar un autódromo en la ruta de acceso al Cadillal (al este).
- . Necesidad de prolongar 500 mts para la localización de un Centro Ecológico-Cultural en el camino de acceso a El Cadillal (al oeste).

PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO.
 DIQUE EL CADILLAL - CIURBA (FUNDECMA) - 1996
 ABASTECIMIENTO DE AGUA POTABLE .

12



esc.
1:20000



REFERENCIAS

- ① TOMA DE AGUA CAMARA N°30
- ② CISTERNA- 610 m.s.n.m
- ③ CISTERNA CON REBOMBEO - 623 m.s.n.m.
- ④ CISTERNA - 6805 m.s.n.m
- ⑤ CISTERNA - 6415 m.s.n.m.

FUENTE: AGUAS DEL ACONQUIJA SALI 1995)

Todas estas carencias, surgen del requerimiento de proveer de 22.500 mts más de cañerías para poder sostener los proyectos de inversión que preliminarmente se detectan como posibles de localizar en el área.

b) **Saneamiento y Gas.** El area carece de infraestructura de cloacas y gas, que resultan indispensable para la promoción del desarrollo turístico. Estimativamente se requerirían construir 17 km de cañería de desagües cloacales y una planta de tratamiento que se localizaría a 2 km al sur del sector de balnearios del Río Salí, y 15 km de cañería de la red de gas con su correspondiente estación reductora de presión.

c) **Energía Eléctrica.** El Cadillal está unido al sistema de energía eléctrica del Gran San Miguel de Tucumán, a través de una línea de alta tensión de 132 kv (Graf. N° 13). La distribución en el sector de la Villa Turística y Balnearios presenta falencias en el servicio por la baja capacidad en su provisión. Para el desarrollo turístico, se hace necesario aumentar la potencias de las líneas existentes e incrementar la distribución de las cañerías hasta 5.000 mts aproximadamente.

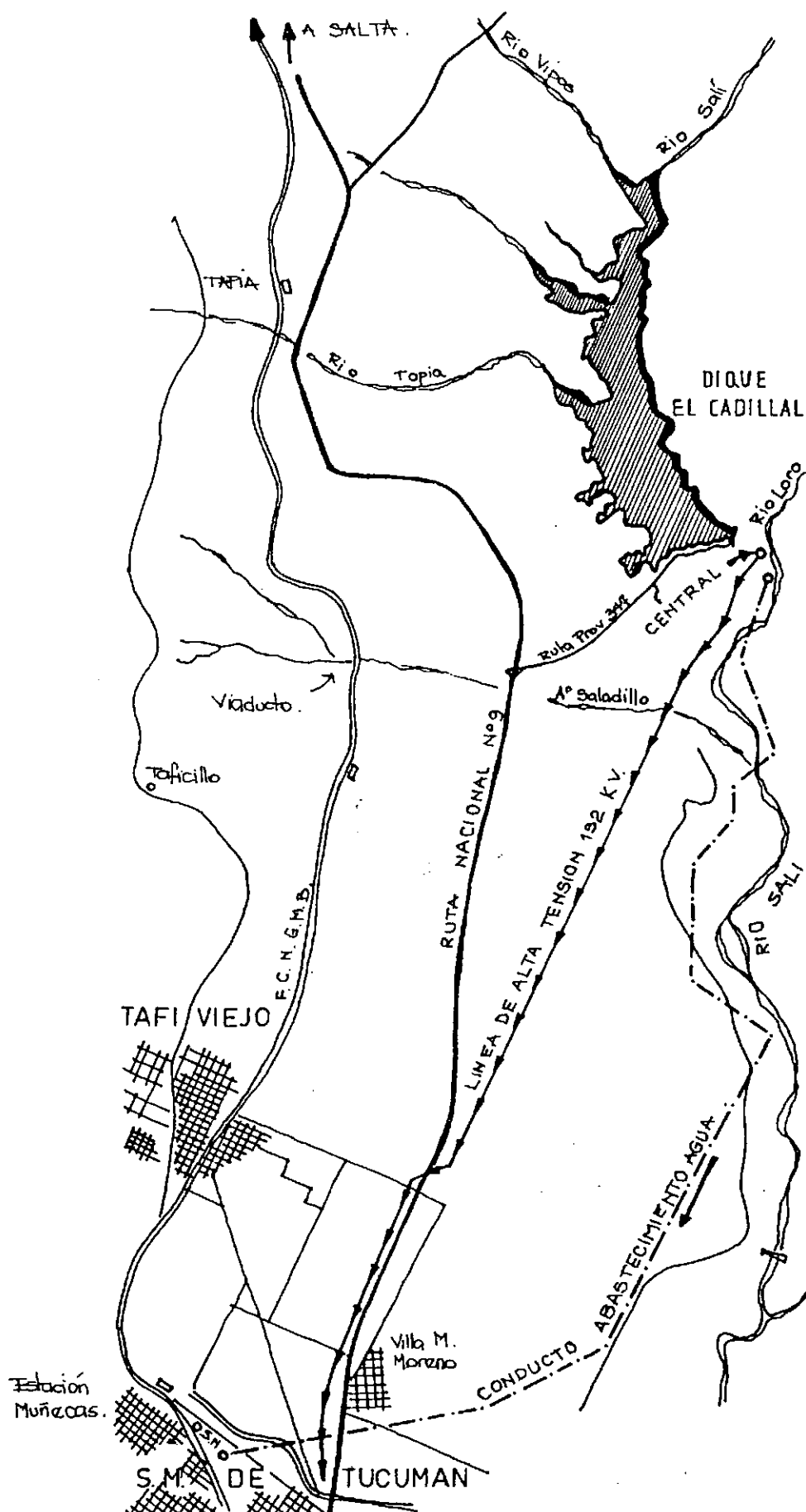
d) **Caminos de Acceso.** Las penetraciones al área se producen a través de las rutas provinciales N° 347 (desde el sur) y la Nacional N° 9 (desde el norte) (Graf. N° 14). Los caminos asfaltados totalizan 24.5 kms de desarrollo, localizados en el perímetro del Cerro Médico (8 km), Ruta 347 hasta la rotonda de la Villa Turística (4,5 km) y ruta 9 entre el acceso a la ruta Provincial N° 347 y el puente de India Muerta. Los caminos enripiados totalizan 15.7 kms distribuidos en la Ruta Provincial N° 312 (Tapia-India Muerta) con 9,7 km y la Ruta 312 con 6 km (Tapia-Rotonda) (Graf. N° 15).

PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO. DIQUE EL CADILLAL — CIURBA (FUNDECMA) — 1996. CARACTERISTICAS ENERGETICAS

13



esc.
 1:125000

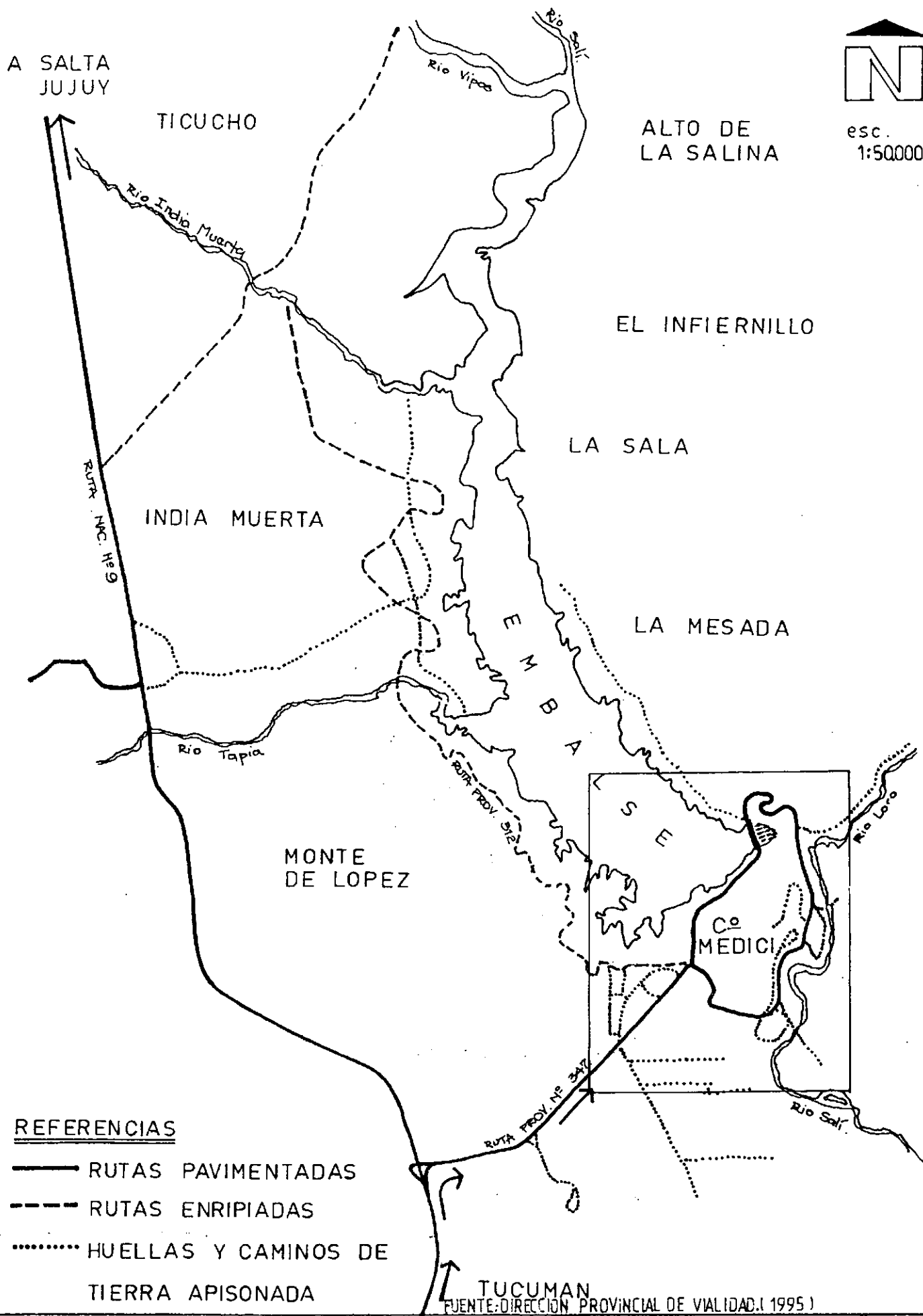


PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO.

DIQUE EL CADILLAL - CIURBA (FUNDECMA)-1996

CAMINOS DE ACCESO ESQUEMA GENERAL.

14

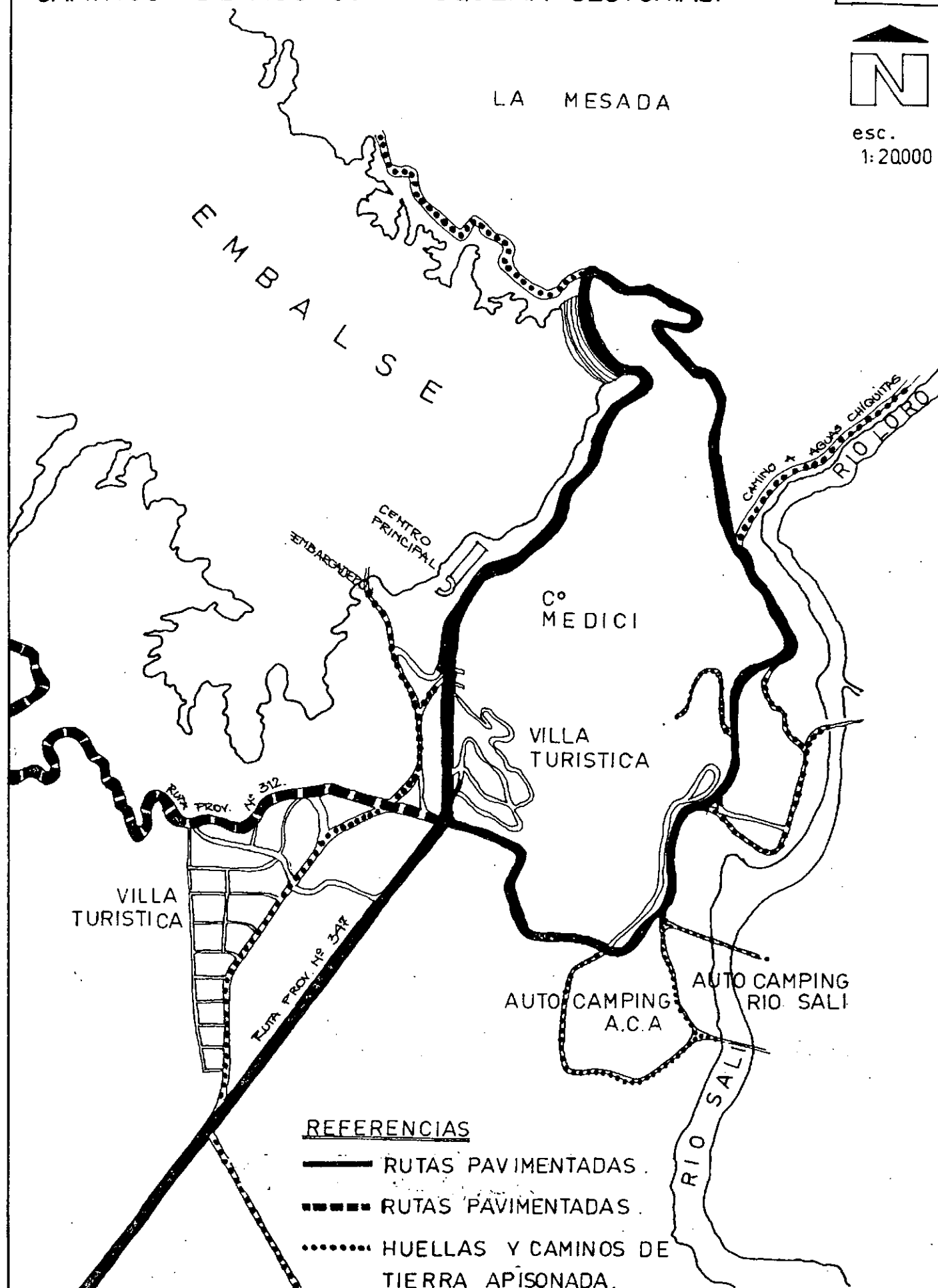


PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO.
 DIQUE EL CADILLAL - CIURBA (FUNDECMA) - 1996
 CAMINOS DE ACCESO - ESQUEMA SECTORIAL.

15



esc.
 1:20000



FUENTE: DIRECCION PROVINCIAL DE VIALIDAD (1995)

Las carencias en el mejoramiento de los caminos de acceso y de servicios a las actividades turísticas-recreativas del Dique El Cadillal, son las siguientes:

- . Necesidad de asfaltar 16 kms de toda la ruta provincial N° 312 que vincula diversos proyectos potenciales de inversión ("ruta del Perilago");
- . Necesidad de construir una ruta desde la Ruta Nacional N° 9, bordeando el Rio Tapia hasta el Centro de Piscicultura Ello supone un recorrido de 5 kms.
- . Necesidad de construir una ruta desde la Ruta Nacional N° 9, bordeando el Rio India Muerta hasta la localización de un futuro Consorcio Náutico. Supone un recorrido total de 7 kms.
- . Necesidad de construir una ruta de ascenso al Cerro Médici para la localización de un conjunto hotelero. Supone un recorrido total de 4 kms.
- . Necesidad de construir caminos de prolongación de la Ruta Provincial N° 347 hacia las zonas de localización de los proyectos de inversión Centro Ecológico y Autódromo. Supone un total de 1 km de ruta a asfaltar.

El total de rutas a asfaltar, en función de las carencias es de 33 kms. Sistema necesario de consolidar par la localización de los proyectos de inversión que surjan del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico. Ello no sólo facilitará el mejoramiento del servicio a todas las actividades turísticas-recreativas, sino que también atraerá a los potenciales inversores.

ATRATIVOS TURISTICOS-RECREATIVOS

Aproximadamente el 41% del total de las áreas expropiadas, equivalente a 2.926 has, son utilizadas actualmente para el desarrollo de actividades turísticas y recreativas. La distribución de las mismas se produce de la siguiente manera (Graf. N° 16):

- . Motonáutica. 816 has en el embalse del Dique.
- . Mountain Bike. 800 has en la ruta N° 312.
- . Andinismo. 1.100 has en la reserva forestal aguas chiquitas (Sierra de Medina).
- . Pesca. 100 has en sectores de las playas del perilago.
- . Campamentismo. 90 has. en el área del Rio Loro-Salí.
- . natación. 20 has en las playas del lago (al norte de la Villa Turística).

A estos atractivos cabe agregar 1 ha destinada a actividades culturales en el Centro Principal, a través del Museo Arqueológico y el Anfiteatro (Graf. N° 17). Actividad íntimamente ligada a los balnearios localizados en sus proximidades. Areas que poseen la infraestructura mínima necesaria para el desarrollo de las actividades, pero, cualquier incremento de las mismas obligaría necesariamente a mejora la infraestructura y servicios existentes.

El creciente desarrollo de estas actividades, es producto del incremento en la afluencia de pasajeros y turistas a la provincia de Tucumán en los últimos 15 años (Graf. N° 18, 19 y 20). Aunque los turistas sólo representan el 16% del total de pasajeros, hay una tendencia de aumento paulatino a través de los años, siendo la temporada preferencial de afluencia durante la temporada estival (entre Diciembre y marzo). Asimismo, la capacidad de gasto dominante es la de un sector socio-económico

PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO.

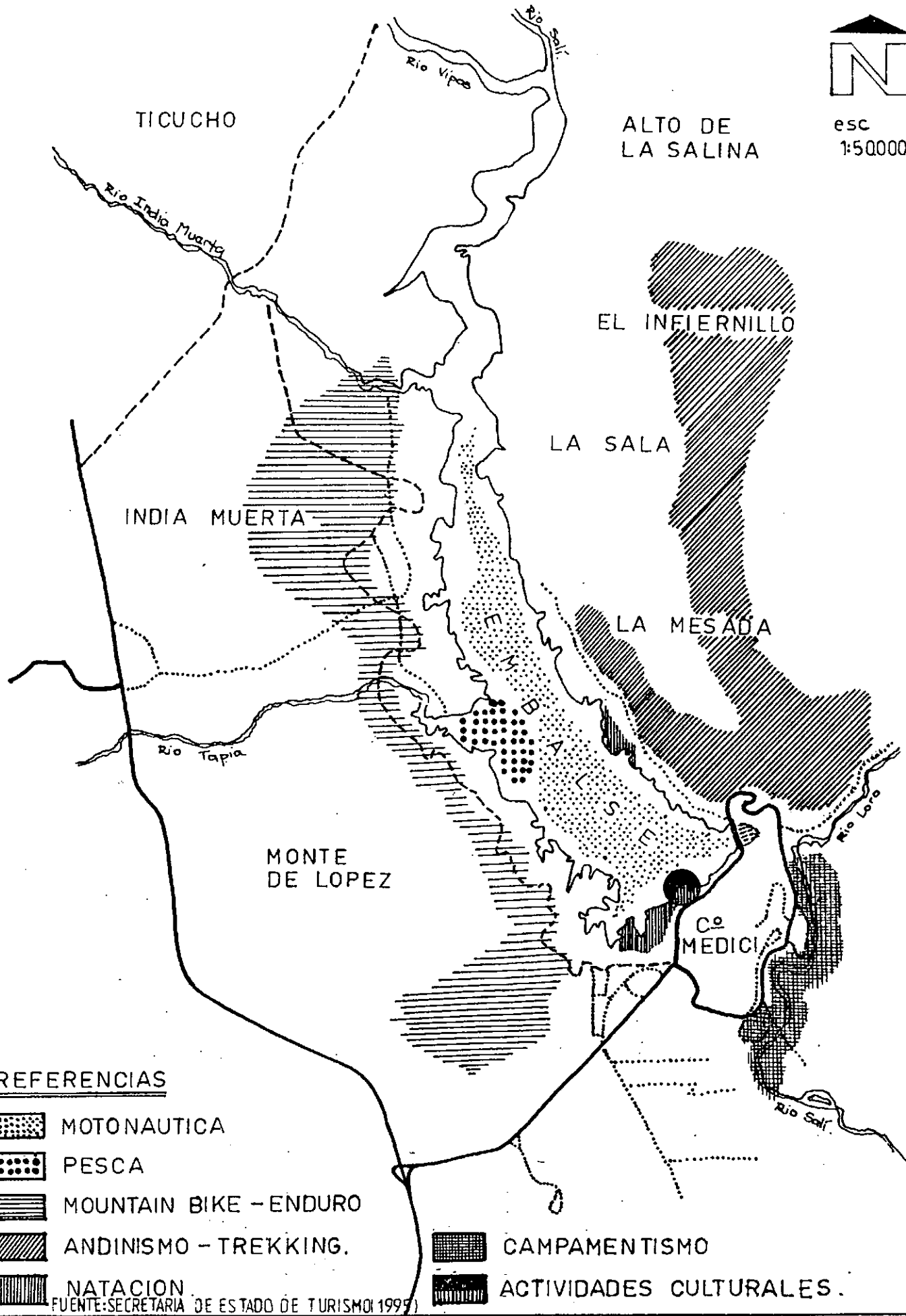
DIQUE EL CADILLAL - CIURBA (FUNDECMA) - 1996

ACTIVIDADES TURISTICAS Y RECREATIVAS.

16



esc
1:50000

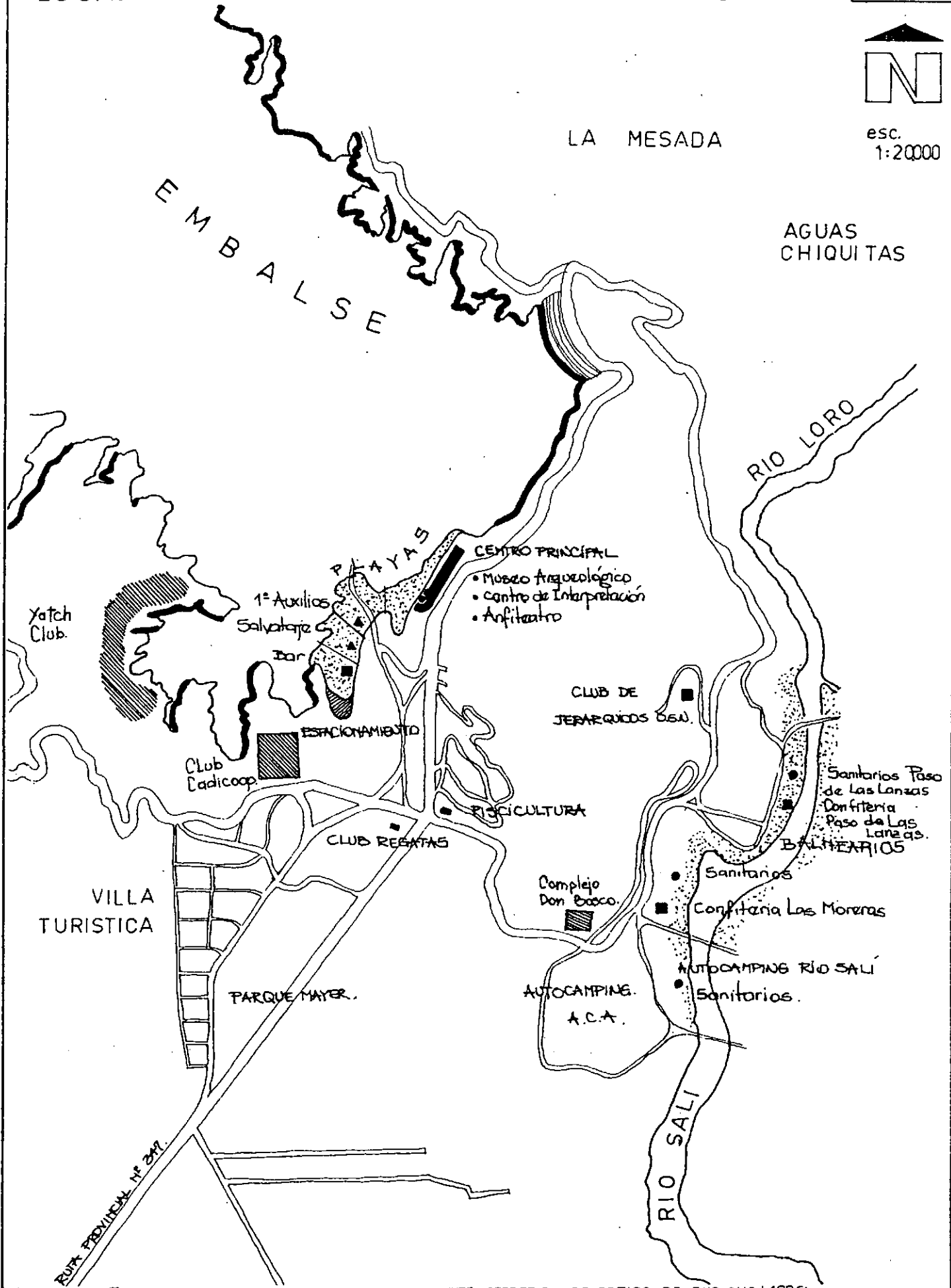


PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO.
 DIQUE EL CADILLAL - CIURBA (FUNDECMA) - 1996
 LOCALIZACIONES TURISTICAS Y RECREATIVAS.

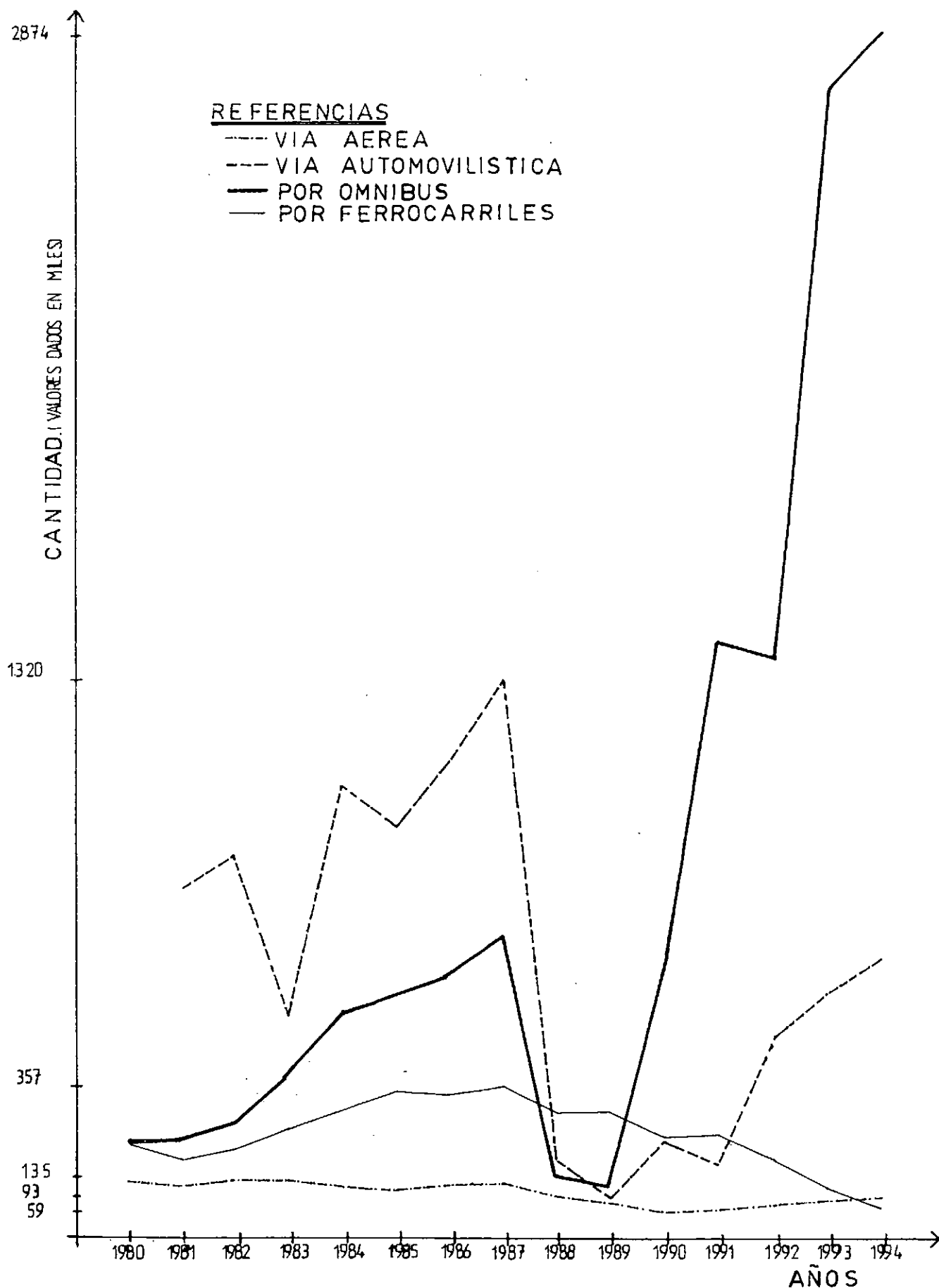
17



esc.
1:20000

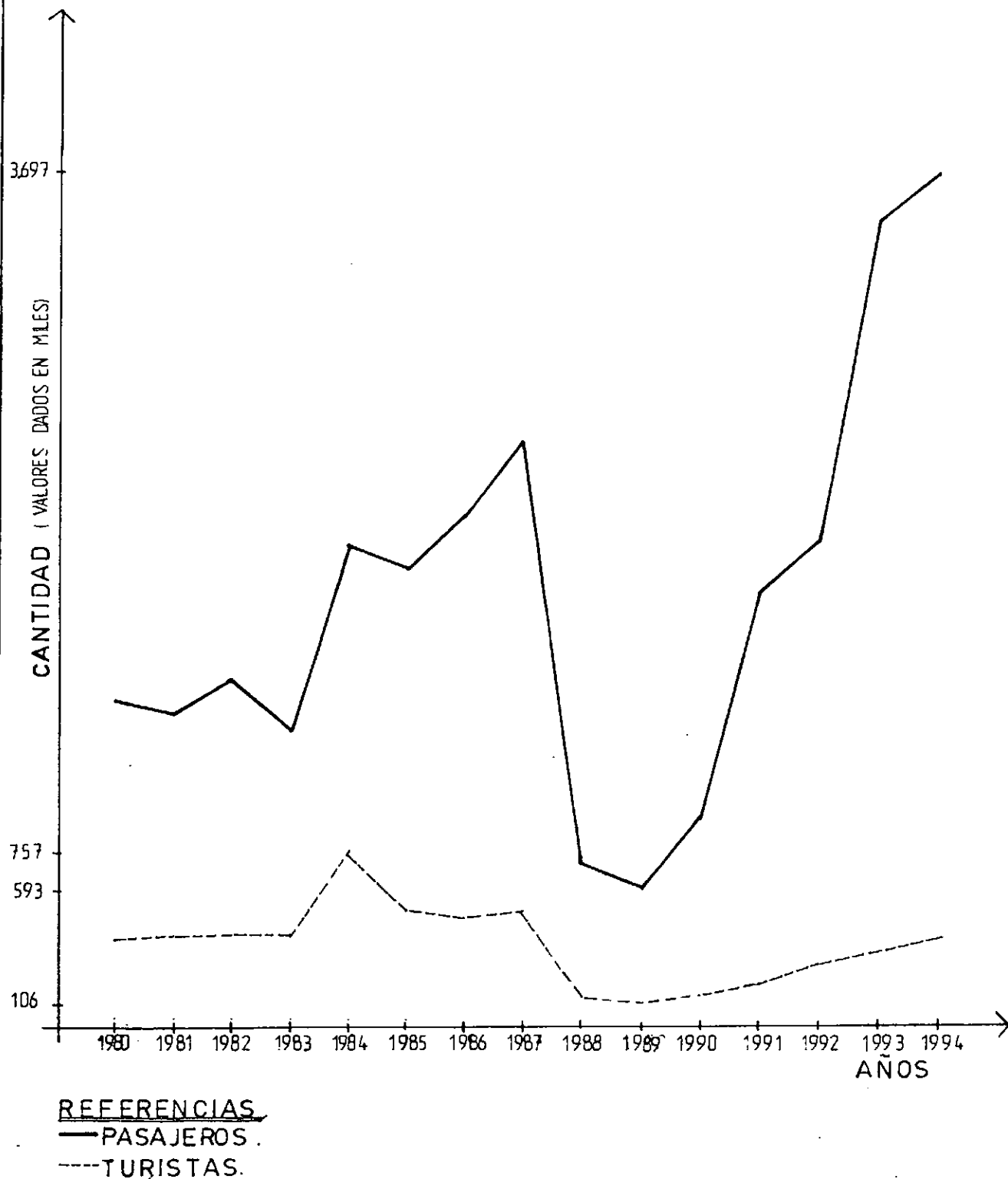


AFLUENCIA DE PASAJEROS



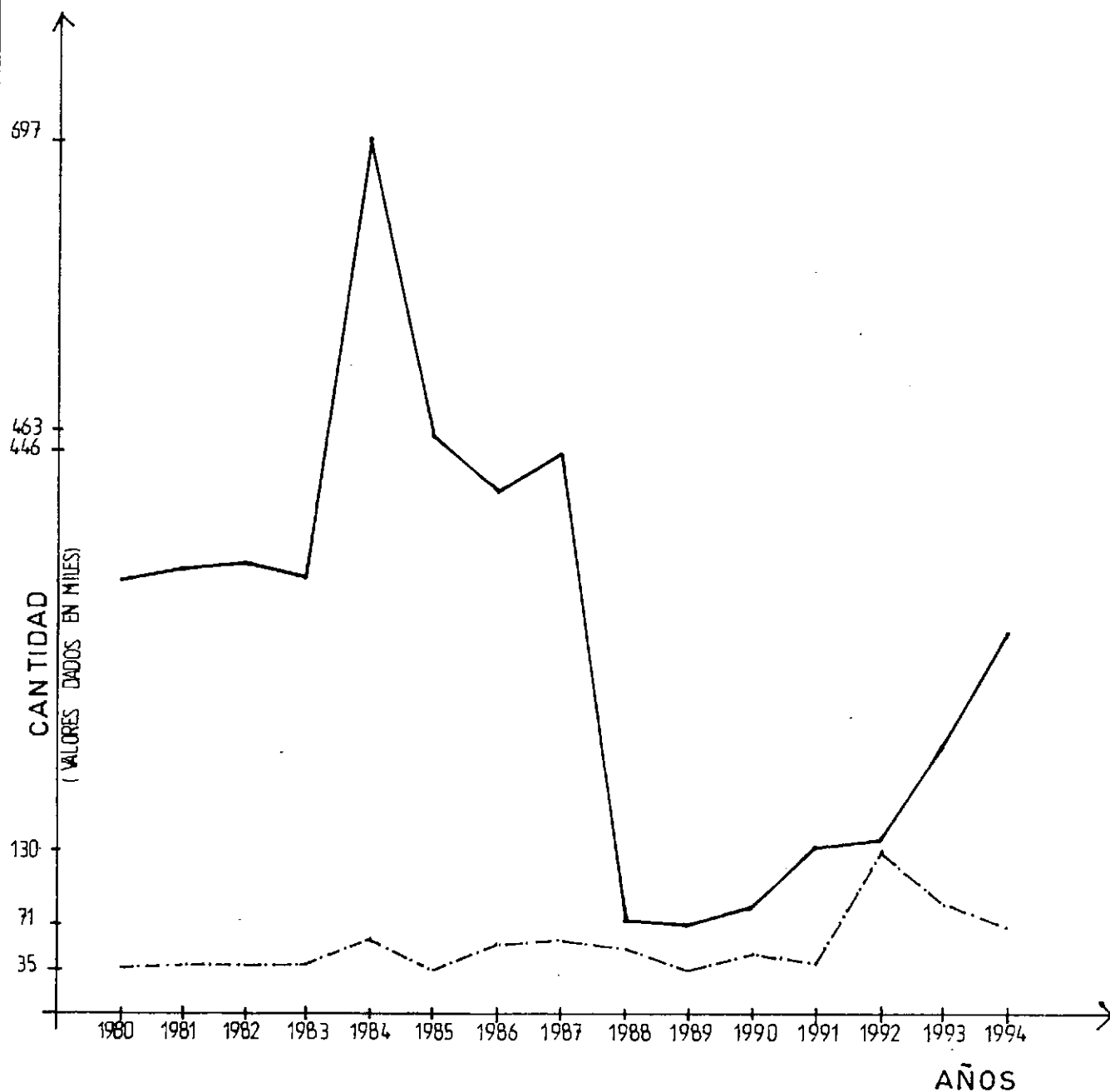
PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO.
DIQUE EL CADILLAL - CIURBA (FUNDECMA) - 1996.
AFLUENCIA DE PASAJEROS Y DE TURISTAS.

19



PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO.
DIQUE EL CADILLAL - CIURBA (FUNDECMA) - 1996
AFLUENCIA DE TURISTAS.

20



REFERENCIAS

- TEMPORADA INVERNAL.
—TEMPORADA ESTIVAL

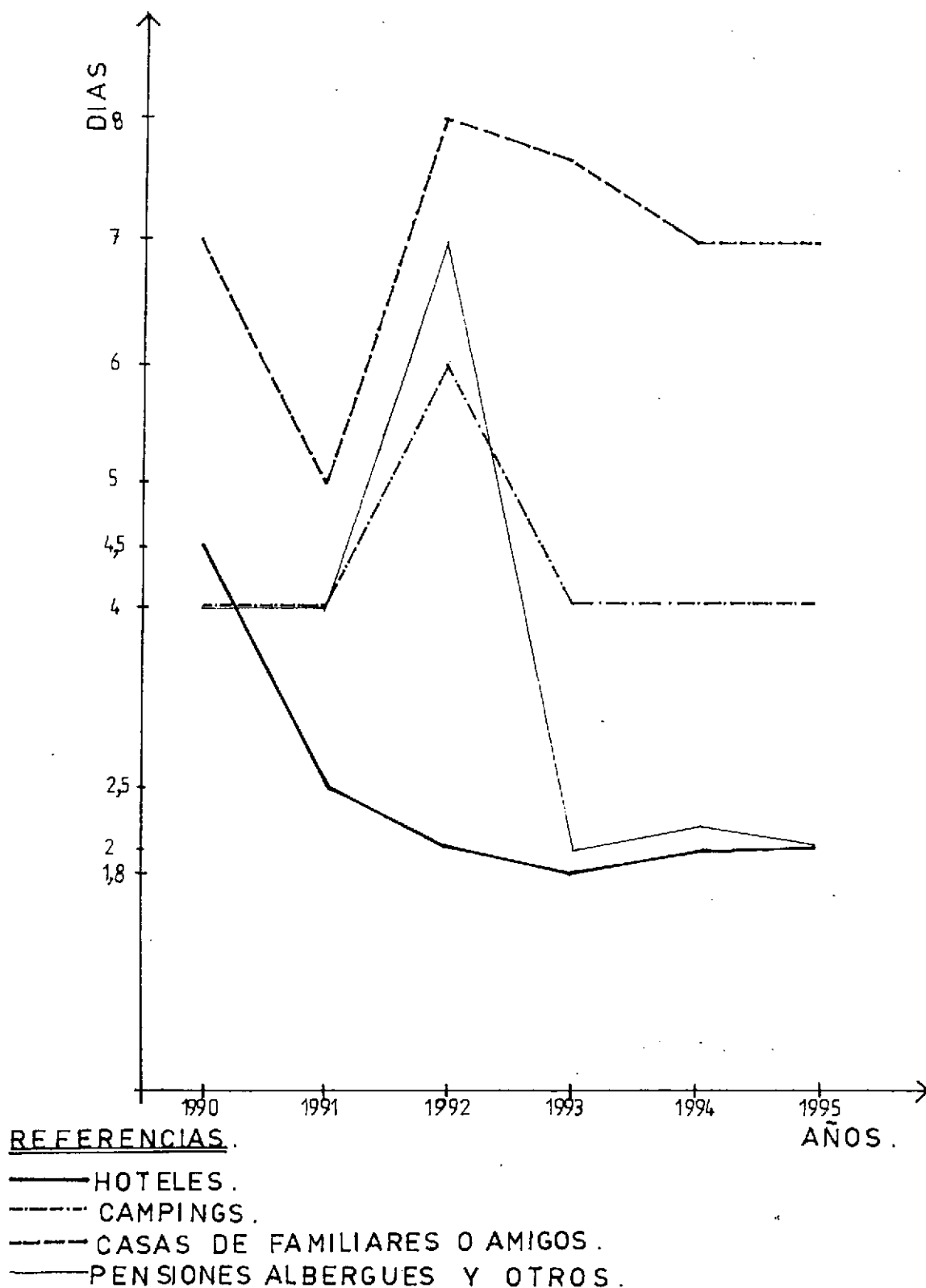
medio, según se observa en los medios de transporte que utiliza para su traslado a la provincia (ómnibus preferencialmente). Ello es compatible con el tiempo de estadía promedio que no supera los 2 días para los que se alojan en hoteles y albergues, los 4 días para los que permanecen en los campings y los 7 días para aquellos que se alojan en casas de familiares (Graf. Nº 21).

Si bien la capacidad hotelera ha decrecido entre 1980 a 1994 (de 4.300 plazas disminuyó a 3.829 plazas) (Graf. Nº 22), hay una demanda potencial de potenciales turistas que buscan en El Cadillal una alternativa de turismo, por todas las actividades que allí se ofrecen. Hotelería que no sólo es requerida por un sector medio-alto, sino también por grupos estudiantiles o del denominado "turismo social" que buscan en el área esparcimiento, tranquilidad y estadías semanales. En temporada invernal, son los hoteles los que en los últimos 5 años han albergado a la mayor población de turistas que ingresaron a la provincia (Graf. Nº 23). Ello demuestra que hay un requerimiento potencial a seguir mejorando la infraestructura hotelera.

Los atractivos turísticos dominantes poseen un nivel de cobertura, caracterizado por áreas en las que se superponen 2 y 3 actividades de interés para la población (Graf. Nº 24). Ello es demostrativo de que el potencial de atractivo se sustenta en un conjunto complementario de diversas propuestas que obliga a repensar un plan alternativo en un conjunto de proyectos complementarios entre sí. El potencial de El Cadillal se funda en esa dinámica de complementariedad que va dirigida a todos los sectores sociales. Dado que cada actividad tiene su particularidad, se detallan en las páginas siguientes sus características principales, localización y nivel de las instalaciones.

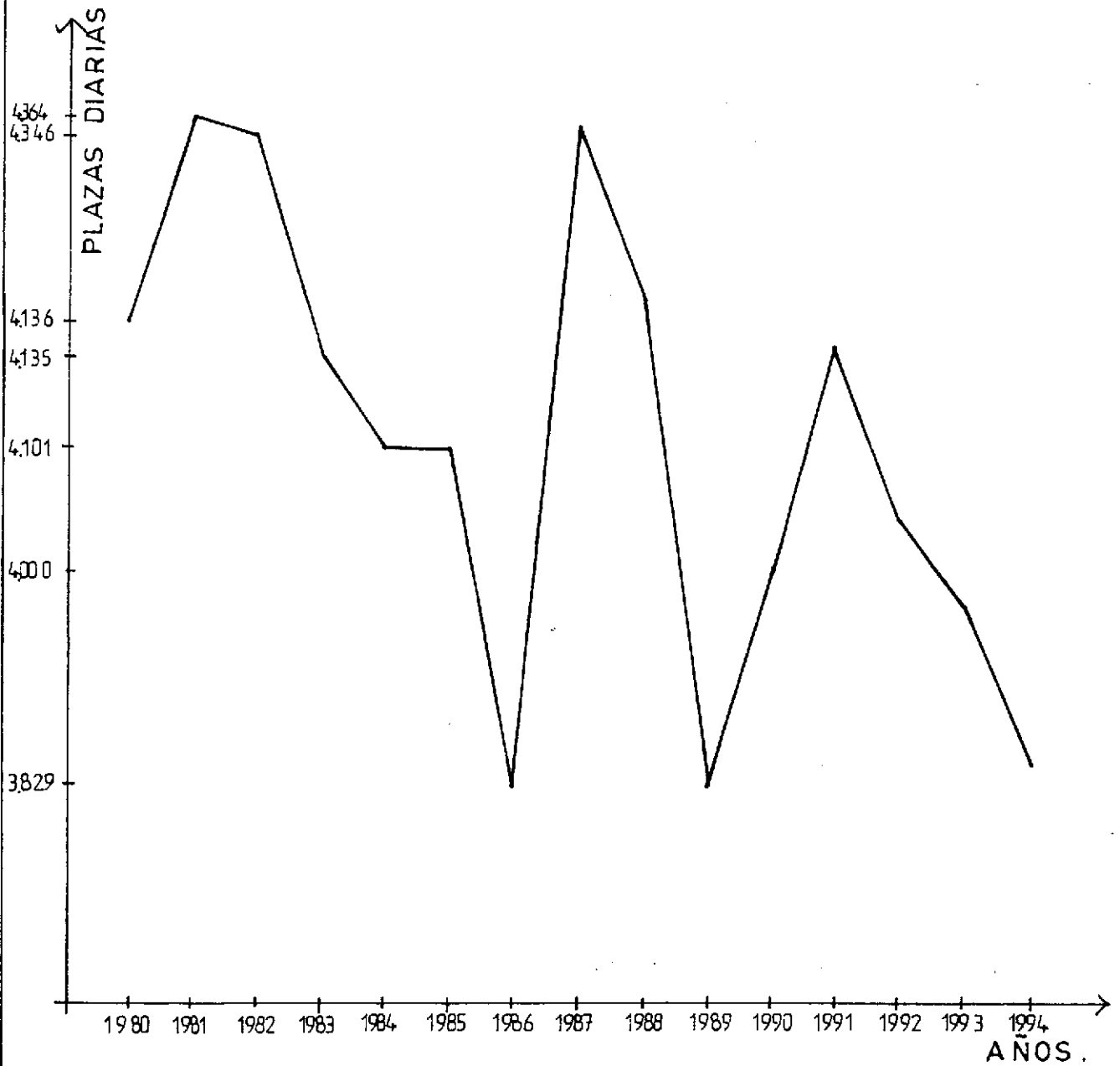
PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO.
 DIQUE EL CADILLAL - CIURBA (FUNDECMA) - 1996
 ESTADIA MEDIA - TEMPORADA INVERNAL.

21



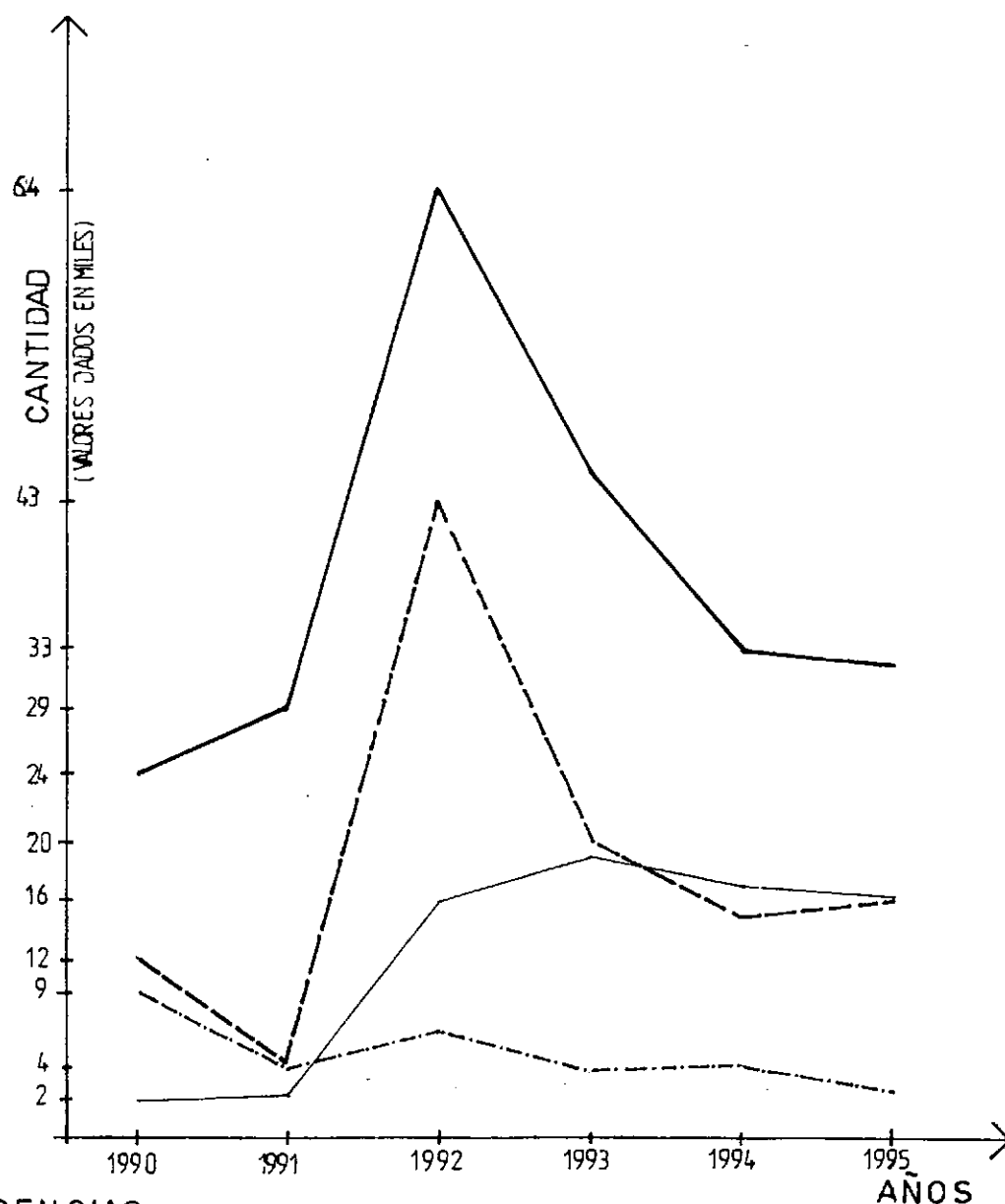
PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO.
DIQUE EL CADILLAL - CIURBA (FUNDECMA) - 1996.
CAPACIDAD HOTELERA.

22



PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO.
DIQUE EL CADILLAL - CIURBA (FUNDECMA) - 1996.
AFLUENCIA DE TURISTAS-TEMPORADA INVERNAL.

23

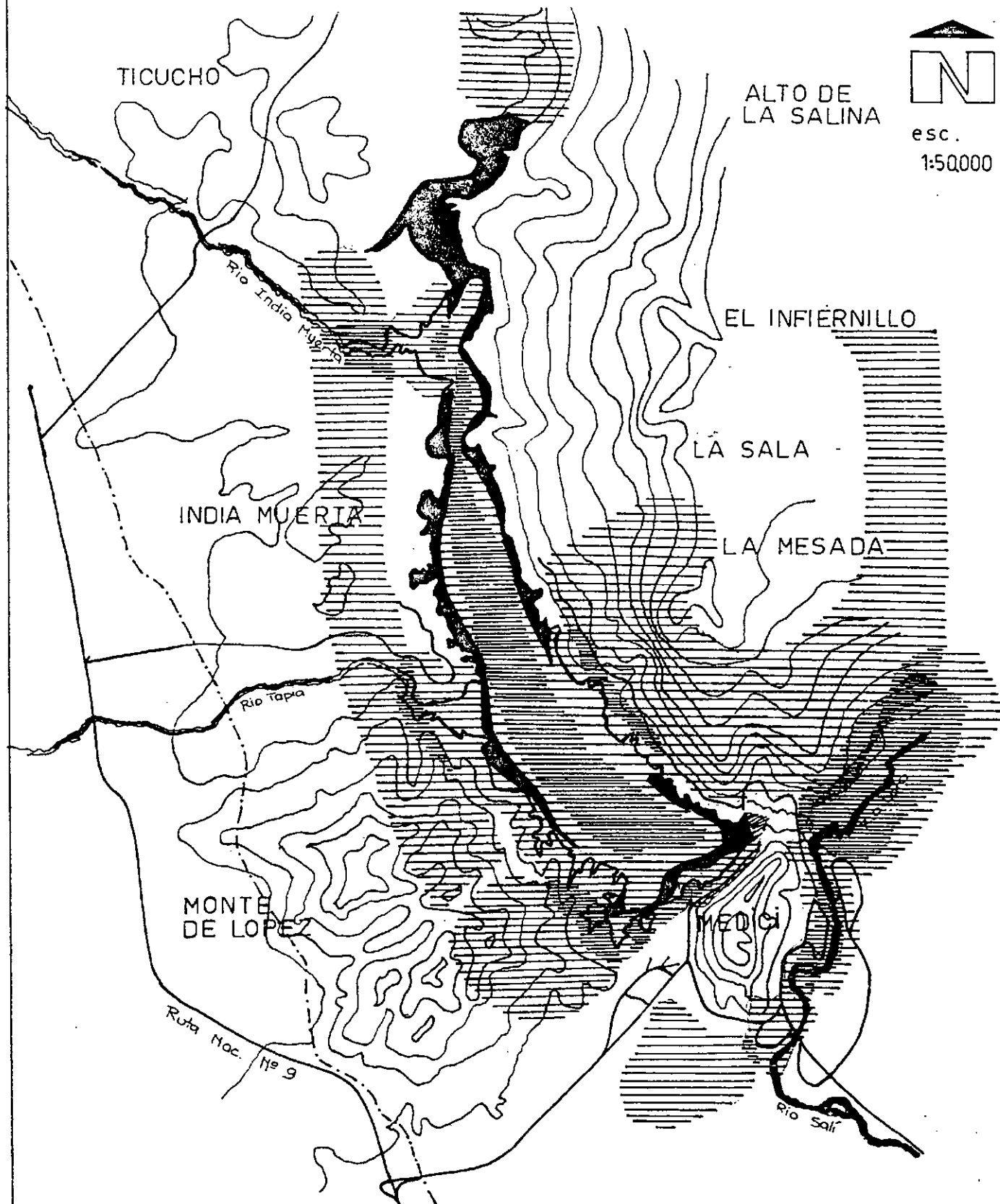


REFERENCIAS




- HOTELES.
- - - CAMPINGS.
- ... CASAS DE FAMILIARES O AMIGOS.
- . - PENSIONES, ALBERGUES Y OTROS.

PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO.
DIQUE EL CADILLAL - CIURBA (FUNDECMA) - 1996
ACTIVIDADES TURISTICAS-NIVEL DE COBERTURA

24



REFERENCIAS

-  AREA DE REALIZACION DE UNA ACTIVIDAD.
-  AREA DE SUPERPOSICION DE DOS ACTIVIDADES.
-  AREA DE SUPERPOSICION DE TRES ACTIVIDADES.

ATRACTIVO TURISTICO-RECREATIVO: CAMPINGS.

Se trata de una actividad de contacto con la naturaleza, que se realiza a través de campamentismo dentro de un predio destinado para ello (campings); deportes en dicha área; bañismo en los Ríos Loro y Salí y caminatas dentro de las zonas de influencia del camping. La localización en un predio otorga más seguridad y mejores servicios para el desarrollo de cualquier actividad en las áreas naturales.

En El Cadillal esta actividad se focaliza predominantemente en los siguientes predios:

- a) Autocamping del Automóvil Club Argentino (ACA), al sur del Cerro Médico, accediendo por la ruta provincial N° 347 que circunda este cerro;
- b) Autocamping del Río Salí, próximo al autocamping del ACA, en la margen izquierda del Río Salí. Dado que el área del camping bordea la ruta mencionada, la accesibilidad es directa para los campamentistas;
- c) Otros sectores localizados en las márgenes del Río Salí o bordeando el lago, en las laderas de las Sierras de Medina (Informe Eulogio Díaz, 1996).

Equipamiento turístico. Localización y dimensionamiento.

El autocamping del Río Salí abarca una superficie de 4 has, que permite albergar a 300 carpas, con las siguientes comodidades para el turista:

- . Baños sin agua caliente y lavaderos (88 m²);
- . Balnearios para la práctica de la natación (2.5 has).
- . Bar-proveeduría (220 m² cubiertos y 90 m² semicubiertos).
- . Merenderos y asadores (1 ha aproximadamente).

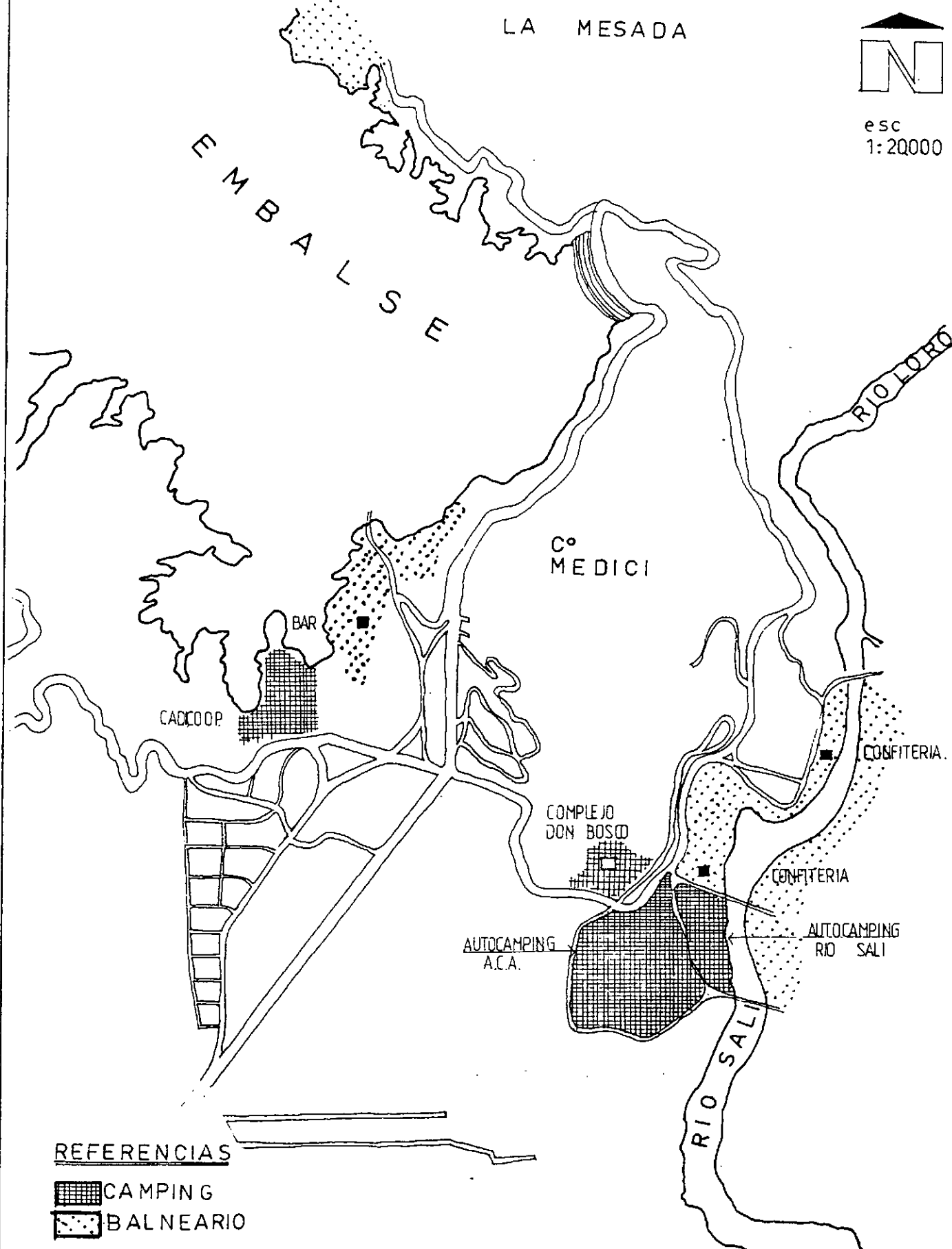
PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO.
DIQUE EL CADILLAL - CIURBA (FUNDECMA) - 1996
ACTIVIDAD TURISTICA: CAMPING Y SERVICIOS

25

LA MESADA



esc
1:20000



REFERENCIAS

-  CAMPING
-  BALNEARIO

ATRACTIVO TURISTICO-RECREATIVO: MONTAÑISMO

Se trata de una actividad vinculada directamente al contacto personal (o grupal) con la naturaleza, sin poner en riesgo el equilibrio ecológico, aunque debe existir un control sobre los que la realizan. Esta práctica incluye las siguientes actividades:

- a) Escaladas deportivas en el Dique Ambursen (sobre el cauce antiguo del Rio Salí, al noreste del Cerro Médico, sobre la ruta provincial N° 347) y en el Anfiteatro localizado en el Cnetro Principal;
- b) Caminatas dirigidas hacia las cascadas de Aguas Chiquitas Reserva Natural o Area Protegida desde 1986.
- c) Prácticas de supervivencia en las cascadas de Aguas Chiquitas y en las proximidades del Rio Loro;
- d) Prácticas mixtas, que incluye caminatas con escaladas y con regreso al lugar de origen en bote a remo, kayaks o a nado.

(Informe Manuel Parajón, Club Andino Tucumán, 1996).

Las caminatas son un atractivo turístico muy interesante, en tanto permite tomar contacto con la flora y la fauna y con los diversos relieves de la zona. Sin embargo, actualmente se realizan las mismas de manera desorganizada por senderos existentes en la zona de Aguas Chiquitas, en el Rio Loro, en la Sierra de Medina o creando nuevos senderos. Esta variedad de posibilidades exige un control más estricto al desarrollado hasta el presente a fin de evitar la degradación del bosque de transición que caracteriza a las zonas más requeridas por los caminantes.

Esta actividad presenta potencialmente la posibilidad de desarrollar alternativas de diversa índole, tales como:

- . Cabalgatas en las proximidades del Rio Loro. Existen incipientes iniciativas en esta dirección;
- . Caminatas de tipo del trekking, en alta montaña por la dureza de sus terrenos, y el Hiking, en terrenos escabrosos pero blandos. Para una mejor sistematización de los mismos deberían crearse circuitos por la Sierra de Medina, de modo de conjugar la experiencia en paisajes, vistas y actividades diversos: visuales de los cerros y vegetación, visual y baños en cascadas, observación ornitológica (aves, garzas, loros, teros, pumas, etc., puestos de fotografía, sector para camping. área arqueológica en La Sala.

Este tipo de actividad obliga a eliminar todo tipo de vehículos (especialmente 4 X 4 y enduro) del área. Los caminantes requieren un contacto con la naturaleza en silencio. Además, toda circulación de vehículos degrada la capa de humus y espanta la fauna que se observa cuando se transita en caminata. Para un mejor desarrollo de esta actividad sería necesario construir postas para pernoctar, respetando las sendas y los sistemas naturales.

Equipamiento Turístico. Localización y Dimensionamiento.

Las actividades de montañismo no cuentan con ninguna sede como centro de promoción y difusión en el área. Sin embargo, el uso del terreno para su desarrollo presenta magnitudes importantes que tienden a consolidarse:

- . 900 has de caminatas por la Sierra de Medina;
- . 200 has destinadas a cabalgatas sobre el Rio Loro;
- . 60 has involucradas para la práctica del rafting (flotación en gomones), que representan 4 kms de rio de uso efectivo (Rio Sali y Rio Loro).

No obstante ello, se consideran como instalaciones turísticas-recreativas todas estas áreas utilizadas para ello. La escalada deportiva se focaliza en el Dique Ambarsen, caracterizado por la poca accesibilidad y seguridad al murallón, aunque es óptimo para la práctica de este deporte. Una carencia a superar para mejorar el atractivo es la necesidad de contar con un anfiteatro para la ubicación de los espectadores transitorios.

En las caminatas que se realizan por la Sierra de Medina hay una carencia de sendas, postas para pernoctar y terrazas de observación. Requerimientos, cuyas soluciones no requieren de grandes inversiones y mejorarían la calidad de la actividad. Tampoco existen servicios de seguridad tales como guías que acompañen al caminante; handy para comunicación, y servicios anexos como alquiler de caballos o provisión de bolsas de residuos que podrían llevar cada caminante en su caminata cotidiana. De esta manera se evitaría arrojar los desperdicios en las áreas naturales por las que se circula.

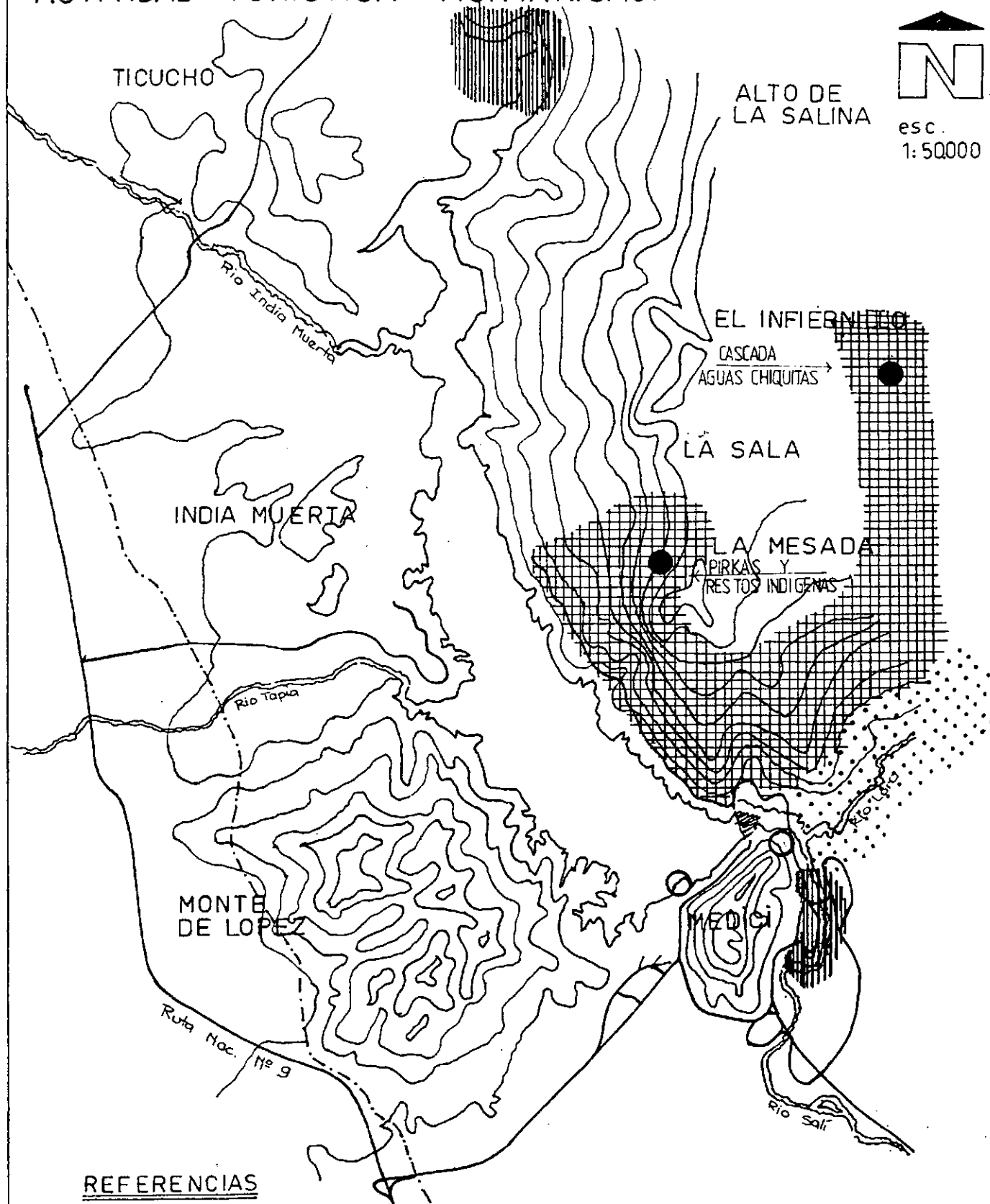
Asimismo, hay una carencia de promoción para el turismo, especialmente para el segmento de los jóvenes, de rafting por el Río Salí, kayak y caminatas por las playas y bordes del embalse, escalada deportiva y nado (especie de duatlón que consiste en escalar el paredón del anfiteatro y lanzamiento "en clavado" al Dique. Todos estos atractivos son potencialmente posibles de desarrollar como soporte de futuros proyectos de inversión en el área, especialmente en el rubro hotelería y como promoción de las áreas de turismo social y recreativo.

PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO.
 DIQUE EL CADILLAL - CIURBA (FUNDECMA) - 1996
 ACTIVIDAD TURISTICA : MONTAÑISMO.






26



esc.
1: 50000



REFERENCIAS

-  CABALGATAS CAMINATAS.
-  RAFTING
-  ESCALADA DEPORTIVA
-  HIKING
-  PUNTOS DE INTERES TURISTICO.

ATRACTIVO TURISTICO-RECREATIVO: YACHT

Se trata de una actividad que cumple un doble propósito: promover una alternativa recreativa para el visitante y fomentar la práctica de un deporte que año tras año suma más adeptos a esta práctica. A través de la navegación a vela se recorre todo el perímetro del lago, ya que el calado de las embarcaciones puede graduarse de acuerdo a los distintos niveles de profundidad del embalse. El diseño de los distintos itinerarios lo realiza el Yacht Club El Cadillal, entidad encargada de la promoción de este deporte en el área.

Las competencias deportivas se programan en conjunto con la Federación de Clubes de Yacht del Noroeste Argentino, en un circuito que incluye a Termas de Rio Hondo (Semana Santa), El Cadillal-Tucumán (9 de Julio: Regata Independencia), Salta (Dique Cabra Corral) y Jujuy (Dique La Ciénaga) (Informe Cristian Peresini, 1996). Los 50 "yachtistas" tucumanos que participan de las mismas, realizan una práctica permanente en el Dique como modo de preparación.

La práctica de este deporte incluye 3 categorías principales: a) Optimist, orientada para menores de 15 años; b) Pampero, en el que cuentan con un velero escuela para la enseñanza de este nivel y, c) Snipe, que corresponde a la clase internacional. Sobre esta última, el Yacht Club El Cadillal, se insertará a partir del año 1997 en los Campeonatos Argentinos de este deporte, organizando un evento de esta naturaleza. Complementariamente a este deporte, el Yacht Club promueve el Windsurf (en días de viento favorable, especialmente en el verano) y el canotaje, mediante canoas canadienses y otras a remo.

Equipamiento Turístico: localización y dimensionamiento.

El desarrollo de la actividad está centrada en el Yacht Club El Cadillal, localizado a 600 mts. de la Villa Turística sobre la margen extremo sur del Dique, entre los atrayentes recortes que forman las estribaciones de los Montes de López. A este sector se accede por la ruta provincial N° 312, que lo conecta hacia el norte con el Club de Piscicultura.

La actividad se realiza en casi toda la superficie del lago, estando condicionada sólo a las épocas de bajantes en algunos sectores poco profundos, tales como las desembocaduras de los ríos afluentes del sistema (Vipos, India Muerta, Tapia y Salí). Al bajar el nivel del agua se incrementan las posibilidades de contacto de los calados con el lodo existente en la profundidad del dique. No obstante ello, "la cancha de yachting" de El Cadillal es considerada por los nautas como la mejor del país por el régimen constante de los vientos (a diferencia de las "aguas calmas" del Dique de Río Hondo) y por la profundidad (que varía entre 45 y 65 mts).

El equipamiento que posee el Yacht Club para el desarrollo de la actividad ocupa una superficie aproximada de 1 ha y consta de las siguientes instalaciones:

- . Club social con salón y sanitarios (150 m²);
- . Depósito para embarcaciones (área de reparación: 60 m²).
- . Embarcadero (zona natural con rampas hacia el agua);
- . Áreas verdes de esparcimiento en el entorno natural;
- . Instalaciones de abastecimiento de agua directamente conectada al Dique. Es muy precario y se realiza de esta manera ante la ausencia de infraestructura de agua. El agua se clorifica antes de ser distribuida.

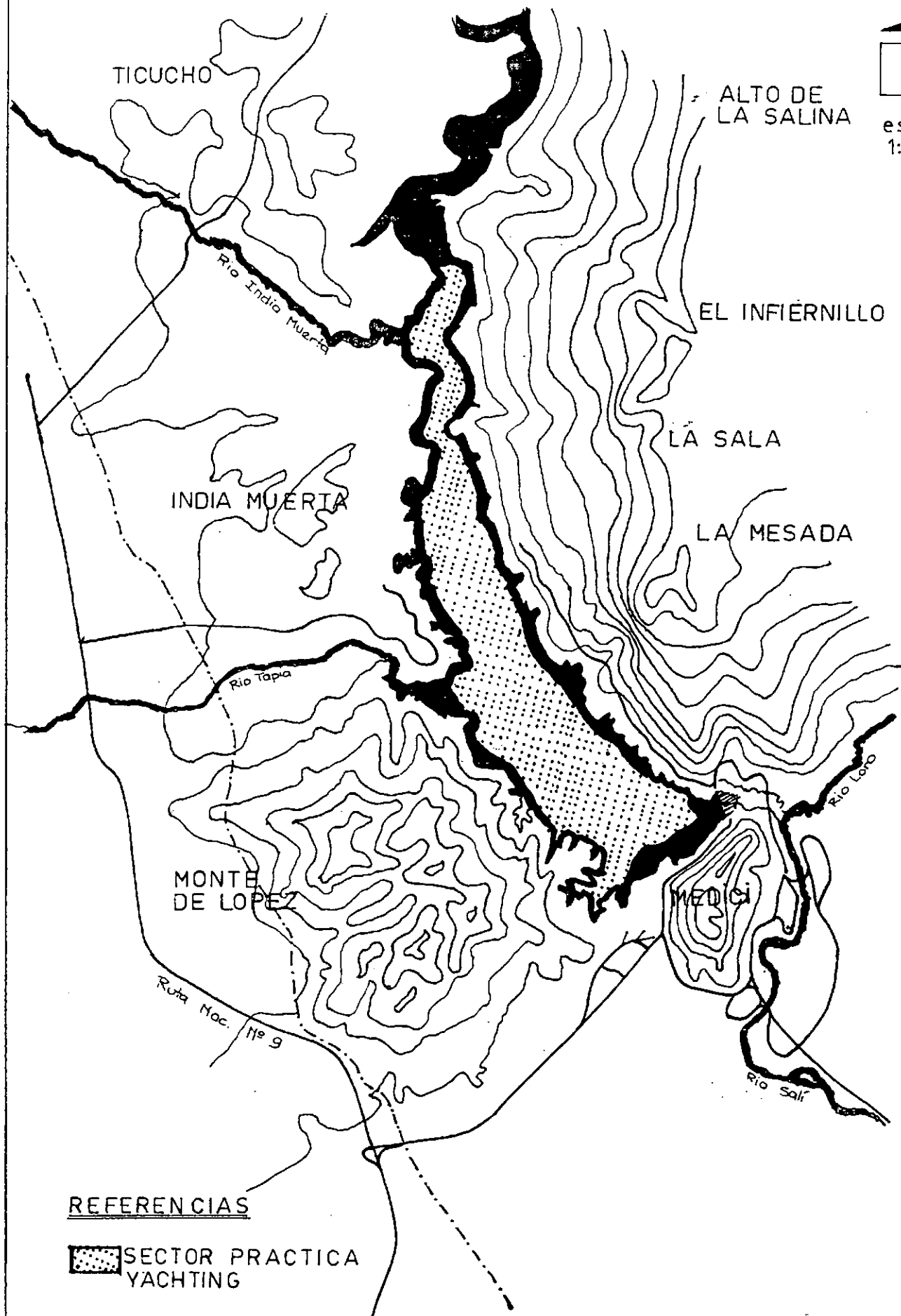
Estas instalaciones son nuevas, aunque sus dimensiones no son las suficientes para las 400 personas que participan anualmente de la actividad (nautas y sus familias). Asimismo, entre las carencias que posee cabe citar a:

- . Incremento en el número de sanitarios a fin de mejorar el servicio a los socios y al público en general;
- . Necesidad de construir un sector de vestuarios, ya que el Club crece de instalaciones de esta naturaleza;
- . Necesidad de proveer de infraestructura de agua potable (red de agua corriente) por las razones mencionadas;
- . Necesidad de instalar un sistema eléctrico de corriente trifásica para las actividades del club y sus servicios anexos.
- . Necesidad de reducir el consumo de agua destinada a riego, a fin de controlar mejor las cotas estables del dique y evitar las fluctuaciones periódicas. Ello contribuirá a un mejor desarrollo del deporte.
- . Necesidad de construir un mirador para el público asistente a las competencias, especialmente en el área de Ticucho. Se carece de un sitio accesible para contemplar las competencias y las práctica permanentes en el dique. Normalmente la práctica se realiza desde el sector medio del mismo hacia el norte.

Es una actividad potencialmente atractiva para el desarrollo turístico-recreativo por el incremento de adeptos que ha tenido en los 5 últimos años. Promovida siempre desde el ámbito privado, requiere de un apoyo estatal en lo concerniente a la promoción y difusión de los eventos que allí se realizan como del apoyo en la concreción de obras de infraestructuras, miradores, forestación, etc. Constituye una actividad soporte de futuros proyectos de inversión a localizar en el Dique.

PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO.
DIQUE EL CADILLAL - CIURBA (FUNDECMA) - 1996
ACTIVIDAD TURISTICA : YACHTING.

27



REFERENCIAS

 SECTOR PRACTICA
YACHTING

ATRACTIVO TURISTICO-RECREATIVO: MOUNTAIN BIKE

Se trata de una actividad sustentada en el desarrollo ciclistico, mediante prácticas y competencias de mountain bike; rallies transmontañas; cicloturismo y duatlones y triatlones. Todas ellas están centradas en el fomento y la difusión que realiza en Tucumán la Unión de Mountain Bikers, aunque en El Cadillal la practican personas ajenas al Club y a las prácticas permanentes. Son familias o jóvenes sin experiencia, cuyo único objetivo es el paseo a través de las bellezas naturales que presenta el mismo (Informe Pablo Estrada, 1996).

Aunque solamente con biciletas preparadas se puede acceder a cualquier tipo de terreno, para ciclistas sin preparación (especialmente turistas) existen sectores menos riesgosos y con menor pendiente, pero con idénticas bellezas paisajísticas que aquellas en las que se realizan periódicamente las competencias.

En El Cadillal hay cuatro circuitos de práctica y competencias, que se coordinan desde la sede del Club Unión de Mountain Bikers, ubicada a las márgenes derecha del Río Salí, al sur del Río Loro, ex propiedad de la Familia Ferullo:

- a) Sud Este de los Montes de López, en las inmediaciones del Yacht Club y serpenteando el sendero del circuito entre la ruta provincial Nº 312 (Circuito de competencia de Mountain Bike);
- b) Al sudeste de la ruta provincial Nº 34, en el paraje denominado Quebrada de la Tarzana al sur de la urbanización "El Vallecito". Se trata básicamente de un circuito de práctica.

c) Circuito del Río Loro y la ladera sur de la Sierra de Medinas, que se utiliza generalmente como práctica y exploración. Esporádicamente se realizan paseos de cicloturismo.

d) En los terrenos de la sede del Club, como práctica cotidiana de los asociados.

Todos estos circuitos son considerados como las áreas más aptas de la Provincia, por la proximidad con el Gran San Miguel de Tucumán (localización geográfica de los cultores de este deporte-recreación) y por las variedades topográficas que caracterizan al área. Es posible acceder a El Cadillal en bicicleta, pasear, comperter y recrear. Asimismo, para la práctica del cicloturismo, la zona entre Ticucho e India Muerta y la ruta provincial Nº 312 por los Montes de López, son ideales para su desarrollo por las suaves pendientes sin grandes diferencias de niveles.

El Club Unión de Mountain Bikers posee escaso equipamiento para la promoción de la actividad. Poseen un terreno de 2 has. aproximadamente, en el que se proyecta construir la sede que constará de áreas de esparcimiento, zonas de campings, salón principal con sus correspondientes sanitarios y servicios anexos. Sin embargo puede contabilizarse como áreas de uso de la práctica las 100 has del circuito de competencia; las 80 has del circuito de práctica; las 480 has del circuito de cicloturismo (paseo). Por el crecimiento de la actividad, las carencias de equipamiento e instalaciones turísticas-recreativas tienen potencialmente la posibilidad de concretarse al corto plazo (1 ó 2 años).

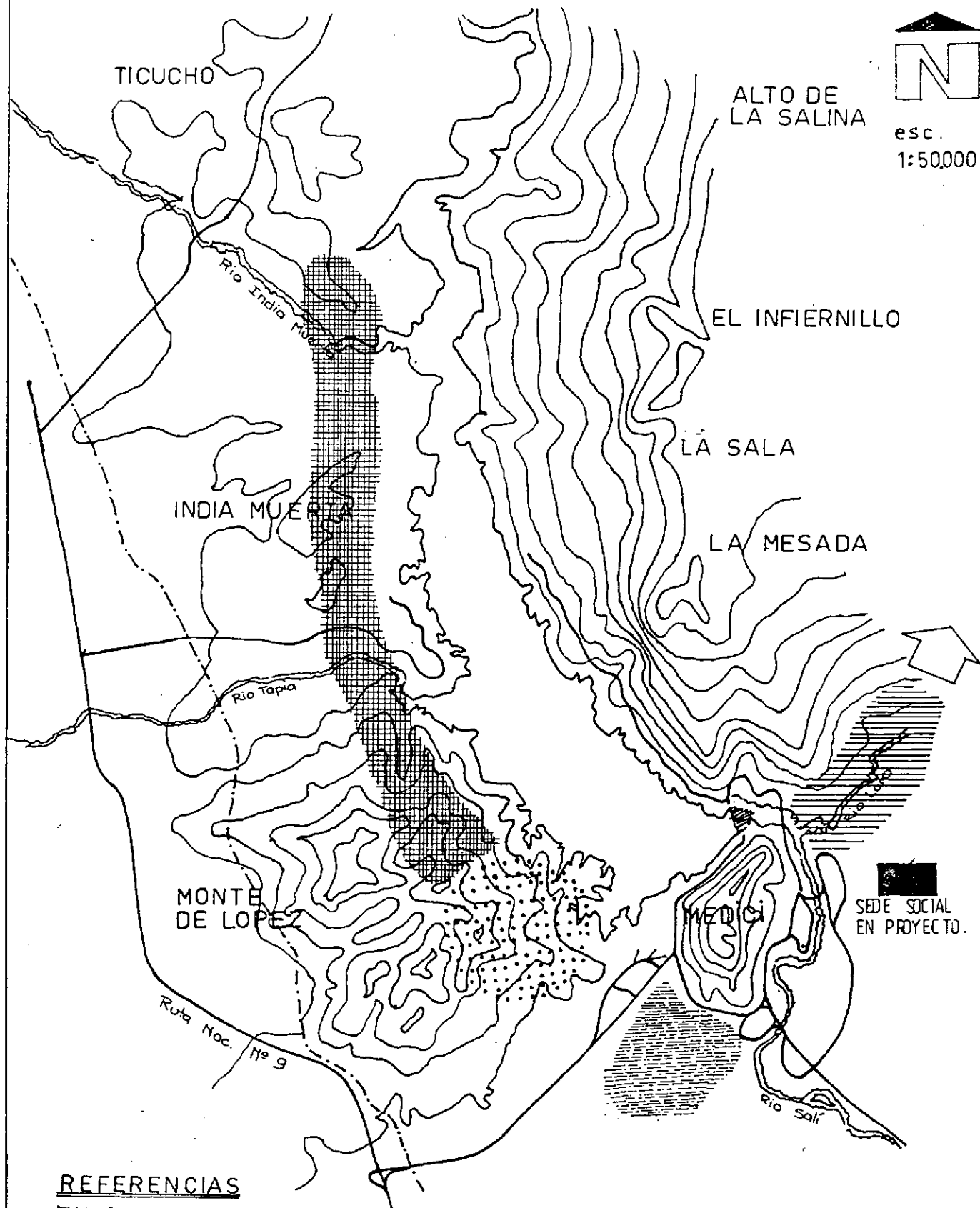
Tratándose Tucumán como el centro de promoción de la Argentina, este atractivo turístico crecerá en el Cadillal.

PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO.
DIQUE EL CADILLAL. - CIURBA (FUNDECMA) - 1996
ACTIVIDAD TURISTICA: MOUNTAIN BIKE.





28



esc.
1:50,000



REFERENCIAS

-  CICLOTURISMO.
-  CIRCUITO DE COMPETENCIA
-  CIRCUITO DE PRACTICA
-  RALLIES TRANSMONTAÑA.

ATRACTIVO TURISTICO-RECREATIVO: PESCA-PISCICULTURA

El desarrollo de esta actividad como práctica deportiva o de esparcimiento goza de un perfil bajo de credibilidad por parte de los pescadores transitorios, aunque la magnitud de la población ictícola es excelente para esta práctica. La pesca generalizada en el área, no influye sobre la población permanente de peces, aunque existe un sistema de seguridad por el que se incautan los equipos a los recreacionistas que no poseen Carnet habilitante de la Secretaría de Agricultura.

La superficie del embalse es ideal para la práctica en botes (pesca recreativa), siempre que los practicantes posean equipos de seguridad para ello. Esto puede incluirse en los circuitos turísticos, juntamente con visitas al Centro de Piscicultura, especialmente durante la época de veda (un mes entre setiembre y noviembre) para observar el proceso de reproducción de los pejerreyes. Esta veda se implementa a fin de facilitar el crecimiento de la población de peces.

La pesca, que se realiza todo el año (con una afluencia mayor en Julio y en el verano), se localiza en los siguientes sectores (Informe Roberto Lemme, 1996):

- a) Desembocadura de los ríos Tapia e India Muerta (pesca de sábalo);
- b) Próximos a las torres de toma de agua (pesca de pejerrey y tararira);
- c) Entre la presa 4 y Abra Chiquita (pejerrey y tararira).
- d) Zonas más tranquilas del embalse (pesca de pejerrey).
- e) "Mojarreo" en las orillas de las playas próximas al Monte de López y playas próximas a la presa principal.

Toda la actividad de pesca, promovida en el Cadillal, se genera a partir de la Estación de Piscicultura, localizada en el rotonda de la Villa Turística (sobre la ladera del Cerro Médico), que ocupa un predio de 2 has con las siguientes instalaciones:

- . Laboratorios de reproducción de peces (40 m²);
- . Piletones exteriores para reproducción de peces (200 m²);
- . Oficinas y sanitarios de atención al público (25 m²);
- . Garage para lanchas del Centro (30 m²);
- . Jaulas de animales (para pumas) localizadas transitoriamente en el Centro;
- . Infraestructura de agua independiente del sistema de abastecimiento de la Villa Turística. El agua se obtiene del Dique y se bombea hasta una cisterna ubicada en el Cerro Médico y desde allí descienda por gravedad hasta el predio.

Aunque las instalaciones son muy buenas, hay carencias en el mejoramiento de la infraestructura del agua, necesidad de incrementar el número de personal (actualmente trabajan en el Centro 13 personas), necesidad de mejorar la infraestructura de un Centro en construcción en Aguas Chiquitas (trabajos de protección de la fauna). Se trata de un Centro que depende de la Dirección de Fauna de la Secretaría de Estado de Agricultura y Ganadería de la Provincia. Con estas instalaciones se ejerce un control sobre las áreas dominantes de pesca:

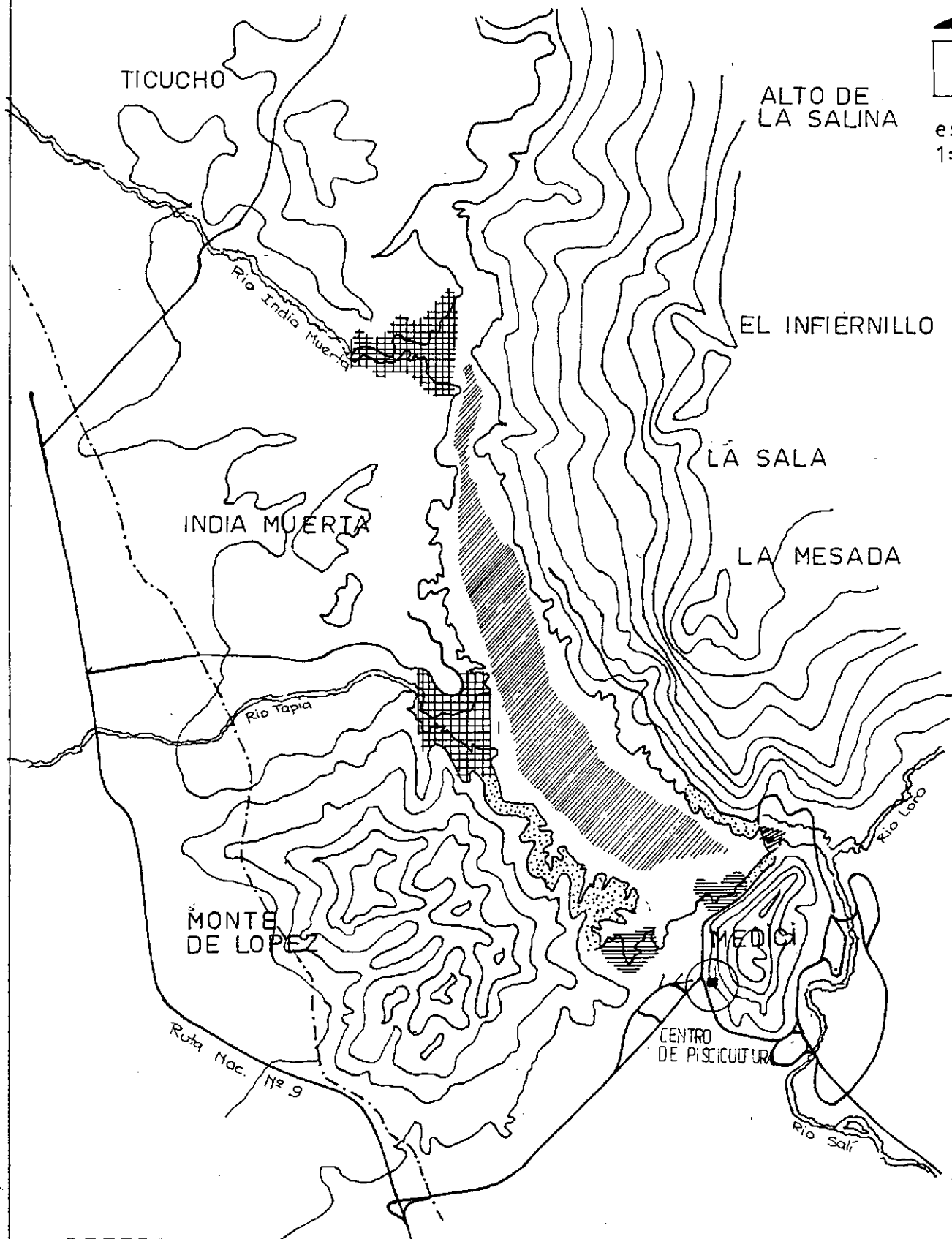
- . 100 has en los sectores de pesca de sábalo;
- . 40 has en el sector de pesca de pejerrey y tararira;
- . 900 has en las zonas de pesca de pejerrey en bote;
- . 20 has en el sector de pesca del denominado "mojarreo".

PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO.
 DIQUE EL CADILLAL - CIURBA (FUNDECMA) - 1996
 ACTIVIDAD TURISTICA: PESCA.





29



esc.
1:50000



REFERENCIAS

-  PESCA SABALO
-  PESCA PEJERREY Y TARARIRA
-  PESCA PEJERREY EN BOTE
-  MOJARREO.

ATRACTIVO TURISTICO-RECREATIVO: BALNEARIOS/CONFITERIAS.

Este atractivo está sustentado en la frecuentación al Dique para realizar pic-nic a orilla de los rios. Con un servicio complementario de confiterías, sanitarios, asadores y merenderos, se favorece la alfluencia de turistas y población local. En el horario de 10:00 a 19:00 hs, los asistentes pueden gozar del baño en el rio durante la temporada estival. Complementariamente, se práctica volley, paletas, rafting o se "toma sol".

Los lugares dominantes para esta actividad es la margen izquierda del Rio Salí, al norte del Autocamping Rio Salí. Ocupa una superficie de 1 ha, accediéndose a ella por la ruta provincial N° 347. El sitio es arbolado y presenta tres sectores diferenciados: playa, confitería y asadores (Informe Eulogio Diaz, Balneario "Las Moreras", 1996).

Equipamiento Turístico. Localización y dimensionamiento.

Con una antigüedad de 14 años, la Confitería "Las Moreras" tiene las siguientes instalaciones:

- . Superficie total 1 ha.;
- . Parrilas y asadores (60 unidades);
- . Confitería propiamente dicha: bar, confitería, cocina, depósitos, vestuario, vivienda del cuidador. Todo ello totaliza una superficie de 160 m² cubiertos y 315 m² semicubiertos (incluye galerías y desbordes);
- . Servicio público de sanitarios (90 m²);
- . Piletones en el Río de 150 mts. de largo con una profundidad de 1 m.

Aunque las instalaciones se encuentran en un buen estado de conservación, es necesario incrementar el número de sanitarios y asadores.

ANEXO III - PLAN DE TAREAS
Plan Estratégico de Desarrollo
Turístico Perilago El Cadillal

3.2.2. Demanda Turística

DEMANDA TURISTICA-RECREATIVA: CAMPINGS

La demanda de usuarios de esta actividad no supera las 800 personas por mes, entre acampantes y usuarios del camping. Durante el mes de Enero en el Camping del ACA accedieron 90 personas en carpas y 400 personas que pasan el día pero que no acampan. En el camping del Rio Salí se conservó el mismo guarismo en las personas que acampan pero disminuyó a 200 personas las que pasan el día y no acampan (Informe Eulogio Diaz, Camping ACA, 1996).

Los campamentistas proceden de todo el país, especialmente de Tucumán y el NOA. Esporádicamente se observa la presencia de extranjeros, especialmente en el invierno. Aunque la práctica del campamentismo no tiene estación, existe una mayor afluencia de la población local en el invierno, ya que en el verano la población tucumana "pasa el verano" en otros parajes de la provincia que brindan mayor capacidad de alojamiento.

La permanencia de los campamentistas está condicionada por las inclemencias del tiempo. Generalmente varía entre un máximo de 7 días y un mínimo de 3 días. La afluencia se incrementa los fines de semana, fundamentalmente los días domingos. Socio-económicamente, es una actividad que la realizan todos los segmentos sociales de la población. En este sentido, la capacidad de gasto varía según su condición económica. Acceden a los campings empresarios, que buscan un contacto con la naturaleza, estudiantes de colegios secundarios en gira de estudios o jóvenes "mochileros" que recorren la zona con una escasa o nula capacidad de gasto. El Camping del ACA recibe frecuentemente grandes contingentes que ocupan todo el predio (ejemplo: Liceo Militar con 500 carpas).

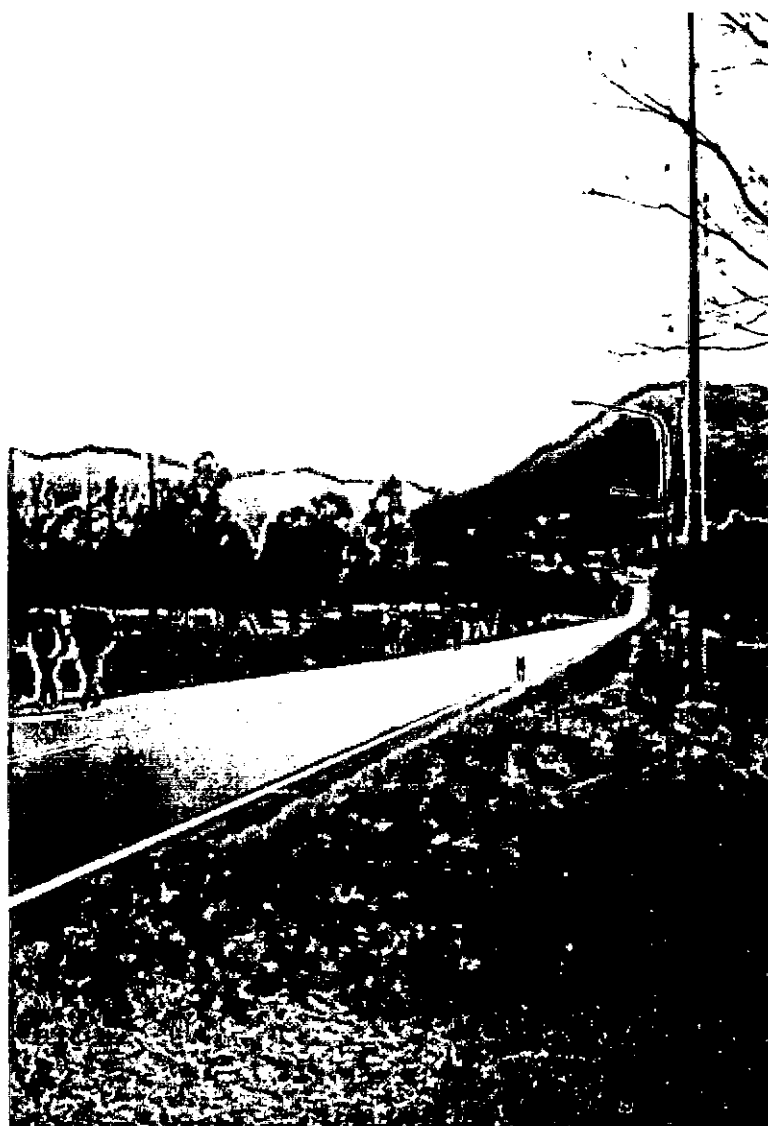
Estas instalaciones presentan un alto grado de deterioro y una ausencia de equipamiento de bungalows que fueron eliminados en los últimos años. Esta situación imposibilita la prestación de un servicio de alojamiento para pernoctar (para aquellos turistas que lo frecuentaban sin carpas).

El Autocamping del Automóvil Club Argentino cubre un servicio dentro de una extensión de 14 has, que permiten albergar a 500 carpas (aproximadamente 1.500 personas). En sus instalaciones cuenta con las siguientes comodidades:

- . Baños con un abastecimiento de 9.500 lts de agua caliente en 3 horas. promedio con el que se puede brindar un servicio eficiente a 1.000 personas. Para ello se cuenta con 4 termos a gas que ocupan una superficie de 150 m².
- . Area de merenderos y juegos infantiles (3 has.);
- . Area de quinchos y fogones (3 has);
- . Campo deportivo para la práctica de fútbol y volley (3 has. de superficie);
- . Sala de atención de primeros auxilios (30 m²).

El camping presenta un muy buen estado de conservación. Se prevé a corto plazo ampliar el servicio de sanitarios y las prolongaciones individuales de toma corriente para trailers. La carencia fundamental que tiene es la deficiente infraestructura de abastecimiento de agua.

El resto de las áreas del Dique en las que se desarrollan los campings, no poseen instalaciones para una promoción apropiada de la actividad. Para los futuros proyectos de inversión, se constituye en un atractivo complementario a los servicios que brinde las hotelerías.



Accesso al Cadilla. Campings.

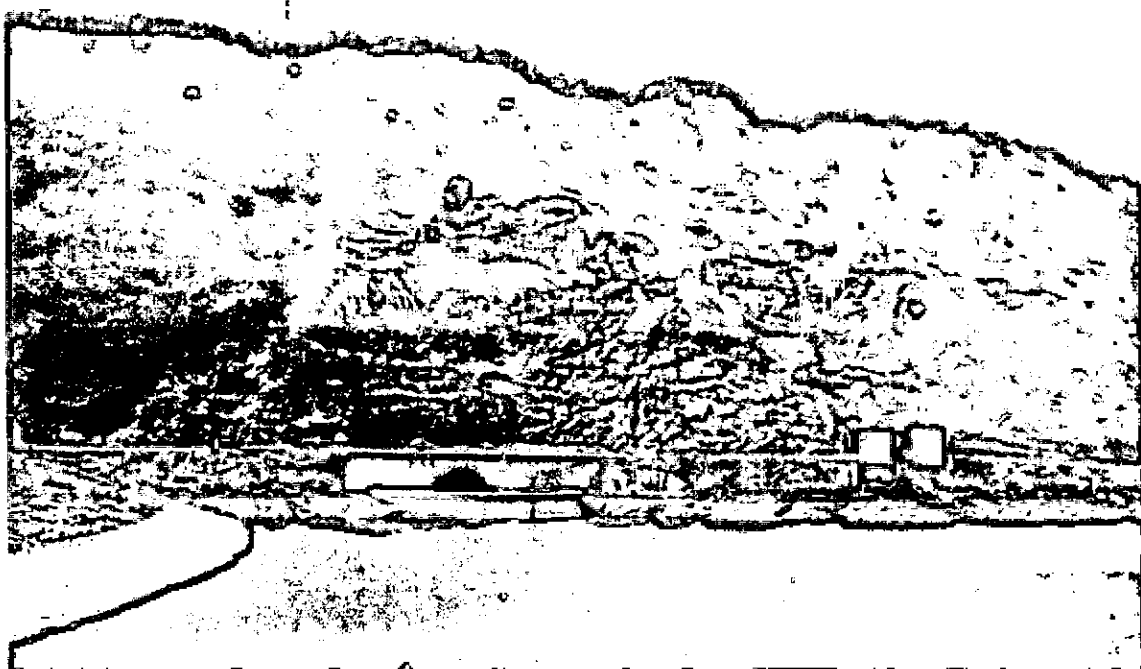
DEMANDA TURISTICA-RECREATIVA: MONTAÑISMO

La demanda de la actividad es difícil de ponderar por cuanto no se cuentan con estadísticas al respecto. Las caminatas son atractivas para una gran afluencia de asistentes los fines de semana fundamentalmente. Para la práctica de la escalada deportiva hay una demanda de 15 personas por día, pertenecientes al Club Andino (Informe Carlos Parajón, Club Andino Tucumán, 1996).

Potencialmente, Tucumán posee un grupo de casi 400 personas, dedicadas profesionalmente al andinismo, distribuidas entre los Clubes Andino (80 personas); Asociación Tucumana de Andinismo (100 personas) y grupos independientes de andinismo en la Capital y el interior (200 personas). A ello se suman mensualmente cientos de potenciales caminantes y escaladores que frecuentan las áreas naturales del Dique. En este sentido, todo visitante es un potencial caminante.

Las prácticas no vinculadas al agua no tienen una estación fija para su desarrollo: se realizan todo el año. En verano, predominan el montañismo, natación, rafting y escalada deportiva; en otoño y primavera el montañismo y la escalada deportiva y en invierno estos mismo deportes. Las travesías de varios días de caminata, disminuyen en invierno por las bajas temperaturas.

Desde el punto de vista socio-económico el montañista profesional pertenece a estratos medio-altos por lo costoso que significa mantener una práctica constante (equipos, traslados, etc.). El montañismo semiprofesional es practicado por sectores medios y bajos indistintamente. Las capacidades de gastos varían de acuerdo al nivel socio-económico. Las caminatas son económicas para todo público.



Cerro de Médici y Embalse. Montañismo y Yachting.



Playas de la Sierra de Medina. Deportes Náuticos.

DEMANDA TURISTICA-RECREATIVA: YACHT

La demanda actual tiene dos tipos de adeptos a la actividad: a) los 50 socios del Yacht Club que realizan este deporte todo el año, sobre un total de 100 socios, y b) las 300 personas provenientes del país y del extranjero que participan de las competencias que se efectúan durante el año. Demanda que podría incrementarse a casi 1.000 personas, con la construcción de "miradores" para las competencias y con una sostenida difusión y promoción privada y estatal.

Ello traería aparejado un incremento de las 25 embarcaciones a vela (de propietarios particulares) y los 4 veleros que posee el club para la práctica anual y la enseñanza del deporte. Equipamiento que se convierte en un atractivo permanente de los turistas que visitan el dique. La estacionalidad de este atractivo turístico-recreativo, está condicionada a las fluctuaciones de agua que se producen en el embalse porque reduce el número de navegantes. La mayor afluencia de público y participantes se produce entre los meses de abril y octubre (actividad oficial), disminuyéndose entre los meses de noviembre y marzo (por las bajantes del nivel de agua).

El 80% de los que participan de este atractivo turístico-recreativo (240 personas) provienen del Gran San Miguel de Tucumán, mientras que el 20% restante (60 personas) son extranjeros y de otros puntos del país. Dado que se trata de un deporte costoso (una embarcación varía entre \$ 1.500 y \$ 5.000) la práctica esta dirigida hacia sectores sociales altos y medio-alto. A ello se incrementan los gastos que demanda el mantenimiento del Club (costos de matrícula, cuotas de asociado).

El desarrollo de la actividad requiere de una inversión inicial para aquél que la practica permanentemente, en la adquisición de una embarcación. En el caso de El Cadillal, ello sufre un aumento por la constitución de un club privado que debe mantenerse y crecer. Por ello, el segmento que lo realiza es muy bajo pero con una alta capacidad de gasto.

No obstante ello, para el turista-espectador de las competencias o que requiere este servicio como un atractivo turístico pasajero, el costo es accesible para el público en general. De allí que la demanda potencial se va a incrementar en los próximos años hasta 1.000 personas. Más aún si se promueve un desarrollo turístico con equipamientos hoteleros de mayor jerarquía, cuyos pasajeros transitorios accederán a esta práctica.

DEMANDA TURISTICA-RECREATIVA: MOUNTAIN BIKE

La demanda actual está dirigida a los que practican permanentemente este deporte y a los espectadores que asisten permanentemente a las competencias de mountain bike. En Tucumán practican anualmente 3.000 bikers, aunque las competencias nuclean a 120 competidores del Gran San Miguel de Tucumán y a 40 corredores provenientes de otras provincias argentinas (especialmente cuando se realizan "los rallies"). Estas magnitudes se incrementan a 400 espectadores que asisten a las competencias permanentes.

En el Dique El Cadillal se realizan 2 carreras anuales que nuclean a 1.000 personas provenientes de Tucumán, NOA, NEA, Cuyo y Neuquén, predominantemente. En algunos casos, es escenario de paso para las competencias de rallies transmontañas, de las que participan 80 competidores con sus respectivos acompañantes (Informe Pablo Estrada, 1996).

La estacionalidad no es un problema para la práctica de este deporte. Se realiza todo el año, aunque disminuye en el verano por las altas temperaturas de calor, ya que esto incide en el rendimiento de los ciclistas. Las competencias se efectúan los 2º domingos de cada mes, en la cual El Cadillal tiene reservada una fecha de competición. Sin embargo, por las características topográficas de los terrenos, se realizan prácticas permanentes en el mismo. Sus sitios son muy codiciados por los bikers al punto que en 1996, El Cadillal será escenario de una Competencia Nacional. Esto es indicativo del incremento que puede producirse en la demanda potencial de la actividad turística-recreativa.

Salvo que existan lluvias torrenciales, las prácticas

no se suspenden y suelen durar normalmente el tiempo de una competencia (4 horas). Estas inclemencias climáticas también son motivo de reducción en el verano. Las características socio-económicas de los que participan de este atractivo, abarca un amplio espectro:

- a) Mountain bike. Es un deporte costoso por el mantenimiento, pero es practicado por capas sociales de sectores medio-alto y medio-bajo;
- b) Cicloturismo. Es accesible para toda persona que posea una bicicleta y no requiere preparación ni práctica en equipo. Es practicada por sectores socio-económicos medios y medio-bajo.

La capacidad de gasto de los bikers varia respecto a su condición económica, aunque las exigencias sólo son de mantenimiento del equipo. Sin embargo, las competencias son accesibles para el público en general, ya que los mínimos gastos son para refrigerio (teniendo en cuenta que las competencias duran 4 horas). En el caso de El Cadillal, no hay un servicio eficiente para la atención de los turistas asistentes a las competencias (ausencia de comercios, bares, etc.).

La demanda potencial puede incrementarse hasta un 50% en los próximos años, por el incremento que se observa anualmente en los bikers como en el público asistente a las competencias. En un año se puede incrementar a 180 competidores y a 800 espectadores-turistas provenientes de las regiones mencionadas. Es un atractivo turístico-recreativo soporte del desarrollo de proyectos estratégicos de inversión (hoteles de distintas categorías).



Rio Loro y Sierra de Medina. Cabalgatas y caminatas.



Montes de López. Area de travesía en Mountain Bike.

DEMANDA TURISTICA-RECREATIVA: PESCA-PISCICULTURA

La demanda de recreacionistas en el área tiene variaciones entre los días de semana y los fines de semana. De lunes a viernes se cuenta con una presencia de 40 a 50 pescadores en el Dique, mientras que los fines de semana este número aumenta a 100 personas en el área (incluido los ríos). La mayor parte de los pescadores son de distintos puntos de la Provincia (Informe Roberto Lemme, Dirección de Piscicultura, 1996).

La actividad tiene una demanda preferencial en la pesca en botes, desde la orilla, pesca de mojarreo y pesca-paseo. Las especies predilectas de los pescadores son los pejerreyes (entre 15 y 30 cm y de 2,20 kgs de peso, sábalo, tararira, mojarras, bagres y bocados. Aunque está prohibida la pesca nocturna, esta actividad se realiza todo el año (con excepción de los tiempos de veda en setiembre).

La presencia de diferentes segmentos socio-económicos que participan de esta actividad, obligan a un mayor control para eficientizar este atractivo turístico-recreativo:

- . Turista de paseo-pescador. Constituye el 40% de los participantes de esta actividad. Generalmente se trata de turistas que arriban al Dique con sus familias en vehículos particulares;
- . Pescador furtivo. Constituye un grupo que varía entre un 20% y 25%, cuyo único objetivo es dañar a la población ictícola, especialmente a sábalo y pejerreyes. Normalmente pescan con redes y métodos prohibidos, de noche y con reflectores. La diferencia entre este tipo de pesca y la que se desarrolla normalmente es notoria, al punto tal en que si en aquél se pesca 100 pejerreyes por jornada, en éste nunca se superan los 20 pejerreyes.

- . Pescador deportivo. Se trata de una práctica en la que los pescadores realizan una pesca deportiva con equipos muy costosos y en bote. Este deportista no desea que lo molesten. Realiza esta actividad solo o acompañado con compañeros de pesca. Su presencia en el Dique genera una permanente inversión en los comercios localizados en el área. Por lo general los que participan en este nivel no superan el 20% del total de pescadores en el área.
- . Pescador de subsistencia. Esta clase de pescador realiza la actividad para su alimentación cotidiana, ya que su condición económica es de un nivel bajo. Su equipo es rudimentario, sus botes en avanzado estado de obsolescencia. Normalemente pesca pocas especies y se localiza en las orillas del Dique.

En relación a esta caracterización socio-económica, el turista de paso tiene una alta capacidad de gasto junto a su familia; el pescador deportivo una capacidad media-alta con una frecuencia periódica al Dique y el de subsistencia con una nula o escasa capacidad de gasto.

La demanda potencial para este tipo de actividad tiende a mantenerse tal como se ha desarrollado hasta el presente. El incremento de la misma sólo es posible controlando a los pescadores furtivos, promoviendo la presencia de los pescadores turistas y fomentando su desarrollo como soporte de otros atractivos turísticos en el área. Se la puede incluir dentro de las actividades de promoción al turismo que se recepcione en el área (incluido en hotelorías, circuitos turísticos, etc.).



Vista parcial Confiteria Las Moreras. Sector Campings.



Centro Principal. Sector de Balnearios y playas.

DEMANDA TURISTICA-RECREATIVA: BALNEARIOS/CONFITERIAS.

La demanda de este atractivo presenta variaciones mensuales entre las 3.000 y 4.000 personas. Durante el mes de Diciembre del '95, accedieron al sector de balneario/confitería 3.000 personas, mientras que en Enero aumentó a 4.000 personas. El promedio por semanas de vacaciones de verano es de 900 personas, de los cuales el 15% (135 personas) provienen de otras provincias.

En la confitería/balneario los fines de semana albergan a 1.650 personas desglosados de la siguientes manera:

- . 400 personas en el sector de confitería;
- . 700 personas en asadores y playas;
- . 200 personas ocupando mesas pero sin consumir;
- . 50 personas "tomando mate" en otros sectores aledaños.

(Informe Eulogio Diaz, Balneario "Las Moreras", 1996).

La actividad está muy condicionada por las condiciones climáticas, por lo que los meses más cálidos (setiembre a marzo/abril) cuentan con una mayor afluencia de recreacionistas, siendo los meses estivales (diciembre/enero/febrero, los de mayor afluencia. Los meses de invierno por ser más frios son poco frecuentados por la población local. Asimismo, entre los días 10^º y 20^º es cuando mayor concentración de visitantes se produce, disminuyendo en los restantes días del mes.

Desde el punto de vista socio-económico, los asistentes al sitio pertenecen a sectores medios y medio-bajo. La gran mayoría forman parte del segmento de asistentes al Dique o al balneario que arriban en ómnibus o en grupos de 8 ó más personas en camiones o camionetas. De manera natural, en el

predio se produce una decantación y diferenciación entre cada uno de los sectores, del siguiente modo:

- . Area de asadores. Allí se localiza el sector de más baja condición económica. Generalmente trae su provisión para abastecerse durante el día. Se trata de grupos con algunos problemas de comportamiento por el excesivo consumo de alcohol al que se someten durante su permanencia en el lugar. Como solución a esta situación se optó en el último año por cobrar el uso de los merenderos y asadores, de modo de controlar y seleccionar la presencia de estos grupos allí. De esta manera, se alentó el regreso de los grupos familiares al sitio, objetivo principal de la promoción en el área.
- . Area de Confitería. Se trata de un área al que acceden sectores sociales de mejores condiciones socio-económicas y mayor capacidad de gasto. El tiempo de permanencia en una mesa es entre 3 a 4 horas (un poco menos de tiempo que el que utiliza en los asadores). "Hace picnic" desde su mesa hacia el río y sectores naturales aledaños.
- . Area de playas. Es una zona hacia el norte de la confitería a la que acceden sectores sociales más selectos en su situación socio-económica. En este sentido, la confitería actúa como filtro con el sector de parrillas, en el que se localizan los sectores sociales de más bajos recursos económicos.

La capacidad de gasto varía entre los distintos sectores del balneario. En los asadores sólo se gasta en el alquiler del asador y en hielo; en la confitería se incrementa un poco más con el consumo de bebidas y refrigerio y en las playas la capacidad de gasto aumenta.

Bibliografía Consultada

- Universidad Nacional de Tucumán y Gobierno de la Provincia de Tucumán. "El Cadillal. Estudio de los Recursos Turísticos y Recreativos. 1967.
- García Azcárate, R. "Esquema Directriz de Ordenamiento y Desarrollo Urbano de la Ciudad de San Miguel de Tucumán, Comunas y Municipios Colindantes. Superior Gobierno de la Provincia de Tucumán, Tucumán, 1981.
- Corral, Julio C. "Estrategias para el Ordenamiento Ambiental del Ecosistema Gran San Miguel de Tucumán-Sierra de San Javier". Universidad Nacional de Tucumán, 1987.
- UNESCO. "Un Enfoque Integral para el Estudio de los Asentamientos Humanos. Notas Técnicas del MAB 12, ROSTLAC, Uruguay, 1981.
- Montenegro, Jorge. "Metodología de los Planes Estratégicos Aplicados Al Desarrollo". Centro de Investigaciones Urbanas y Ambientales, Inédito, 1995.