

014.39
G32Je
I

41313

DESARROLLO TURISTICO PATAGONICO

INFORME FINAL

Febrero 1996



014.39
G32Je
I

AUTORIDADES

**Asamblea
Junta Permanente
Secretaría General**

Secretario General
Ing. Juan José Ciácer

Estos dos conceptos son la clave del cambio que se debe operar en la empresa turística doméstica ya que si logramos la amplia satisfacción del cliente tenemos garantizado su crecimiento.

No habrá crecimiento del empleo si no logramos convencer a los clientes potenciales que los servicios ofrecidos son necesarios para su calidad de vida. Pero además que los mismos sean brindados eficazmente. El cliente sólo compra lo que realmente necesita aunque le sobre el dinero.

- El valor agregado turístico

Otro aspecto del turismo que interesa analizar, en especial el patagónico, es lo referido a la dependencia que tenga o no de insumos importados o nacionales y si esa proporción la hiciese muy "insumo dependiente."

En turismo el mayor insumo es el de la inteligencia. Es una actividad muy dependiente de la creatividad. Por eso mismo puede tener mucho valor agregado propio salvo que la creatividad tengamos que importarla. De lo contrario tiene una gran proporción de valor agregado.

El coeficiente de dependencia de material importado en general es muy bajo. Porque el turismo es básicamente una actividad hombre intensiva. Si bien el equipamiento tecnológico, en materia de reservas y comunicaciones es imprescindible para un buen servicio, gran parte de las actividades y programas están basados en la presentación para su goce: de la naturaleza, la fauna, la gastronomía, las cabalgatas, la pesca, la caza, etc. y los servicios de calidad tienen su valor precisamente porque son básicamente ofrecidos por hombres y mujeres del lugar. Por otro lado muchos de los equipamientos hoy en día con la actualización de la industria y el sector servicios, tiene bastante contenido de valor agregado nacional.

3.1.4. Competitividad y niveles de precios

El turismo debe ser considerado un servicio para generar vivencias y esparcimiento y no la simple venta de alojamiento, comidas y transporte. Ello exige cada vez más profesionalidad por parte de los empresarios turísticos que deben crear productos-servicios y cuidar hasta en sus máximos detalles que el turista "compre" un sueño y que ese sueño

- Productividad, eficacia y eficiencia

La **productividad** es un índice que indica una relación entre cantidades de tiempo insumido por factor por unidad de producto. Así si una persona limpia tres habitaciones por hora en un hotel y ahora pasa a limpiar 4 habitaciones por hora decimos que la productividad de su trabajo aumentó un 20 %.

Medir la productividad de una cosa tan concreta resulta sencillo. El asunto se complica en el sector turístico cuando se intenta medir la productividad de un proyecto turístico. Porque ¿Cuál es el producto turístico? ¿La satisfacción del turista? ¿Que no fallen los teléfonos y menos cuando se necesitan? ¿Llevar al turista al lugar ansiado y a la hora establecida? ¿Obtener la reserva del pasaje en tiempo y forma para el regreso del cliente? ¿Que el turista disfrute de los atardeceres en la montaña a la costa de un arroyo? ¿Pescar una trucha con mosca en un lugar paradisíaco?

Si los productos-servicios turísticos deben cumplir con esas y otras exigencias que existen por parte de los turistas, la productividad de los factores que lo hicieron posible solo se mide en función de la satisfacción del cliente. Es decir que se puede lograr que las habitaciones del hotel se limpien rápido pero molestando al huésped en el cuarto; se puede perturbar la tranquilidad que todos los turistas buscan cuando viajan, si no se asegura y confirma la fecha y medio de transporte deseado para el regreso a casa; puede perderse mucho tiempo del cliente en esperas no programadas para lograr que el bus que lo transporta se complete antes de iniciar una travesía, etc. todo eso conduce a que el producto turístico sea deficiente. La unidad de producto de esa fábrica turística pierde gran parte de su valor y por ende de hecho su productividad bajó. Sin embargo hay dos conceptos que enriquecen más el concepto de productividad. Son los de **eficacia** y **eficiencia**.

Según Tesorelli, se habla de **eficacia** "cuando se cumple con las expectativas, es decir cuando se logra hacer que las cosas funcionen como están previstas". En cambio la **eficiencia** "es consumir la menor cantidad de recursos para cumplir con las pautas de eficacia".

Primero hay que definir qué es lo correcto para después estudiar como hacerlo correctamente. Luego hay que cumplir con la satisfacción de las necesidades con una mística de servicio satisfaciendo al cliente.

Por ello debe "existir un diálogo con el mercado atendiendo las necesidades del turista" de manera de "cumplir la eficacia con eficiencia".

Cuadro N° 11
DEMANDA Y OFERTA TURISTICA POR CENTRO TURISTICO Y POR PROVINCIA. AÑO 1994*

	Turistas (1)	Estadía (2)	Piadas Excl-camp (1)	Pernocies (3)	Piadas ofrecidas (4)	% Ocup (5)	Facturación (5)	Empleos (6)	Cost x emp(\$)	Turistas extranjeros (1)	% Tur. extranj. (1)	Valor Export Turísticas \$ (7)
Neuquén												
Copahue-Caviahue	5200	9,10	819	47320	270270	17,51	4732000	351	13500	88	1,70	160888
SM Los Andes	47690	3,94	3885	187898	1282050	14,66	18789860	1392	13500	1192	2,50	939493
Neuquén	76938	3,00	1427	230814	470910	49,01	23081400	1710	13500	1308	1,70	784768
Villa Angostura	10514	5,42	1012	56986	333960	17,06	5698588	422	13500	179	1,70	193752
Villa Tráful	5799	2,76	775	22070	255750	8,63	1668271	124	13500	66	1,10	38037
Subtotal	146141	3,70	7918	539024	2612940	20,63	53970119	3998	13500	2833	1,94	21169937
Río Negro												
Bariloche	565715	4,00	17575	2262860	5799750	39,02	226286000	16762	13500	33943	6,00	29417180
El Bolsón	20000	4,00	1194	80000	394020	20,30	8000000	593	13500	800	4,00	720000
Viedma	15000	1,00	300	15000	99000	15,15	1500000	111	13500	300	2,00	75000
Las Grutas	170000	6,00	4700	1020000	1551000	65,76	102000000	7556	13500	1700	1,00	2400000
Subtotal	770715	4,38	23769	3377860	7843770	43,06	337786000	25021	13500	46243	6,00	32252180
Chubut												
Pen. Valdés	77559	3,00	2030	232677	669900	34,73	23267700	1724	13500	14736	19,00	8841726
Comarca Cordil	17000	3,00	273	51000	90090	56,61	5100000	378	13500	510	3,00	306000
Comodoro	3678	3,00	1426	11034	470580	2,34	1103400	82	13500	184	5,00	110340
Subtotal	98237	3,00	1699	294711	1230570	23,95	29471100	2183	13500	15430	16,00	9258066
Santa Cruz												
Calafate	58855	3,00	1512	176575	498960	35,39	22600320	1674	13500	22541	38,30	17311845
El Challen	7800	3,00	146	7800	48180	16,19	624000	46	13500	1170	15,00	187200
Perito Moreno	15153	2,00	129	30306	42570	71,19	2424480	180	13500	2273	15,00	727344
Puerto Deseado	8080	2,00	152	16160	50160	32,22	1292800	96	13500	343	4,25	109760
San Julián	12100	2,00	139	24200	45870	52,76	1936000	143	13500	1815	15,00	580800
Subtotal	101988	2,00	2078	255031	685740	37,19	28877600	2139	13500	28142	27,59	18916949
Tierra del Fuego												
Ushuaia	55738	2,33	1703	129869	561990	23,11	21430422	1594	13444	29056	52,13	22343358
Subtotal	55738	2,33	1703	129869	561990	23,11	21430422	1594	13444	29056	52,13	22343358
Total General	1172819	3,92	39912	4596495	13170960	34,90	471535241	34935		121705	10,38	84887490

* No se han tomado todos los centros turísticos.

Fuente: Elaboración propia en base a: (1) Información suministrada por las provincias; (2) Estimaciones organismos provinciales; (3) Turistas por Estadía; (4) Plazas por 330 días (11 meses); (5) Cantidad de pernocios x \$ 100 (se estima como cifra promedio de gastos); (6) Facturación dividido \$ 13.500 (esta última se estima que es la cifra que genera un puesto de trabajo turístico directo y uno indirecto); (7) Turistas extranjeros x Estadía x \$ 200 (se estima como cifra promedio de gastos).

3.1.3. Turismo y empleo

En el mundo 1 de cada 16 personas está empleada en turismo. En la Argentina 1 de cada 90 personas. En la Patagonia con una población total de 1.481.604, se ha estimado que trabajan en turismo 34.935 -ver cuadro N° 11- entre empleo directo y el indirecto, es decir 1 persona cada 42 habitantes. Por lo tanto existe una mayor participación relativa pero aún se está lejos del promedio mundial. Como la cifra del mundo es un promedio significa que existen países donde más de la mitad de la población está dedicada al turismo lo que es excesivo porque resulta muy "turismo dependiente". Pero llegar al promedio mundial parecería algo razonable de alcanzar.

Esta baja dedicación turística de nuestra población se debe a la falta de desarrollo que ha tenido el turismo en el país. Nos referimos al desarrollo de los servicios personalizados que pueden ofrecerse al turista. En general, no existe conciencia sobre los beneficios que tiene el turismo para la economía.

El turismo tiene un factor de multiplicación del empleo de 2 aproximadamente, es decir que por cada empleo directo en turismo otro empleo es generado en actividades complementarias, lo que convierte al turismo en una actividad de enorme repercusión social.

Con la sola excepción de Norte América que tiene también una elevada incidencia de turismo interno con el 84.7%, el promedio europeo es del 45,6%, el de Sudamérica el 59.8%. El resto de las zonas tiene porcentaje aún menores lo que revela la incidencia del turismo receptivo en la mayoría de los países.

Sumando lo generado por el turismo receptivo con el interno, el negocio turístico rodea los 7.200 millones de dólares. Es decir que representa aproximadamente el 3,0% del PBI. Sin embargo para tener una visión completa del movimiento turístico en nuestro país debemos calcular las contribuciones netas del turismo a la economía del país.

Con el fin de tener una síntesis de la incidencia final del negocio turístico sobre la actividad económica de la Argentina corresponde resolver la ecuación siguiente:

Gasto turístico interno + ingreso por turismo receptivo - egresos por turismo emisor.

Se ha calculado el monto gastado en turismo interno en 5.400 millones de dólares.

El monto del turismo receptivo se estimó en aproximadamente 2.000 millones. Solo falta estimar el monto del dinero gastado en viajes y pasajes al exterior. En el cuadro N° 3 y 4 figuran para el año 1994 egresos indexados por viajes por 2.269,8 millones ingresos indexados por pasajes por 558,8 millones de dólares. Si se asume que el 40% de las operaciones no se contabilizaron se llega a una suma total de $(558,8 + 2269,8) \times 1,4 = 3.960$ millones.

La ecuación se completa:

$$5.400 + 2200 - 3960 = 3640 \text{ millones de dólares de turismo neto.}$$

Relacionándola con un PBI de 257.058 millones, el turismo neto representa el 1,42% del PBI. De un 3% que representaba el turismo dentro de las fronteras el turismo emisor se lleva un poco más del 1,5% del PBI.

3.1.2. El turismo interno

El total del gasto turístico está compuesto por el gasto efectuado por los turistas extranjeros que nos visitan más el gasto efectuado por los propios residentes del país que llamamos turismo interno.

En materia de turismo interno los argentinos realizaron según la Secretaría de Turismo de la Nación 18.000.000 de viajes durante 1994. Este turismo significó un incremento con respecto al año anterior de un 12,5% en que se habían registrado 16.000.000 de viajes.

No existe una estimación oficial de los ingresos que genera el turismo interno a nivel nacional ni tampoco a nivel provincial. Hemos estimado el gasto por turista argentino por estadía en 300 dólares (es el equivalente de 1200 dólares por familia tipo, que es el ahorro destinado a vacaciones) monto que es inferior al de un extranjero a pesar de que las estadías promedio sean mayores (el gasto promedio de estadía incluye alojamiento, comida, compras y transporte) ya que los gastos por alojamiento, transporte y comidas son menores.

Los 18 millones de viajes que realizaron internamente los argentinos representarían entonces alrededor de 5.400 millones de pesos por año, es decir más de 2,5 veces lo que gastan los turistas extranjeros (que hemos estimado entre 1837 y 2320 millones de dólares). Esto nos da una idea aproximada de la incidencia del turismo interno que sería, aproximadamente el 86% del total de la facturación en turismo. Este es un porcentaje alto si se lo compara con otras partes del mundo.

Cuadro N° 10
Incidencia del turismo interno sobre el negocio turístico (1994)

	Norte América	Africa M.Oriente	Asia Australia	Europa	México	Latino América	Sud América
% turismo interno	84.7	20.0	38.9	45.6	59.7	52.5	59.8

Promedio del mundo: 40.5%

Fuente: World Wide Hotel Industry. 1994. Horwath International.

- Balance de Pagos Turístico

Cuadro N° 9
Consolidado pasajes e ingresos (1984-1994)
(en millones de dólares)

	Ingresos	Egresos	Saldo	Index	Ing. ind.	Egre. ind.	Saldo ind.
Gasto viajes	7.804.6	15.177,2	-7365.6	10.54	8.062.8	15.174,3	-7.111.6
Total pasajes	3.015.9	3.405,8	(389.9)	9.40	3.115.2	3.550,3	(435.1)
Total	10.820.5	18.583.0	-7775.5	19.95	11.178.0	18.724,6	-7.546.7

Fuente: Elaboración propia en base a cuadros N° 5 y N° 6.

La balanza de pagos turística oficial ha sido tradicionalmente negativa como lo muestra el cuadro que antecede. En promedio para los últimos diez años el déficit ha sido de 770 millones de dólares anuales, porque el turismo emisorio logró enviar al exterior una mayor cantidad de dólares de los que el turismo receptivo consiguió ingresar.

Sin embargo, también habría que ajustar las cifras de egresos por viajes y pasajes teniendo también en cuenta la falta de contabilización formal de muchas operaciones. Esto agravaría aún más la cifra del déficit y lo llevaría a lo siguiente:

Turismo receptivo:	u\$s 2.000 millones
Turismo emisorio:	u\$s 3.957 millones (*)
Deficit real de balanza de pagos:	u\$s 1.957 millones

(*) Surge de sumar los egresos por pasajes y los egresos por viajes de 1994 más un 40 % de falta de contabilización.

Así, llegamos a u\$s 1837 millones de dólares anuales ingresados por turismo receptivo en 1994 que sería la hipótesis de mínima. En esta hipótesis el turismo receptivo representa el 0,07% del PBI, y llega al 12% de nuestras exportaciones. Los valores tomados para las exportaciones y el PBI son los publicados en el programa "Argentina en Crecimiento 1993-1995".

En el cuadro siguiente hemos efectuado una proyección con una hipótesis de máxima asumiendo un valor de estadía por 1200 dólares y manteniendo la cantidad de turistas al 50 % de los viajeros arribados en cuyo caso los valores se ajustarían como sigue:

Cuadro N° 8
Cálculo turismo receptivo. Hipótesis estadía 1200 u\$s
(en millones de dólares)

AÑO	TURISMO(*)	PBI	% PBI	EXPORTACIONES	% EXP
1992	1819	226638	0.0075	12234	0.15
1993	2119	241369	0.0082	13090	0.16
1994	2320	257058	0.0090	15739	0.15

Fuente: Elaboración propia.

(*) Hemos calculado como turistas el 50 % de total de arribos que figuran en el cuadro N° 4 y los hemos multiplicando por 1200 dólares como gasto de estadía.

El valor de turismo receptivo resulta ser para 1994 de 2320 millones de dólares. En este caso el turismo receptivo representaría el 0,009 del PBI y llegaría representar el 15 % de las exportaciones.

Resumen de estimaciones
Turismo receptivo año 1994
(miles de millones de dólares)

	Ingresos
Hipótesis Banco Central (Cuadros 5 y 6)	1.384
Hipótesis de mínima (Cuadro 7)	1.837
Hipótesis de máxima (Cuadro 8)	2.320
Hipótesis Banco Central más 40 % evasión	2.000

(cuadro 4) posiblemente más cercanas a las primeras que a las segundas." Esto es lo que se pretende mostrar en el siguiente punto.

- Estimaciones sobre Turismo receptivo

Las cifras de los cuadros 5 y 6 indican, coincidiendo con la SECTUR, que el turismo receptivo creció casi constantemente y que tiene un comportamiento más estable que el emisor. A valores reales fue en el año 1990 donde los ingresos reales alcanzaron el monto mayor con 903 millones. En cambio, el mayor ingreso por pasajes se dio en 1992 con 460 millones reales. Sin embargo, desde 1992 también se produce un fuerte repunte del turismo emisor lo que ha ayudado a aumentar el déficit de la balanza de pagos turística. Las informaciones del cuadro N° 5 y 6 sobre ingresos por pasajes y por ingresos de viajes durante 1994 demuestran que ingresaron $935 + 449 = 1384$ millones de dólares en forma oficial. Si existe una falta de contabilización formal sobre el 40% de ese monto -que es lo que se calcula que representa aún en nuestro país la economía no declarada- el total de ingresos por turismo receptivo sería de aproximadamente 2.000 millones de dólares anuales.

Otra manera de hacer una estimación de lo ingresado por turismo receptivo es asumir una hipótesis de mínima de u\$s 950 (Cuadro N° 7) y de máxima de u\$s 1200 (Cuadro N° 8) para gastos de estadía y tomar un porcentaje de la cantidad de viajeros como turistas, el 50%, lo que se acerca en algo a la hipótesis de Canessa. En el cuadro que sigue figuran los resultados.

Cuadro N° 7
Cálculo turismo receptivo. Hipótesis estadía 950 u\$s
(en millones de dólares)

AÑO	TURISMO(*) RECEPTIVO	PBI	% PBI	EXPORTACIONES	% EXP
1992	1440	226638	0.006	12234	0.12
1993	1678	241369	0.007	13090	0.13
1994	1837	257058	0.007	15739	0.12

Fuente: Elaboración propia.

(*) Hemos calculado como turistas el 50% de total de arribos que figuran en el cuadro N° 4 y los hemos multiplicado por 950 dólares en carácter de gasto promedio de estadía.

Cuadro N° 6
Ingresos y egresos del rubro pasajes 1970/1994
(en millones de dólares nominales e indexados)

Año	u\$s nominales			Index u\$s 1990	u\$s indexados		
	Ingresos pasajes	Egresos pasajes	Saldo pasajes		Ingresos indexados	Egresos indexados	Saldo indexado
1984	141.5	252.8	(111.3)	0.80	178.0	318.0	(140.0)
1985	182.4	211.0	(28.6)	0.82	221.4	256.1	(34.7)
1986	165.0	348.0	(183.0)	0.84	196.7	414.8	(218.1)
1987	237.0	299.0	(62.0)	0.87	272.4	343.7	(71.3)
1988	269.0	230.0	39.0	0.91	297.2	254.1	43.1
1989	323.0	219.0	104.0	0.95	340.4	230.8	109.6
1990	389.0	270.0	119.0	1.00	389.0	270.0	119.0
1991	417.0	418.0	(1.0)	1.04	400.2	401.2	(1.0)
1992	494.0	540.0	(46.0)	1.07	460.0	502.8	(42.8)
1993	398.0	618.0	(220.0)	1.11	359.9	558.8	(198.9)
1994	449.0	632.0	(183.0)	1.13	395.9	557.3	(161.4)
Total	3,015.9	3,405.8	-389.9		3,115.2	3,550.3	-435.1

Fuentes: 1. BCRA, Memoria Anual, 1970 a 1978; 2. BCRA, Estimaciones Trimestrales del Balance de Pagos, 1989; 3. M. de Economía, Dir.Nac. Cuentas Internacionales, Estimaciones Trimestrales del Balance de Pagos, 1990-1994; 4. FMI, Estadísticas Financieras Internacionales, Anuarios 1990 y 1994, Mayo 1995. Elaboración Lic. Mario Luis Canessa.

Las cifras del Cuadro N° 4 han sido puestas en duda por el Lic. Canessa. En su trabajo opina con fundamento que las exportaciones turísticas deben ser bastante menores. (ver cuadros 5 y 6).

Según Canessa sólo el 43% de los viajeros que se informa han ingresado a nuestro país, se han alojado en hoteles. Esto surge de los destinos turísticos visitados por extranjeros, la estacionalidad de los flujos, la demanda interna de alojamiento por argentinos y residentes y el porcentaje anual de ocupación de camas hoteleras por regiones.

El resto por ser en su mayoría de países limítrofes solo entran al país por 24 horas en zonas fronterizas y una buena proporción de los mismos que ingresan lo hacen por motivos laborales, no viven en hoteles sino en viviendas propias o de familiares y su estadía pierde el peso económico desde el punta de vista turístico.

Puede afirmarse, coincidiendo con Canessa, que "la realidad en cuanto al flujo de ingresos por Turismo Receptivo debe encontrarse en algún lugar entre las cifras que por un lado da el Banco Central/Ministerio de Economía y por el otro la de la SECTUR

Cuadro N° 4
Participación de ingresos económicos por turismo receptivo

Año	Total de arribos	Variación anual (%)	T.I.T. ⁽¹⁾ mill.u\$s	Variación anual (%)	T.I.E. ⁽²⁾ mill.u\$s	TIE + T ⁽³⁾ mill.u\$s	Partip. de (1)/(3) (%)
1983	1312952	-	909	-	7836	8745	10,4
1984	1608107	22,5	1127	24,0	8107	9234	12,2
1985	1503099	-6,5	1047	-7,0	8396	9443	11,1
1986	1774483	18,1	1129	7,8	6852	7981	14,1
1987	1843107	3,9	1181	4,6	6360	7540	15,6
1988	2125140	15,3	1384	17,2	9133	10517	13,2
1989	2491719	17,2	1670	20,7	9577	11247	14,8
1990	2727987	9,5	1975	18,3	12352	14327	13,8
1991	2870346	5,2	2336	18,2	11978	14314	16,3
1992	3030913	5,6	3089	32,3	12234	15323	20,2
1993	3532052	16,5	3614	17,0	13090	16074	21,3
1994	3866474	9,5	3970	9,9	15739	19709	20,1

(1) T.I.T.: Total Ingresos por Turismo

(2) T.I.E.: Total Ingresos por Exportación

(3) TIE + T: Total Ingresos por Exportación más Turismo

Fuentes: 1. Secretaría de Turismo de la Nación. 2. INDEC.

Elaboración Dirección de Estudios de Mercados y Estadísticas de la SECTUR.

Cuadro N° 5
Ingresos y egresos del rubro viajes 1970/1994
(en millones de u\$s nominales e indexados)

Año	u\$s nominales			Index u\$s 1990	u\$s indexados		
	Ingresos viajes	Egresos viajes	Saldo viajes		Ingresos indexados	Egresos indexados	Saldo indexado
1984	439.2	599.3	(160.1)	0.80	552.5	753.8	(201.4)
1985	523.4	670.9	(140.5)	0.82	635.2	814.2	(179.0)
1986	564.4	888.0	(324.0)	0.84	672.2	1,058.4	(386.2)
1987	615.0	890.0	(275.0)	0.87	706.9	1,023.0	(316.1)
1988	634.0	975.0	(341.0)	0.91	700.6	1,077.3	(376.8)
1989	790.0	1014.0	(224.0)	0.95	832.5	1,068.5	(236.0)
1990	903.0	1171.0	(268.0)	1.00	903.0	1,171.0	(268.0)
1991	782.0	1739.0	(957.0)	1.04	750.5	1,668.9	(918.4)
1992	782.0	2211.0	(1,429.0)	1.07	728.1	2,058.7	(1,330.5)
1993	837.0	2445.0	(1,608.0)	1.11	756.8	2,210.7	(1,453.9)
1994	935.0	2574.0	(1,639.0)	1.13	824.5	2,269.8	(1,445.3)
Total	7804.6	15177.2	-7365.6	10.5	8062.8	15,174.3	-7111.6

Fuentes: 1. BCRA, Memoria Anual, 1970 a 1978; 2. BCRA, Estimaciones Trimestrales del Balance de Pagos, 1989; 3. M. de Economía, Dir.Nac. Cuentas Internacionales, Estimaciones Trimestrales del Balance de Pagos, 1990-1994; 4. FMI, Estadísticas Financieras Internacionales, Anuarios 1990 y 1994, Mayo 1995.
Elaboración Lic. Mario Luis Canessa.

Cuadro N° 2
Estacionalidad turismo interno

Verano	77 %
Otoño	4 %
Invierno	11 %
Primavera	8 %

Fuente: Turismo, Economía y Desarrollo. Gianola Martínez.

El turismo extranjero en cambio se distribuye de una manera más pareja a lo largo de todo el año como se observa en el cuadro siguiente:

Cuadro N° 3
Distribución mensual turismo receptivo (en %)

Turismo	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	Total
Limítrofes	9,8	10,1	8,3	8,3	6,2	6,9	9,0	7,5	8,8	8,9	8,4	7,8	100
No limítrofes	11,5	7,4	9,3	8,4	8,2	5,9	8,4	7,8	7,2	9,4	11,2	5,5	100
Total	10,0	9,6	8,5	8,3	6,5	6,7	8,9	7,5	8,3	9,0	9,0	7,4	100

Fuente: Turismo, Economía y Desarrollo. Gianola Martínez.

- Ingresos económicos por turismo receptivo

Según la Secretaría de Turismo de la Nación, ingresaron al país en el año 1994, 3.886.474 viajeros, lo que representó una variación positiva del 9,5 % con respecto del año anterior y un aumento del 296 %, es decir casi tres veces con respecto al año 1983 (Cuadro N°4).

Estas cifras de viajeros extranjeros según la SECTUR generaron ingresos anuales por 3.970,5 millones de dólares para 1994 lo que representó el 20,1 % de los ingresos por exportaciones incluido el turismo.

Según informa la SECTUR, lo que más creció en los 4 años (1990-94) fue el ingreso de norteamericanos en 137% (260.936 personas en 1994), luego europeos 84% (480.218 personas en 1994), y brasileños 79,6% (512.222 personas en 1994).

región turismo efectuado por residentes pero este no es considerado turismo dentro del estudio para la región.

Llamaremos **turistas** en cambio a todos los extranjeros y argentinos que ingresan a la Patagonia con fines turísticos.

El turismo receptivo tiene la particularidad de tener muy baja estacionalidad.

Cuadro N° 1
Estacionalidad del turismo receptivo

	Países limítrofes	Países no limítrofes
Verano	28,2 %	28,0 %
Otoño	21,4 %	22,5 %
Invierno	25,3 %	23,4 %
Primavera	25,1	26,1 %

Fuente: Datos elaborados por Gianola Martínez en base a datos de la Secretaría de Turismo de la Nación.

Como se puede observar hay mayor número de llegadas de turistas extranjeros en verano pero con una estacionalidad mucho menos marcada que el turismo interno (ver cuadro N° 2). Los turistas de países no limítrofes prefieren algo más la primavera que el invierno.

Esta baja estacionalidad agrega un especial interés en promocionar el turismo receptivo ya que, no solo aporta divisas, sino que ayuda de una manera efectiva a equilibrar los balances de las empresas turísticas cuyo potencial está limitado por el exceso de estacionalidad. El turismo receptivo ayuda a evitar una elevada dependencia del turismo interno. Esta dependencia explica la elevada capacidad ociosa que tiene la industria hotelera en muchas regiones del país y en especial de la Patagonia. Esto se muestra en el Cuadro N° 2 que sigue:

En el caso de los estratos de ingresos altos por el contrario la demanda de turismo es muy rígida a las variaciones de la renta con un coeficiente $e < 1$. Para estos estratos sociales el turismo es considerado un bien de primera necesidad del cual siempre han disfrutado. Sin embargo, globalmente considerado, el turismo es un servicio consumible de lujo relativo.

Se dice que el turismo es un bien de lujo para aquellas personas que ante variaciones de su renta incrementan más que proporcionalmente el consumo turístico.

En el caso de viajeros por negocios y de viajes de lujo la demanda es relativamente inelástica respecto de la renta.

El boom del turismo mundial lo han producido sin duda los viajes de la clases medias cuyo gran crecimiento es la nueva realidad del desarrollo económico occidental y asiático de la segunda mitad de este siglo.

Los niveles de precios de los servicios ofrecidos y las distintas estratificaciones de la oferta de servicios turísticos (hotelería, transportes, servicios de comidas, recreaciones, etc) pueden o no adecuarse entonces a las posibilidades de cada uno de los segmentos del mercado turístico.

Se pueden producir así exceso de capacidad ociosa para cierto tipo de prestaciones (por ej. sobrantes de hoteles de 2 estrellas), falta de atracciones, precios elevados, falta de calidad de los equipamientos, dificultades de accesibilidad a los lugares de atracción turística, falta de frecuencias de vuelo, etc.

Ello exige la adecuación de los productos y servicios ofrecidos, la oferta turística, en calidad y cantidad a través de paquetes lo suficientemente flexibles y variados que atiendan las reales necesidades de los clientes.

3.1. El turismo en la Argentina

3.1.1. Turismo receptivo

Consideraremos en este trabajo turismo receptivo únicamente a aquél que efectúan turistas extranjeros o argentinos residentes en el exterior que viajan a la Argentina. Hacemos esta aclaración porque para la Patagonia podría considerarse turismo de recepción la llegada de turistas argentinos provenientes de otras provincias. Existe en la

3. IMPLICANCIAS ECONOMICAS DEL TURISMO

La implicancia económica directa del turismo está dada en el hecho que el que disfruta del servicio o bien turístico paga por el mismo. La actividad turística es a su vez generadora de efectos sobre otras actividades y sectores vinculados en su carácter de oferentes de insumos o servicios necesarios para satisfacer en tiempo, forma y calidad las necesidades y deseos de los turistas.

Muchas inversiones y producciones se ponen en marcha a partir de la demanda turística. Existe además el movimiento financiero de divisas que tiene importante incidencia en el balance de pagos, por lo que deben diferenciarse los efectos del turismo receptivo del realizado por los residentes de un país ya sea cuando se trasladan al exterior como cuando lo realizan dentro de las propias fronteras.

El turismo sólo se puede dar a partir de una sobranza de ingreso de las personas, es decir nadie puede hacer turismo si no puede satisfacer sus necesidades básicas primero. Es un dato nuevo del mundo de la posguerra la masificación del turismo, una actividad hoy realizada por una inmensa cantidad de personas en todo el mundo.

El turismo -por lo tanto- tiene grandes efectos económico sociales -además de los culturales, ecológicos, etc.- sobre las poblaciones que emiten y reciben turistas.

Es hoy preocupación de muchos países desarrollar la industria turística respetando la sustentabilidad del recurso dadas las enormes posibilidades que tiene dicha actividad de generar empleo, divisas y reactivación económica. En tal sentido **el turismo es un factor multiplicador económico de gran importancia pues genera una cadena de ingresos en algunos casos de hasta el doble del gasto directo inicial.**

Como se ha dicho al principio no existe la posibilidad de hacer turismo si no existe un sobrante de ingresos, pero es a partir del sobrante de ingresos que los individuos eligen gastar sus ingresos en el turismo de una manera más o menos elástica. En el caso de las personas de ingresos bajos sus posibilidades de hacer turismo son prácticamente nulas a menos que cuenten con subsidios específicos.

En cuanto a la **elasticidad del consumo turístico respecto de la renta** se puede decir que **en los estratos de nivel medio de renta la demanda es muy elástica**, pues ante **pequeñas variaciones de renta hay mayores variaciones proporcionales en la cantidad de turismo demandado**. Por eso se dice que los individuos pertenecientes a la **clase media ajustan su consumo turístico por volumen** (cantidad de días, lugar, categoría y la realización de gastos adicionales).

En la región patagónica se ubican geográficamente 43 pasos fronterizos que cuentan con habilitación binacional, más otros que no presentan tal condición. En su mayoría las alturas son menores a los 2.000 m. s/n.m. (una excepción es el paso Epulafquen, en Neuquén, que sobrepasa los 2.500 m); pero los valores altimétricos en ningún caso son factores suficientes para condicionar una transitabilidad vehicular permanente, aunque la favorezcan, fuertemente condicionada por las extremas temperaturas, fuertes vientos y nevadas que se extienden más allá de la estación invernal.

Prácticamente la casi totalidad de los pasos habilitados son deficientes en la infraestructura vial de accesos y cruces, de uno u otro lado fronterizo. Los pasos Pino Hachado, Cardenal Samoré (Neuquén), Cohaique y Huemules (Chubut), Integración Austral (Santa Cruz), y San Sebastián (Tierra del Fuego), están incluidos en el Plan Maestro General de Pasos Fronterizos acordado por Argentina y Chile (1992) para avanzar en común en la materialización de la infraestructura de acceso y transitabilidad de aquellos pasos considerados de atención prioritaria por los organismos viales de cada país, "sin perjuicio de las proposiciones y aportes que pueden surgir de los respectivos sectores privados".

Asimismo en los proyectos e inversiones componentes del Plan gubernamental 1995-1999 ya mencionado, los pasos Pino Hachado, Cohaique y Huemules están incluidos en el programa de corredores de integración, del sector transporte, y en los proyectos "corredor de exportación sur" el Paso Cardenal Samoré/Puyehue, y en "corredor exportación patagonia" los pasos Integración Austral y San Sebastián. A su vez agrupaciones empresariales locales consideran necesario incluir otros pasos zonales que a su juicio facilitarían la integración de circuitos turísticos trasandinos e impulsarían una mayor actividad sub-regional económica comercial, aunque sin avanzar en una gestión formal ante los sectores públicos competentes ó en estudios de factibilidad técnico económica que brinden mayor viabilidad a sus inquietudes.

Es un atributo común de todas estas áreas naturales la belleza escénica de sus ambientes paisajísticos que conservan sus características originales para deleite de los visitantes, que a través de generaciones lograr acceder a la observación de atractivos singulares de la naturales -glaciares imponentes, bosques milenarios, espectacular avifauna, especies en peligro de extinción, lagos de origen glaciario, etc.- que indudablemente la constante ambición de tierras para usufructos y usos humanos hubiera eliminado en sus condiciones naturales hace tiempo.

Cabe agregar que en las categorías de las áreas protegidas nacionales, ya mencionadas, existe un gradiente en sus restricciones para la ejecución de obras e instalaciones, que son admitidas en función de su compatibilidad con la preservación de los recursos. Este temperamento da lugar a actividades diversas de naturaleza turística que son explotadas por concesionarios dentro de las áreas de parques y/o reservas que deben sujetarse en su localización y condiciones a los requisitos establecidos en los pliegos que acompañan las licitaciones públicas que al efecto realiza el organismo nacional: campamentismo y hoteles en sitios predeterminados, safaris náuticos, caminatas sobre glaciares, turismo de aventura, etc., actividades que son reducidas a un mínimo en las áreas de reserva natural estricta ó monumentos naturales, en las cuales el recurso vegetal ó faunístico requiere protección absoluta.

Es interesante destacar una relativa coincidencia geográfica entre las áreas de parques y reservas nacionales patagónicas con áreas protegidas chilenas cercanas al límite binacional, cuya accesibilidad a través de proyectos de integración turística bi-regional resulta posible, si a los pasos fronterizos existentes se les dota de infraestructura vial complementaria, condiciones de transitabilidad y mejores accesos de uno y otro lado de la frontera de factible ejecución. Son algunos ejemplos:

Argentina		Chile	Pasos de enlace
Neuquén	PN Lanín	PN Perez Rosales	Pehehue/Card. Samoré
R. Negro	PN N. Huapí		Perez Rosales
		PN Alerces Andino	
Chubut	PN L. Puelo	PN Queulat	Cochrane
	PN Los Alerces	PN Hornopiren	
		PN Isla Magdalena	Palena
S. Cruz	PN P. Moreno	PN Torres del Paine	Cancha Carreta
Tierra	PN Tierra del	PN A. de Agostini	Canal de Beagle
del Fuego	Fuego		Lago Fagnano

Consecuentemente el turismo, como recurso económico potencialmente importante para consolidar un crecimiento del empleo en la región acusa actualmente los efectos de estas actitudes negativas de larga data.

Parques y reservas nacionales

Dentro de las áreas protegidas por la Administración de Parques Nacionales se encuentran en Patagonia once de las veintiocho unidades zonales que componen el conjunto del sistema nacional, que bajo distintas formas de manejo ha logrado preservar a través del tiempo distintos ambientes naturales de flora y fauna singulares. El sistema nacional de áreas protegidas comprende: parques, zonas de reserva, monumentos naturales, y reservas naturales estrictas.

La distribución y localización espacial de dichas áreas protegidas en las provincias de la región, comprende las siguientes identificaciones y extensiones:

Provincia	Area protegida	Sup.propia	Sup.prov.ocupada (en %)
Neuquén	P.N.Laguna Blanca	11.250 ha	aprox. 10%
	P.N. Lanín	378.000 ha	
	P.N. Arrayanes	1.840 ha	
	P.N. Nahuel Huapí	706.452 Ha	
Río Negro	P.N. Nahuel Huapí		aprox. 1,6%
Chubut	M.N. Ballena Franca Austral s/agua marít.		aprox. 1,3%
	P.N. Lago Puelo	23.700 ha	
	P.N. Los Alerces	263.000 ha	
Santa Cruz	P.N. Bosque Petríf.	10.000 ha	aprox. 3%
	P.N. Perito Moreno	115.000 ha	
	P.N. Los Glaciares	600.000 ha.	
T. del Fuego	P.N. T. del Fuego	63.000 ha	aprox. 3,1%

Entre las áreas protegidas el P.N. Nahuel Huapí, ubicado en el S.O. de Neuquén y el N.O. de Río Negro bordeando la cordillera de los Andes, encierra las 7.500 hectáreas originales donadas por el Perito Moreno en 1903 que dieran lugar a la actual Administración de Parques Nacionales.

patagónicas. Algunas recientes decisiones del Gobierno Nacional y de los Gobiernos Provinciales están orientadas a revertir la incomunicación señalada.

En las fichas técnicas de los grandes proyectos de inversión correspondientes al Sector Transporte, que se incluyen en la documentación publicada en el nivel nacional "Argentina en crecimiento Plan 1995-1999", en lo concerniente a esta ruta se expresa como uno de los objetivos "facilitar la integración nacional".

Los valores de inversiones y financiamientos previstos por tramos de componentes provinciales, en la extensión Cachi - Esquel, tienen las siguientes cifras:

PROVINCIAS	VALORES (\$ en miles) (incluyen lo ejecutado al 31-12-93)
SALTA	
Cachi-Payogasta	285.-
CATAMARCA	21.804.-
LA RIOJA	23.291.-
SAN JUAN	13.095.-
MENDOZA	30.450.-
NEUQUEN	46.355.-
CHUBUT	4.200.-

Estas obras viales, desde ya básicas y necesarias, no son sin embargo suficientes para lograr un eje de enlace turístico entre ambas regiones. Un macroproyecto de este tipo requiere además el diseño de una red de transporte que permita interacciones espaciales eficientes entre las distintas zonas del corredor turístico, que además de posibilitar una integración territorial facilite la definición de una trama de circuitos turísticos zonales enhebrados por el eje vial principal. Macroproyecto que en su diseño y ejecución requiere ser abordado por las respectivas provincias como un emprendimiento federal de planificación turística. **Bajo el objetivo de convertir un programa de obra vial nacional en un verdadero corredor turístico inter-regional.**

Indiscutiblemente, hasta poco tiempo atrás, ha sido insuficiente, a veces con manifiesta ausencia, salvo excepciones, el accionar del Estado y del sector privado en inversiones de infraestructura caminera y de comunicación, también en lo educacional y sanitario, aspecto este último que constituye un sustento social de apoyo insoslayable para emergencias en un territorio de distancias tan grandes y tan expuesto a condiciones climáticas extremas.

los factores adversos que desde siempre han afectado a esta región, calificada prácticamente como un desierto por su mínima densidad ocupacional según criterios convencionales -las Naciones Unidas consideran que por debajo de los 20 habitantes por km² se está en el umbral del desierto humano-. Sin embargo, el clima patagónico no ha sido pese a todo un impedimento insalvable para los asentamientos demográficos, su consolidación y crecimiento, particularmente aquellos situados en el Alto Valle y en algunos enclaves sobre el litoral atlántico que acudieron en busca de oportunidades de progreso cuando encontraron condiciones propicias para persistir en su afincamiento.

El espacio económico se fue así perfilando con una escasa integración y con una persistente primacía de tres centros de polarización: Bahía Blanca, en localización marginal sobre su límite norte; Comodoro Rivadavia, también ciudad-puerto, en el centro de la región, y al sur, aunque sensibilibice aceptarlo, de hecho, la ciudad chilena de Punta Arenas; focos que mantienen sus jerarquías subregionales hasta la década del '40.

A partir de la segunda guerra mundial, el crecimiento del país, las mayores inversiones en infraestructura carretera y paulatinas mejoras en el transporte aéreo comienzan a cambiar esta estructura regional signada por un sistema de asentamientos de débiles comunicaciones. Hoy la Región Patagónica presenta una integración aún dificultosa, con un eje de comunicación a lo largo de la costa atlántica, la ruta nacional 3, que vincula al subsistema urbano de mayor peso demográfico que tiene como centros mayores a Viedma, Trelew-Madryn, Comodoro Rivadavia -que mantiene su jerarquía subregional-, Rawson, Río Gallegos y Ushuaia. En el sentido E-O la ruta nacional 22 es el corredor vial que vincula los asentamientos productivos del Alto Valle hasta la ciudad de Neuquén, y desde allí la RN 237 bordea el límite de la provincia neuquina hasta Bariloche, centro turístico de mayor potencial demográfico de la provincia de Río Negro, cuya jerarquía en este rol trasciende los límites del país.

El resto de la zona cordillerana, hasta Río Turbio, sobre el límite austral de Santa Cruz con Chile, e incluso desde esta localidad hasta Río Gallegos, padece la incomunicación vial que implican las condiciones en el estado de la ruta nacional 40, caracterizada por la discontinuidad de tramos transitables. Esta ruta es la más larga del país y lo recorre totalmente de Norte a Sur en traza casi paralela al límite con Chile, cruzando los territorios de todas las provincias andinas. Inexplicablemente ha persistido la inacción estatal durante décadas manteniéndose las condiciones de intransitabilidad para extensos tramos de esta ruta vital, que es fundamental no sólo para la comunicación interregional del NOA, CUYO y PATAGONIA, sino también para la vinculación carretera de la imponente subregión lacustre precordillerana que singulariza a las provincias

La Patagonia aguarda aún en turismo, también en otras perspectivas socio-económicas de crecimiento, una política regional.

Si en términos de fantasía se utilizara una 'máquina del tiempo' para recorrer la **Patagonia** a fines del siglo XIX, considerando como tal el **área geográfica que abarca toda la extensión del territorio continental del país situado al sur del Río Colorado y a la isla de Tierra del Fuego**, el observador encontraría la génesis de una estructura territorial que aún hoy mantiene su perfil.

La ocupación de su vasto territorio, y consecuentemente su aprovechamiento económico, puede estimarse que comenzó hacia 1880, tomando como excepciones viajes anteriores de exploración o descubrimiento e intentos misioneros y colonizaciones en pequeña escala, como la de los galeses en el valle del Río Chubut; pero en su esencia la región se mantuvo prácticamente como un extenso vacío territorial hasta las postrimerías del siglo anterior. Las características fisiográficas de esta vasta extensión territorial -quinta parte del suelo argentino- y los elementales medios de transporte de la época que implicaban enormes tiempos-distancias, condicionaron fuertemente el patrón de ocupación regional que se manifestó por limitados asentamientos aislados en distintas zonas de la región, algunos sobre la costa atlántica o en los valles cordilleranos con microclimas protegidos y en el Alto Valle. Esa visión hipotética del viajero en el tiempo no ha tenido cambios realmente estructurales hasta el presente.

En términos geográficos la conformación del territorio regional permite diferenciar el área de su frontera oeste cordillerana con sus valles y lagos, que con distintos paisajes se manifiesta a lo largo de las cinco provincias componentes: Neuquén, Río Negro, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego, donde los valles brindan las condiciones más propicias para el asentamiento poblacional, y la estrecha pero extensa franja costera atlántica con buenos puertos naturales insertos en estuarios, caletas y golfos. Este inmenso espacio territorial mantiene aún su condición de área casi desértica en términos de ocupación poblacional, ya que todas las magnitudes demográficas y económicas resultan pequeñas en sus escalas relativas frente a las magnitudes geográficas que las contienen. La sola dimensión de 2.000 kilómetros entre el paralelo 42, virtual límite entre Chubut-Río Negro y la latitud de Ushuaia, capital de su provincia más austral, basta para así indicarlo.

En cuanto al **clima**, ha sido una constante que cuando nieva mucho en el sur, poblaciones y zonas enteras quedan aisladas, incluso actualmente a veces por largo tiempo. Pero las recurrencias estacionales de severas condiciones climáticas son sólo una parte de

Finalmente:

Decisión política, actuación regional, enfoque interdisciplinario, calidad de los servicios y sustentabilidad de la explotación turística, son pautas que emergen como de consideración prioritaria para el desarrollo del turismo receptivo e interno en la Patagonia Argentina.

2. MARCO TERRITORIAL DEL TURISMO EN LA REGION PATAGONICA

Se podría adoptar como premisa que la oferta natural es el componente necesario que condiciona todo desarrollo turístico en distintas áreas de la Patagonia; aunque difícilmente cuantificable es, sin embargo, el insumo básico que valoriza el interés de la atracción turística. Pero si la oferta natural es un factor fundamental, fácil es comprender que deberá o debiera ser, como política permanente, objeto de constante protección, mantenimiento, y aún mejora si fuera necesario.

Bajo enfoques planificados, o no, la actividad turística tiene siempre un correlato recíproco de ordenamiento territorial y urbano. Por un lado la actividad turística puede alterar la estructura espacial de un área, cualquiera sea su escala, dado sus efectos multiplicadores sobre otras actividades económicas y en forma particularizada en los centros urbanos prestadores de servicios, los que suelen recibir impactos físico-funcionales positivos y negativos; además de generar inversiones locales, públicas y privadas, en infraestructura, transporte, equipamientos y servicios terciarios que valorizaran o desvalorizaran por su grado de eficiencia la atracción del sitio.

Si bien todas las regiones argentinas poseen recursos naturales valorizables para una potencial, y hasta competitiva, atracción turística, la Patagonia se multiplica en una oferta diferenciada en cada una de sus provincias componentes y en el peculiar valor paisajístico de las variadas zonas lacustres de su geografía cordillerana.

Pero si el turismo ofrece perspectivas alentadoras en el presente patagónico, su expansión también requiere un esfuerzo mayor de inversiones en obras de infraestructura de comunicaciones y de equipamientos urbanos para una calificada prestación de servicios turísticos. En estos aspectos si bien la participación estatal: nacional, provincial y municipal, es indispensable, no lo es menos la intervención activa de un empresariado responsable que esté dispuesto a asumir su rol.

demanda, el tipo de servicios a ofertar, así como los medios y recursos humanos afectados a la prestación.

En el caso de la Patagonia, por ejemplo el centro de atracción turística es la naturaleza (sin perjuicio de las actividades que puedan complementar el atractivo). Tal circunstancia, requiere estudios especializados sobre la capacidad de soporte del medio, la estacionalidad o no derivada de aspectos climatológicos, elementos que inciden sobre el nivel y calidad de la demanda, su continuidad, las infraestructuras y equipamientos, las condiciones y medios de transporte, etc.

El turismo asimismo es una de las actividades que más fuerte incidencia tiene sobre las pautas y políticas de ordenación del territorio, ya que en zonas turísticas, tanto la trama vial, como la configuración del sistema de asentamientos urbanos, el tipo de actividades económicas factibles de localización, los equipamientos, etc., deberán adoptar características propias y diversas del resto de las normas imperantes en el territorio, pudiendo afirmarse que la actividad que nos ocupa es una de las más movilizantes en términos de arraigo de población y crecimiento de núcleos urbanos.

El desarrollo de las comunicaciones constituye otro de los aspectos centrales a tomar en consideración si se pretende lograr el crecimiento de la demanda. Tal aspecto obra en varios sentidos: como servicio indispensable al turista y como medio eficiente para concretar operaciones y negocios mediante una difusión "just in time" de la oferta existente.

La calificación de los recursos humanos directamente involucrados en la prestación de los servicios turísticos resulta otro de los temas sobre los que se requiere particular atención. Si bien el turismo es una actividad generadora de empleos de muy diversos estratos, existe una franja importante vinculada con la atención al cliente que va desde la concertación del viaje hasta la gastronomía que se le ofrezca, que debe tener un nivel de capacitación especial, que requiere la existencia de instituciones educativas especializadas y correlativamente la exigencia a los prestadores de incorporar en sus planteles personal idóneo.

El sistema y los medios de transporte constituye otro de los aspectos centrales del desarrollo de la actividad turística que, en el caso de la Patagonia, por su extensión y distancias entre los diversos atractivos turísticos, puede resultar un factor determinante del crecimiento del sector.

La cadena empresaria de intermediación y de prestación de servicios, sus modos de organización y coordinación, constituye asimismo un capítulo aparte en el análisis del sector, resultando éste, por otra parte, uno de los pocos sectores en los que el ingreso de dinero precede en su casi totalidad al momento de recibir las prestaciones pactadas, aún cuando no siempre es recibido por el prestador local en un tiempo razonable.

En este trabajo se ha abordado la problemática del turismo receptivo, tanto regional como internacional y del turismo interno.

Por otra parte, es éste y no el emisor el que nos interesa en términos de movilización económica de la Región.

La precedente aclaración resulta una cuestión previa necesaria, ya que son distintos los factores que inciden en el desarrollo de uno u otro tipo de turismo y al respecto, es ilustrativo el cuadro siguiente:

Factor	Turismo receptivo	Turismo emisor
Tipo de cambio	Dólar caro	Dólar barato
Nivel de precios	Interno barato	Externo barato
Promoción de servicios	Externa	Interna
Política promocional estatal	Muy importante	Autónoma
Nivel de IVA interno	Muy importante	Poco importante
Efecto balanza de pagos	Positivo	Negativo
Importancia de la infra-estructura interna del país	Muy importante	Poco importante
Creación de trabajo y efecto multiplicador interno	Alto	Bajo

Fuente: "El Mensajero Turístico" - 2 de agosto de 1995 - El turismo receptivo y las asociaciones. Lic. M. Canessa.

Sin embargo, en la evaluación de proyectos turísticos y del desarrollo del sector, han de tomarse en cuenta algunos de los elementos económicos que favorecen al turismo emisor, tales como el tipo de cambio, el nivel de precios, la presión fiscal, las condiciones macroeconómicas que pueden determinar el auge o deserción en el ingreso de turistas; es decir, la competencia que puede establecerse entre el turismo receptivo y el turismo emisor por motivos vinculados con la situación económica general.

Otro aspecto relevante desde el punto de vista metodológico lo constituyen las características principales del atractivo turístico: naturaleza, cultura, esparcimientos, deportes, etc., ya que tales características resultarán decisivas para la detección de la

Sin embargo, es esa misma intersectorialidad la que otorga al turismo efectos multiplicadores de mayor amplitud que otras actividades y que lleva a considerarlo como un movilizador socioeconómico, en tanto se defina una política al respecto.

Aunque el mecanismo de funcionamiento de la actividad turística está mayormente determinado por lo económico, y el empresariado en todo el mundo sostiene la idea de que la sola eficacia económica constituye un objetivo deseable compartido socialmente, lo cierto es que la gente aspira también a maximizar su satisfacción y relacionarla con la calidad de vida, la suficiencia y eficiencia de servicios infraestructurales, de comunicación, y una amplia gama de equipamientos, además de compartir en grado creciente la preocupación por el deterioro ambiental.

En cada "polo" y en cada zona turística de la Región Patagónica son numerosísimas las cuestiones que se plantean en relación con la utilización y aprovechamiento de los recursos de la oferta turística del lugar, que difieren en cuantía y calidad.

En todos ellos el turismo, como actividad económica, tiene efectos positivos que alcanzan a pobladores y turistas. El signo positivo, para los turistas, significa acceder a los atractivos de sitios singulares por sus atributos paisajísticos, flora, fauna, condiciones para la práctica de deportes, pesca, etc. y para los habitantes lugareños, la ejecución de una infraestructura, instalaciones y oferta comercial que mejoran la calidad de vida local y la cuantía de empleos.

Entre los negativos, para el turista, a menudo la insatisfacción de sus expectativas en la calidad de los servicios, el exceso en los precios, y en general la insuficiente protección a sus derechos; para la población residente: creciente degradación del ambiente natural y urbano y por ende incertidumbre sobre el futuro de la actividad.

En este balance, cuando la oferta no se equilibra con la demanda es cuando la planificación global del área, y la vigencia de estímulos y controles puede atenuar los desajustes del sistema-turístico.

Cabe destacar que dicha planificación no debe concebirse como un esquema rígido, sino como la formulación de grandes objetivos, producto de una reflexión consensuada sobre la realidad, que aporten un marco dentro del cual insertar programas o proyectos de distinta magnitud y alcance pero concebidos desde su gestación contemplando su eficiencia, sustentabilidad y aptitud para materializar las directrices políticas explicitadas.

Desde esta óptica y en orden al Desarrollo Turístico Patagónico no es pensable la formulación de una política que no sea consensuada regionalmente y que a su vez no reconozca las particularidades subregionales y microregionales, teniendo en cuenta que para la solución de muchos de los temas críticos detectados en el presente estudio, la interjurisdiccionalidad es un aspecto constante, a veces, porque lo físico territorial la impone y otras porque se requiere optimizar recursos y racionalizar esfuerzos.

Desarrollo Turístico Patagónico

INFORME FINAL

CAPITULO I CONCEPTOS GENERALES

1. INTRODUCCION

La decisión de asignar carácter prioritario o no al turismo, dentro de una estrategia de desarrollo regional, tiene un soporte principalmente político.

Esto es así porque aún en los países desarrollados, los indicadores que se utilizan para el análisis de su incidencia socioeconómica, presentan muchas imprecisiones y parcialidad -por los problemas metodológicos que plantean, dificultades de las estadísticas, etc.- y la imposibilidad de incluir en ellos aspectos cualitativos que son relevantes.

La intersectorialidad típica de la actividad turística hace que dependa de un complejo de otras actividades, regulaciones, aspectos físico naturales y funcionales, alternativas ofrecidas extrarregionalmente e internacionalmente, capacitación y cultura vernácula de los prestadores de servicios, expectativas de las distintas "fronteras" de clientes potenciales, riesgo-país (en términos de seguridad y económico), acciones permanentes de marketing, organización administrativa del Estado, que supone múltiples autoridades en razón de su jurisdicción territorial y la materia que les compete y que resulta imprescindible coordinar horizontalmente, etc.

ADVERTENCIAS

En el presente estudio se ha trabajado con información secundaria, aportada en su mayoría por las propias provincias patagónicas, a cuyas Areas de Turismo agradecemos desde ya la atención que nos han brindado.

Asimismo, se ha entrevistado a informantes clave, cuya nómina se acompaña como anexo y a quienes también agradecemos el tiempo que nos fue dedicado y sus valiosas informaciones y opiniones.

También como anexo se incorpora una incipiente base de datos de agentes, operadores y prestadores de servicios de toda la Región, para su utilización por el CFI.

Las informaciones y datos han sido relevados en su casi totalidad al mes de diciembre de 1995.

1.7. Patagonia y Mercosur	125
1.8. Legislación sobre turismo	129
1.9. Créditos para el sector	131
2. NIVEL PROVINCIAL	133
2.1. Política turística	133
2.2. Estadísticas	134
2.3. Estacionalidad	134
2.4. Legislación	135
2.5. Los empresarios turísticos	135
3. NIVEL ZONAL	139
3.1. Abastecimientos locales	139
3.2. Alternativas locales turístico-recreativas	140
3.3. Gestión de los municipios	141
CAPITULO IV. CRITERIOS PARA LA EVALUACION DE PROYECTOS TURISTICOS	142
* Introducción	142
* Cuestiones inherentes a la localización	143
* Análisis funcional	144
* Indicadores económicos	145
* Indicadores jurídico-institucionales	148
CAPITULO V. CONCLUSIONES GENERALES	149
CAPITULO VI. PROPUESTAS Y RECOMENDACIONES	152
SINTESIS	157
BIBLIOGRAFIA	165
ENTREVISTAS Y CONTACTOS REALIZADOS	167

Nota: Las informaciones incorporadas lo son al mes de Diciembre de 1995.

3.	RIO NEGRO	58
	* Elementos territoriales	58
	* Indicadores económicos	61
	* Proyectos e inversiones realizados y en curso	62
	* Aspectos Jurídicos	63
	* Corredores turísticos	64
4.	SANTA CRUZ	65
	* Elementos territoriales	65
	* Indicadores económicos	67
	* Proyectos e inversiones realizados y en curso	69
	* Aspectos Jurídicos	72
	* Corredores turísticos	73
5.	TIERRA DEL FUEGO, ANTARTIDA E ISLAS DEL ATLANTICO SUR	74
	* Elementos territoriales	74
	* Indicadores económicos	74
	* Proyectos e inversiones realizados y en curso	75
	* Aspectos Jurídicos	79
	* Corredores turísticos	81

CAPITULO III. ASPECTOS CRITICOS DEL DESARROLLO TURISTICO PATAGONICO 82

1.	NIVEL REGIONAL	82
1.1.	Accesibilidad y Comunicaciones	82
	* Infraestructura carretera y proyectos viales	83
	* Infraestructura aeroportuaria y proyectos de inversiones	87
	* Transporte de pasajeros	91
	· Ferrocarril	92
	· Omnibus	93
	· Aéreo	95
1.2.	Integración de circuitos interprovinciales e internacionales	106
	* Sistema federal de corredores	106
	* Labor de la Cancillería Argentina y de los Comités de Frontera en materia de integración Argentino-Chilena	110
1.3.	Marketing patagónico	117
	* Estadísticas	118
	* La información para el turista	119
	* Mapa turístico patagónico	121
1.4.	Financiamiento de la actividad	121
1.5.	Categorización hotelera	122
1.6.	El tema ambiental	123

INDICE

CAPITULO I.	CONCEPTOS GENERALES	1
1.	INTRODUCCION	1
2.	MARCO TERRITORIAL DEL TURISMO EN LA REGION PATAGONICA	5
	* Parques y Reservas Nacionales	9
3.	IMPLICANCIAS ECONOMICAS DEL TURISMO	12
3.1.	El turismo en la Argentina	13
3.1.1.	Turismo receptivo	13
	- Ingresos económicos por turismo receptivo	15
	- Estimaciones sobre turismo receptivo	18
	- Balance de pagos turístico	20
3.1.2.	El turismo interno	21
3.1.3.	Turismo y empleo	23
	- Productividad, eficacia y eficiencia	25
	- El valor agregado turístico	26
3.1.4.	Competitividad y niveles de precios	26
4.	EL APOYO INFORMATICO EN TURISMO	29
	- El futuro posible	30
	- Anexo apoyo informático	32
5.	ALGUNOS ASPECTOS JURIDICO-INSTITUCIONALES DEL TURISMO EN LA REGION	34
CAPITULO II.	SITUACION TURISTICA DE LAS PROVINCIAS INVOLUCRADAS EN EL ESTUDIO	36
1.	CHUBUT	36
	* Elementos territoriales	36
	* Indicadores económicos	39
	* Proyectos e inversiones realizados y en curso	41
	* Aspectos Jurídicos	49
	* Corredores turísticos	50
2.	NEUQUEN	51
	* Elementos territoriales	51
	* Indicadores económicos	53
	* Proyectos e inversiones realizados y en curso	54
	* Aspectos Jurídicos	56
	* Corredores turísticos	57

DESARROLLO TURISTICO PATAGONICO

COORDINACION Y ASPECTOS JURIDICOS

ASPECTOS FISICO FUNCIONALES

ASPECTOS ECONOMICOS

Dra. Graciela Güidl

Arq. Lidia Sejas

Lic. Angel Estrada

COLABORADORES

Abog. Ana Badillos

Abog. Carolina Fairstein

Lic. Natalia Magistrelli

INFORME FINAL

se convierta en realidad. Es decir, que se requiere del buen diseño de producto, el marketing, la producción y el servicio post venta perfectamente sincronizados para que el turista reciba todo lo que contrató.

Un elemento muy importante del diseño y del marketing es el precio. Recordemos que el turismo juega sobre los ahorros del consumidor ya sean pasados o futuros. Por lo tanto también tiene mucha importancia la financiación y el costo de la financiación.

Para que se puedan medir las posibilidades de crecimiento de la Patagonia como destino turístico de los extranjeros deben tenerse en cuenta los costos que debe afrontar el turista hasta llegar a la Argentina. Para ello han de adicionarse a los precios de los paquetes que se ofrecen dentro de la Argentina la tarifa del transporte aéreo desde los lugares de origen hasta Buenos Aires. Si bien es cierto que nuestro país ya cuenta con varios aeropuertos internacionales que se encuentran a variadas distancias parece prudente agregar como costo de llegada hasta nuestro país 800 dólares por persona. El cuadro N° 12 muestra los precios de paquetes por persona que viaja en pareja. Se han incluido los distintos destinos dentro de la Patagonia comparándolos con otros alternativos de turismo ecológico o de aventura como Sudáfrica, EE.UU (Cañón del Colorado), Sur de Chile, o también de otros paquetes más clásicos de playa que es donde se dirige el 85% de los turistas en el mundo.

Se presentan tarifas de paquetes que se cobran para el turismo de 3 estrellas o superior. Se ha agregado el IVA, la tasa de DNT, y la tasa de aeropuertos. A los viajes de 4 días no se le han cargado los 800 dólares de viaje hasta llegar a la Argentina en ninguno de los casos por entender que dicho tramo es parte integrante de un paquete mayor.

Como se observa los precios de la Patagonia no son baratos cuando se trata del nivel de 3 estrellas o superior como es el caso que nos ocupa debido a que la Argentina tiene un costo adicional por la distancia. La alternativa de comparar precios para los que optan por el camping no se la ha tomado en cuenta ya que es muy bajo el multiplicador ocupacional para este tipo de demanda turística. Los campings exigen muy poca inversión fija y en general demandan poca atención personalizada ya sea en alojamiento, comidas, guías o traductores, el nivel económico de los demandantes es bajo en general y por lo tanto es más lo que retira que lo que aporta.

El integrante de clase media y media alta cuando gasta en turismo lo hace para mejorar su nivel de vida no para vivir peor que cuando permanece en el hogar. El turismo ofrece no solo esparcimiento sino también descanso por eso los que salen de vacaciones, cuando lo hacen, prefieren ajustar la cantidad de días de estadía y no la calidad de los servicios turísticos. De esa manera la rentabilidad social que deja el turismo en cada lugar depende de los días de estadía de cada turista, del nivel económico de los turistas que lo

visitan. Por ejemplo cuando en una zona se reduce la demanda de turistas de buen nivel y aumenta el turismo escolar o social, en general baja la rentabilidad de la actividad turística en dicha zona.

Cuadro N° 12
Comparativo de precios de paquetes turísticos alternativos

PAQUETE	4 días	7 días	15 días
TURISMO ECOLOGICO Y DE AVENTURA			
Ushuaia Lago Argentino ⁽¹⁾	875	1901	
Sur Chile Payne Canales L.Arg. Ushuaia ⁽²⁾			3395
Torre del Payne ⁽³⁾	700		
Península Valdés ⁽¹⁾	500		
Lago Argentino ⁽¹⁾			
Esquel Trochita Puelo Bolsón ⁽⁴⁾		1554	
Gran Cañón del Colorado ⁽⁵⁾	420	1990	
Sudáfrica ⁽⁶⁾		1280	2469
Sydney Cairns ⁽⁷⁾		2244	
PLAYAS			
Florianópolis ⁽⁸⁾		1402	1766
Aruba ⁽⁹⁾		1595	
Cancún ⁽¹⁰⁾		1180	1615
COMPRAS			
New York Miami Orlando ⁽¹¹⁾		1330	1936

(1) La Agenda de Viajes de Latinoamérica 22/1/96. Aviso Agencia ITC. Tarjetas. Plan hasta 12 pagos; (2) Idem Agencia. Aviso Patagonia 2000; (3) La Agencia Viajes 22/1/96. Aviso Tiempo Libre; (4) El Mensajero Turístico 24/1/96. Aviso Sur Turismo et al.; (5) Estimación propia en base a aviso Travel Club en Agencia de Viajes; (6) La Agenda de Viajes 22/1/96. Agencia Alouette; (7) La Agencia Viajes. Idem. Ansett Australia; (8) La Agenda de Viajes. Idem. CRA Turismo; (9) La Agenda de Viajes. Aviso Sooner Travel Agency; (10) El Mensajero Turístico 24/1/96. Aviso Agencia Free Way; (11) El Mensajero Turístico 24/1/96. Aviso Aspen Tours.

4. EL APOYO INFORMATICO EN TURISMO

La incorporación de nuevas estrategias al negocio turístico encuentra en la tecnología informática variadas posibilidades para mejorar su productividad.

La comunicación por medio de computadoras para compartir datos, comunicarse por correo electrónico o almacenar e intercambiar bases informativas son ya prácticas corrientes; además de las posibilidades de conectividad casi ilimitadas que se abren con la llegada de las grandes redes informáticas.

La relación unívoca entre promoción del turismo e información está ya incorporada a varias iniciativas provinciales, que se interesan en contar no sólo con bases informáticas sino también en utilizar distintas formas de comunicación dirigidas a posibles viajeros interesados en visitar sus áreas de atracción turística.

Así puede interpretarse una iniciativa adoptada por la provincia de Neuquén al proyectar la habilitación de una entrada a través de la línea 0.800-... de la red telefónica nacional que permite al usuario acceder sin cargo, desde cualquier punto del país, para obtener información sobre distintos aspectos de la oferta turística provincial. Esta operatoria requiere necesariamente organizar la disponibilidad de una base de datos permanentemente actualizados sobre transportes, horarios, hotelería, excursiones, precios, etc. desagregados por destinos turísticos posibles, a fin de satisfacer la necesidad informativa concreta del viajero potencial.

También la Dirección Nacional de Turismo ha habilitado un servicio similar en la temporada veraniega/96. Este organismo dispone de un amplio banco de datos que compone un sistema integrado de información turística, cuyo sustento procede de la cooperación contributiva de las provincias, condición que resta actualización a los datos y con ello confiabilidad al sistema.

Esto es de lamentar ya que el menú informativo es realmente muy amplio, además de cubrir un alto número de localidades y sitios de interés turístico.

El temario principal de este registro incluye: aspectos geográficos, medios de acceso, pasos internacionales, descripción de circuitos turísticos y sitios de atracción -por ejemplo mención de lugares de observación de fauna, flora, monumentos históricos o naturales, parques nacionales, provinciales, reservas, puntos panorámicos, etc.- gastronomía regional, opciones de interés cultural, descripciones de grandes obras de infraestructura, deportes practicables, y otros datos particularizados según los lugares. La información descriptiva está ordenada en zonas o áreas por provincia, y dentro de ellas se identifican las localidades de interés turístico.

Sin desconocer la complejidad del montaje de una red informática y del aporte permanente de la información actualizada que justifica su mantenimiento, es indudable que en la actualidad se presenta como una infraestructura necesaria para promover el turismo de la región, requiriendo que cada provincia arme sus sistemas de base para luego integrar una conectividad intra-regional, extensible a otras regiones como red federal y/o nacional.

- El futuro posible

Si bien la tecnología se desarrolla e intensifica en todos los campos de la información, y los distintos medios cada vez más son apoyados por nuevos avances que facilitan divulgar, por ejemplo las ofertas turísticas, además de aportar las posibilidades de uso a una velocidad vertiginosa para hacer trascender, en tiempo y distancias la circulación de lo que se informa; también las posibilidades que a ritmo diario introduce la técnica informática en todos los campos de actividades cambia en muchos casos los hábitos de consumo de los usuarios. En lo concerniente a viajes de turismo se vislumbran posibilidades de cambios que pueden arriesgar la actividad de los agentes de viaje que no se adapten rápidamente a nuevas formas de demanda.

El término "Amadeus" no tiene ya sólo connotaciones musicales, es también la denominación de una megasistema que pertenece a Air France, Continental, Iberia y Lufthansa y que tiene más de 100.000 terminales en agencias de viaje, y otras 52.798 en oficinas de 108 líneas aéreas. Iniciado en Europa (1987) ingresó en 1995 al mercado norteamericano. Los cambios que la tecnología comienza a introducir en el sistema de reservas computarizado (CRS), y las tendencias que se van insinuando en la industria de los viajes suscita tal interés internacional que dio lugar a una conferencia mundial convocada por "Amadeus", a la que asistieron más de 1.400 interesados en discutir el "cruce de caminos" (Cross roads fue el título de la conferencia) que enfrentaría el turismo en un futuro ya cercano¹.

El evento tuvo lugar en Agosto/95 en Viena, en el Austria Centro, y el tema casi central fue la posibilidad que brinda Internet para la contratación directa de los servicios turísticos. Guiados por un expositor (el editor de la revista Wired) los asistentes presenciaron la compra de un viaje a través de la Internet: un viajero potencial a través de su PC "navega" buscando la información sobre destinos posibles y se decide por uno determinado. Fija su presupuesto y consulta diversos hoteles, excursiones, y la oferta de

¹ Notas periodísticas de Ercanación Ezcurra, publicadas en el Diario La Nación de fechas 19-26/11/95 en la Sec. V.

restaurantes, eligiendo lo más adecuado a sus predilecciones y posibilidades de gasto; obviamente para este cliente del recurso informático lo que no está en la red no existe. Consulta o reveé la lista de sus elecciones y presiona la tecla "comprar"; luego la suma se le debitará automáticamente y por correo recibirá los tickets de viaje y comprobantes. La operación duró breves minutos.

Es innegable que los megasistemas son ya una herramienta (que actualmente sólo operan los agentes de viaje) que a través de una computadora permite consultar disponibilidad de asientos en los aviones, horarios, precios, comprar pasajes, reservar hoteles, alquilar autos, y en general enhebrar todos los componentes de un viaje². Pero cuando esta utilización instrumental se extienda y llega a la computadora personal, que pasará con el rol del agente de viajes? Y cuando Internet lleve la información de oficinas de turismo, aerolíneas, hoteles, y renta de automóviles, directamente al cliente, que pasará con los CRS? En la inauguración de la conferencia el presidente de "Amadeus" adelantó que en ella no se iban a encontrar respuestas. En su final el saldo fue una creciente inquietud en la audiencia.

Pero la incorporación de cambios tecnológicos con posibilidades como la expuesta podría tener implicancias más allá de la rapidez y la eficiencia. El supuesto personaje de ese futuro posible capacitado para contratar un viaje con su PC, y por consiguiente pagarlo, no integraría una mayoría social pero sí formaría parte de un mercado de alto nivel adquisitivo. También la capacitación y las posibilidades tecnológicas entre regiones disímiles actuarán ante este posible mercado de demanda turística que verá limitado los accesos pese a la globalidad de la economía. Ya en el presente los "nich markets" se organizan con ofertas turísticas -ej. crucero exclusivos- dirigidos a un público determinado y original. Ante un poder adquisitivo creciente de una clientela selectiva la oferta también se orientaría cada vez más a brindar servicios más valiosos a cambio de un mayor precio. En un futuro también posible el turismo podría quedar reservado para una elite internacional donde el principal valor agregado, y apreciado, será la seguridad y la exclusividad. Es un interrogante más.

² Precisamente, acompañamos como Anexo -a modo de ejemplo- la descripción del sistema "TOURNET" que ya opera en la Argentina brindando un amplio servicio.

ANEXO APOYO INFORMATICO

DESCRIPCION DEL SISTEMA

Tournet es un sistema de reservas de productos turísticos, al que se accede desde cualquier PC a través de un modem telefónico o a través de redes de transmisión de datos X-25. En la Argentina y mediante un acuerdo del CRS Amadeus con Tournet, todas las agencias de viajes que tienen una terminal de reservas aéreas Amadeus acceden a Tournet.

En la actualidad el sistema cuenta con 1130 agencias de viajes adherentes en todo el país las que se conectan en las modalidades de acceso.

Tournet consiste en la combinación de los siguientes sistemas:

1) Comunicaciones

Correo electrónico: Esta modalidad permite enviar mensajes a un usuario, a un grupo de ellos o a todos los usuarios del sistema. El envío de mensajes por correo electrónico posibilita a muy bajo costo, por ejemplo, comunicar instantáneamente una promoción especial a todos los usuarios o si determinada instalación cerró su venta para determinada fecha.

Servicio de Fax Modem: Tournet posibilita enviar fax a través de un host y él se ocupa de distribuirlo al/los destinatarios evitando el discado manual, los intentos fallidos y la consecuente ocupación de las líneas telefónicas. En esta modalidad el sistema también brinda la posibilidad de que los fax transmitidos sean recepcionados con el logotipo del remitente, permitiendo, por ejemplo, la transmisión de un voucher o de una constancia de servicios, quedando para el usuario emisor un reporte con el status del/los envíos.

Comunicaciones internacionales: Tournet tiene conexión directa con TMI, carrier de comunicaciones internacionales, la cual posibilita a cualquier usuario enviar fax y telex con los costos de los Estados Unidos, valores que son substancialmente menores respecto a los de la red telefónica nacional. En este servicio el remitente también dispone del reporte de envíos donde consta el estado de su mensaje.

2) Reservas

El usuario puede consultar, comprar y pagar productos cargados por mayoristas, rentadores de autos, hoteles y demás servicios turísticos.

Los mismos pueden ser actualizados por el proveedor desde su terminal o sea que el usuario dispone instantáneamente de cualquier modificación o actualización de los servicios.

Al desplegar el producto elegido, el comprador visualiza sus condiciones de venta: cuánto debe pagar de seña, cuál será su comisión, cuánto debe pagar para recibir el voucher, fecha de salida, las distintas categorías (tipos de habitación), los diferentes precios, si tiene cupo o es on request, etc., etc.

Una vez efectuada la reserva el sistema genera un mensaje en el mail del proveedor mediante el cual éste toma conocimiento y procesa la misma.

3) Banca electrónica

Tournet dispone del servicio de banca electrónica.

Los usuarios Tournet deben pagar los servicios reservados, transferir dinero, ver su saldo on line o tener un resumen con los últimos diez movimientos producidos en su cuenta.

En caso de empresas extranjeras, y de acuerdo a reglamentaciones vigentes, para abrir una cuenta bancaria necesita estar constituida como sociedad argentina o a través de un representante.

Características del sistema

Tournet está concebido como un sistema absolutamente neutro, es decir que el mismo prevé que las modalidades de las operaciones que se realizan por su intermedio, puedan ser vistas y/o modificadas sólo por el proveedor asignado a cada cliente-usuario diferentes condiciones de venta y/o pago. A modo de ejemplo un proveedor puede introducir su oferta y determinar que los minoristas puedan ver o reservar a comisiones convenidas por contrato. También posibilita que determinado usuario tenga tarifas, comisiones o modalidades de pago diferenciadas. Lo mismo ocurre con las fechas de ajuste de las capacidades contratadas y todas las condiciones de la operación así como determinar cuánto debe cada comprador pagar en el momento de reservar y cuándo el saldo, o si determinado usuario tiene cuenta corriente o si debe tener prepago (seña 100%).

Esta característica permite acceder a la versatilidad que de por sí posee el negocio turístico y las mencionadas condiciones pueden ser sólo cambiadas por el proveedor y lógicamente cada usuario ve solamente su condición.

Es importante destacar que para cada tarea se pueden asignar diferentes passwords o sea que determinado empleado puede ver el movimiento de la cuenta bancaria, pero para efectuar movimientos de fondos o realizar modificaciones a la oferta del usuario puede contar con distintas claves de acceso.

Requerimientos técnicos

Una PC compatible 386 o superior.

5. ALGUNOS ASPECTOS JURIDICO-INSTITUCIONALES DEL TURISMO EN LA REGION³

La regulación de la actividad turística a nivel nacional se asienta básicamente sobre dos normativas: el regimen de la actividad hotelera y el regimen de los agentes de viajes, esta última, ley de carácter federal, en virtud de la esencial actividad de comercio (interjurisdiccional) que tales entidades realizan.

Ambas normas datan de la década del '70 y en particular la citada en primer término incorpora parámetros de categorización hotelera (tomados casi uniformemente por cada una de las provincias patagónicas) que privilegian los aspectos físico constructivos antes que la calidad del equipamiento o de los servicios.

Desde este punto de vista, parece necesario estudiar qué modificaciones se requieren a fin de lograr que nuestra categorización hotelera, establezca recaudos que garanticen su capacidad competitiva a nivel internacional, acordándose criterios que, aunque respetando las características locales y regionales, se apliquen en forma homogénea. A este respecto en las Reuniones Especializadas en Turismo del Mercosur, este tema se encuentra a consideración y resultaría de gran importancia, por éste y otros aspectos que en dichas reuniones están siendo tratados, que existiera una presencia activa de la Región Patagónica que, en términos de producto turístico Mercosur hacia terceros países, no tiene competencia.

Otra de las cuestiones de cierta importancia a nivel nacional es la ausencia de un regimen legal del turismo que promueva y fortalezca la actividad interna y la receptiva, ambas generadoras de divisas y empleo. Existen en la Cámara de Diputados diversos proyectos ingresados a consideración de la Comisión respectiva, aún cuando su tratamiento se difiere en el tiempo. Este también parece ser un punto que requeriría una propuesta consensuada a nivel regional, teniendo en cuenta la trascendencia que tiene esta actividad para el desarrollo económico patagónico.

Desde el punto de vista institucional, existe en la Región el Ente Patagonia Turística como organización interjurisdiccional de la que participan todas las provincias involucradas en este estudio; el mismo ha venido cumpliendo desde su creación -1966- un

³ Para mayor información, consultar "Aspectos jurídico-institucionales y operativos del Turismo Patagónico", Informe Final, CFI.

rol de coordinación en la materia, aún cuando a veces sus decisiones tropiezan con obstáculos operativos o presupuestarios.

Otro rol importante en la materia lo cumplen, a nivel internacional, los Comités de Frontera, dentro de los cuales se han creado Comisiones de Turismo que deliberan sobre problemas comunes que hacen a la integración con la hermana República de Chile. Tal integración es deseada por empresarios y funcionarios de ambas regiones en tanto produciría un incremento recíproco de la actividad.

No obstante, a nivel institucional parece necesario establecer canales que aseguren una mayor articulación entre todos los actores involucrados.

Desde el punto de vista sustantivo, por otra parte, la articulación institucional y legislativa debe plasmarse -particularmente en la Patagonia- entre Turismo y Gestión Ambiental, ya que tal unión garantiza, también desde el punto de vista económico, la explotación del recurso. Articulación que debe encontrar el punto de equilibrio entre los bienes jurídicos protegidos por uno y otro tipo de normativas.

Esto debe lograrse no sólo hacia adentro de las Administraciones Provinciales, sino que requiere una gestión concertada con la Administración de Parques Nacionales, en virtud de la localización casi mayoritaria de los mismos en la Región Patagónica.

CAPITULO II

SITUACION TURISTICA DE LAS PROVINCIAS INVOLUCRADAS EN EL ESTUDIO

1. CHUBUT

*** Elementos territoriales**

Posiblemente es la provincia patagónica con mayor diversidad de recursos naturales de oferta que suman atracciones turísticas, ya que cuenta con una fauna única en la región. En el área del litoral marítimo ballenas y lobos marinos, pingüinos, focas, elefantes de mar y cormoranes conforman una atracción natural apoyada con prestaciones turísticas y excursiones focalizadas en Pto. Madryn y Trelew. Contrasta con la geografía del litoral atlántico la sub-región central y la cordillerana donde el paisaje de alta montaña, lagos y bosques, y nieve, cambian totalmente la imagen escénica. En este sector Esquel, además de centralizar el movimiento zonal puede considerarse el extremo sur de **un corredor turístico que se extiende desde San Martín de los Andes con la RN 258 como eje rector, pese a su pavimentación inconclusa en un corto tramo entre Bariloche y El Bolsón.**

Los diversos **sitios de atracción en el territorio provincial se inscriben en tres grandes circuitos turísticos:**

- **Circuito Norte-Centro Este:** que abarca,

- **Península Valdés,** semejante a una gran isla unida al continente por la estrecha faja de 35 kms. del istmo Carlos Ameghino y bordea al Golfo Nuevo, zona de avistaje de las ballenas francas, y frente a sus costas la Isla de los Pájaros. Se suman a las colonias faunísticas la lobería de Punta Pirámides, a 4 km. las colonias faunísticas la lobería de

Punta Pirámides, a 4 km. de la localidad de Pto. Pirámides -asentamiento que cuenta con un plan urbano-rural de desarrollo que contempla la preservación del medio ambiente, en vigencia por Decreto 883/93- y en el N.O. de la Península, Punta Norte, importante apostadero continental de elefantes marinos.

- **Puerto Madryn**, sobre la costa del Golfo Nuevo, accesible a través de la **RN 3** que constituye el corredor vial pavimentado que se extiende a lo largo del litoral marítimo de toda la región.

Madryn suele ser la única escala intermedia a la que arriban algunos de los cruceros que, generalmente con partidas desde puertos europeos, realizan viajes a la Antártida y llegan a Ushuaia como principal escala portuaria.

- **Punta Tombo**, también apostadero de pingüinos.

- **Rawson - Playa Unión - Pto. Rawson**: ciudad puerto, capital de la provincia, que cuenta con playa con balneario con afluencia turística estival de la zona local.

- **Valle inferior del Río Chubut**: área de emplazamiento de Trelew y Gaiman, tradicional colonia galesa que se complementa con el asentamiento de Dolavon; y cerrando el circuito,

- **Dique Florentino Ameghino**, donde el murallón de la presa cierra la garganta formando un lago artificial de 50 km².

- **Circuito sur**: se integra con:

- **Camarones**, sobre la bahía de igual nombre donde una pingüinera y una lobería forman parte de los atractivos.

- **Comodoro Rivadavia**: la ciudad de mayor población y actividad de la provincia, con jerarquía de centro sub-regional en la red urbana patagónica. Tiene como centro recreativo de sus habitantes la **villa balnearia Rada Tilly**.

- **Sarmiento**, centro de servicios próximo a los lagos Muster y Colhue Huapi donde pueden practicarse actividades náuticas y pesca deportiva. El principal atractivo de la zona es la Reserva Geológica del Bosque Petrificado J. Ormaechea.

Cabe destacar una iniciativa provincial referente a abrir una ruta entre Pto. Madryn y Playa Unión (Rawson) con un trazado que bordea la costa marítima. El reciente proyecto vial comentado en la prensa provincial (18 y 27/10/95) destinado a habilitar una "Ruta Interbalnearia" seguramente ha considerado la sugestiva posibilidad de implementar un recorrido vehicular de interés paisajístico.

- **Circuito Oeste:** se extiende sobre el área cordillerana provincial, a la que se accede desde el N. por las rutas nacionales 40 y 258 y desde la costa por las provinciales 25 y 26, que triangulizan desde Rawson y C. Rivadavia el acceso vial pavimentado hasta la RN 40. Este circuito abarca:

- **Lagos La Plata y Fontana,** además del valle del Río Senguerr, en pleno paisaje agreste con bosques impenetrables en algunos sitios.

- **Esquel,** emplazada a escasa distancia del Parque Nacional Los Alerces, es actualmente la ciudad cordillerana más importante después de Bariloche hacia el sur. **Expectativas locales y provinciales bien orientadas prevén un alto impacto en el movimiento turístico,** que ya focaliza esta localidad a escala zonal, **cuando finalicen las obras de pavimentación de la RN 258 que la vincula con El Bolsón y Bariloche.**

- **La Hoya,** a pocos kilómetros de Esquel, es sede provincial de la práctica de esquí y sus instalaciones será ampliadas a través de una inversión de 2.900.000 dólares ratificada por el gobierno provincial (Octubre/95).

- **Trevelín,** pueblo de origen galés que conserva algunos rasgos típicos, próximo a Esquel y al complejo hidroeléctrico de Futaleufú, sobre el camino pavimentado que lleva al paso fronterizo de igual nombre. **La zona trasandina -en Chile- si bien es de gran atracción natural (selva valdiviana) tiene una insuficiente infraestructura vial (exceptuando la Carretera Austral, que aún así es una ruta angosta) que lleva a que el tránsito vehicular chileno, especialmente de carga, cruce hacia el lado argentino para transitar por sus caminos para arribar a Punta Arenas.** La falta de control de vialidad nacional en el tonelaje transportado afecta el estado y mantenimiento de la red vial zonal, suscitando críticas de los operadores locales, y en alguna forma dificultando las posibilidades de una efectiva integración en la que conceptualmente se coincide.

- **Tren Nahuel Pan:** además de cumplir funciones de comunicación zonal, en su recorrido **Esquel-El Maitén -el tramo por Río Negro hasta Ing. Jacobacci está suspendido desde**

mayo/95 por causas económicas- es una de las más importantes atracciones de Esquel, hasta el punto de ser objeto de filmación por expertos ingleses en ferrocarriles para llevar su conocimiento a través de cadenas televisivas europeas.

Independientemente a los Circuitos, aunque generalmente forman parte de ellos, se encuentran en el territorio áreas calificadas como **Reservas Turísticas Provinciales**, sujetas a programas particularizados para cada una de ellas. Estas Reservas Naturales se encuentran tanto sobre el litoral marítimo como en el centro-sur de la provincia, y son: Punta Norte, a 78 km. de Pto. Pirámides; Punta Delgado, base naval y faro; Punta Pirámides, reserva faunística; Isla de los Pájaros; Parque Marino Golfo San José; Punta Loma, reserva faunística, Punta Tombo, colonia de pingüinos y cormoranes; Cabo Dos Bahías, reserva faunística a 30 kilómetros de Camarones; y Bosque Petrificado Sarmiento, reserva geológica a 30 km. de Sarmiento y 159 km. de Comodoro Rivadavia.

*** Indicadores económicos**

Es la segunda en materia de cantidad de plazas con 7204 camas (le sigue muy cerca Neuquén con 7083), con porcentaje excesivo de alojamientos de baja categoría ya que el 70 % de las plazas responden a alojamientos de 1, 2 estrellas y otros tipos de alojamientos sin categorizar. Si bien sabemos que existen algunas cabañas y estancias de buen nivel sin categorizar la mayoría, excluyendo éstas, corresponde a alojamientos de baja categoría. Puerto Madryn (Península de Valdés) es la plaza con mayor cantidad de alojamientos de la provincia con 1879 plazas y le siguen muy parejo Trelew y Comodoro Rivadavia. Sin embargo Comodoro no es realmente una plaza para el turismo sino para los viajeros de negocios y residentes de la zona patagónica.

La provincia aún no tiene en ningún centro turístico un hotel de 5 estrellas en funcionamiento aunque está prevista su construcción. También están en construcción y/o refacción más hoteles de 4 estrellas en Madryn y Comodoro lo que indudablemente mejorará el nivel del servicio.

En la zona cordillerana en Lago Puelo, Lago Cholila, Paraje Las Golondrinas cerca de El Hoyo, que integran lo que es conocido como la Comarca Andina, también se construyeron varias cabañas pero las mismas son de dos estrellas como también su servicio. Muchas están en proceso de construcción al momento de escribirse este informe.

14.700 turistas extranjeros visitaron la Península de Valdés en 1994, es decir el 19 % del total de los 77.559 turistas recibidos. En su mayoría son europeos. 1995 ha tenido el porcentaje más bajo de los últimos años, ya que ha habido años en que el porcentaje

superaba el 30%. La teoría del dólar barato no explica la razón para esta disminución ya que en otras zonas se han incrementado o mantenido las cantidades de turistas y los porcentajes.

El total de turistas que visitan la provincia es de casi 100.000 y el porcentaje de turistas extranjeros que se dirigen a otros centros es bastante menor que a la Península de Valdés. Sólo un 3% de los que visitan la comarca cordillerana (Lago Puelo, Lago Cholila, Epuyen, El Trencito, etc.) son turistas extranjeros situación que se puede revertir teniendo en cuenta los grandes atractivos turísticos que brinda la zona.

El resto de la zona costera tiene un porcentaje también bajo de turistas extranjeros, pero parte de la explicación está en que tiene la propia competencia de la Península de Valdés y la Pingüinera de Punta Tombo.

El nivel de ocupación hotelera es del 23,95% para toda la provincia. Esta cifra es provisoria ya que se debe revisar la cifra de los turistas que visitaron Comodoro y la cantidad de turistas de la zona cordillerana ya que no existe información segura sobre las mismas y habiéndose tomado las estimaciones de las Secretarías de Turismo Municipales.

Cuadro actualizado de categorización de alojamientos

	Total plazas	Hot * (plazas)	Hot ** (plazas)	Hot ** (plazas)	Hot **** (plazas)	Hot ***** (plazas)	Otros
Chubut							
Puerto Madryn	1879	212	448	463	187	-	569
Puerto Pirámides	151	87	-	-	-	-	64
Rawson	189	-	-	104	-	-	85
Playa Unión	19	-	19	-	-	-	-
C. Rivadavia	1426	48	189	571	-	-	618
Rada Tilly	22	-	-	-	-	-	22
Sarmiento	217	49	-	-	-	-	168
Camarones	44	-	-	-	-	-	44
Lago Puelo	273	-	-	-	-	-	273
Otros centros	1568	-	-	-	-	-	-
Total	7204	415	719	1739	423	-	3908
% de participación	100.00	5.76	9.98	24.14	5.87	0.00	54.25

Fuente: elaboración propia en base a informaciones oficiales.

*** Proyectos e inversiones realizadas y en curso**

Entre los proyectos que cuentan con definición territorial cabe distinguir los pertenecientes a iniciativas del sector público provincial y municipal, y los privados.

Entre los primeros, por su relevancia, se destacan los siguientes:

a) Corredores turísticos integrados:

La implementación de **circuitos turísticos integrados** es un tema presente en la agenda de las autoridades del nivel ejecutivo provincial. La integración a través de circuitos turísticos se considera en dos escalas territoriales: a) **con Chile** -independientemente a la posibilidad de definir un corredor bioceánico con traza vial y terminal portuaria en la Provincia- y b) **como corredores interprovinciales en la Patagonia Central, abarcando áreas y circuitos integrados con Santa Cruz.**

En el **primer caso** la posibilidad de instrumentar un corredor de turismo trasandino y bioceánico lleva a la necesaria intervención de ambos gobiernos nacionales y sus áreas de relaciones exteriores, además de las vialidades nacionales y otros organismos sectoriales.

Por el contrario "**los corredores turísticos**" regionales es un tema ya presente en el Ente Patagonia Turística para apoyar su implementación en las provincias patagónicas, bajo el concepto de organizar agrupaciones físico-jurisdiccionales que permitan una directa vinculación entre los municipios involucrados y sus intereses, a fin de componer ofertas homogéneas, con plena conciencia del papel que cada jurisdicción, provincial y municipal, deberá desarrollar en función de la actividad turística a promover en común.

El proyecto de organización de un corredor turístico interprovincial Chubut-Santa Cruz en la Patagonia Central, con participación de municipios, operadores empresariales de turismo y organizaciones sectoriales de cada provincia se desarrollaría sobre un área interjurisdiccional, abarcando las siguientes localidades y circuitos por cada una de los dos provincias:

- **En Chubut:** Comodoro Rivadavia y alrededores sobre el Golfo San Jorge; Rada Tilly (a 14 kms. de C.R.); Sarmiento, emplazada en el valle que se extiende sobre las márgenes de los Lagos Muster y Colhue; el Bosque Petrificado Sarmiento (reserva a 31 kms. de esta localidad); Camarones, sitio de abundante pesca deportiva; el Cabo Dos Bahías, a 28 kms. de Camarones, área calificada como reserva faunística que atrae al turismo nacional y extranjero; y el Lago Las Margaritas casi en el límite con Chile en pleno bosque virgen, que cuenta ya, a 23 kms. con la instalación de un complejo turístico-ecológico.

• **En Santa Cruz:** localidades de Perito Moreno y Los Antiguos, pequeño pueblo agrícola ubicado en la costa del Lago Buenos Aires, vía de paso a zonas trasandinas de gran atractivo turístico; Pto. Deseado, al NO de Santa Cruz, emplazado en un área de profundos cañadones que convergen sobre una ría de mar que se interna 60 kms. en el continente; la Reserva Natural Ría Deseado, que abarca unos 40 kms. de costa y constituye un sitio ideal para el ecoturismo; la Reserva Natural Cabo Blanco, a 88 kms. de Pto. Deseado; el Refugio de Vida Silvestre Cañadón del Duraznillo y la estancia La Madrugada; el Monumento Natural Bosque Petrificado, uno de los yacimientos de fósiles arbóreos más importantes del país; y la localidad nombrada en primer término, Perito Moreno, sobre la banda de la RN 40 en una encrucijada de caminos que la enlazan con todo el oeste de la provincia hacia el sur, y con la Cueva de las Manos, (a 163 kms.) en el Valle del Río Pinturas, donde se hallan pinturas prehistóricas que se distribuyen a lo largo de las paredes de una cañada que se cree fue ocupada por cazadores, en los finales del octavo milenio antes de Cristo.

b) Plan Puerto Pirámide:

El Gobierno de la Provincia ha definido a esta localidad como un Centro de Desarrollo Turístico, al cual volcará esfuerzos e inversiones a fin de crear un proceso de condiciones objetivas que permitan inversiones privadas que pongan en valor el área.

Pto. Pirámides es de hecho el centro de desarrollo de la Península de Valdés (avistaje de ballenas) y sus características diferenciales captan el interés del turismo internacional. La Provincia, con acertada previsión, se ha fijado como premisa **"que la generación de un ámbito propicio a la inversión de capital se debe hacer preservando y respetando las condiciones ambientales del lugar"**. En este sentido se orienta a profundizar la Península de Valdés como Reserva Natural con la menor cantidad posible de población, a fin de disminuir el impacto ambiental al mínimo aceptable.

Cumpliendo el Decreto 883/93, que puso en vigencia el **Plan Pto. Pirámide**, se ha iniciado un **programa de obras a desarrollarse en los próximos cuatro años**, que comprende las siguientes ejecuciones e inversiones, entre otras iniciativas:

b.1) Construcción del sistema cloacal y planta de tratamiento: Teniendo en cuenta la restricción ambiental que el propio Estado se ha fijado esta obra es de principal importancia en un orden de prioridades ya que por medio de ella se generarán condiciones para el tratamiento de líquidos cloacales con capacidad para absorber la demanda turística, tanto de invierno como de verano (abril a diciembre).

Costo estimado: \$ 1.400.000.-

Plazo de ejecución: 1 año Financiación: Provincia/SECTUR.

b.2) Muelle turístico y recreativo: Definida su ubicación por la Junta Provincial Portuaria, se ha logrado recientemente su inclusión en el Plan Trienal de Obras de la Secretaría de Turismo de la Nación.

Costo estimado: \$ 1.530.000.-

b.3) Línea 33 KV Pto. Madryn-Pto. Pirámide y Subestación Transformadora: También esta obra contribuye a la preservación del medio ambiente, ya que permitirá levantar la usina térmica que funciona actualmente. Se posibilitará asimismo el suministro ininterrumpido de energía a las instalaciones emplazadas en el Istmo, Isla de los Pájaros y Lobería de Pto. Pirámide, donde reemplazará grupos electrógenos en estado precario de funcionamiento.

Costo estimado: \$ 1.800.000.-

Plazo de ejecución: 1 año - Financiamiento: Provincia/FEDEI.

b.4) Museo Histórico y Centro e Interpretación Ballenero: Constituye una oferta adicional al turismo que concentrará el acervo histórico y productivo local, y los datos científicos y materiales necesarios para completar el avistaje de ballenas.

Costo estimado: \$ 150.000.-

Plazo de ejecución: 1 año - Financiamiento: Presupuesto 1997.

b.5) Talleres de reparaciones y guardería naval de uso compartido: Las inversiones estarán exclusivamente a cargo de los prestadores de servicios, reservándose el Estado la definición de la ubicación, la aprobación de los planos y el control de obra.

b.6) Hotelería hasta un máximo de dos hoteles tres estrellas con capacidad de 50 camas c/uno y dos hosterías de 40 camas.

b.7) Dos miradores fijos, con posibilidad de servicios anexos: Se licitará la construcción y explotación.

b.8) Cisterna de almacenamiento de agua potable de 1.500 m3. Reemplazará a la actual de 1.000 m3. en estado de deterioro.

Inversión estimada \$ 330.000.- - Presupuesto 1995.

c) Ruta Interbalnearia Pto. Madryn - Rawson (Playa Unión):

En fecha muy reciente (27-10-95) autoridades municipales de Rawson, de Pto. Madryn y de Vialidad Provincial, más algunos legisladores, abordaron en una reunión convocada a tal efecto el anteproyecto de la ruta interbalnearia que uniría Playa Unión con Pto. Madryn por una traza muy próxima al mar, respaldando una idea que lleva más de veinte años y que aún busca su concreción.

Las autoridades de Vialidad Provincial estiman que esta obra tiene un costo de 100.000 dólares por kilómetro, dado la gran cantidad de obras de arte que habrá que hacer para concretar el proyecto teniendo en cuenta la topografía, los badenes, e incluso puentes. Calculando que la traza total será de 150 km. se estima que concretar este ambicioso circuito turístico demandaría una inversión de 15 millones de dólares. Considerando el monto de inversión requerido, se aconsejó acometer su realización por tramos, a nivel de etapas, tanto en el plano operativo como en lo concerniente a acuerdo con los pobladores de la zona de campos que deberían brindar su conformidad. En esta forma, y buscando financiación externa, el presidente-interventor de V.P. opinó que la obra es factible.

d) Proyectos de inversión privada:

Al igual que en otras provincias se orientan hacia la hotelería. En una escala PYME se encuentran en gestión ante los organismos competentes tres propuestas de parecido perfil: hotelería/cabañas, tipología que predomina en las presentaciones que se realizan ante el Fondo Financiero Permanente, administrado por el Banco de la Provincia, que ha incorporado a su línea crediticia a las actividades turísticas.

-"Complejo turístico Lago Vinter": cuenta con proyecto ya aprobado por Naturatur, el organismo provincial competente en turismo. El empresario solicita además un permiso de ocupación sobre el inmueble fiscal que constituirá el sitio de emplazamiento, cuya titularidad le es necesaria para lograr el financiamiento parcial de la obra, a través de un crédito del F.F.P. de la Provincia. Oferta a su vez: la prolongación de la traza del camino hasta el sitio de ubicación del Complejo, mensura, amojonamiento y cercado del predio y la ejecución de un programa de obras que comprenden: 1 hostería de 48 plazas (24 habitac.), 8 cabañas, 1 casa para caseros, 1 instalación de piscicultura (fábrica-factoría y piletas); infraestructura básica completa: micro central hidroeléctrica, planta de bombeo en el lago, tratamiento, filtrado y distribución de agua potable, cisternas enterradas para gas-oil y nafta, desagües cloacales previo tratamiento de aguas servidas, etc. También la

construcción de un muelle para embarcaciones, rampa y depósito para náutica y la instalación de una granja, con corrales para animales y huerta, para consumos. Prevé la inversión total de \$ 2.100.000.- entre otros recursos propios y financiados.

• **"Complejo turístico El Guadal S.A.":** Se orienta a captar la venta de 12 semanas por cabaña en alta temporada (dic. a febrero) bajo el sistema de tiempo compartido. Comprende la construcción de un club-house, 50 cabañas y el equipamiento e infraestructura correspondiente.

Monto del proyecto: \$ 2.780.219.-

• **"Complejo Arrayanes":** En la zona de Trevelín, sobre 6 has. ubicadas en la margen izquierda del Río Grande, cerca al límite binacional con Chile, se prevé la construcción de 8 cabañas. El monto del proyecto se estima en \$ 376.115- solicitándose al F.F.P la suma de \$ 126.746.- (34 % del total).

Inversiones Turísticas Privadas

Hotelería	Transporte	Alimentación	Otros	Total
31.056.553	1.557.833	4.540.612	2.827.524	39.982.522

Financiación otorgada

Privada	Créditos	% s/total
39.982.522	18.817.188	47.06

**LISTADO DE PROYECTOS TURISTICOS DE LA PROVINCIA DEL CHUBUT FINANCIADOS CON EL
FONDO FINANCIERO PERMANENTE**

Proyecto N°	Descripción	Monto inversión	VAN 15%	TIR	Tasa interés	% Cap propio	Empleo directo	Empleo transit	Facturac	Flujo neto
468	ENDIV APIONABO	61250	615671	70.12	S/D	54.46	2	5.5	104248	43098
9	CAB LA GOLONDRINA	213980	79723	12.39	3.50	52.18	3	1	74910	
230/14	COMPLEJO TURISTICO	850000	315532	15.62	S/D	33.00	13	S/D	337050	2193571
24	CADENAS RAYENTRAY	11572950	3543410	20.79	3.50	48.15	156	180	7616320	2193571
260	CRIADERO DE ZORROS	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D		
256	CRIADERO DE ZORROS	136174	30762	19.23	3.50	35.04	1	3	111855	
259	CRIADERO DE ZORROS	S/D	S/D	S/D	3.50		4	10	293190	
333	FAB DE ALFAJORES	33699	14170	22.14	3.50	66.00	2		58500	10500
338	COM TUR MARGARITA	447305		50.12			3		150000	74824
396	COMP DE CABAÑAS	268081	15350	16.36	6.03	37.00	10		88900	65516
330	CABAÑAS QUINCHO	97440	30997	19.39	4.28	56.51	4	1	66600	31055
277	FAIRWAYS EXCURS	130363	497806	36.25	3.50	38.17	3		150000	90000
559	PAR OLAF L. PUELO	138261	-69751	4.52	6.09	33.00	1		47100	24262
599	TRANS TUR AVENTURA	743929	250824	34.48	5.90	66.40	17		988800	293780
538	AMPLIAC H. AUSTRAL	4757451	93073	10.37	5.09	34.58	48	50	2235468	756239
518	CABAÑAS COSTA AZUL	2060994	383877	3.37	4.96	46.00	31		852336	591936
337	HOTEL TORRACA	7060000	88988	3.71	5.28	43.12	60		2417013	899976
78	HOSTERIA EL PEDREGOSO	447396	S/D	18.62	3.50	44.12	7	2	355908	127117
74	HOTEL SUR ESQUEL	388779	NEGAT	8.17	3.50	36.00	8		494000	41462
362	APPART RADA TILY	401630	-12840	14.13	4.34	37.00	11	3.5	210000	63356
579	PROD. AGROP. Y SERV. TUR	465643	S/D	11 a 25	6.03	46.31	8		292902	62037
118	CASA TE GAIMAN	565067	NEGAT	11.00	3.50	91.00	12		206500	21046
26	VIVERO HIDROPONICO	88297	27438	10.98	3.50	40.80	2	2.5	45900	12941
581	GANADERIA Y ARTESANIA	56271	23688	26.82	5.81	38.60	2		49500	5107
157	FLOTA RODANTE	400000	96101	21.60	S/D	33.00	4.5		159680	30979
174	HOTEL TOLOSA	1183791		-13.48	5.09	51.00	2.5	8	1375560	607000
515	CABAÑAS NOSOTROS	57460	6958	18.43	4.59	39.00	2		53205	3143
Totales		32869709					417	266.5		

(cont.)

(cont.)

Proyecto N°	Descripción	Camas	Est Merc	Tel Hab	TV Hab	Sexo	Plazo años	Mercad	% Ocup previa	Serv comp	Sala Conv	Dur Temp
468	ENDIV APIONABO		Regular	-		FEM	6/1					
9	CAB LA GOLONDRINA	50	No	No	Si	S/D	4.5	M-A	0	Si		
230/14	COMPLEJO TURISTICO	20	Regular	Si	Si	MASC	6					
24	CADENAS RAYENTRAY	428	Si	Si	Si	MASC	6	25% M/I Alta	60	Si	200	
260	CRADERO DE ZORROS					MASC						
256	CRADERO DE ZORROS			Si		MASC	4					
259	CRADERO DE ZORROS		Si			MASC	4.2					
333	FAB DE ALFAJORES		Regular			FEM	7.3	Regional				
358	COM TUR MARGARITA	27	Bueno	No	No	MASC	9	Int IntChile	70	Si/M/B	No	8
396	COMP DE CABAÑAS	28	No	No	No	FEM	7	Intern 20%	27	Si/M	No	4.5
330	CABAÑAS QUINCHO	50	No	No	No	MASC	4		23	Si/B	No	6 y 6
277	FAIRWAYS EXCURS	-	No	-	-	MASC	5	Internac		M/A		6 y 6
559	PAR OLAF L. PUELO	20	No	No	No	MASC	8			M/A		6
599	TRANS TUR AVENTURA	-	No	-	-	MASC	3	Baja				
538	AMPLIAC H. AUSTRAL	66	Si domest	Si	Si	MASC	7	Doméstico		M/M	Si	12
518	CABAÑAS COSTA AZUL	212	No	No	No	MASC	8.4	Domést e Int	38	Si/M/A	No	6 y 6
337	HOTEL TORRACA	180	Regular	Si	Si	MASC	6.9	Internac	55	M/A	No	5
78	HOSTERIA EL PEDREGOSO	20	Buena Dir	Si	Si	MASC	5.9	Domést	80	Alto	No	5
74	HOTEL SUR ESQUEL	26	No	Si	No	MASC	6.4	Domést		Si M	Si	6 y 6
362	APPART RADA TILY	46	No	Si	Si	MASC	7.6	Domést	55	Si	No	6 y 6
579	PROD. AGROP. Y SERV. TUR	19	No	No	No	MASC	8.1	Domést		M	No	6 y 6
118	CASA TE GAIMAN	-	No	-	-	MASC	4.67	Domést	80	No	No	6 y 6
26	VIVERO HIDROPONICO	-	No	-	-	MASC	6.9	Domést e Int	80	M	No	12
581	GANADERIA Y ARTESANIA	10	No	No	No	MIXTO	3.9	Domést e Int	63	M	No	7
157	FLOTA RODANTE	-	No	-	-	MASC	7.6	Domést/Int				
174	HOTEL TOLOSA	64	No	Si	Si	MASC	3	Medio	73	No	12	
515	CABAÑAS NOSOTROS		Restaurant						Estud			
Totales		1266										

Inversión en alojamiento: \$ 29.543.888
 Costo por cama: \$ 23.336
 Inversión por empleo: \$ 51.120

No figuran todos los proyectos. Son datos obtenidos de las carpetas que suministró el Banco de la Provincia del Chubut.

INVERSIONES TURISTICAS CHUBUT (del 8/93 al 3/95)

Proyecto N°	Proyecto	Costo total (\$)	Crédito (\$)	% Financiac	Localización
73	Prod Hortaliz Invenac	48.209	14.802	30.70	Trevelín
256	Criadero de Zorros	136.174	88.454	64.96	Trevelín
260	Criadero de Zorros	193.533	127.813	66.04	Trevelín
352	Criadero de Truchas	463.900	243.900	52.58	Trevelín
396	Complejo Cabañas	205.603	165.471	80.48	Trevelín
467	Criadero Conejos Angora	46.402	21.866	47.12	Trevelín
469	Cría Zorros Cautiverio	238.688	143.150	59.97	Trevelín
	Total Trevelín	1.332.509	805.456	60.45	
333	Fáb Alfajor Regionales	38.250	14.726	38.50	Lago Puelo
351	Criadero de Zorros	294.284	150.000	50.97	Lago Puelo
374	Edic Mat de Imprenta	151.289	11.500	7.60	Lago Puelo
419	Ecoturismo Cab Invernac	137.603	40.000	29.07	Lago Puelo
515	Usos Múlt Cab Nosotros	56.240	35.000	62.23	Lago Puelo
518	Com Tur Costa D Azul	2.061.014	681.000	33.04	Lago Puelo
540	Vivero Forestal	39.231	15.000	38.24	Lago Puelo
559	Ampl Serv Turísticos	138.261	92.000	66.54	Lago Puelo
	Total Lago Puelo	2.916.172	1.039.226	35.64	
258	Criadero de Zorros	256.429	128.930	50.28	Epuyén
443	Fáb Dulces Epuberry	116.617	77.745	66.67	Epuyén
584	Prod Hortalizas Invern	34.168	14.688	42.99	Epuyén
	Total Epuyén	407.214	221.363	54.36	
	Otras Zonas				
9	Cabañas Las Golondrinas	209.100	100.000	47.82	Las Golondrinas
46	Prod Verduras Invernac	34.281	16.000	46.67	El Maitén
78	Comp Tur El Pedregoso	447.396	250.000	55.88	Cholila
224	Fáb Sweaters Angora	247.582	165.000	66.64	Río Mayo
358	Complejo Turístico	447.305	208.126	46.53	Abeleiro

TOTALES POR GRANDES ZONAS	TOTAL (\$)	CREDITO (\$)	FINANCIACIÓN (%)	%
Total Trelew	495.408	194.400	39.00	3.35
Total Puerto Madryn	13.606.731	4.727.425	35.00	81.48
Total Gaiman	1.346.982	400.000	29.70	6.89
Total Resto Noreste	1.021.222	479.892	47.00	8.27
Total Noreste	16.470.343	5.801.717	35.23	100.00
Total C.Rivadavia	12.960.704	7.610.897	59.00	94.48
Total Resto Sur	924.025	445.000	48.00	5.52
Total Zona Sur	13.884.729	8.055.897	58.02	100.00
Total Esquel	3.119.858	1.878.560	60.21	40.11
Total Trevelín	1.332.509	805.456	60.45	17.20
Total Lago Puelo	2.916.172	1.039.226	35.64	22.19
Total Epuyén	407.214	221.363	54.36	4.73
Total Otras Zonas	1.385.664	739.126	53.34	15.78
Total Zona Cordillerana	9.161.417	4.683.731	51.12	100.00
RESUMEN CHUBUT	INVERSION (\$)	TOT CREDITO (\$)	% CREDITO	% S/TOTAL
Total Noreste	16.470.343	5.801.717	35.23	30.83
Total Zona Sur	13.884.729	8.055.897	58.02	42.81
Total Zona Cordillerana	9.627.450	4.959.574	52.00	26.36
Total General	39.982.522	18.817.188	47.06	100.00

*** Aspectos jurídicos⁴**

La Constitución de la Provincia del Chubut contiene cláusulas promotoras del turismo como una actividad de desarrollo económico, asegurando su explotación racional a fin de conservar la integridad del patrimonio natural y la calidad del medio ambiente.

La prescripción constitucional tiene un reflejo en la organización ministerial provincial, ya que existe un Ministerio de Producción y Turismo, dentro de cuya órbita se desenvuelve el Organismo Provincial de Turismo, denominado "NATURATUR".

La preocupación de la provincia por lograr un equilibrio aceptable entre ambiente y desarrollo turístico, ha llevado, entre otros proyectos, a la creación de una Comisión Asesora Permanente para el Estudio, Manejo y Administración del Sistema Turístico de la Península de Valdés, Golfo Nuevo y San José, la que se encuentra interdisciplinaria e interjurisdiccionalmente integrada.

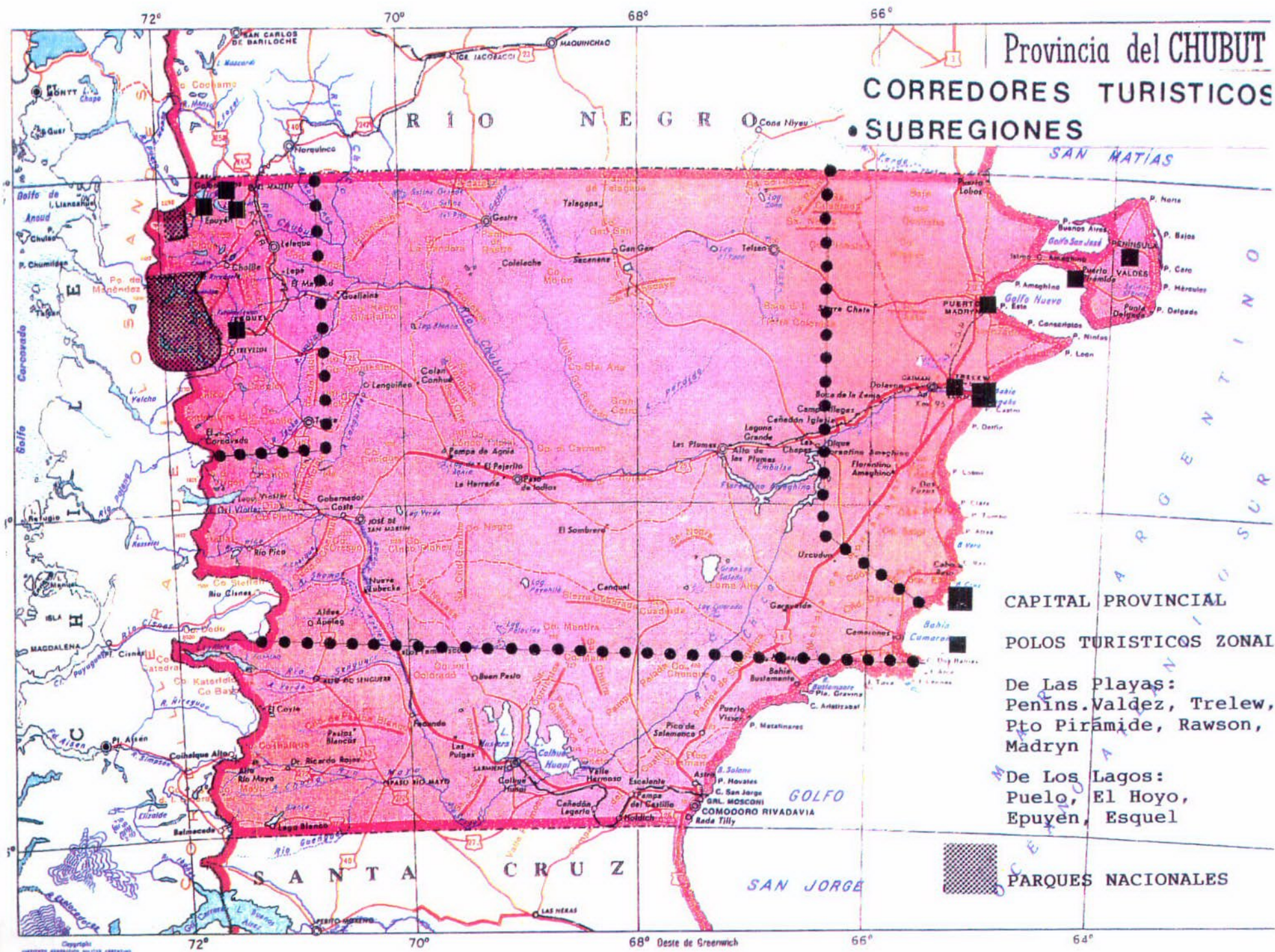
Por otra parte, a nivel municipal, las respectivas cartas orgánicas atribuyen competencias en materia de protección y desarrollo de la actividad turística a aquellos municipios ubicados en los centros principales de actuación.

Desde el punto de vista del regimen legal y reglamentario provincial, puede afirmarse que los principales atractivos turísticos se encuentran regulados por normas conservacionistas y protectoras de la riqueza faunística.

Las normas relativas al regimen de alojamientos turísticos, no difieren en demasía con otras normas provinciales y nacionales que, por pertenecer a la década del '70, necesitan ser modificadas para adaptarlas a nuevos estilos y criterios de la explotación y de la demanda.

⁴ Para mayor información, consultar "Aspectos jurídico-institucionales y operativos del Turismo Patagónico", Informe Final, CFI.

Corredores Turísticos



Provincia del CHUBUT

CORREDORES TURISTICOS

SUBREGIONES

CAPITAL PROVINCIAL

POLOS TURISTICOS ZONAL

De Las Playas:
Penins.Valdez, Trelew,
Pto Pirámide, Rawson,
Madryn

De Los Lagos:
Puelo, El Hoyo,
Epuyén, Esquel

PARQUES NACIONALES

2. NEUQUEN

* Elementos territoriales

De los veinte sitios para esquiar que promociona la Argentina 16 se ubican en la región patagónica y de ellos cuatro se encuentran en la provincia del Neuquén: son éstos, Caviahue, Primeros Pinos, Chapelco y Cerro Bayo. Sus respectivos emplazamientos promueven la actividad de las villas y localidades más cercanas, por otra parte con ubicaciones en áreas de gran atractivo natural que dan lugar a diversas excursiones locales.

. **Caviahue**, está situada en el valle de igual nombre y próxima a la villa Copahue, centro de aguas termales ubicado al pie del volcán Copahue. Se accede por la **RP 31 (camino consolidado)**. La superficie esquiable es de 3.700 hectáreas.

. **Primeros Pinos**: Está emplazado sobre el Cerro Queli Mahuida a 50 km. de Zapala (2da. ciudad de Neuquén, **cuenta con aeropuerto**). Se ubica a **escasa distancia de la RP 13, pavimentada, y a 50 km. del cruce de las rutas nacionales 40 y 22.**

. **Chapelco**: se emplaza sobre el cordón de igual nombre, a **20 km. de la localidad de San Martín de los Andes (tiene aeropuerto)**. Junín de los Andes, a 61 km., es otra localidad cercana; se llega al Cerro por la **RP 19, de ripio, a 8 km. de la RN 234, pavimentada.**

. **Cerro Bayo**: está ubicado en el cerro del mismo nombre, dentro del Parque Nacional Nahuel Huapi, a orilla del lago homónimo y a 13 km. de Villa La Angostura. Las localidades más cercanas son: Puerto Manzano, a 8 km., El Cruce, a 10 kms., S.C. de Bariloche, a 90 km., y S.M. de los Andes a 110 km. El acceso vial principal es a través de la **RN 231**, con un recorrido posterior a 6 km. por camino consolidado, opera un servicio de omnibus regular que llega a Villa La Angostura, y para el transporte aéreo el aeropuerto más cercano es el de Bariloche.

A los centros de esquí y las localidades que intermedian sus accesos, ya mencionadas, y que son prestadoras de los servicios turísticos de base, se suman en la provincia otros sitios de atracción:

. **Villa Pehuenia (RP 13)** y circuito Pehuenia Norte, pequeña villa de montaña sobre la costa del lago Aluminé.

. **Lago Aluminé**, se accede por la RP 13, dista 58 km. de la localidad de Aluminé y 115 de Zapala. Su formación conjunta con el lago Moquehue da lugar a un espejo de agua de 76 km². de extensión, con anchas playas de arena volcánica que dan lugar a actividades recreativas y de pesca. Dentro del área próxima a Pehuenia, a 8 km., se encuentra el lago Pulmari en un entorno de cerros donde se observan expresiones artísticas de épocas milenarias.

. **Puerto Manzano**, a 7 km. de Villa La Angostura y emplazado sobre el Lago Nahuel Huapí es circundado en los alrededores por la Selva Triste, la Laguna Verde y otros sitios de valor natural.

. **Parque Nacional Arrayanes**, con el atractivo natural que caracteriza, y singulariza, a cada uno de los parques nacionales.

. **Ruta de los 7 Lagos**: es un recorrido de 110 km. que parte de Villa La Angostura en dirección a San Martín de los Andes y bordea, de acuerdo a su denominación, siete lagos de gran belleza natural. De su ruta de recorrido se desprende el "circuito de Villa Traful", con atracción propia.

. **Cascada Imacayal y Mirador Belvedere**, desde donde se observan los lagos Correntosos y Nahuel Huapi.

. **Paso Internacional Puyehué/Cardenal Samoré**: uno de los pasos trasandinos patagónicos que cuenta con habilitación binacional de mayor movimiento. La ruta 231 facilita su acceso, la aduana argentina se encuentra a 30 km. de Villa Angostura y la de Chile 40 km. más adelante.

. **Copahue**, en las cercanías del volcán homónimo, es una conocida estación de aguas termales, que diversifica y amplía el atractivo del área de Caviahue.

También la **ciudad de Neuquén** centraliza el punto de partida a diversas excursiones y suele ser el punto de ingreso a los distintos destinos turísticos provinciales; parecida función cumple Zapala a una escala menor, y ya en un rango de oferta zonal-local Junín de los Andes atrae un movimiento vacacional estival; por el contrario, San Martín

de los Andes, emplazada a orillas del lago Lacar, además de ser el centro turístico base de prestaciones de la estación de esquí Chapelco, genera como villa su propio perfil de atracción, en gran parte por la calidad homogénea de su habitat urbano-ambiental.

Es importante destacar que la provincia a través de un equipo conformado por COPADE, la Dirección Provincial de Turismo y la Dirección General de Desarrollo Urbano y con la colaboración de organismos públicos y en algunos casos de la Facultad de Turismo de la Universidad del Comahue, ha elaborado guías para inversores, con relación a diversos centros de atracción turística que pretende desarrollar, entre las que pueden citarse: Copahue-Caviahue; Villa La Angostura; Circuito Pehuenia Norte, etc.

Las citadas Guías, cuentan con un diagnóstico de la zona, propuesta de desarrollo e información cartográfica, climatológica, turística y estadística.

Asimismo, la Dirección Provincial de Turismo edita la Información básica del Sector turismo de la Provincia del Neuquén, con descripción de los centros turísticos provinciales, de los programas que la Subsecretaría de Turismo lleva a cabo, los proyectos identificados en las localidades que se priorizan, e interesantes estadísticas.

*** Indicadores económicos**

En total Neuquén recibió en el año 1994, 146.141 turistas, y por ellos obtuvo ingresos estimados por valor de 54 millones de pesos. El total de plazas ofrecidas del Neuquén fue de 79.818 y tuvieron una ocupación del 20,62 % que puede considerarse baja ya que la mayor ocupación la tuvo la ciudad de Neuquén que -como se dijo- raramente es destino turístico sino simplemente ciudad de paso. La ocupación hotelera fue de 17,51 % para Copahue y Caviahue con 5200 turistas, del 14,66 % con 47.690 turistas para San Martín de los Andes , del 17,06 para Villa Angostura con 10.514 turistas y del 8,63 % para Villa Traful con 5799 turistas. La ciudad de Neuquén recibió 76938 turistas con el 49,01 % de ocupación.

En conjunto la provincia recibe sólo el 1,9 % de turistas extranjeros y en ese sentido es la provincia que menos turistas extranjeros recibe, sólo 2.833.

Cuadro actualizado de categorización de alojamientos

	Total plazas	Hot * (plazas)	Hot ** (plazas)	Hot *** (plazas)	Hot **** (plazas)	Hot ***** (plazas)	Otros
Neuquén	1427	383	393	160	230	-	261
SM Andes	3885	577	1114	1320	-	272	602
V Angostura	1012	185	193	173	-	-	461
Caviahue	463	-	-	195	-	-	268
V Traful	121	64	57	-	-	-	0
Chos Malal	175	34	72	-	-	-	69
Copahue	356	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D	S/D
Total	7083	1243	1829	1848	230	272	1661
% de Particip.	100.00	17.55	25.82	26.09	3.25	3.84	23.45

Fuente: elaboración propia en base a informaciones oficiales.

* Proyectos e inversiones realizadas y en curso

Inversiones privadas en Neuquén. Años 1994-1995

Aluminé		Junín de los Andes	
Equip.p/excursión	44.050	Hostería 2**	489.781
Reequip.Hostería	124.000	Restaurant La Maison	105.584
Desarr.Centro Sky	189.908	Cab. 6 Club House	1.168.500
Hotel Pehuenia 104 plazas	2.472.600	Equip.Agencia Viajes	22.380
Embarc.Lago Aluminé	40.000	Subtotal	1.786.245
Subtotal	2.870.558		
Buta Ranquil		Neuquén	
Estación de servicio	346.861	Transporte turístico	99.000
Hostería 22 plazas	520.892	Transporte turístico	130.000
Subtotal	867.753	Transporte turístico	125.208
		Transporte turístico	70.415
Caviahue		Transporte turístico	68.662
Transp.Motos Nieve	124.170	Subtotal	493.285
Apart-Hotel 106 plazas	2.773.952		
Term.Apart-hotel 28 dep.	1.995.000	Piedra del Aguila	
Subtotal	4.893.122	Hotel 2**	1.045.660
Chos Malal		S. Martín de los Andes	
Term.Hostería Confitería	346.517	Transporte turístico	80.832
		Comp. Tur. Discoteque	532.842
Atractivos Turísticos		Rem.Eq.Hot.Curruhinca	1.007.500
Host.Cab.Lago Meliquina	1.700.000	Camping Catritre	148.000
8 Cabañas Lago Lolog	700.000	Reeq.Host. Cumelen	201.832
Subtotal	2.400.000	Subtotal	1.971.006

Villa La Angostura	470.986
Cab.*** 36p 6C	613.412
Cab. Lihuen	864.881
Hostería Cerro Bravo	1.744.296
Hostería Inacayal***	811.797
Cabañas*** 48p	100.000
Term.Hostería*** Las Balsas	1.440.000
Appart-hotel Serv.Comp. 57p	2.389.649
Hostería*** 60p C.Lago	700.000
8 cabañas*** Viejo Marquez	1.345.000
Ampl.cabañas Arauco 20p	1.022.816
Ampl.cabañas Alicia*** 34p	752.739
Ampl.hostería Cuyen Co 5	1.225.576
Subtotal	13.481.152
 Villa Traful	
Salón Té reequip. 6 cabañas	90.330
Cab.*** Villa Traful Anex.	1.077.059
Subtotal	1.167.389
Resumen inversiones privadas Neuquén	
Total Hotelería	29.104.445
Total Transporte	738.287
Total Alimentación	195.914
Total Otros	1.284.041
Total Privadas Neuquén	31.322.687

Financiación otorgada a las inversiones turísticas privadas

Privada	Créditos	% s/total
31.322.687	6.386.495	20 %

Cabe destacar que no se cuenta con datos de las inversiones públicas.

*** Aspectos jurídicos⁵**

La Constitución de la Provincia contiene normas promotoras del fomento económico del turismo y relativas a la integración vial entre los centros de cada departamento; asimismo, la preservación de los bienes naturales ha de regularse mediante disposiciones especiales.

La ley orgánica de ministerios prevé un Ministerio de Producción y Turismo, dentro del cual la Subsecretaría de Turismo y en particular la Dirección Provincial de Turismo, son las autoridades de aplicación de las normas que rigen la actividad.

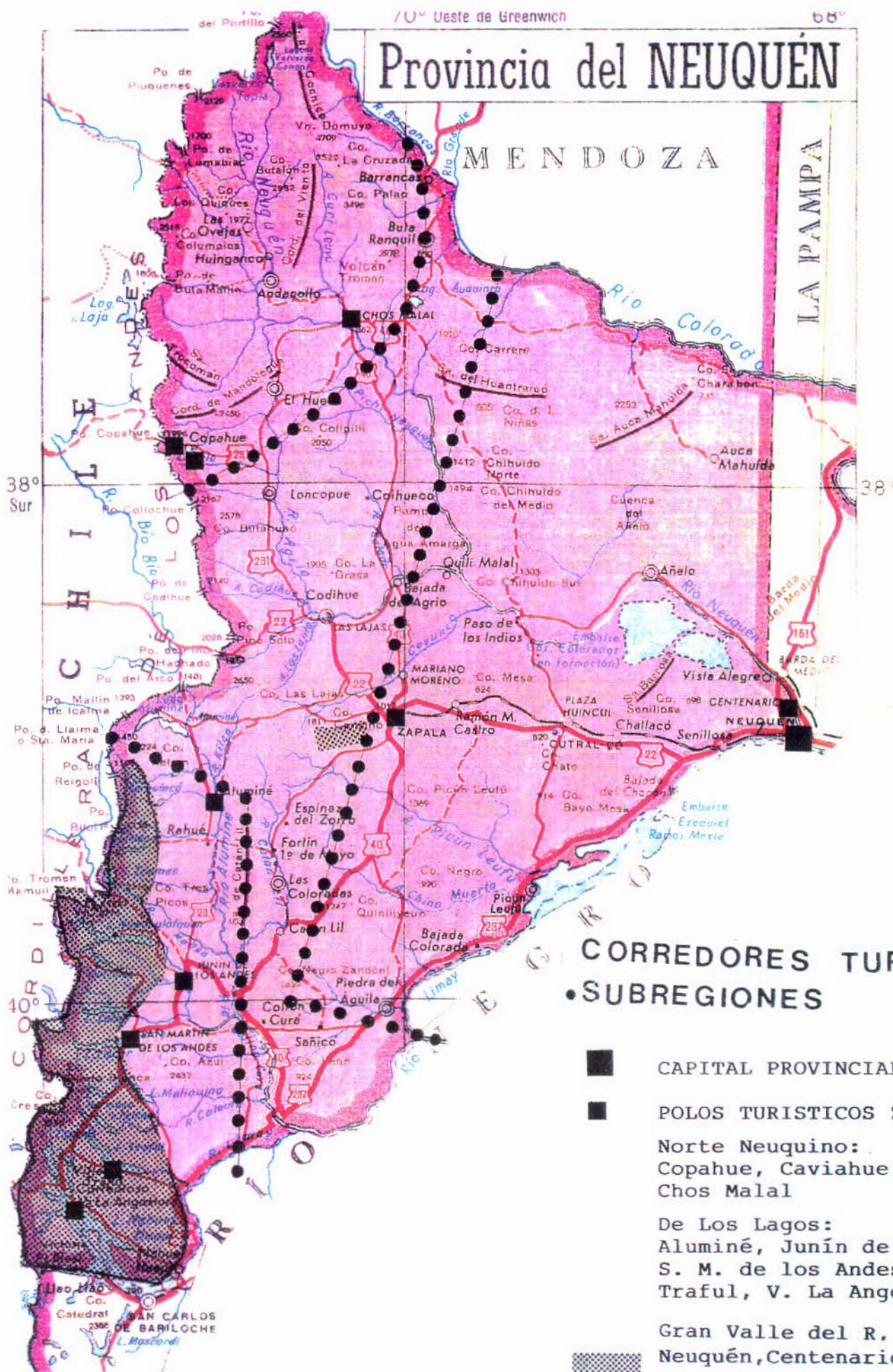
En el tema ambiental, la ley respectiva ha creado el Consejo Provincial del Medio Ambiente, como órgano de gobierno específico.

En cuanto al régimen jurídico relativo a la actividad hotelera, el mismo adolece de la misma obsolencia que el existente a nivel nacional y en otros niveles provinciales. Se encuentran regulados los campamentos turísticos y una resolución del año 1992, ha creado el Registro de Viviendas de interés turístico, estableciendo condiciones mínimas a las que deberán ajustarse para ofertar alojamiento.

En materia de preservación del ambiente, la normativa vigente establece que las obras o emprendimientos que por su naturaleza puedan alterar el ambiente, deben contar con la aprobación del Consejo Provincial para su ejecución.

⁵ Para mayor información, consultar "Aspectos jurídico-institucionales y operativos del Turismo Patagónico", Informe Final, CFI.

Corredores Turísticos



3. RIO NEGRO

*** Elementos territoriales**

Algunas publicaciones turísticas expresan que la Patagonia atlántica y la Patagonia andina comienzan en la provincia de Río Negro, desde cuya capital, Viedma, sobre la ruta 3 se inicia el recorrido por la costa y el reconocimiento de los refugios faunísticos, y otros recursos naturales. También el Valle del Río Negro conforma un corredor productivo-turístico que ha trascendido en el mercado de exportación y despierta el interés de viajeros. En el área cordillerana Río Negro comparte con Neuquén la caracterización geográfica que ha sido identificada como el "corredor turístico de los lagos patagónicos"; también calificada como "Región internacional de los lagos" cuando se engloba en su extensión, el sector chileno de similar homogeneidad natural.

Ya en la escala terminológica de "zona" de atracción, se destaca San Carlos de Bariloche, centro cordillerano con tres puntos de prestigio internacional para la práctica de esquí: Gran Catedral, Valle del Chall Huaco y Cerro Perito Moreno. Estos tres sitios componen el perfil de la oferta para la práctica de este deporte invernal en Río Negro, que incluso trasciende a la provincia ya que en una expresión de arraigo nacional se asigna a Bariloche el carácter de centro-sede regional para su práctica; consagrando al mes de agosto para celebrar como evento turístico convocante la "Fiesta Nacional de la Nieve". S. C. de Bariloche es actualmente el único destino de la Patagonia turística al que se puede acceder desde al área metropolitana de Buenos Aires por ferrocarril; también por medio automotor a través de la red caminera pavimentada, y por vía aérea, siendo el destino de vuelos, junto con la ciudad de Neuquén, que concentra mayor número de viajes diarios y semanales desde y hacia el Aeroparque Metropolitano.

En 1990 un grupo de especialistas en turismo convocados por el gobernador elaboró un "Proyecto Turístico" como base de una estrategia orientada a perfilar un "Río Negro turístico" dentro de una política de desarrollo provincial. Esta formulación dió lugar a varios programas como ejes de gestión gubernamental y también de integración y ordenamiento espacial, bajo el criterio que el turismo es una actividad que ya no se moviliza en el mundo por "destinos"(ej. Bariloche, pese a su renombre extra-provincial) sino por "productos" sobre bases geográficas: zonas de lagos, área de nieves, playa, etc.

El empleo de un glosario turístico sirvió también para difundir, entre otros, los siguientes conceptos:

"corredor turístico": sub-región con perfiles atractivos identificables, donde la proximidad de los atractivos y de los servicios se complementan naturalmente, y las trazas de rutas troncales permiten su integración.

"comarca, zona o distrito turístico": jurisdicción geográfica que agrupa atractivos de aprovechamiento común para uno ó más pueblos. Comprende extensiones determinadas de territorios homogéneos por su naturaleza, producción ó historia, conformando una unidad menor a la de los corredores.

Trasladadas estas definiciones a la región Patagonia dieron lugar a la identificación de espacios con características naturales de relativa homogeneidad que se calificaron como sub-regiones ó corredores turísticos. Son ellos:

- . Corredor Patagonia del Gran Valle
- . Corredor Patagonia de los Lagos.
- . Corredor Patagonia de las Playas
- . Corredor Patagonia de las Mesetas Norte
- . Corredor Patagonia Central
- . Corredor Patagonia de las Mesetas Sur
- . Corredor Patagonia Austral.

En la provincia de Río Negro la oferta del "producto turístico" trasciende los límites provinciales y se enmarca espacialmente dentro de los primeros cuatro corredores citados, integrando sub-regiones con Neuquén y Chubut -también con el partido bonaerense de Carmen de Patagones y los departamentos del sur de la provincia de La Pampa.

La terminología e identificaciones sub-regionales turísticas, han orientado a su vez algunas iniciativas adoptadas por las restantes provincias de la región; en tal sentido, en octubre de 1995 en la provincia de Chubut, el Ministerio de Producción y Turismo, en el marco del Programa del Banco Mundial: "Saneamiento financiero y desarrollo económico para las Provincias", inició la formulación de un "Plan de Desarrollo Turístico del Area Cordillerana" que abarca el territorio provincial comprendido entre el límite con Río Negro, RN 40, ramal ferroviario "La Trochita" y el eje Esquel - Trevelín - Paso Futaleufú; zona inscripta a su vez en el corredor Patagonia de los Lagos.

La iniciación del estudio fue presentada en una charla-exposición a cargo del Arq. Roberto Boullón, Director del Plan, en la ciudad de Esquel (19-10-95), quien destacó, entre los propósitos del trabajo la elaboración actualizada de una base de datos que permitirá montar a largo plazo un sistema informático, en primer término referido al área

de trabajo y luego con posibilidades de extensión a toda la provincia, para su manejo por operadores públicos y privados.

. Corredor Gran Valle de Río Negro y Neuquén:

Reunidos en Gral. Roca, el 9-7-94, en el marco de la LXXXIII Reunión Ordinaria de la Comisión Directiva del Ente Regional Oficial de Turismo "Patagonia Turística", los representantes de ambas provincias convinieron en refrendar el Acta-Acuerdo que definirá la cooperación turística para la puesta en valor del "Corredor Gran Valle de Río Negro y Neuquén".

En la cláusula primera ambas provincias, como integrantes del Ente y del Sistema Federal de Corredores que conforma su planeamiento básico, "expresan su voluntad de cooperar, coordinar y complementar acciones de promoción de recursos turísticos, facilitaciones institucionales y proyección de programas de desarrollo y financiación, participación en eventos de sus respectivos calendarios, y capacitación de sus recursos humanos", entre otras finalidades.

En la cláusula segunda se determina "el ámbito componente del presente Corredor al espacio situado bajo la influencia de las rutas nacionales 22, 237 y 151 desde las localidades de Río Colorado a Catriel en Río Negro, hasta Piedra del Aguila y Zapala en Neuquén, integrándolo las ciudades y localidades, parajes, espacios geográficos, cursos de agua, flora, fauna, y cualquier otra manifestación significativa como recurso turístico natural y cultural". En cláusulas restantes ambas provincias se comprometen a facilitarse recíprocamente la definición de sus respectivos productos turísticos y servicios, y la programación de actividades promocionales con participación de organismos municipales y entidades privadas sectoriales; también responsable del seguimiento de los objetivos del Convenio y, finalmente, a compatibilizar los convenios suscriptos por cada Provincia con la Universidad del Comahue para concretar planes aplicables a este Corredor compartido.

. También por otra Acta-Convenio, esta vez con **CHUBUT**, se focalizan acciones conjuntas hacia la "**Comarca Andina**" (inscripta en el Corredor de los Lagos) que se extiende desde El Bolsón (R.N.) hasta Epuypén (CH.), con resultados que se califican como exitosos por los organismo competentes en turismo de ambas provincias.

*** Indicadores económicos**

Es la provincia que más turistas recibe en total con 770.715 de los cuales Bariloche absorbe el 73,4% del total. Sin embargo la provincia recibe relativamente pocos turistas extranjeros (6% del total de turistas recibidos) con solo 46.243. No obstante por su volumen de negocios es la que más exporta turismo en la Patagonia con 149,4 millones de dólares anuales.

La ocupación hotelera de Río Negro es del 43,06% promedio durante todo el año si bien durante las dos temporadas la estival y la invernal ese porcentaje de ocupación aumenta hasta el 30-40% en la temporada estival y hasta el 70% en la invernal en promedio. Los picos de ocupación se dan en general para los hoteles de 3, 4 y 5 estrellas los que en algunos casos logran hasta el 100% de ocupación en los momentos pico.

Existen zonas con neto predominio de turismo interno como es el caso de Las Grutas que recibe principalmente turistas del Valle del Río Negro. Es el centro provincial de mayor porcentaje de ocupación en materia de alojamiento con el 65,76%. Es una zona de gran crecimiento aunque no se está preparando para el turismo extranjero. Lo demuestran el 1% de turistas extranjeros que visitaron dicho centro.

El Bolsón, con una ocupación hotelera del 20,3% promedio anual, también tiene muchas perspectivas de continuar su crecimiento, que ha sido importante en los últimos años, ya que para los próximos 4 meses está confirmada la terminación de la ruta 258 que une a Bariloche con El Bolsón.

Viedma cuenta con numerosos atractivos poco conocidos y por eso cuenta con muy pocas camas, sólo 300, y también con una baja ocupación promedio, sólo el 15,15% con motivo del turismo.

La provincia en su conjunto tiene 23769 plazas hoteleras y de otro tipo de alojamientos no categorizados, excluidos los campings. Es por lo tanto la provincia que tiene la mayor cantidad de plazas si bien con una gran proporción de las de baja categoría. Tiene un 19,45% de hoteles de una estrella, un 11,26% de 2 estrellas y un 47,44% de los otros tipos de alojamiento que en general son de baja categoría, es decir que tiene un total de 78% de hoteles de baja categoría que son los que tienen más bajo porcentaje de ocupación como lo comentáramos más arriba. Esto debe ser motivo de reflexión respecto de futuros emprendimientos en materia de alojamiento en la provincia. En Bariloche este porcentaje desciende al 73%, lo que sigue siendo muy alto.

Cuadro actualizado de categorización de alojamientos

	Total plazas	Hot * (plazas)	Hot ** (plazas)	Hot *** (plazas)	Hot **** (plazas)	Hot ***** (plazas)	Otros
Bariloche	17575	4508	2440	1998	1455	1313	5861
El Bolsón	1194	115	86	278	-	-	715
Viedma	300	-	150	150	-	-	0
Las Grutas	4700	-	-	-	-	-	4700
Total	23769	4623	2676	2426	1455	1313	11276
% de Particip.	100.00	19.45	11.26	10.21	6.12	5.52	47.44

Fuente: elaboración propia en base a informaciones oficiales.

* Proyectos e inversiones realizados y en curso

Hotelería

\$ 5.000.000 (sin financiamiento público).

Inversiones públicas

\$ 34.000.000 (camino de la costa 170 km).

*** Aspectos jurídicos⁶**

Si bien la Constitución de la Provincia no contiene cláusulas específicas sobre el turismo, protege los recursos naturales propendiendo a una explotación racional, así como la defensa del medio ambiente.

Asimismo, un aspecto interesante de destacar es no sólo la organización del territorio en regiones, cuya base han de ser los municipios, sino la consideración de la provincia como parte de la Región Patagónica, a cuyo efecto se promueve la coordinación de políticas y planes con otras provincias.

Sin embargo, aún cuando no previsto específicamente a nivel constitucional, el tema turístico tiene rango ministerial, con amplias funciones que abarcan todo el espectro del fomento y promoción del turismo como actividad de profundos impactos sociales, económicos y medio ambientales.

La provincia cuenta con varios municipios turísticos, cuyas Cartas Orgánicas prevén específicamente la materia turística como punto neurálgico de su actividad asumiendo, entre otras, la actividad de categorizar, controlar y sancionar a las empresas prestadoras de servicios turísticos.

En cuanto al régimen de la actividad hotelera, su normativa no difiere de la vigente a nivel nacional y en otras provincias.

Cuenta con un procedimiento particular de aprobación de inmuebles regidos por el sistema de condominio y tiempo compartido y en fecha reciente se ha sancionado una ley que rige el funcionamiento de los campamentos turísticos que se instalen en la provincia.

El ejercicio profesional del turismo también se encuentra regulado, existiendo un Colegio de Profesionales Turísticos de la Provincia, que deberán matricularse para ejercer su actividad, quedando sometidos a un Tribunal de Ética.

El transporte turístico goza también de una regulación específica.

La provincia cuenta con abundante y relativamente reciente legislación ambiental y tiene regulada la caza y pesca deportiva.

⁶ Para mayor información consultar "Aspectos jurídico-institucionales y operativos del Turismo Patagónico", Informe Final, CFI.

Corredores Turísticos

CORREDORES TURISTICOS

SUBREGIONES

■ CAPITAL PROVINCIAL

■ POLOS TURISTICOS ZONALES

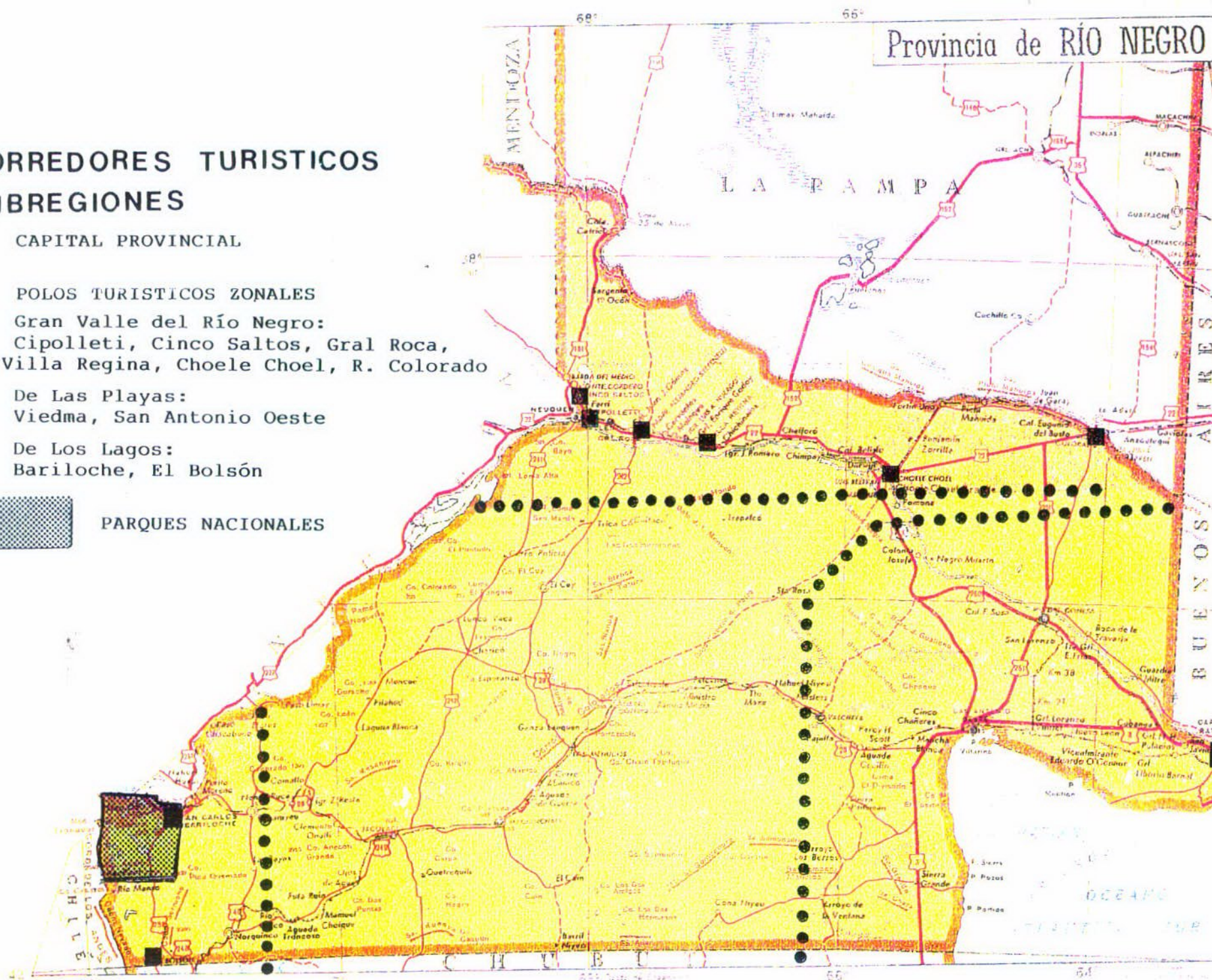
Gran Valle del Río Negro:
Cipolletti, Cinco Saltos, Gral Roca,
Villa Regina, Choele Choel, R. Colorado

De Las Playas:
Viedma, San Antonio Oeste

De Los Lagos:
Bariloche, El Bolsón



PARQUES NACIONALES



4. SANTA CRUZ

* Elementos territoriales

En base a las características paisajísticas y la oferta natural de interés turístico, la provincia ha zonificado su territorio en tres "Comarcas": Comarca Costera, C. Central y C. Cordillerana. La **C. Costera** se extiende espacialmente a lo largo de la franja marítima provincial; la **C. Central** abarca la zona norte de la provincia, donde la existencia del "bosque petrificado" ha motivado justificadamente la calificación de Monumento Natural, también es el área de mayor ubicación de estancias volcadas a la actividad turística; y finalmente la tercer Comarca (**C.Cordillerana**) que se extiende abarcando el Parque Nacional Perito Moreno y el P.N. Los Glaciares, zonas por excelencia de glaciares, lagos (entre ellos Vonsem, Belgrano, Azara, Burmeister, y Lago Argentino), ríos de montaña, y bosques a veces impenetrables.

A la vez, la Provincia ha definido **cuatro circuitos turísticos** enlazando atractivos territorialmente vinculados. Son ellos:

. Circuito turístico zona sur-oeste: en el cual **Río Turbio** es el centro base para las prestaciones de servicios, además de ofertar algunos atractivos propios tanto en la ciudad como en sus alrededores. Asimismo **tres pasos fronterizos cercanos** (la localidad La Laurita -45 kms-, Cancha Carrera -47 kms.- y Mina Uno -6 kms.-) **podrían facilitar la integración de circuitos turísticos con Chile.**

La zona de entorno cuenta con sitios para la práctica de deportes invernales, el centro de esquí, Valdelen (a 5 kms. de R. T.) está incluido en la "Guía de la Nieve" que se publica en español, inglés y portugués y describe los 20 sitios para la práctica de esquí que oferta el país desde Mendoza a Tierra del Fuego.

A Río Turbio se puede acceder desde Río Gallegos por vía aérea (hay aeropuerto en 28 de Noviembre, aproximadamente a 10 km de R.T.) y por líneas regulares de ómnibus a través de la RN 40. También existe un ramal ferroviario que tiene por función principal trasladar el carbón extraído en los yacimientos, pero dado que pertenece a una empresa privada y está afectado a las actividades de la misma, sólo eventualmente lleva pasajeros. El mayor atractivo de este Circuito se centraliza en la zona de El Calafate; esta localidad está emplazada sobre el Lago Argentino y de hecho es la puerta de entrada al Glaciar Perito Moreno, atracción turística de renombre internacional. El Calafate (algo más de 3.100 hab. s/Cenco de Pobl./91) se vincula por ruta asfaltada (RP.5) a Río Gallegos de la que dista 316 kms. Operan medios de transporte terrestre y aéreo desde la capital

provincial, además de enlaces aéreos intra-regionales; si bien el aeropuerto local (Lago Argentino) no reúne las condiciones operativas, en extensión de pista e instalaciones, que requiere la jerarquía de atracción del sitio; tema de recurrentes reclamos por parte de los operadores turísticos.

También en el área zonal de El Calafate se encuentran en actividad cinco "estancias turísticas", como expresión de una línea emergente que se afirma en su desarrollo.

Entre los destinos de excursión con partida desde El Calafate a puntos de atractivo permanente (Lago Roca, Cerro Fitz Roy, Laguna Torre, Lago del Desierto, etc.) se ubica la visita al Chalten, pequeña localidad situada en el extremo norte del Parque Nacional Los Glaciares. La evolución de la afluencia turística hacia este destino indica cifras en ascenso en las últimas temporadas, de acuerdo a las estadísticas de la Intendencia del Parque.

. **Circuito Centro-Oeste:** abarca el área geográfica central y N.O. de la provincia en la que se extiende el **Parque Nacional Perito Moreno**, en la región montañosa-lacustre cordillerana. En la zona de la Reserva del parque se encuentra la Estancia turística La Oriental, aproximadamente a 1 km. del lago Belgrano, uno de los atractivos lacustres más notorio del circuito.

El centro urbano base de las prestaciones de servicios turísticos es Gobernador Gregores (alrededor de 2.200 hab.), ubicado sobre la costa norte del río Chico. Es el punto de partida para excursiones zonales; a unos 55 kms. de esta pequeña localidad se encuentra otra estancia turística, "La Angostura", que mantiene su actividad todo el año.

. **Circuito zona norte:** se extiende desde la costa marítima hasta el límite con Chile. Sobre el Este abarca el área que circunda a Caleta Olivia, ubicada a 50 km. del límite con Chubut y en la mitad del Golfo San Jorge. Avanzando hacia el Oeste se incluye el circuito el Monumento Natural Bosque Petrificado (a 187 km. de Caleta Olivia) y la localidad de Perito Moreno (alrededor de 3.000 hab.) ubicada en el nacimiento del río Deseado y mirador natural de los atractivos del área de entorno; en las proximidades se encuentra el Cañadón del Pinturas, formación de enorme farallones con manifestaciones de arte rupestre de antigüedad milenaria que alcanza su máximo exponente en la Cueva de las Manos (declarado por ley nacional -Ley 24.225/93- monumento histórico nacional).

Los Lagos Posadas, Pueyrredón y del Furioso, asistidos por pequeños asentamientos, y Los Antiguos sobre la margen del Lago Buenos Aires, ya sobre el límite binacional, completan la oferta de atractivos del circuito.

. **Circuito turístico de la costa:** abarca el litoral marítimo de 965 km. de extensión que conforma el borde continental atlántico de la provincia. Las desembocaduras, de norte a

sur, de los ríos Deseado, Chico, Santa Cruz, Coyle y Río Gallegos dan lugar a los emplazamientos de los centros urbanos-portuarios de igual nombre. De ellos Puerto Deseado y Pto. Santa Cruz focalizan expectativas provinciales de desarrollo bajo lineamientos particularizados. En el caso de Santa Cruz se estudia la prefactibilidad del proyecto dirigido a convertirlo en destino de cruceros; y en lo concerniente a Pto. Deseado, la localidad ya centraliza la actividad turística en un área de influencia en la que se ubican atractivos de diferentes características, entre ellos varias de las áreas declaradas Reserva Natural por la Provincia.

Entre las localidades a consolidarse como centros prestadores de servicios de interés turístico se encuentran, hacia el sur, Pto. San Julián (5.326 hab. s/Censo '91) punto de partida de varias excursiones terrestres y marítimas por la Bahía de San Julián; Pto. Santa Cruz, emplazado en el amplio estuario que forma la desembocadura del Río homónimo y a 16 km. del puerto de aguas profundas Punta Quilla. En el tramo entre ambos puertos se desprende el desvío que lleva hasta la Pingüinera Punta Entrada, importante colonia de estas aves, a la que se agregan en la misma zona hacia el sur, la Pingüinera y Lobería de Monte León, que a la presencia de las colonias faunísticas expone la formación de numerosas grutas que dan al sitio un alto valor escénico.

Cerca de la desembocadura del río Santa Cruz, en el estuario que conforma con el río Chico, se ubica el histórico asentamiento Cmte. Luis Piedrabuena. A sólo 200 m. de esta localidad pasa la RN 3 que empalma con las rutas provinciales que encauzan las conexiones con El Calafate y Gobernador Gregores y en esta forma posibilitan la integración vial de los 4 circuitos provinciales turísticos.

*** Indicadores económicos**

Como antes se mencionó, la principal atracción turística de la provincia para los extranjeros es el Glaciar Perito Moreno. Existen otros atractivos como el Glaciar Upsala, la Laguna del Desierto, las cuevas de Arte Rupestre en Perito Moreno, etc. Para el turismo interno además hay algunos lugares de la costa como San Julián y Puerto Deseado que son de interés.

La cantidad de plazas hoteleras en el total de la provincia asciende a 3.070 y se logró en 1994 una ocupación promedio anual del 37,19%. Sólo Perito Moreno y San Julián tiene buenas ocupaciones hoteleras. El Calafate sólo tiene el 32,39% de ocupación promedio anual.

La provincia recibió en 1994, 101.988 turistas de los cuales El Calafate, la base operativa del Glaciar Perito Moreno, recibió 58.855. De esa cantidad 34,73 % son

extranjeros, en su mayoría europeos aunque ya empezaron a visitar la región los norteamericanos y algunos japoneses.

En total visitaron la provincia 28.142 turistas extranjeros de los cuales 22.541 fueron a El Calafate es decir el 80 % del total que visita la provincia.

Santa Cruz no tiene ningún hotel de 5 estrellas, y el 73,7 % de los hoteles y alojamientos son hasta 2 estrellas.

Se está desarrollando en esta provincia ,con particular organización, el turismo de estancias. Se han computado varios establecimientos ya organizados, están localizados en varios lugares de la provincia y en general ofrecen agroturismo, turismo de aventura y programas de caza y pesca. La hotelería en estos lugares en general es buena y de interés para turismo extranjero; a esta modalidad se hará referencia "infra".

Cuadro actualizado de categorización de alojamientos

	Total plazas	Hot * (plazas)	Hot ** (plazas)	Hot *** (plazas)	Hot **** (plazas)	Hot ***** (plazas)	Otros
Calafate	1512	89	342	310	293	-	478
El Chalten	146	-	-	-	-	-	146
Río Gallegos	708	73	140	203	-	-	292
San Julián	139	-	66	-	-	-	73
Perito Moreno	129	104	-	-	-	-	25
Puerto Descado	152	-	76	-	-	-	76
Gdor. Gregores	48	-	-	-	-	-	48
Pto. Sta. Cruz	34	-	34	-	-	-	0
Yac. Río Turbio	142	-	52	-	-	-	90
Los Antiguos	60	-	-	-	-	-	60
Total	3070	266	710	513	293	0	1288
% de Particip.	100.00	8.66	23.13	16.71	9.54	0.00	41.95

Fuente: elaboración propia en base a informaciones oficiales.

*** Proyectos e inversiones realizados y en curso**

. "Turismo de estancias":

Al igual que en Tierra del Fuego, aunque en la isla es una política asumida como línea, en Santa Cruz las "estancias turísticas" se presentan como una alternativa promisorio, con origen circunstancial.

En 1991, cuando el volcán Hudson cubrió gran parte de los campos con un manto de cenizas que el viento tardó más de tres meses en arrastrar, surgió la idea como pionera en una de las estancias azotadas. Un cartel en la ruta 40 anunció la oferta turística y los 6 ó 7 visitantes de ese verano (1992) se convirtieron en 470 la última temporada. Otras treinta estancias en la Provincia se han encaminado en la misma orientación sin dejar por ello su actividad ganadera. Los resultados no son sólo alentadores en Santa Cruz sino que la apertura de estancias privadas al turismo, también se va manifestando en otras provincias con parecidas respuestas promisorias.

En Santa Cruz los estancieros han encarado acciones tendientes a la organización de un "consorcio" que les permita coordinar esfuerzos, entre ellos la promoción y divulgación de la información; en este último aspecto colabora la gestión provincial, a través de la Casa de Santa Cruz en la Capital Federal y de la Subsecretaría de Turismo de la Provincia. Pero sin duda el esfuerzo de mayor necesidad, a lograr tal vez con la coparticipación permanente de inversiones públicas y privadas, es el que debe orientarse hacia la infraestructura de accesos camineros.

Cabe señalar que actualmente dentro de las políticas turísticas de la Provincia figura como "Proyecto" en curso de ejecución, la realización de la obra básica de enripiado, y el mantenimiento permanente, de accesos a las "estancias turísticas".

. Proyecto Ferrocarril Bioceánico:

En el marco de la línea de "Desarrollo y consolidación de los productos turísticos provinciales" que involucra a su vez el Programa Tres Grandes Lagos, dirigido al área territorial en la que se ubican los lagos Argentino, Viedma y San Martín, se encuentra incluido como proyecto de infraestructura de alto impacto económico el tendido del Ferrocarril Bioceánico; que tendría como terminales Pto. Deseado en la Argentina y Pto. Aisén en la República de Chile, a partir del ramal ferroviario existente entre Pto. Deseado-Las Heras. El proyecto se encuentra en etapa de estudio de prefactibilidad a través de un

convenio firmado con la Fundación Argentina de Ferrocarriles, estudio que deberá considerar la extensión del ramal ferroviario hasta territorio trasandino y llegada al Pacífico, bajo un enfoque geográfico-económico de "corredor ferroviario bioceánico". Figura como área responsable el Ministerio de Economía y Obras Públicas de la Provincia.

La extensión ferroviaria prevista también establecería vinculación con Caleta Olivia y la zona franca proyectada en esta localización.

. Puerto Santa Cruz: destino de cruceros.

Dentro del mismo Programa que considera el Proyecto Ferroviario Bioceánico, la Provincia incluye también el análisis de prefactibilidad para llevar adelante el proyecto de dotar de la infraestructura portuaria necesaria al Pto. de Santa Cruz para su operabilidad como destino alternativo en los viajes de cruceros, que en la actualidad sólo hacen escalas en Pto. Madryn (ocasionalmente) y en vía regular en el Pto. de Ushuaía, en el tránsito turístico hacia la Antártida. Este proyecto implicaría en su proyección de efectos, que la pequeña localidad de Pto. Santa Cruz asumiría un rol funcional de centro de servicios acorde a los nuevos requerimientos. Este proyecto, que al igual que el anterior tendría un impacto macro-zonal significativo, tiene como área responsable a la Subsecretaría de Turismo de la Provincia.

Inversiones privadas Santa Cruz

El Calafate	
Hoteles	4.620.000
Hospedajes	1.509.300
Estancias turísticas	67.200
Elaboración embutidos	19.220
Fab. Art. Madera	28.800
Fab. Pastas	18.484
Fab. Soda	13.930
Fab. Chocolates	15.000
Transp. Meypa	25.000
Subtotal	6.316.934
Perito Moreno	
Hotel Austral	1.720.000
Parrilla Casablanca	149.000
Transportes Betty	25.000
Residencial American	25.000
Subtotal	1.919.000
Puerto Deseado	
Transportes	100.000
Puerto San Julián	
Hotel Bahía San Julián	1.400.000
Residencial SADA	46.040
El Alamo	94.742
Lancha Excursión Náut.	16.000
Restaurante Stop	15.000
Subtotal	1.571.782
Total inversiones Santa Cruz	
Total Hoteles	9.482.282
Total Alimentación	230.634
Total Transporte	166.000
Otros	28.800
Total Inversiones Privadas	9.907.716
Inversión Pública	5.740.000

Financiación otorgada

Privada	Créditos	% s/total
\$ 9.907.716	\$ 3.836.945	38 %

*** Aspectos jurídicos⁷**

La Constitución de la Provincia no contiene normas que se refieran específicamente al turismo.

No obstante, dentro del Ministerio de Economía y dependiendo de la Secretaría de la Producción, se encuentra la Subsecretaría de Turismo, la que, como puede advertirse por su situación orgánica, parte de la concepción del turismo como actividad esencialmente económica para el desarrollo provincial.

La regulación del turismo proviene de una normativa vigente desde el año 1976, que la declara de interés prioritario para la Provincia.

La actividad hotelera, al igual que lo que acontece en las demás provincias se encuentra reglada por normas del año 1980, que adoptan clasificaciones uniformes con el resto.

La Provincia ha regulado la caza y la pesca deportiva; asimismo una ley especial se refiere a los parques, reservas y monumentos naturales provinciales, a la que se agrega la reciente normativa protectora del patrimonio cultural y natural de la Provincia.

⁷ Para mayor información consultar "Aspectos jurídico-institucionales y operativos del Turismo patagónico", Informe Final, CFI.

Corredores Turísticos

Provincia de SANTA CRUZ

CORREDORES TURISTICOS

SUBREGIONES



5. TIERRA DEL FUEGO, ANTARTIDA E ISLAS DEL ATLANTICO SUR

*** Elementos territoriales**

En esta provincia su capital, Ushuaia, considerada la ciudad más austral del mundo, focaliza el movimiento de una corriente turística que accede a este destino ó escala de viaje atraído por la excelencia natural del área y/o el acceso a la travesía antártica. Responder adecuadamente a un rol urbano-turístico de ciudad prestadora de servicios con niveles que puedan responder a los requerimientos propios de un turismo que es promovido a escalas nacional e internacional, implicará, tanto para operadores como para los organismos provinciales y municipales acciones tendientes a perfeccionar la oferta de servicios prácticamente en toda la gama de prestaciones.

En el aspecto de excursiones la oferta es amplia y se orienta, por vías de navegación y/o desplazamientos terrestres hacia sitios ubicados en los alrededores de la ciudad: Parque Nacional, (25 Km.), Lago Escondido (60 km.), Lago Fagnano (100 km.) Lago Yehuim, Cabo San Pablo, estancias Haberton y Ma. Behety, etc. y las áreas de esquí, que abarcan 7 puntos para la práctica de este deporte -Las Cotorras, Tierra Mayor, Valle de los Huskies, Haruwen, Glaciar Martial, Club Andino Ushuaia y Pista F. Jerman.

A los sitios de interés mencionados se suman las áreas geográficas involucradas en el macro-proyecto "Corazón de la Isla", que se trata más adelante.

*** Indicadores económicos**

Esta provincia recibe 55738 turistas por año (1994) y está en un interesante proceso de crecimiento. Es la provincia que cuenta con el 63 % de hoteles de 3, 4 y 5 estrellas. En total tiene 1703 plazas y un % de ocupación hotelera anual promedio de 23,11 %.

Adicionalmente a ello recibe el 53,13 % del total en calidad de turistas extranjeros y exportan 22,3 millones de dólares en materia de turismo receptivo.

Sin duda es una operación anual decididamente en crecimiento, que ahora verá favorecida ampliamente con la inauguración del aeropuerto que permite bajar aviones grandes de 350 pax lo que la va integrar al turismo transpolar.

Uno de los problemas que debe resolverse es el de ofrecer alguna atracción adicional a las existentes ya que la estadía promedio apenas alcanza al día de duración, en especial porque la visitas están ligadas en una buena proporción con los turistas que llegan

vía los cruceros. Sin embargo lo importante es incrementar las atracciones para que el crucerista e incluso el pasajero aéreo tenga interés en quedarse un día más.

Cuadro actualizado de categorización de alojamientos

	Total plazas	Hot * (plazas)	Hot ** (plazas)	Hot *** (plazas)	Hot **** (plazas)	Hot ***** (plazas)	Otros
Ushuaia	1703	100	70	309	559	206	459
Porcentaje	100.00	5.87	4.11	18.14	32.82	12.10	26.95
En construcción	534				352	112	
En proyecto	114				114		

Fuente: elaboración propia en base a informaciones oficiales.

*** Proyectos e inversiones realizados y en curso**

. **"Plan de Desarrollo Turístico de Tolhuin-Yehuín-Río Valdez y Zona Rural"**: Este plan zonal es un ambicioso proyecto enmarcado en el objetivo de la creación del Parque Natural Corazón de Tierra del Fuego. Este macro-proyecto conocido como "Corazón de la Isla", no tiene límites geográficos precisos si bien su núcleo central abarca el eje virtual que se extiende a través de las Termas del Valdez; del Lago Fagnano; Tolhuin, como centro de servicios, el Lago Yehuín, y la zona rural y cuencas hídricas circundantes.

Las principales **propuestas de motivación turística** que involucra el plan son las siguientes:

. La creación del **Parque Natural Corazón de Tierra del Fuego**", en principio a conformar por el área de la estancia Carmen, el bosque nativo de la estancia Los Cerros, y zonas adyacentes a los lagos Yehuín, Chepelmuth, Yakush, y otros.

. Definición de un **"Circuito de Estancias"** y de un **Circuito histórico y antropológico** que se extenderá sobre la zona central de la Isla, en base a un inventario valorativo que se prevé realizar.

. Producción artesanal de insumos agro-turísticos. Este segmento es sin duda uno de los rubros más promisorio y de interés de la oferta turística a promover, ya que se vincula directamente con el abastecimiento de insumos naturales aplicables a la gastronomía local, susceptibles de ser producidos en viveros, huertas, invernaderos, etc. Una nueva gastronomía a través de productos de mar, cordero y otros recursos autóctonos constituye una fuente de actividades hasta ahora dejada de lado. La tramitación de líneas de crédito especiales orientada a apoyar este rubro está ya siendo encarada, y su implementación y aplicación regular facilitará sin duda el despegue de esta promisoriosa línea de acción.

. Termalismo: Desde abril/91, en que se realizó una evaluación preliminar en la zona de las termas de Río Valdez, a fin de determinar características y correcta ubicación, se continúa avanzando en el reconocimiento de recursos geotérmicos en la región centro-sur de la Isla. Actualmente se han detectado las áreas más promisorias que permitirían, en exploraciones sub-siguientes la perforación de pozos de exploración. Las Termas de Río Valdez se ubican en el extremo S.O. del Lago Fagnano a 12 kms. de la RN 3, y las manifestaciones comprenden fuentes de aguas termales y emanaciones gaseosas que se localizan y distribuyen en trece vertientes.

Las posibilidades de fácil accesibilidad, y los recursos del reservorio natural bajo estudio, permiten prever un desarrollo futuro, susceptible de dar pie a una actividad turística sostenida con inversiones privadas y apoyo provincial.

. Pesca deportiva: Se la evalúa como una posibilidad de desarrollo potencial, en la que ya se dan emprendimientos privados orientados a su explotación. Sin embargo se considera que habrá que modificar conductas y hábitos arraigados de la comunidad que atentan en el presente contra esta línea de actividad, y que requieren conseguir cambios profundos para lograr consenso y aceptación.

. Ushuaia: "Puerta de entrada a la Antártida"

La afluencia turística a la Antártida vía Ushuaia es monitoreada en las últimas temporadas a través de la labor de la Oficina Antártica, creada en el Instituto Fueguino de Turismo en Set./92 a efectos de sistematizar toda la información referida a las operaciones de turismo marítimo hacia este destino. Hasta este momento era escasa la información sobre turismo antártico y las investigaciones realizadas en estos últimos años evidencian una tendencia notoriamente creciente.

En la última temporada se realizaron cambios en el sistema de monitoreo, fundamentalmente a fin de cooperar con el proyecto IDAI (International Database on Antarctic Tourism) que apunta a la creación de una base de datos internacional sobre turismo antártico. El IDAT es coordinado por el instituto ICAIR de Nueva Zelanda y apoyado por los gobiernos de Estados Unidos, Gran Bretaña, Nueva Zelanda, Alemania, Países Bajos y otros.

En función de esta cooperación se decidió focalizar el programa de monitoreo en el concepto de "Ushuaia, puerta de entrada a la Antártida", priorizando datos relativos al flujo de buques y pasajeros a través del puerto de Ushuaia antes que la información sobre del área antártica.

A fin de ordenar los registros se han dividido los viajes en tres categorías:

- . **locales:** cuando se inician y terminan en Ushuaía, lo cual significa que los pasajeros pasan dos veces por este puerto.
- . **semi-locales:** cuando los viajes se inician o terminan en Ushuaia, alternando este puerto con otro.
- . **en tránsito:** aquellos viajes que no se inician o terminan en Ushuaia, sino que tienen sólo una escala en este puerto al ir o regresar de la Antártida.

El cuadro que se transcribe ha sido elaborado por el IN.FUE.TUR y sintetiza el movimiento de buques en las tres categorías en la temporada 1994-95.

Viajes	Nº y %	Operac. %	Pasajeros %
Locales	59 (70)	63 (80)	3.730 (51)
Semi-locales	22 (26)	13 (16)	2.142 (29)
En tránsito	3 (4)	3 (4)	1.453 (20)
Totales	84	79	7.325 (100)

Los valores numéricos y porcentuales indican un predominio neto de la modalidad "local" no sólo en viajes sino también en cantidad de pasajeros y en las operaciones portuarias involucradas. Durante la última temporada también arribaron a Ushuaia 871 personas en funciones de prestaciones de servicios como operadores que desarrollaron a bordo tareas de jefes de expedición, guías, conferencistas, encargados de hotel ó de bar, etc. en una proporción aproximada de 12 % del pasaje.

Si desde otro ángulo, se compara la cantidad promedio de pasajeros que han participado en las distintas categorías de viaje en las tres últimas temporadas, las cifras registradas por la Oficina indican que el promedio de los contingentes que se embarcan en viajes locales ó semi-locales es bastante menor (inferior a 100 personas) que el pasaje embarcado en los viajes clasificados "en tránsito", generalmente comprendido entre los 300 y 500 viajeros. Los técnicos del organismo provincial consideran que las actuales limitaciones del aeropuerto de Ushuaia, que sólo admite el operar de aviones de menor porte, es un factor limitante para la organización de traslados de contingentes más numerosos.

Lo cierto es que se mantiene una neta tendencia en aumento, en el número de pasajeros que en los últimos diez años han pasado por Ushuaia en camino hacia la Antártida; al punto que se considera que el 71 % del turismo mundial ha utilizado Ushuaia como "puerta de entrada a la Antártida".

Como una reafirmación de esta tendencia, para la temporada 1995-96 habían comprometido su arribo 120 cruceros, movimiento bastante mayor que el de la temporada anterior, que ya había sido evaluada como una duplicación de la precedente.

Es habitual que los buques realicen varios cruceros por temporada, viajes que tienen una duración promedio que varía entre 9 y 16 noches a bordo. Los buques de menor porte suelen realizar mayor cantidad de viajes de menor duración promedio; e inversamente los más grandes. Por lo general el porcentaje de ocupación de los buques supera el 70 % hasta un máximo del 96 %. En cuanto a las banderas, los trece buques que operaron la temporada pasada fueron de cinco nacionalidades diferentes (6 de ellos de origen ruso), siendo lo habitual que los pasajeros se embarquen en distintos puertos de Europa.

La información monitoreada por el IN.FUE.TUR. y las expectativas provinciales que aspiran a que el puerto de Ushuaia resulte la puerta de entrada hacia la Antártida más activa del mundo, con tráfico superior al de otros puertos extranjeros, da lugar a una confianza fundada para que esta ciudad asuma ese rol ampliando funciones en aspecto de abastecimiento, investigaciones, servicios operativos, etc.

Coadyuva a la proyección turística de esta ciudad el proyecto de ley de "cielos abiertos hacia Ushuaia", declarado de interés patagónico por el Entre Reg. Patagonia Turística.

Inversiones públicas

Durante el año 1995, la Legislatura de la provincia autorizó al Poder Ejecutivo Provincial a gestionar créditos (nacionales o internacionales) con destino a diversos desarrollos vinculados directa o indirectamente con el turismo:

- Ley 216 - Se autoriza hasta un monto de \$ 5.000.000 para la realización de la obra "Provisión y montaje de los medios de elevación en el Cerro Krund".
- Ley 214 - Créditos para la construcción de la obra "Nuevo Puerto en Caleta La Misión", en la ciudad de Río Grande, hasta el monto que resulte de la adjudicación.
- Ley 228 - \$ 45.000.000 mediante la cesión en garantía de regalías hidro-carburíferas de la Provincia.
\$ 7.500.000 Municipalidad de Ushuaia.
\$ 7.500.000 Municipalidad de Río Grande.
\$ 30.000.000 Gobierno Provincial.
\$ 500.000 cesión del Gobierno Provincial a la Comuna de Tolhuin para obras de infraestructura y de desarrollo económico.

*** Aspectos jurídicos⁸**

La Constitución Provincial al definir las políticas especiales del Estado incluye a la actividad turística en todas sus formas como "fuente inagotable de recursos de relevante importancia para el progreso general".

Concordantemente, dentro de la organización ministerial es el Subsecretario de Economía quien asiste al Ministro respectivo en lo atinente al desarrollo turístico de la Provincia, asignándose a la Secretaría de Planeamiento, Ciencia y Tecnología la función de promover el turismo, en coordinación con el organismo específico.

⁸ Para mayor información, consultar "Aspectos jurídico-institucionales y operativos del Turismo Patagónico", Informe Final, CFI.

Asimismo, una de las primeras leyes que se sancionan después de la aprobación de la Constitución, es la de creación del Instituto Fueguino de Turismo (INFUETUR) como autoridad de aplicación de la normativa reguladora de la actividad turística.

Una de las iniciativas interesantes del INFUETUR ha sido la constitución de la Oficina Antártica ya que es política de dicho organismo "consolidar a Ushuaia como vértice logístico y funcional de proyección antártica".

La Constitución atribuye asimismo a los Municipios el poder de policía en materia turística, sin embargo, el rol que cumple el Municipio de Ushuaia en el tema, es de mayor extensión ya que cuenta con una Dirección de Turismo que brinda un servicio de promoción e información turística orientado a adecuar la oferta a la demanda.

Además de la normativa específica relativa a alojamientos turísticos, la provincia tiene regulados los denominados "albergues turísticos" que se caracterizan por compartir el uso de las habitaciones y sanitarios, aún cuando no vinculados con el uso de viviendas.

La profesión de Guía de Turismo se encuentra reglamentada asimismo y su ejercicio fiscalizado por el INFUETUR.

También en el año 1994 se ha aprobado un reglamento para el transporte automotor para el turismo.

La preservación del medio ambiente de los ecosistemas configura una política del Estado explicitada a nivel constitucional.

La ley respectiva adopta en la especie el concepto de sustentabilidad ambiental para todas las actividades a realizarse en su territorio, obligándose a la presentación de estudios de evaluación de impacto ambiental para las acciones o proyectos degradantes o que puedan degradar el ambiente, entre otros, los de carácter turístico.

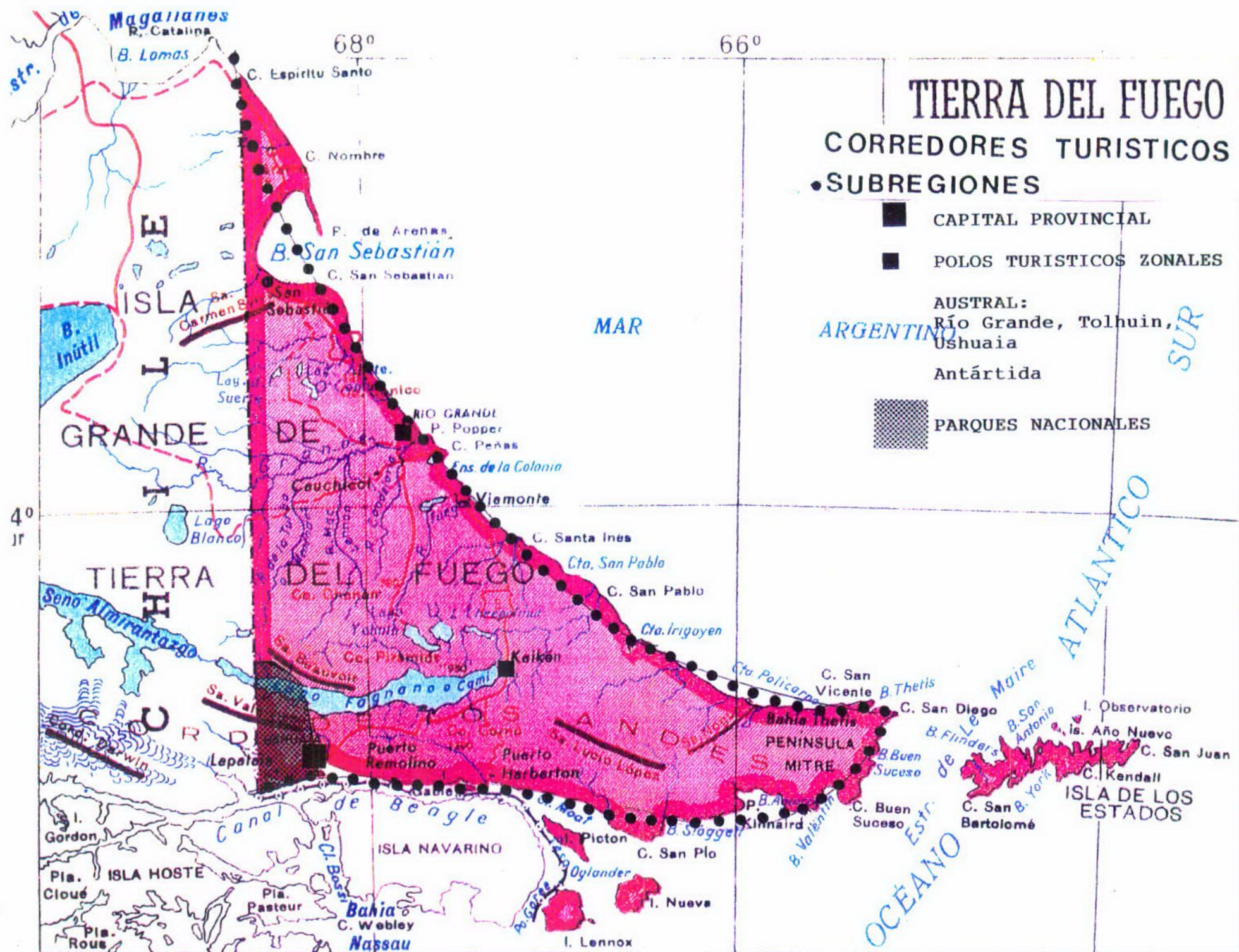
Corredores Turísticos

• SUBREGIONES

POLOS TURISTICOS ZONALES

Antártida

PARQUES NACIONALES



CAPITULO III

ASPECTOS CRITICOS DEL DESARROLLO TURISTICO PATAGONICO

Se ha efectuado una clasificación según se trate de problemáticas regionales, provinciales o locales.

1. NIVEL REGIONAL

1.1. Accesibilidad y comunicaciones

Este tema aparece en la Región como una restricción sin cuya prioritaria atención resulta prácticamente imposible llevar a cabo una acción sistemática tendiente a lograr un crecimiento del sector. Obviamente, su importancia no sólo se relaciona con el turismo, sino con el resto de las actividades económicas y con la integración de la Patagonia con el resto del país e intrarregionalmente.

Este último aspecto, la integración intrarregional, es el más crítico y resulta fundamental para el ofrecimiento de paquetes turísticos que propongan circuitos integrados y permitan una mayor permanencia de los turistas en la Región.

La accesibilidad supone resolver el problema vial y el del transporte aéreo; este último es vital en una zona cuyas características climatológicas y las grandes distancias lo hacen un medio imprescindible.

*** Infraestructura carretera y proyectos viales**

Aún cuando hay importantes programas de obras en ejecución con intervención de la Dirección de Vialidad Nacional y las de Vialidad provinciales, apoyados en su implementación con el financiamiento externo, las comunicaciones carreteras en el país, y principalmente en la región patagónica, están sujetas en muchas zonas vitales a las intemperancias climáticas cuando la nieve, o las lluvias estivales, interrumpen la transitabilidad de caminos de tierra o escasamente consolidados que suelen requerir las obras de ingeniería que se realizan sólo al encararse la pavimentación. Si este problema es de vieja data y se avanza lentamente en casi todas las regiones del país, se vuelve trascendental en algunas zonas australes de la Patagonia. En el invierno del '95, todo el país conoció las dramáticas situaciones de aislamiento a las que estuvieron sometidas algunas poblaciones del extremo sur patagónico; especialmente las localidades 28 de Noviembre y Río Turbio, vinculada esta última a la capital provincial santacruceña, Río Gallegos, a través de 280 kilómetros de la ruta nacional 40, que en este largo tramo es de ripio.

Pese a los intentos de los equipos viales para normalizar la transitabilidad y accesibilidad a las poblaciones afectadas, Río Turbio quedó aislada por varios días y sus habitantes debieron ser abastecidos por una caravana de camiones que sólo logró llegar por la ruta que la une a la localidad chilena de Punta Arenas a través del paso fronterizo La Laurita.

Pese a que nevaba con parecida intensidad del otro lado de la cordillera, el camino chileno hasta la frontera, que es angosto, de una sola mano de tres metros- no estaba bloqueado y pudo mantenerse abierto por su condición de pavimentado. Si bien con nevadas excepcionales también una ruta asfaltada o pavimentada puede quedar bloqueada, y así incluso sucedió por horas con la ruta nacional 3 también en Santa Cruz, es mucho más fácil reabrir un camino con las máquinas barrenieve cuando es pavimentado que si es de ripio; lo cual forma como una condición clave la terminación de asfalto de hormigón en lugar del ripio o tierra, ya que el pavimento facilita, luego de una nevada intensa, sacar la nieve acumulada con las máquinas viales apropiadas y mantener abierta una ruta incluso entre paredes de hielo. Cuando la nieve se licúa el pavimento recupera sus condiciones anteriores, mientras que en caminos de ripio o tierra el deshielo deja un lodazal que prolonga la intransitabilidad.

• **Red carretera regional:** Componen la trama principal de la red de caminos patagónicos, en el sentido direccional N-S: las ya citadas RN3, que bordea el litoral atlántico y la RN40 sobre el Oeste en traza casi paralela al límite cordillerano. En el sentido opuesto

la **RN22 (pavimentada)** vincula Bahía Blanca con Neuquén cruzando el valle del Río Negro y la **RN237 (pavimentada)** permite el enlace Neuquén-Bariloche y el acceso al Parque Nacional de Nahuel Huapi. En cambio **otra ruta nacional importante en la trama general de la región y especialmente en la red turística, la RN258** que comunica a Bariloche con Esquel, ve demorada la ejecución completa de las obras de pavimentación. En la provincia de **Chubut**, la **ruta provincial 25** es factible para uno de los posibles corredores bioceánicos, y **vincula a Rawson, la capital provincial, con Esquel; continúa su traza hasta la RN40 y a través de la ruta 259 facilita la comunicación con Trevelín, el área de Futaleufú, y el acceso al límite binacional con Chile.**

En la provincia de **Santa Cruz**, tramos alternos de pavimento y caminos enripiados componen una **vía transversal que enlaza Puerto Deseado y Caleta Olivia**, ubicadas sobre la costa -rutas 281 y 12 respectivamente- con la **RP43, que cruza el territorio de la provincia hasta Los Antiguos y el Lago Buenos Aires**, en la zona lacustre cordillerana; más al sur, la **RN40 comunica a Río Gallegos, capital provincial, con Río Turbio y a través de los pasos andinos La Laurita e Integración Austral, el ingreso al territorio chileno**, y ya a través de las rutas de este país el acceso a las ciudades de Puerto Natales y Punta Arenas. Desde esta última localidad chilena, con un cruce por ferry, es posible el acceso por vía terrestre al territorio argentino de la Isla de Tierra del Fuego.

Volviendo a los dos grandes ejes longitudinales, la **RN3** en el presente está totalmente pavimentada en su recorrido patagónico continental, mientras que en **Tierra del Fuego**, desde el norte, el **pavimento llega hasta Tolhuin**, aproximadamente a medio camino entre Río Grande y Ushuaia, y el resto es aún de ripio. Con respecto a la RN40 ya se ha comentado su condición actual, aunque cabe agregar algo más.

Para el presidente de la Asociación Argentina de Carreteras, la ruta cordillerana 40 encabeza las prioridades de obras de pavimentación a ejecutar, especialmente en los tramos afectados por las nevadas patagónicas. En el mismo nivel de prioridades se ubica la pavimentación de algunos pasos andinos patagónicos, por ejemplo Puyehue (actualmente Cardenal Samoré) que presenta buenas aptitudes de accesibilidad permanente para facilitar la integración con Chile, no sólo económica-comercial, sino también en el aspecto turístico.

Pero la excepcionalidad de las nevadas del '95 en el sur patagónico, tuvo además un efecto imprevisto positivo pues impulsó un acuerdo entre el gobernador de la provincia de Santa Cruz y el Presidente de la Nación, para financiar en conjunto la pavimentación de la ruta nacional 40 en importantes tramos dentro del territorio de esta provincia. El gobernador provincial declaró al periodismo que ni bien firmado el acuerdo se comenzaría

a trabajar en el tramo que une Río Gallegos con Río Turbio, previéndose una inversión inicial de 10 millones de dólares.

Esta obra de pavimentación en el tramo señalado, significaría un cambio sustancial no sólo para la accesibilidad terrestre permanente a enclaves turísticos cordilleranos, tales como El Calafate, sino también para implementar una vinculación turística Río Gallegos-Río Turbio-Punta Arenas-Torres del Paine; y además cambiar todo el perfil económico de la región de Río Turbio. Continuar la pavimentación de la RN 40 en una escala macro-regional facilitará asimismo la integración de la Patagonia con las restantes regiones andinas del país en intercambios turísticos y socioeconómicos diversos.

Indudablemente la pavimentación de grandes ejes carreteros es una inversión de alto costo, ya que se estima que cada kilómetro de pavimento puede costar entre 100 y 400 mil dólares, según las dificultades topográficas, tipo de terreno y terminación de la superficie de rodado en asfalto u hormigón. Pero en las provincias patagónicas en ciertos tramos de la red caminera la pavimentación significaría un cambio de especial trascendencia no sólo para la transitabilidad con fines turísticos sino también para acrecentar el comercio regional. Las obras viales de pavimentación deberían contemplar incluso la ampliación de rutas que podrían resultar angostas, en un futuro no lejano, para el porte de los omnibus y vehículos de transporte de carga actuales (situación que ya se percibe en la RN22). Diversos proyectos que atañen a la comunicación vial en la región patagónica, y a la integración con Chile en pasos ubicados en esta región, algunos en ejecución y otros a realizar, están contenidos en el "Plan Quinquenal - Argentina en Crecimiento", presentado y publicado por el Poder Ejecutivo Nacional en el mes de Mayo de 1995.

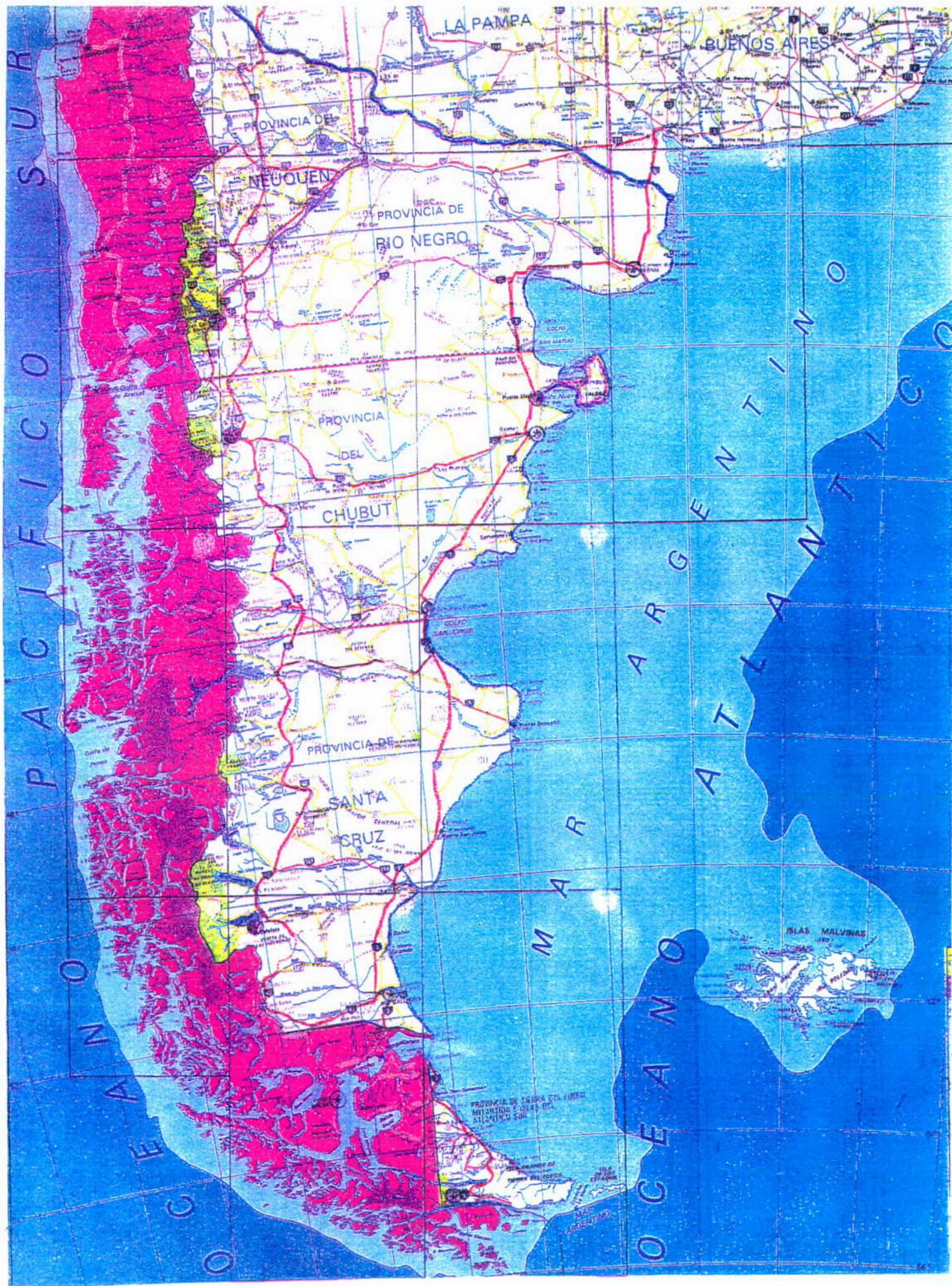
En la información allí detallada, en el "Proyecto Ruta Nacional 40", las inversiones abarcan trabajos viales a realizar en las provincias de Catamarca, Chubut, Jujuy, La Rioja, Mendoza, Neuquén, Salta, San Juan, Santa Cruz y Tucumán, por un total (en miles de pesos) de 152.608, monto que incluye lo ejecutado al 31/12/93 (miles de pesos 8.508).

Dentro de la inversión total así compuesta, las inversiones correspondientes para las provincias patagónicas son:

Neuquén	Pesos (en miles) 46.355
Chubut	8.504
Santa Cruz	4.200

Por lo cual Santa Cruz, en virtud del acuerdo Provincia-Nación comentado, podrá aplicar una inversión muy superior a lo previsto en el "Plan 1995-1999", y ampliar la ejecución de la obra vial hasta completar, deseablemente, la totalidad de la pavimentación de la RN40 en su territorio.

Rutas patagónicas



*** Infraestructura aeroportuaria y proyectos de inversiones**

Corresponde reiterar la referencia a las magnitudes físicas territoriales en Patagonia y a las distancias existentes entre los puntos de origen ó destino turístico y los centros principales de su sistema urbano, para valorizar la importancia de dotar a la región de una infraestructura aeroportuaria modernizada y ampliar un sistema interconectado de viajes aéreos de mayor cobertura geográfica de vinculaciones.

En el país se ha incrementado significativamente el movimiento de pasajeros por vía aérea en los últimos años; ya que hace 10 años ingresaron en el Aeroparque 3.738.000 personas y en 1993 aumentó a 4.056.000; en Ezeiza el aumento es mucho más notorio: 1.425.000 arribos en 1983 y 3.341.000 en 1993. En total en el año '93 tomado como referencia los aeropuertos del país movilizaron 13.000.000 de pasajeros. Estos incrementos se han reflejado en las recaudaciones y se estima que los ingresos aeroportuarios anuales alcanzan unos 150 millones de dólares.

El traspaso de los aeropuertos a operadores privados es un tema actual. Es una intención de las autoridades competentes entregar los aeropuertos en concesión de 15 ó 20 años y que quienes sean adjudicatarios de grandes aeropuertos también deban explotar uno ó dos aeroestaciones de menor importancia. En cierto momento la Fuerza Aérea, que ejerce la propiedad y control en la mayor parte de los aeropuertos del país, expresó como interrogante qué pasaría luego de las privatizaciones ya que expertos en la materia han explicado que la costosa inversión en infraestructura aeronáutica, y su mantenimiento, no difiere mucho en un aeropuerto grande que en uno menor.

Según análisis realizados en nuestro país, los aeropuertos rentables son aquellos que mueven más de un millón de pasajeros anuales. Y en esta condición sólo entran Ezeiza y Aeroparque. En un orden decreciente siguen: Córdoba, con alrededor de 698.000 pasajeros, y a mayor distancia un grupo que incluye a Mar del Plata (367.195); Río Gallegos (358.863); Mendoza (323.772); Rosario (264.949); Comodoro Rivadavia (263.893); Iguazú (263.694); Bariloche (255.514); Trelew (253.484) Bahía Blanca (247.236); y Neuquén (243.238). El resto está por debajo de los 200.000 pasajeros anuales.

Actualmente operan 58 aeropuertos con pistas pavimentadas de más de 1.500 metros de longitud.

Podría preverse que la habilitación del nuevo aeropuerto de Ushuaia, facilitará incluirlo en el grupo de aeropuertos de mayor movimiento anual a partir del presente año. En el extremo opuesto, como posición desfavorable entre las estaciones aéreas patagónicas se ubica el aeropuerto Lago Argentino, en El Calafate, en plena zona cordillerana de Santa Cruz, propiedad de la Fuerza Aérea, cuyas condiciones críticas es un tema recurrente en

los operadores turísticos, ya que si bien fue mejorado y cuenta ahora con una pista de hormigón, no reúne las condiciones suficientes para el movimiento aéreo que potencia la innegable atracción turística de este sitio. Agrava su situación el hecho que este aeropuerto no está incluido en las inversiones que en infraestructura aeroportuaria señala el "Plan Quinquenal 1995-99". Se transcriben los proyectos previstos.

NOMBRE DEL PROYECTO: Infraestructura de aeropuertos

Objetivos:

Dotar al país de un moderno sistema integrado de seguridad control y vigilancia del espacio aéreo.
Con tal finalidad se realizarán obras tendientes a:
.Mejorar la infraestructura aeroportuaria.
.Mejorar las instalaciones del sistema de comunicaciones.
.Renovar el instrumental meteorológico.

Descripción y justificación

El proyecto consiste en:

- . Mejoramiento de la infraestructura e instalaciones que incluyen según sea necesario las obras de: repavimentación de la plataforma y pista, instalación o reparación del sistema sanitario, construcción de servicios contra incendios, iluminación, señalamiento, instalación o reparación de alambrado, construcción de sistema cloacal y pluvial, reparación torre de control, balizamiento, reparación de aeroestaciones, entre otras.
- . Mejoramiento en el sistema de comunicaciones a fin de proporcionar al piloto información u orientación precisa, respecto de: distancia de aproximación y aterrizaje, ubicación en el mapa, condiciones meteorológicas, posibilidad de comunicación entre aeronaves, desviación de la trayectoria y radioayuda para la navegación de precisión.
- . Dotar de instrumentar y equipamiento meteorológico para equipar y renovar el existente.

INVERSION Y FINANCIAMIENTO (en miles)

COMPONENTES	INVERSION TOTAL
a) Ezeiza	\$ 29.880.-
b) Aeroparque	\$ 8.568.-
c) San Fernando	\$ 13.784.-
d) Mar del Plata	\$ 8.101.-
e) Bariloche	\$ 11.165.-
f) Córdoba	\$ 23.783.-
g) Mendoza	\$ 9.112.-
h) Iguazú	\$ 11.044.-
i) Río Gallegos	\$ 3.844.-
j) Río Cuarto	\$ 7.193.-
k) Comodoro Rivadavia	\$ 13.398.-
l) Villa Mercedes	\$ 4.838.-
m) Esquel	\$ 10.134.-
n) Tandil	\$ 3.910.-
ñ) La Rioja	\$ 1.000.-
o) Resistencia	\$ 7.709.-
p) Ushuaia	\$ 772.-
q) Neuquén	\$ 2.888.-
r) San Juan	\$ 1.373.-
s) Jujuy	\$ 2.549.-
t) Bahía Blanca	\$ 205.-
u) Tucumán	\$ 205.-
v) Rosario	\$ 205.-
w) Salta	\$ 422.-
x) Equipamiento Aeronáutico todo el país (año 1994)	\$ 24.678.-

TOTAL (incluye lo ejecutado al 31/12/93)	\$ 200.758.-

Estado de situación

Durante el año 1994 se ejecutaron obras de infraestructura en diversos aeropuertos por \$ 8.644 miles, y se realizó un equipamiento aeronáutico en todo el país por \$ 24.678 miles.

Etapas: Etapa Actual: PREFACTIBILIDAD Ubicación Geográfica: NACIONAL
Entidad Responsable: 45.23 EST. MAYOR GRAL. DE LA FUERZA AEREA

NOMBRE DEL PROYECTO: Reestructuración del Sistema Nacional de Aeropuertos-BIRF

Objetivos:

Los objetivos específicos del proyecto son:

- a) Desregular el Sistema Nacional de Aeropuertos (SNA) y sus servicios.
- b) Modernizar el SNA para lograr mayor competitividad.
- c) Incrementar la participación del sector privado en su administración y explotación, estableciendo para ello un nuevo marco regulatorio.

Descripción y Justificación

El préstamo proveería de fondos de asistencia técnica para la implementación de la reestructuración y privatización de los SNA. Estas reformas incluyen:

- a) Desarrollo de una estrategia para la reestructuración y privatización de los SNA.
- b) Reforma del marco legal e institucional y regulatoria.

Estado de situación

- . Se está remitiendo la Carta de Invitación, conjuntamente con los Términos de Referencia a la Lista Corta de consultores técnicos elegidos para asesorar al Gobierno Nacional en la elaboración de la estrategia de reestructuración.
- . Paralelamente, se encuentran en curso de elaboración los Términos de Referencia para el consultor jurídico, que será también seleccionado siguiendo los procedimientos del Banco Mundial.
- . El consultor técnico que resulte en definitiva designado comenzará su tarea en el mes de noviembre de 1994. El consultor jurídico lo hará a las 16 semanas de iniciada su labor por el primero.
- . La nueva estructura de administración y explotación del Sistema Nacional de Aeropuertos, así como su marco regulatorio, quedará concluida a fines de marzo/principios de abril de 1995.
- . Se ha aprobado un PPF para preparar el proyecto, a través de la Secretaría General de la Presidencia de la Nación. Se espera su aprobación durante el año de 1995.

Etapas: Etapa Actual: PERFIL Ubicación Geográfica: NACIONAL.
Entidad Responsable: 20.01 SEC. GRAL. DE LA PRESIDENCIA.

NOMBRE DEL PROYECTO: Aeropuerto Internacional de Ushuaia

Objetivos

Dotar a la ciudad de Ushuaia (en dos etapas) de un aeropuerto internacional apto para operaciones de aeronaves de gran porte (DC10, B 747, Airbus y otras).

Descripción y Justificación

El proyecto consta de dos etapas:
La primera etapa se encuentra en ejecución y sus obras consisten en la construcción de una pista de aterrizaje de 2820 m. de longitud, calle de rodaje, plataforma y vías de acceso al aeropuerto.
Esto permitirá operaciones de aeronaves continentales (Categoría II), las de mayor porte de la actualidad, como el DC 10, B 747, Airbus, como así también las aeronaves de cabotaje, regionales y aviación general.
La segunda etapa se inició con la firma de un Acuerdo de Asistencia con la Universidad de La Plata, que llevará adelante los estudios del plan director necesario para definir y dimensionar las inversiones faltantes, consistentes básicamente en: Aeroestación, torre de control, equipamiento, hangares, calles internas de circulación, infraestructura de servicios, y toda otra inversión necesaria para la obra de un Aeropuerto operable según lo previsto.

*** Transporte de pasajeros**

Las diversas opciones de accesibilidad regional a través de medios de transporte de pasajeros, comprende por vía terrestre al ferrocarril, con alcance territorial muy limitado, líneas de ómnibus que operan regularmente durante todo el año con diversos orígenes y destinos, al punto de conformar una red de amplia cobertura, y los servicios aéreos, también con un amplio espectro de vuelos.

Esta aparente existencia de multimedios de acceso a la región y a sus principales puntos de destino no permite sin embargo anticipar una evaluación positiva en este tema, ya que es reconocido el peso de la distancia como obstáculo a la integración territorial, y

que en la comunicación física por cualquier medio de transporte, actúan necesariamente dos factores, en formas alternativas ó concurrentes: tiempos y/o costos de viaje.

La vía marítima es actualmente utilizada sólo con fines turísticos en épocas estacionales, en la modalidad de viajes-cruceros.

• Ferrocarril

La principal línea de trenes de pasajeros parte de la Estación Constitución de la Capital Federal, utilizando el ramal del ex Ferrocarril Roca que cruza la provincia bonaerense con destino a Bahía Blanca y extiende su recorrido ingresando a la provincia de Río Negro, ya como servicio ferroviario patagónico, para arribar a las estaciones de Viedma y San Antonio Oeste, llegando como último destino a San Carlos de Bariloche.

Una somera síntesis de los servicios ferroviarios patagónicos a través de los principales orígenes y destinos incluye los siguientes recorridos:

. **Plaza Constitución - Ing. Jacobacci - S.C. de Bariloche:** con dos frecuencias semanales (miércoles y domingos) y combinación a El Maitén y Esquel una vez por semana desde Ing. Jacobacci.

. **S. C. de Bariloche - Ing. Jacobacci - Plaza Constitución:** parte del punto de origen los días lunes y viernes, combinado este último día con el "trencito La Trochita" que va y viene de Esquel.

Este "trencito" conocido como el "**Viejo Expreso Patagónico La Trochita**" tiene su oficina central en el Maitén (sobre la RN 40) y presta un servicio público de comunicación permanente a los pobladores de la zona conectando El Maitén y Esquel y a las pequeñas localidades rurales intermedias, a la vez incluye un servicio turístico de menor recorrido en tiempo y kilometraje que se extiende desde Esquel hasta la estación Nahuel Pan.

Este pequeño tren, de sólo dos vagones, recorre las tierras de la Patagonia desde hace más de cincuenta años, si bien la dotación de vagones, tanto de carga como de pasajeros, al igual que las locomotoras datan del año 1922.

El vagón para pasajeros cuenta con asientos tapizados y calefacción a leña por salamandra, "permitiéndose" a los viajeros colaborar en la alimentación de las estufas.

El historial de este histórico trencito, que corre por una trocha de un metro enhebrando 400 kilómetros de la topografía patagónica, encierra un largo inventario de anécdotas y sucesos en su andar cronológico, además de exponer por sí el esfuerzo casi increíble que significó su construcción.

Todo el trayecto cuenta con sólo seis estaciones: Esquel e Ing. Jacobacci como terminales y las intermedias: Cerro Mesa, Ñorquinco, El Maitén y Lepa. Los puntos restantes son embarcaderos, ya que en sus comienzos tuvo gran importancia en el transporte de lana hacia los centros de consumo (especialmente Buenos Aires) y también de maderas provenientes de los bosques cordilleranos para el abastecimiento de Esquel, Trevelín, y otros puntos zonales, o simples apeaderos; si bien en la práctica se detiene, como real servicio público, donde hay alguien que lo necesite (a los humildes pobladores de la zona que suben en el trayecto no se les cobra pasaje).

El paso del tiempo fue quitando cargas y pasajeros al "Trencito", al punto de hacer dudar sobre la "razonabilidad" de su permanencia cuando en diciembre de 1993 el gobierno nacional decidió, por política económica, desprenderse de los servicio ferroviarios. Afortunadamente las provincias de Chubut y Río Negro acordaron tomar a su cargo los tramos del ramal que se extienden en sus respectivos territorios y desde febrero de 1994 se reiniciaron los viajes. Posteriormente, dificultades presupuestarias determinaron que Río Negro suspendiera el servicio en su jurisdicción.

Actualmente el viejo Expreso Patagónico ha trascendido al conocimiento internacional y se lo menciona y valoriza en algunas guías turísticas europeas como un verdadero "museo que continúa en funciones" de transporte, convirtiéndose en casi uno de los principales motivos de viaje para los turistas alemanes que llegan hasta esta zona patagónica.

• Omnibus

Son numerosas las empresas que operan en forma regular durante el año incluso vinculando centros extra-regionales -Rosario, Santa Rosa, Córdoba, Mendoza y otros- sin pasar por Buenos Aires, estableciendo vinculaciones con diversos destinos localizados en las provincias patagónicas, dando lugar a conexiones que a veces se extienden a Osorno, Pto. Montt, Temuco, Valdivia o Santiago de Chile. Estos servicios se ven incrementados por viajes tipo "charter" que canalizan el transporte de pasajeros hacia los destinos de mayor demanda estacional, -por ej. S. C. de Bariloche ó Pto. Madryn- a veces como excursiones promovidas y organizadas por operadores turísticos. Desde ya la mayor parte de los viajes con origen extra-regional salen de Buenos Aires.

Con pocas excepciones los recorridos se canalizan por la red vial pavimentada y ya entrando a la región las rutas nacionales 3 y 22 concentran un alto número de itinerarios. Las duraciones horarias de los viajes son acordes y proporcionales a las magnitudes de las distancias que deben recorrerse, un viaje entre Comodoro Rivadavia y Buenos Aires insume alrededor de 28 horas, y algo más del doble Ushuaia-Capital Federal.

Los principales puntos de destino de viajes en las dos grandes áreas geográficas que bordean la región son:

Zona andina:

Neuquén, Piedra del Aguila, Cinco Salto, Villa Traful, Villa La Angostura, Gral. Roca, San Martín de los Andes, S.C. de Bariloche, El Bolson, Ing. Jacobacci y Esquel.

Zona atlántica:

Viedma, Las Grutas, San Antonio Oeste y Este, Trelew, Pto. Madryn. Rawson, Comodoro Rivadavia, Caleta Olivia y Río Gallegos.

Las empresas que operan desde la Estación Terminal de Omnibus de la Capital Federal, con diversos itinerarios, hacia la región patagónica, son aproximadamente quince. Los destinos que focalizan cuantitativamente las mayores frecuencias de viajes son las ciudades de Neuquén y S.C. de Bariloche.

Los viajes de larga distancia acceden, a través de escalas intermedias ó destinos finales, a las estaciones terminales de ómnibus u oficinas de paradas de las empresas habitualmente ubicadas en las capitales provinciales ó localidades de mayor jerarquía urbana, sitios desde los que operan otros servicios zonales ó locales que de tal manera amplían considerablemente las comunicaciones cubiertas por este medio. En cuanto a las tarifas, accesibles para un turista como alternativa más económica frente al costo de los pasajes aéreos en los vuelos de cabotaje -aunque con opciones de significativa reducción en vigencia relativamente recientes- resultan sin embargo altas para los humildes pobladores lugareños para los cuales es el único medio de transporte público al que pueden acceder.

En la zona de los Lagos del Sur (Lago Rosario, Corcovado, Carren-leufú) complementan el transporte terrestre el servicio prestado por "transbordadores ruta Chaiten" que facilitan el traslado de vehículos de turismo, autos y pasaje general hasta Pto. Montt.

Para el desplazamiento privado automotor las hojas de ruta incluidas en guías regionales detallan itinerarios y variantes para acceder a los lagos del sur ó a las playas patagónicas. **Las guías regionales argentinas no obstante distan bastante de las publicaciones chilenas en este rubro, que detallan cartografía, servicios de ruta, sanitarios, hotelería, etc., con excelente calidad informativa, al estilo de las guías europeas.**

• Aéreo

Tanto la infraestructura que posibilita el operar de los distintos sistemas de transporte como los medios, posibilitan relaciones fundamentales de comunicación que condicionan el uso y ocupación del suelo en toda área territorial, cualquiera sea su escala. Las dimensiones geográficas del espacio patagónico y las barreras interiores impuestas por condiciones climáticas estacionales que suelen interrumpir la red de caminos, trasladan a los servicios aéreos la posibilidad de disminuir dificultades para asegurar la accesibilidad. Igualmente las distancias siempre representan un costo, que se agrega al precio final de todo movimiento comercial de transporte y de hecho es el factor de mayor incidencia en la elección de este medio en la actividad turística.

El país tiene 2.780.092 km² y enclaves naturales de atracción turística que son únicos en el mundo localizados en sus extremos -Cataratas del Iguazú, glaciares del Lago Argentino, Península de Valdés, entre otros- que indican al avión como el medio ideal para recorrerlo ó acceder a los destinos de interés más distanciados.

Durante décadas el territorio nacional fue sobrevolado predominantemente por dos grandes compañías de marcada insuficiencia en rutas regionales. En la Patagonia en términos relativamente recientes operan empresas de aviones de menor porte, algunas de las cuales trascienden con sus rutas el espacio regional y llegan a Buenos Aires y otras ciudades extra-regionales, dando lugar a una competitividad, pese al menor porte de las naves, que aparentemente tuvo efectos beneficiosos en la reducción de tarifas en las dos empresas mayores.

Con el objetivo principal de incrementar las vinculaciones de la región patagónica se estableció el "Programa Integral de Desarrollo Aéreo Patagónico", a través del Decreto Nro. 768/94 (PIDAP). Cabe mencionar que entre las acciones previstas en las Actas, que obran como antecedentes del Programa, figura "la gestión para lograr la internacionalización de los aeropuertos de Ushuaia y Trelew", meta prácticamente cumplida en el caso de Ushuaia.

El Decreto 768 determina que la complementación económica establecida en la Ley Nro. 19.030 se otorgue a aquellos transportadores nacionales que desarrollen infraestructura aerocomercial en la región patagónica y que presten servicios regulares en rutas, o sectores de rutas internas, indicadas en el Anexo I del Decreto. A su vez por Resolución Nro. 282 de la Secretaría de Transporte se determina que a los fines establecidos en el Decreto 768 se considerará "Región Patagónica" el territorio comprendido por las provincias de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur, Santa Cruz, Chubut, Río Negro, Neuquén, La Pampa, y el Partido de Carmen de Patagones de la Provincia de Buenos Aires.

- Servicios aéreos operados por empresas regionales. Puntos de origen y destinos

KAIKEN

De RIO GRANDE a Río Gallegos
C. Rivadavia
Trelew
Neuquén
Mendoza
a Río Gallegos
C. Rivadavia
Trelew
Córdoba

De USHUAIA a Río Gallegos
Lago Argentino
Pto. Madryn
Trelew
Esquel
Bariloche

De C.RIVADAVIA a Esquel
S.C.de Bariloche
Neuquén
Rincón de los Sauces

a Neuquén
Mendoza

a Santa Rosa
Córdoba

De TRELEW a Esquel
Bariloche
Neuquén
a Lago Argentino
R. Gallegos
Ushuaia

De NEUQUEN a Bariloche
Esquel
Trelew
R. de los
Sauces

De BARILOCHE Esquel
L.Argentino
R. Gallegos
Ushuaia

LADE

De R.GALLEGOS a Río Grande
Río Turbio
San Julián
Santa Cruz
Ushuaia

De RIO GRANDE a Ushuaia

De SANTA CRUZ a San Julián

De S.A. OESTE a Viedma
S.Cruz

De TRELEW a Viedma
Vía Esquel

De PTO. MADRYN a Neuquén
S.A. Oeste

Trelew
Viedma
Viedma Vía Bariloche

SAPSE (Prov. de Río Negro)

De VIEDMA a S.C.de Bariloche
Gral. Roca
Ing. Jacobacci
El Bolsón
Esquel
S.A. Oeste
Pto. Montt

De BARILOCHE a Gral. Roca
Ing. Jacobacci
El Bolsón
Esquel
S.A. Oeste
Pto. Montt

De GRAL.ROCA a I. JACOBACCI
El Bolsón
Esquel
S.A. Oeste
Pto. Montt

De EL BOLSON a Esquel
S.A. Oeste
Pto. Montt

De S.A.OESTE Pto. Montt

TAN:

De NEUQUEN a Caviahue
Bariloche
Chapelco
C. Rivadavia

Chos Malal
Esquel
R.de los Sauces
Río Grande
Río Gallegos
Trelew
Temuco

De BARILOCHE a Esquel
C. Rivadavia
Caviahué
Río Grande
Río Gallegos
Pto. Montt

De C.RIVADAVIA a Caviahue
Esquel
R. Grande
R. Gallegos

De CHAPELCO a Bariloche
C.Rivadavia
Esquel
Caviahue

De ESQUEL a Trelew

De TRELEW a Bariloche
R.Gallegos

De R. GALLEGOS Río Grande

EL PINGUINO:

De RIO GALLEGOS a Lago Argentino
Río Grande
Ushuaia
Río Turbio
Punta Arenas

De LAGO ARGENTINO a Río Turbio
(EL CALAFATE)

De RIO GRANDE a Punta Arenas
Ushuaia

De USHUAIA a Lago Argentino
Punta Arenas

De RIO GALLEGOS a Río Grande (vía P. Arenas)
Ushuaia

- Servicios aéreos desde Aeroparque hacia destinos patagónicos

Los vuelos que parten o llegan al Aeroparque Metropolitano estableciendo conexiones con localidades ubicadas en la región patagónica corresponden a servicios de las siguientes empresas: AUSTRAL, AEROLINEAS, DINAR, LAPA, LADE y SAPSE.

En el cuadro inmediato se sintetizan la distribución y cantidad diaria de vuelos por días de la semana según destinos.

A su vez el movimiento diario de cada una de las empresas que operan desde el Aeroparque con destinos y arribos a las localidades patagónicas comprendidas en dicho cuadro se cuantifica en otra síntesis según la distribución por cada día en la semana.

Ambas síntesis de datos reflejan con claridad la importancia del movimiento aéreo de pasajeros hacia la región que posibilitan los 267 vuelos que parten semanalmente desde la Capital Federal, cantidad que obviamente se duplica considerando los arribos concernientes a las mismas rutas.

Origen/dest.	Nro. de vuelos por día							Total
	L.	M.	M.	J.	V.	S.	D.	
Aeroparque								
Bariloche	9	7	6	7	9	6	8	52
Bahía Blanca	5	6	5	6	5	3	2	32
C.Rivadavia	4	4	4	4	3	4	3	26
Chapelco	1	1	1	1	1	1	2	8
Esquel	1	1	1	1	2	-	1	7
Neuquén	5	5	5	5	5	3	3	31
Río Gallegos	4	4	5	5	5	2	3	28
Río Grande	3	2	2	2	2	2	1	14
Trelew	3	4	3	3	4	4	3	24
Viedma	4	2	2	3	2	1	1	15
Ushuaia	2	2	2	2	2	2	2	14
Madryn	1							1
Gral. Roca	2		1	1	2			6
S.A. Oeste	2				1			3
El Bolsón	1			1	1			3
Choele Choel	1			1				2
Ing. Jacobacci				1				1
TOTAL	48	38	38	42	44	28	29	267

. Movimiento diario por aerolínea:

Empresa	L.	M.	M.	J.	V.	S.	D.	Total
AUSTRAL	17	17	17	16	17	13	12	109
AEROLINEAS	12	11	10	11	12	7	10	73
DINAR						1		1
LAPA	7	7	7	6	7	4	4	42
LADE	3							3
SAPSE	9	3	4	9	8	3	3	39
TOTAL	48	38	38	42	44	28	29	267

Los datos registrados permiten observar que los destinos que concentran mayor número de vuelos son las ciudades de S.C. de Bariloche y de Neuquén. A su vez AUSTRAL es la aerolínea que opera desde el Aeroparque Metropolitano con mayor número de vuelos hacia destinos patagónicos (109 vuelos semanales), siguiendo en orden decreciente AEROLINEAS (73), LAPA (42), SAPSE (39), LADE (3) y DINAR (1).

Las rutas y tramos indicados en el Anexo son las siguientes:

Ruta o sector de ruta	Nº	Frecuencia máxima semanal a cumplir
SIERRA GRANDE-VIEDMA	1	2
CHOELE CHOEL - VIEDMA	2	3
CH.CHOEL -B. BLANCA	3	3
CH.CHOEL -GRAL. ROCA	4	1
A.RIO SENGUERR-R. MAYO	5	2
RIO MAYO - TRELEW		2
A. RIO SENGUERR-R. MAYO	6	2
RIO MAYO-C.RIVADAVIA		2
ESQUEL - TRELEW	7	4
P. MORENO-CAÑADON SECO	8	2
C. SECO - C. RIVADAVIA		2
P. MORENO - GOB. GREGORES	9	2
GOB.GREGORES-RIO GALLEGOS		2
C. RIVADAVIA-PTO. DESEADO	10	1
PTO.DESEADO-SAN JULIAN		1
SAN JULIAN-RIO GALLEGOS		1
C.RIVADAVIA-PTO.DESEADO	11	1
PTO.DESEADO-SANTA CRUZ		1
SANTA CRUZ-RIO GALLEGOS		1
ESQUEL-C. RIVADAVIA	12	3
NEUQUEN-RINCON DE LOS SAUCES	13	2
R.DE LOS SAUCES-CHOS MALAL		2
NEUQUEN-CHOS MALAL	14	2
NEUQUEN-CHAPELCO	15	3
CHAPELCO-S.C.DE BARILOCHE		3
S.C.DE BARILOCHE-ESQUEL	16	2
ESQUEL-LAGO ARGENTINO		2
TRELEW-LAGO ARGENTINO	17	2
PTO.MADRYN-LAGO ARGENTINO	18	1
NEUQUEN-25 DE MAYO	19	2
25 DE MAYO - SANTA ROSA		2
TRELEW-VIEDMA	20	2
TRELEW-SANTA ROSA	21	2
RIO GALLEGOS-RIO TURBIO	22	3
RIO GALLEGOS-LAGO ARGENTINO	23	3
NEUQUEN-C.RIVADAVIA	24	3
VIEDMA-S.A. OESTE	25	1
S.A. OESTE - GRAL. ROCA		1
GRAL. ROCA-S.C.DE BARILOCHE		1
S.C.DE BARILOCHE-EL BOLSON		1
VIEDMA - GRAL. ROCA	26	1
GRAL. ROCA-ING.JACOBACCI		1
ING.JACOBACCI-S.C.DE BARILOCHE		1
S.C.DE BARILOCHE-EL BOLSON		1
VIEDMA-GRAL. ROCA	27	1

GRAL.ROCA-S.C.DE BARILOCHE		1
GRAL.ROCA-S.C.DE BARILOCHE	28	1
S.C.DE BARILOCHE-EL BOLSON		1
EL BOLSON-ESQUEL		1
C.RIVADAVIA-TRELEW	29	2
TRELEW-NEUQUEN		2
COLONIA CATRIEL-GRAL ROCA	30	2
RINCON DE LOS SAUCES-COL.		
CATRIEL	31	2
NEUQUEN - CAVIAHUE	32	2
RIO TURBIO - LAGO ARGENTINO	33	2
RIO GALLEGOS-LAGO ARGENTINO	34	2
LAGO ARGENTINO-GOB.GREGORES		2
GOB. GREGORES-PERITO MORENO		2

El máximo de frecuencias semanales regulares que deben cumplirse es de 4 sólo para la ruta N° 7 (Esquel-Trelew), 3 en 8 rutas, y con acentuado predominio de dos frecuencias (28 rutas/tramos).

Las empresas regionales que actualmente están radicadas en Patagonia son:

. KAIKEN: radicada en Tierra del Fuego, cubre distintos destinos del sur argentino y también vincula Ushuaia con Punta Arenas y Bariloche con Pto. Montt. Sobrevuela el espacio regional más allá de las rutas comprendidas en el PIDAP y conecta la ciudad de Neuquén con las capitales de las provincias de Mendoza y Córdoba, y a la ciudad de Córdoba con Santa Rosa y con Trelew. la flota está formada por 4 Merling Metro 3, de 20 plazas y 2 Dash de 50 plazas.

. LADE: con 55 años de actividad, esta empresa de la Fuerza Aérea tiene más de 30 escalas en el país que parten de Buenos Aires. Su flota está formada por un Fokker F.27 de 44 plazas y un Twin Otter de 14 plazas.

. SAPSE: Pertenece al gobierno de Río Negro, vuela desde Aeroparque hasta varios destinos de esta provincia patagónica. Tiene tres Merling Metro 3 de 19 plazas, un Turbo Commander de 8 plazas y un Cesna 402 (5 plazas) que actualmente no está en operaciones.

. TAN: Aunque actúa como sociedad anónima sus acciones han pertenecido al gobierno neuquino. No llega a Capital Federal sino que cubre varios destinos patagónicos. También tiene un cruce a Chile con tres destinos: Pto. Montt, Concepción y Temuco. Su flota comprende un Merling Metro 3 de 19 plazas y un Saab 340 de 34 plazas. Recientemente (SEP/95) TAN ha sido preadjudicada por el gobierno provincial a la aerolínea brasileña VASP que adquirió el 80 % de las acciones.

. EL PINGÜINO: Pertenece a un grupo empresario de Santa Cruz (opera también servicios de ómnibus). No llega a Aeroparque sino que cubre vinculaciones en la Patagonia, principalmente la ruta Río Gallegos - Lago Argentino (El Calafate). En el momento del relevamiento de información de esta parte (Agosto/95) tenía suspendidos sus vuelos a Ushuaia; aunque también tiene permiso para volar a Chile tampoco opera esa ruta en el presente. Su flota está compuesta por dos Casa 212 de veinticuatro plazas.

Algunas expresiones recogidas indican que estas empresas regionales serían un negocio de difícil sostén, pese a contar con subsidios del Estado a través del programa PIDAP, ya que se estarían produciendo demoras de las partidas correspondientes. No obstante los servicios aéreos vigentes, que obran en los cuadros tarifarios de las empresas y manejan los operadores turísticos, ofrecen un amplio espectro de vuelos. Los servicios aéreos de empresas regionales y no regionales se detallan en el Anexo.

La observación del total de información referida al transporte de pasajeros por medios aéreos permite sustentar la impresión que tanto la accesibilidad como las vinculaciones intra-regionales parecen estar suficientemente cubiertas en términos de dispersión geográfica y cantidad de rutas aéreas habilitadas. El aumento de las flotas aéreas, en los dos tipos de naves, grandes y menores, que gravita en la mayor apertura horaria y numérica de vuelos, depende de un factor de rentabilidad comercial relacionado con la demanda usuaria, y en algunos casos con la infraestructura aeroportuaria no siempre apropiada para el movimiento de naves mayores. En tal sentido la ciudad de Ushuaia recién en el comienzo de la temporada 1995-96 contará con un nuevo aeropuerto dotado de pistas y tecnología adecuado a las necesidades aéreas actuales, apto para el tránsito aéreo nacional y para vuelos internacionales. A su vez el aeropuerto de Lago Argentino, en El Calafate, no cuenta aún con pistas de longitud y pavimento, e instalaciones operativas, con aptitudes funcionales que admitan el movimiento aéreo turístico y de pasajeros en general que esta zona excepcional requiere desde hace tiempo. Se reitera, como indicador preocupante, que en el "Plan Quinquenal 1995-99" este aeropuerto no está incluido en los proyectos de obras e inversiones en infraestructura aeroportuaria que contiene este documento.

Otro punto menor, pero de importancia en el aspecto turístico, es el relacionado con los servicios de a bordo y amenidades durante los vuelos, que en general suelen ser de altas extensiones horarias por las distancia a cubrir y por las inclusiones de escalas intermedias. Estos servicios, comprensiblemente modestos y a veces hasta ausentes en las

naves menores de las compañías regionales, resultan difícil de admitir con ese mismo tenor en las dos empresas mayores.

Esto es señalado con acritud por algunos empresarios hoteleros de Ushuaia, que consideran que la atención al turista debe enmarcarse en los criterios comerciales de calidad total.

Cabe expresar, finalmente, que la **accesibilidad regional** requiere acciones fundamentales de **iniciativa pública** entre los gobiernos de las provincias de la Región y la Nación que deben redundar en efectivas soluciones en el **mediano plazo**.

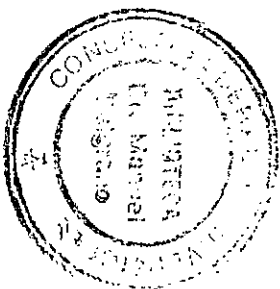
Por otra parte, el **mejoramiento en la prestación de los servicios** de transporte es **responsabilidad de las empresas concesionarios**, sin perjuicio de que el Estado (nacional o provincial, en su caso) desarrolle una política de **fiscalización más acentuada** para garantizar condiciones de confort a los viajeros, especialmente en las estaciones aeroportuarias.

SINTESIS DE ACCIONES EN MATERIA DE ACCESIBILIDAD REGIONAL

Nivel	Aspecto crítico	Acciones	Iniciativa	Plazo
REGIONAL	1. ACCESIBILIDAD * Infraestructura carretera			
	Paso Integración Austral RN3, R.Gallegos-M.Aymond	Plan Quinquenal 95-99	Pública Nacional	Mediano
	Paso Cnal.Samoré (Puyehue) R. 231 Lte.c/Chile-Lago Espejo R. 237 Inters.RN237-S.C.Bariloche R. 231 Río Huemul-Lago Espejo R. 231 L.Espejo-Emp.RN233-Río Huemul	Plan Quinquenal 95-99	Pública Nacional	Mediano
	PROVINCIA DE CHUBUT R. 40 En zona de Esquel R. 259 Emp. RN40-Trevelín R. 40 Emp. RN258-Río Lepa R. 258 Acceso a Cholila-Emp.RN40	Plan Quinquenal 95-99	Pública Nacional	Mediano
	PROVINCIA DE NEUQUEN R. 237 Arroyo Carbón-Lte.c/Río Negro R. 231 Río Huemul-Lago Espejo R. 231 Arroyito-Arroyo La Teresa R. 237 Arroyo Carbón-Lte.c/Río Negro R. 237 Arroyo La Teresa-Confluencia	Plan Quinquenal 95-99	Pública Nacional	Mediano
	PROVINCIA DE RIO NEGRO R. 23 Nahuel Niveu-Sa.Colorada R. 23 Los Menucos-Ing. Jacobacci R. 23 Ing. Jacobacci-Comallo R. 23 Aguada Cecilia-Valcheta R. 237 Lte.c/Neuquén-S.C.Bariloche R. 250 Emp. RN3-Choele Choel R. 258 Bariloche-Lago Guillermo R. 258 Tacuifi-Los Repollos R. 258 Lago Guillermo-Tacuifi R. 3 Prog. 1114-Prog. 1189 R. 3 Prog. 1189-Prog. 1263 R. 250 Pomona-Choele Choel R. 250 Puente s/Río Negro R. 258 L.Guillermo-Bariloche R. 23 Emp.RN3-Valcheta (I Secc.) R. 23 Emp.RN3-Valcheta (II Secc.) R. 23 Valcheta-Sierra Colorada R. 23 Emp.RN237-Pilcaniyeu R. 250 Gral.Conesa-Pomona	Plan Quinquenal 95-99	Pública Nacional	Mediano

SINTESIS DE ACCIONES EN MATERIA DE ACCESIBILIDAD REGIONAL

Nivel	Aspecto crítico	Acciones	Iniciativa	Plazo
REGIONAL	PROVINCIA DE RIO NEGRO R. 258 Variante Paso por Bariloche R. 23 Sierra Colorada-Ing. Jacobacci R. 23 Ing. Jacobacci-Pilcaniyeu	Plan Quinquenal 95-99	Pública Nacional	Mediano
	CHUBUT Emp. RN258 - Río Lepa Río Mayo-Lte. c/Santa Cruz	Plan Quinquenal 95-99	Pública Nacional	Mediano
	NEUQUEN Pte. s/Río Neuquén en Chos Malal Catán Lil-La Rinconada La Rinconada-Collón Curá Zapala-Picún Leufú Bajada del Agrio-Chos Malal La Rinconada-Collón Curá Pampa del Salado-Las Lajas Buta Ranquil-Lte. c/Mendoza Chos Malal-Emp. RN9 Emp. RN9 - Buta Ranquil	Plan Quinquenal 95-99	Pública Nacional	Mediano
	SANTA CRUZ Lte. c/Chubut-Perito Moreno Casa de Piedra-Bajo Caracoles Tres Lagos-Pte. s/Río Leonas El Cerrito-Emp. R11	Plan Quinquenal 95-99	Pública Nacional	Mediano
	* Infraestructura aeroportuaria			
	· Ushuaia	En ejecución	Pública Nacional	Corto
	· Chubut Aeropuerto de Esquel-Tecka	Plan Quinquenal 95-99	Pública Nacional	Mediano
	· Sta. Cruz Aer. 25 de Noviembre-Pte. s/Río Turbio	Plan Quinquenal 95-99	Pública Nacional	Mediano
	· Mejoramiento Aeropuertos Bariloche Río Gallegos Comodoro Rivadavia Neuquén	Plan Quinquenal 95-99	Pública Nacional	Mediano
	* Transporte de pasajeros			
	· Aéreo	Intensificar Programa PIDAP. Aumentar frecuencias intra-regionales Desregulación (cielos abiertos)	CONADEPA-Sec. Transporte Nac. Gobiernos Provinciales Empresas Aéreas Gov. Nacional	Corto Corto



1.2. Integración de circuitos interprovinciales e internacionales

El crecimiento del turismo en la Región no puede pensarse con acciones aisladas a nivel de cada provincia, sino mediante la integración de circuitos a través de toda la Patagonia que complementen los diversos atractivos entre sí en lugar de convertirlos en competitivos.

En tal sentido, existen ya definidos ciertos atractivos naturales que gozan de fama a nivel internacional, sobre todo en Europa. Una primera medida, debiera ser buscar una fuerte interrelación entre las zonas que ya gozan de prestigio a fin de lograr un primer producto turístico patagónico que garantice que quienes van a Bariloche, por ejemplo, recorran los otros atractivos hasta arribar a Ushuaia y viceversa, tocando los puntos principales tales como Esquel, Península Valdés, Calafate, etc.

Tal producto, por otra parte, debiera integrarse con Chile y, por qué no, con un eventual crucero a las Malvinas (si es que las relaciones diplomáticas lo permiten).

A partir de esta oferta integrada, que garantizaría una mayor permanencia del turista en la Patagonia, y que debiera contar con la flexibilidad necesaria y con la diversidad que atienda a los factores climatológicos (un diseño para invierno y otro para verano), cada una de las provincias puede promover atractivos opcionales a disposición del turista, incentivando el desarrollo de atractivos naturales aún no suficientemente conocidos, o bien arqueológicos, culturales, científicos, todos ellos posibles.

*** Sistema federal de corredores**

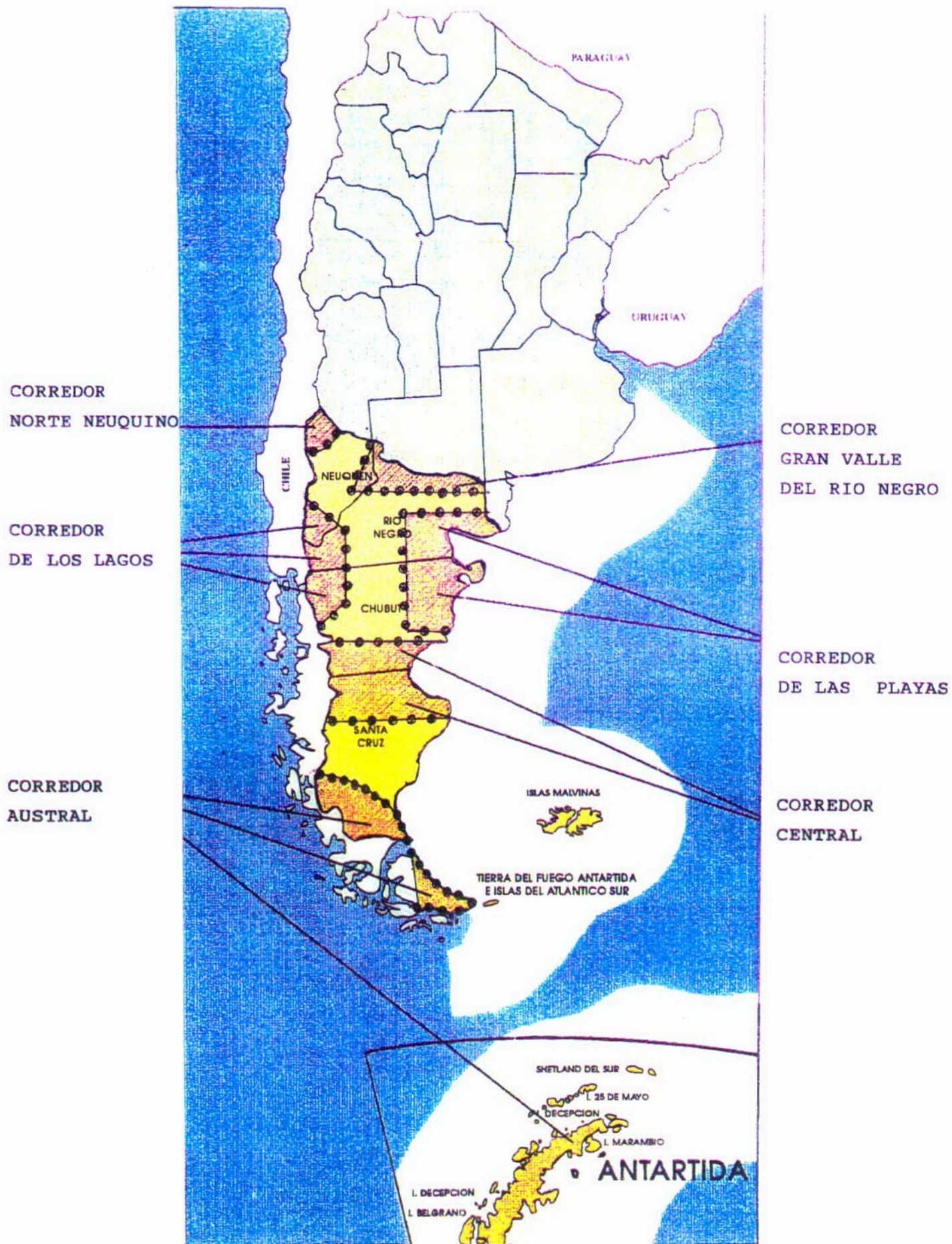
La sola expresión acordada a la idea rectora de componer un "sistema federal de corredores turísticos" facilita vías institucionales para avanzar en la coordinación interprovincial en pos de una integración regional-territorial patagónica.

Las subregiones abarcadas en este sistema espacial que tiende a componer un modelo turístico federalizado se visualiza en el mapa de la página siguiente.

Si bien no se ha avanzado aún lo esperado, la idea innovadora está vigente y orienta a las provincias en programas y planes zonales concebidos sobre ejes de gestión que trascienden las limitaciones sectoriales y jurisdiccionales geográficas, intentando superar en la expresión de este modelo el atraso histórico que el país arrastra con relación al moderno concepto de planificación regional cuando es aplicado a corredores de ordenamiento espacial e integración.

Corredores Turísticos Regionales

CORREDORES TURISTICOS REGIONALES



En los respectivos mapas de cada provincia, obrantes en el Capítulo II, se pueden observan las áreas de interés de desarrollo turístico involucradas en los corredores subregionales, y los "centros/polos turísticos" comprendidos en las zonas o "comarcas". Las identificaciones respectivas comprenden, en cada jurisdicción provincial, las siguientes subregiones:

- Corredor Norte Neuquino: Neuquén: Copahue.
Caviahue
Chos Malal
- Corredor Gran Valle del Río Negro: Neuquén: Zapala
Cdad. de Neuquén
Centenario

R.Negro: Cipolletti
Cinco Saltos
Gral. Roca
Villa Regina
Choele Choel
Río Colorado
- Corredor de los Lagos: Neuquén: Aluminé
J.de los Andes
S.M.de los Andes
Villa Traful
Vlla.La Angostura

R. Negro: Bariloche
El Bolsón

Chubut: Puelo
El Hoyo
Epuyén
Esquel
- Corredor de las Playas: R. Negro: Viedma
S.Antonio Oeste

Chubut: Peníns. Valdéz
Pto. Pirámides
Pto. Madryn
Trelew
Rawson
- Corredor Central: Chubut: Camarones
Comod.Rivadavia
Sarmiento

	Santa Cruz:	Pto. Deseado Los Antiguos Perito Moreno
- <u>Corredor Austral:</u>	Santa Cruz:	El Chaltén El Calafate H. Irigoyen Río Turbio Río Gallegos
	T.del Fuego:	Río Grande Tolhuin Ushuaia
		Antártida Argentina

No es mérito menor de alentar la integración interregional en lo turístico el acuerdo de coordinación y complementación, firmado por los respectivos representantes de los Entes Regionales de Turismo de Patagonia y del NOA. En este último se encuentran incluidas las provincias de Catamarca, Jujuy, La Rioja, Santiago del Estero, Salta y Tucumán.

Cuando se habla de integración regional el mismo concepto reconoce el enriquecimiento que se produce por la asociación de esfuerzos entre las partes. Es ya una demanda de los empresarios la integración turística con Chile.

Existen numerosos pasos cordilleranos que comunican con Chile y a la altura de la Patagonia estos pasos tienen en general baja altura, lo que permite su uso durante la mayor parte del año, hecho que tiene una implicancia económica muy grande en la programación turística. Falta, sin embargo, incentivar la apertura de los pasos que han sido priorizados y de muchos otros que con una muy baja inversión enriquecerán sin duda la oferta turística y facilitarán los emprendimientos conjuntos entre empresarios de ambas nacionalidades.

La integración con Chile nos lleva a analizar un aspecto interesante que es la diferencia de enfoque de programación turística para la Patagonia. En Chile se ofrecen 52 semanas y media de Patagonia. Patagonia, en cambio, sólo ofrece a lo sumo 20 semanas. Convendrá analizar cuáles son las programaciones turísticas chilenas ya que pueden servir de orientación. Por la información que se brinda a los turistas, esas 52 semanas tienen su aplicación en circuitos y programas bien planificados.

La integración con Chile a través de la apertura de los pasos permitirá asociar esfuerzos para ampliar la performance turística y, en ese sentido, deben ser bienvenidas

muchas asociaciones de empresas del país con empresas turísticas que cuenten con experiencia en turismo receptivo.

Según la Cámara de Comercio, Turismo e Industria y Afines de El Calafate, que está solicitando urgentes acciones en el paso Verlika-Baguales, ello significaría la integración de "un mercado de más de 80.000 turistas, con beneficios de intercambio para los dos países". A esa altura de la cordillera se encuentra ubicado del lado chileno el Parque Torre del Payne que cuenta con hotelería de primer nivel y grandes atractivos turísticos. Cuantos más atractivos tenga la región, mayores posibilidades de crecimiento del turismo se logrará a ambos lados de la cordillera. Esto ha sido ampliamente comprendido por los empresarios de El Calafate, según las informaciones que se han recogido en el lugar.

*** Labor de la Cancillería Argentina y de los Comités de Frontera en materia de integración Argentino-Chilena**

En el marco del Tratado de Paz y Amistad celebrado en 1989 con la hermana República de Chile, se celebró en 1991 el Acuerdo de Complementación Económica que tiene por objeto:

- "a) facilitar, expandir y diversificar el intercambio comercial entre los países signatarios;
- b) promover las inversiones recíprocas y **fomentar la iniciativa empresarial;**
- c) **estimular la integración física** entre ambos países, a través de la **facilitación del transporte**, la agilización del **tráfico fronterizo** y el acceso a los puertos;
- d) facilitar el desarrollo de **proyectos de interés común** en el ámbito de la industria, la **infraestructura**, la energía, la minería, el **turismo** y en otros sectores, especialmente con la activa participación del sector privado."

Dentro del Acuerdo, el artículo 16, Capítulo V, se refiere específicamente a la **materia del turismo** entre las actividades que menciona, atendiendo a su **promoción y al desarrollo de los servicios conexos**. Asimismo el Acuerdo fija entre sus propósitos "fortalecer las comunicaciones y la fluidez del tránsito".

Otro de los puntos específicos a que se refiere el Acuerdo es a la Integración Física, a cuyo efecto se proponen ambos países:

- * el desarrollo y la utilización de la capacidad portuaria

- * el mejoramiento y ampliación de las vías de comunicación terrestre, marítima y aérea
- * el perfeccionamiento de todas las obras de infraestructura nacionales y de toda otra iniciativa común de interés binacional
- * la superación de trabas y restricciones en el transporte aéreo, marítimo y terrestre, tanto en el plano de ineficiencias en las diferentes etapas del transporte, como en los mecanismos de regulación de la actividad (se incluye un Protocolo especial sobre el tema).

La Administración del Acuerdo está a cargo del Consejo de Complementación Económica, en el marco de la Comisión Binacional prevista en el Tratado de Paz y Amistad. Estará integrado por funcionarios de cada país y coordinado por las respectivas Cancillerías. El Consejo, a su vez podrá constituir los Grupos de Trabajo que estime necesarios.

En la misma fecha que el ACE se firma con Chile el Tratado sobre Medio Ambiente, creando para su administración y control la Subcomisión de Medio Ambiente. A éste se agrega un Protocolo específico sobre Protección del medio ambiente antártico.

Se firma un Memorandum de Entendimiento sobre Integración Física y Facilitación Fronteriza con diversas medidas de implementación directa y concreta, entre las que cabe destacar la instalación de los Comités de Frontera.

Finalmente, en **Agosto de 1994**, los Presidentes de Argentina y Chile firmaron un **Acta sobre Integración Física** por la cual se proponen, entre otros puntos:

1. Ratificar los compromisos asumidos, los plazos y las inversiones previstas por ambos Gobiernos conforme a lo establecido en la VIª Reunión de la Comisión Binacional de diciembre de 1992, en la cual se aprobó el Plan Maestro General de Pasos Fronterizos Prioritarios, que incluye a los pasos de Jama, Sico, San Francisco, Agua Negra, Sistema del Cristo Redentor, Pehuenche, Pino Hachado, Cardenal Samoré, Coyhalque, Huemules, Integración Austral y San Sebastián, tomando en cuenta la actualización de dicho plan dispuesta en agosto de 1994.

2. Urgir la disponibilidad de financiamiento público, privado o internacional, si fuere necesario, a fin de que se acelere la marcha del Plan de Pasos Priorizados y se active la ejecución de los trabajos previstos en los Pasos mencionados en el punto anterior, de manera que todos ellos puedan utilizarse sin dificultad, en forma similar a los otros Pasos que, en casos especiales, se citan expresamente en la presente Acta.

3. Reconocer la importancia de estudiar la incorporación de nuevos Pasos a los ya mencionados y aprobados en el Plan Maestro de Pasos Fronterizos Prioritarios, para lo cual se efectuarán las reuniones que sean necesarias, por parte de los organismos técnicos competentes en coordinación con las Cancillerías.

4. Realizar un estudio de factibilidad sobre la vinculación ferroviaria entre Zapala (Argentina) y Lonquimay (Chile), considerando que, de concretarse la obra, la misma será efectuada por concesión de obra pública, sin garantías, avales o subsidios de los Estados.

5. Realizar las inversiones necesarias para consolidar el corredor Puerto Chacabuco-Comodoro Rivadavia.

6. Realizar las inversiones necesarias para consolidar, en 1995, el tramo entre el Paso de San Sebastián y el Paso de Integración Austral, que vincula a la isla de Tierra del Fuego con el Continente, de forma tal que permita el tránsito de vehículos de todo tipo durante todo el año, en forma fluida y permanente.

Como puede advertirse a través de esta apretada síntesis existe, normativa y orgánicamente previsto, a nivel binacional, el marco propicio para la integración turística entre Argentina y Chile.

En tal sentido, es destacable la labor realizada, a través de sucesivos encuentros, tanto por la Subcomisión de Turismo de la Comisión Binacional de Complementación Económica e Integración Física, como por las reuniones de los Comités de Frontera "Los Lagos" e "Integración Austral" en el tema turístico argentino-chileno.

● En la reunión que la **Subcomisión de Turismo de la Comisión Binacional Argentino Chilena**, celebrara en Buenos Aires el 28 de junio de 1995, se trataron -por ejemplo- temas referidos a:

- **Libre circulación de material promocional para eventos de tipo turístico**, a fin de propiciar, en el regimen vigente en cada país, la liberación del pago de derechos aduaneros y la simplificación de los

procedimientos administrativos de internación de este material en ambos países.

- **Intercambio de información referida a los guías de turismo**, a fin que se asimile al guía de turismo al tripulante, conforme al Convenio Internacional de Transporte Terrestre de 1990 para que, identificado como personal de una empresa autorizada, con la tarjeta correspondiente y con el grupo turístico, pueda desarrollar su actividad en el territorio del otro país.
- **Cooperación turística:** en esta materia se señala la necesidad de consolidar la identificación conjunta de pasos fronterizos con importancia turística y de mejoramiento de la infraestructura existente en ellos.
Asimismo, la pronta puesta en funcionamiento de los Complejos Fronterizos Integrados que permitirán hacer más expedito el tránsito en fronteras.
También resulta necesario contar con una evaluación técnica desde la perspectiva turística de los pasos habilitados para alcanzar un diagnóstico con el objeto de que en el proceso de asignación de recursos para el desarrollo de los pasos priorizados se contemplen las necesidades turísticas.
- **Normas referidas a la circulación de los vehículos de uso particular de los turistas:** se ha avanzado al implementarse el formulario único aduanero, pero existen problemas en Chile con la retención de licencias por infracciones de tránsito, por lo que resulta conveniente publicar un instructorio con las normas en vigencia para entregar a los turistas en frontera y evitar conflictos.
- **Facilitación fronteriza de carácter migratorio:** se aconseja la emisión de tarjetas únicas migratorias (TUM) sobre todo para el tránsito turístico y un sistema informatizado común para ambos países.
- **Importancia de los circuitos turísticos integrados** como un elemento fundamental del desarrollo turístico macro-regional y binacional, que servirá para potenciar sus atractivos turísticos y comercializarlos como oferta conjunta en el mercado internacional.

- **Información al turista efectuada por la Embajada de Chile en la Argentina:** el resultado exitoso obtenido promueve fortalecer todas las actividades de información y difusión.
 - **Excelentes progresos en la integración física entre Comodoro Rivadavia y Pto. Chacabuco,** lo ha de constituir en un potencial corredor turístico.
- En la reunión de la **Comisión de Turismo y Comercio del Comité de Fronteras "Integración Austral"**, realizada en Ushuaia, el **20 de junio de 1995**, se arribaron a las siguientes propuestas:
1. Solicitar la realización de la próxima reunión del Comité de Fronteras antes del mes de Septiembre del corriente año, a fin de impulsar las posibles medidas de aplicación para la temporada turística.
 2. Gestionar las normativas binacionales de carácter local necesarias a fin de posibilitar la transportación y arribo de turistas a ciudades de destino en ambas regiones:
 - a. Sin trasbordos fronterizos.
 - b. Eliminando el costo de la Tasa de Transporte de ingreso a cada país.
 3. La Delegación Argentina solicita gestionar un regimen de excepción a lo establecido al Tratado de Paz y Amistad que regula el tráfico marítimo de buques argentinos en el Canal de Beagle, tendiente a la flexibilización de la navegación turística en el área.
 4. Recomendar la elaboración de folletería y cartografía integrada considerando la estructura vial de la región, así como analizar la conveniencia de unificar la hora oficial.
 5. Reclamar la urgente puesta en vigencia del sistema de pasos fronterizos integrados de acuerdo a lo acordado oportunamente.
 6. Implementar a nivel regional para la transportación aérea, la puesta en funcionamiento de la Tarjeta Unica Migratoria.

7. Enfatizar la importancia de la atención durante las 24 horas del Paso Fronterizo San Sebastián y solicitar se consulte a la Provincia de Santa Cruz si considera implementar un criterio similar para los pasos Monte Aymond y Dorotea.
8. A solicitud de las comunidades de Río Grande y El Porvenir, la Delegación Argentina sugiere analizar la factibilidad de habilitar el Paso Radman a fin de complementar los circuitos turísticos integrados.
9. Recomendar la habilitación internacional del Aeródromo Teniente Gallardo de la localidad de Puerto Natales y solicitar a la Provincia de Santa Cruz su opinión acerca de la internacionalización del Aeródromo de El Calafate.

Cabe destacar que en la reunión de dicha Comisión, celebrada en Junio de 1994 en la XII Región Chilena, se entendió que el turismo constituye una manifiesta alternativa para la estabilización y desarrollo económico de la Zona.

Reconoció también que el desarrollo turístico sólo es posible en la medida en que se facilite el desplazamiento de los turistas por toda la Región, dada la complementariedad de los atractivos.

Que la facilitación permitirá que sobre la base de la complementariedad, se ofrezcan productos de circuitos integrados en la región de los Parques Nacionales - Torres del Paine (Chile), Los Glaciares (Argentina) y en la Isla Grande de Tierra del Fuego en torno a los Lagos Blanco y Fagnano, así como también en la región de los Canales Fueguinos.

El desarrollo de los circuitos integrados de la región se vería facilitado con las siguientes medidas:

- **Circuito N° 1:** Se sugiere la habilitación del paso Verlika - Baguales con la creación de un complejo fronterizo integrado y la reapertura del paso El Zurdo (Ruta 40, Paralelo 52).

La consolidación del circuito integrado N° 1, no dependerá tan sólo de la vinculación terrestre, con la concreción antes mencionada, sino también de las facilitaciones aéreas correspondientes, lo cual debiera regir para todos los Aeropuertos de la Región.

Concreción de la pavimentación de la ruta Punta Arenas - Río Gallegos y mejoramiento de la red vial que va de la primera angostura a San Sebastián.

- **Circuito N° 2:** Habilitación del paso Radman y prolongación de la ruta Estancia Vicuña hasta la cabecera del Lago Fagnano.
- **Circuito N° 3:** Aprovechamiento integral conjunto del área del Beagle.
- También ha sido importante la tarea desarrollada por la **Comisión de Turismo del Comité de Frontera "Los Lagos"**.
Se destacan como puntos importantes del
 - + **Sexto Encuentro** (Bariloche, Noviembre de 1993)
 - Acuerdos firmados entre la Pcia. de Chubut (Argentina) y la Región de Aysen (Chile): Conforman el Corredor Turístico Ecológico Atlántico Pacífico; a propuesta de Chubut, capacitación turística básica del personal que cumple servicios en puestos fronterizos de Chubut y de la IX Región de Chile.
 - Se aprueba la Carta de la Patagonia que consiste en la definición de una política y estrategia de promoción y marketing para el producto Patagonia.
 - Respecto de los circuitos turísticos integrados se plantea la creación de nuevos circuitos; el corredor turístico bioceánico; instar al sector privado de la puesta en valor de nuevos circuitos.
 - **Mapa turístico:** necesidad de elaborar una cartografía común entre ambos países a esos fines. Se fija un cronograma al respecto.
 - Obtención en cada país de un tratamiento especial para las transferencias bancarias de carácter turístico con el objeto de reducir los costos.
 - **Vuelos circulares:** se propone una tarifa única en los vuelos circulares en la Patagonia central. Instar a AA, AU, Ladeco y Lan Chile para que lo efectivicen.

- **Circuitos turísticos abiertos:** la legislación nacional, provincial y municipal vigente dificulta la concreción de estos sistemas. Se requiere la revisión del Convenio existente entre Argentina y Chile con respecto al transporte de pasajeros.
- + Los puntos señalados han tenido progresivo avance en las Reuniones posteriores del Comité de Frontera Los Lagos, a saber: 7ª, en mayo de 1994, Región de Aysen, Chile; 8ª, en noviembre de 1994 en San Martín de los Andes, Neuquén; 9ª, en julio de 1995, Osorno, Chile.

No obstante la extensa e importante labor desarrollada a través de los organismos con competencia en materia de integración binacional, resulta necesario afianzar las recomendaciones adoptadas, con un firme seguimiento de su implementación por parte de los gobiernos provinciales, así como por el apoyo institucional a la gestión de proyectos empresarios conjuntos de ambos países.

Las tareas pendientes en tal sentido se incluyen en el corto y mediano plazo.

1.3. Marketing patagónico

Estrechamente vinculado con la configuración de circuitos regionales, el marketing, que ocupa un lugar central en el desarrollo del sector, requiere de acciones regionales.

Diversos factores aconsejan esta medida, que en forma incipiente está comenzando con la organización regional de algunos viajes a otras zonas del país y de América:

- * **la cuestión económica:** en efecto, la promoción de famtours (traer operadores externos a la Región) o bien la presencia en "workshops" internacionales, o la organización de éstos en el país, reviste costos elevados que, financiados en forma conjunta, puede facilitar su concreción.
- * **la imagen:** parece importante consolidar una o varias imágenes de la Región (según los destinatarios) en la confección de folletos, videos, slogans y toda forma de difusión, imprescindible para atraer visitantes.

- * **las comunicaciones:** un sistema integrado de comunicaciones, intrarregional e internacional, es una herramienta fundamental para la concertación de las operaciones del sector.

La rápida intercomunicación entre operadores, hoteles y transportes requiere de una base de datos informatizada homogénea entre las diversas provincias y de éstas con el exterior, cuya coordinación amerita una acción regional.

* Estadísticas

En esta materia una primera medida que debe adoptarse es la de transparentar la información oficial. La información de la SECTUR sobre la cantidad de turistas extranjeros que recibe el país, 3.866.474 de turistas en 1994, ostenta cierto grado de incertidumbre. Nadie pone en duda que hayan ingresado por migraciones dicha cantidad de personas. Simplemente no todos deben haber venido en calidad de turistas. Una gran mayoría pudo ingresar por trabajo o negocios, en especial los de los países limítrofes incluido el Brasil.

En encuestas realizadas por especialistas de mercados, se indica por ejemplo que a Buenos Aires, que es la puerta de entrada para la mayoría de los viajeros extranjeros, sólo la mitad lo hace con fines turísticos. El estudio indica lo siguiente:

Composición del Mercado

	1992 (%)	1993 (%)
Funcionarios de gobierno	6,2	5,6
Viajeros de Negocios	41,4	42,1
Participantes de Conferencias	7,9	6,7
Turistas individuales	25,0	25,0
Grupos Turísticos	16,3	17,5
Otros	3,2	3,1

Fuente: Horwath Consulting.

Si bien es alentador el hecho de que haya muchos hombres y mujeres de negocios o trabajadores visitando la Argentina, es necesario aceptar un enfoque más realista sobre el movimiento de turistas. Sólo el 50 % de los viajeros extranjeros que ingresan a Buenos Aires son turistas, incluyendo en esa cifra los que viajan por convenciones. Esto estaría demostrando que nuestro país no se ha afianzado aún como destino turístico atractivo para el resto del mundo. Por otro lado, es bueno saber que esos que entran para trabajar algún día, si son bien atendidos, pueden convertirse en turistas.

El error de información sobre la exportación turística se comprueba cuando se analizan las cifras de turistas extranjeros informadas por las Secretarías de Turismo provinciales. Asignando arbitrariamente para la Patagonia un 12 % de participación en el turismo nacional debieran haberla visitado más de 450.000 turistas extranjeros ($3.866.474 \times 0,12 = 463.976$). Esta cifra con información actualizada asciende en realidad a 121.705, lo que muestra una diferencia muy grande y puede llevar a conclusiones equivocadas.

Falta en nuestro país mejorar mucho el sistema de información turística específica en las cifras nacionales. Asimismo, debiera encararse a nivel nacional un sistema estadístico con criterios uniformes y trabajo de campo sistemáticamente programado.

*** La información para el turista**

Sin comunicación no hay relación. Pero también sin información no hay nada que comunicar. Una de las principales estrategias del marketing es llegar con el mensaje a quien interesa con la información de su interés para que pueda cotejarlo con otras ofertas competitivas y las decisiones de gasto que adopte que estén a nuestro favor.

Sin información confiable y disponible pocos turistas viajarán a la Argentina. La Argentina está lejos de los mercados rentables y es muy caro equivocarse. De manera que como sistema turístico la Patagonia tiene que ir mejorando su sistema promocional y de comunicación con el mercado.

Los estados provinciales deben unirse cada vez más para destinar los escasos recursos con que cuentan para mantener campañas de promoción en forma permanente en el exterior. El espíritu de región turística con sus correspondientes "corredores turísticos" debe ser lo que guíe dichas decisiones de gasto en común.

Pensamos que quizás deba elegirse como en el caso de Australia, concentrar los esfuerzos en un mercado como el de EE.UU. que es el más virgen y desconocedor de la Patagonia. Es una decisión que una vez tomada, debe persistir en el tiempo hasta que por el volumen del negocio, quizás al cabo de cuatro a cinco años, ya el sector privado pueda financiar toda la operación comercial.

El turista debe contar en el momento de decidir su viaje con la adecuada información previa, con paquetes de actividades y propuestas que deben ser de una calidad adecuada en materia de atracciones, acompañadas de servicios hoteleros de buen nivel, transportes con buenas frecuencias, buenos guías que dominen el idioma, museos con información cultural de valor, actividades deportivas, buenas comunicaciones, oportunos momentos de diversión, fácil accesibilidad, y un óptimo aprovechamiento del tiempo.

Es misión del empresario turístico hacer que esa información esté disponible en los principales puntos de venta y redes de información y reservas, con el esfuerzo inicial y conjunto de todas las provincias que integran la Patagonia.

Un aspecto negativo es que en la actualidad la mayoría de las informaciones y materiales de promoción no están en idioma extranjero y cuando lo están en general son traducciones literales del texto en castellano que no son entendidas por el receptor del mensaje. Esto tiene una directa incidencia en la economía turística. Resulta poco amable para el turista extranjero tener que leer en castellano si no lo entiende. De esa manera no se está cumpliendo con uno de los principios básicos del marketing que es el de facilitar la comunicación para hacerla atractiva, simplemente. **Habría que exigir mayor profesionalidad en la comunicación publicitaria.**

Es cierto que muchas agencias de viaje pueden "leer" para el cliente, pero lo más conveniente es que **la información llegue de una manera directa al propio consumidor final** para que este pueda tomar decisiones en la materia.

Hoy se está marchando rápidamente hacia sistemas más directos de contratación y reservas así como de pagos. No debe, además, perderse de vista que lo que ayuda más a tomar las decisiones de viaje es la recomendación de amigos que visitaron el lugar, por eso es importantísimo tratar a cada cliente como promotor de nuestro negocio, la información gráfica y audiovisual a través de redes y el material promocional directo siguen teniendo una misión muy importante que cumplir.

Las agencias de viajes que han sido las tradicionales asesoras y vendedoras de servicios al consumidor final, deben realizar su tarea informativa de una manera cada vez más eficiente. Con el uso cada vez más generalizado de las computadoras personales, de la promoción directa, de la competencia de las compañías aéreas y las cadenas hoteleras, la venta directa se impondrá cada vez más, salvo que las agencias generen productos-servicios atractivos.

*** Mapa turístico patagónico**

Si bien este es un tema reiterado, tanto en las reuniones de los Comités de Frontera -en los que se pretende elaborar una cartografía común con Chile sobre la Región- como en las reuniones del Ente Patagonia Turística, no ha tenido hasta el momento efectiva concreción.

La citada cartografía debiera mostrar en forma suficientemente clara, fidedigna y actualizada (por lo menos anualmente) las rutas (tipos de éstas), atractivos (características), alojamientos, servicios de ruta (sanitarios, teléfonos, restaurantes o paradores) y todo otro dato que permita un viaje programado con certeza. Una vez preparado, la información debe difundirse de manera que pueda estar al alcance de todos los posibles clientes, tanto del país como del exterior.

1.4. Financiamiento de la actividad

Uno de los problemas que aqueja a los prestadores de los servicios turísticos, es la demora y a veces la imposibilidad de percibir la retribución por su tarea, a pesar de que, como se señalara, ésta es una de las pocas actividades en las que el dinero ingresa en su casi totalidad antes del comienzo del viaje, siendo recibido por el operador mayorista en la generalidad de los casos, quien entrega al cliente un "voucher" con el detalle de los servicios incluidos en su pago.

Dicho "voucher" va siendo entregado a los prestadores locales, quienes sólo con un anticipo y a veces sin él, efectúan el servicio (hotelería, guías, transporte zonal, esparcimientos, restaurantes, excursiones, equipos, etc.), teniendo que aguardar entre 90 y 180 días a veces para que se complete o integre su retribución.

La provincia de Tierra del Fuego, con el aval de las provincias patagónicas que integran el Ente Regional Oficial Patagonia Turística, ha propuesto como solución de este problema (que no sólo serviría para la Región) el reemplazo del "voucher" convencional por una tarjeta inteligente dotada de un microchip en el cual se incluyen todos los servicios contratados por un pasajero, con la particularidad que mediante lectoras especiales y de bajo costo, efectúa automáticamente la administración y liquidación de comisiones y pagos por servicios.

La administración del sistema podría estar instrumentada por una red de bancos soporte, mediante operatoria autorizada por el Banco Central.

Asimismo, dicha red de bancos administradora del sistema, podría estar en condiciones de ofrecer a los operadores mayoristas créditos blandos para promoción y marketing.

La propuesta ha sido recepcionada en uno de los proyectos de ley de turismo actualmente en estudio en la Comisión de Turismo de la Cámara de Diputados, aún cuando podría implementarse sin ley que la previera.

La implementación del sistema reseñado, además de sus efectos sobre la distribución equitativa y oportuna de los ingresos sobre los prestadores de la actividad, permitiría a éstos disponibilidad de fondos para el mejoramiento de la calidad de sus servicios y su efecto indirecto es que concurriría a una progresiva eliminación de operaciones marginales no reflejadas contablemente.

1.5. Categorización hotelera

Este tema requiere una pronta solución armónica a nivel nacional y regional, donde existe disparidad de criterios que dificultan una oferta homogénea de servicios de alojamiento.

Está además siendo tratado a nivel de Mercosur, ya que la Reunión Especializada en Turismo tiene a estudio una propuesta de Brasil.

La problemática planteada en este punto pasa por actualizar el criterio arcaico de clasificación basado sólo en cuestiones físico-constructivas, para integrarlo efectivamente con la calidad del equipamiento y los servicios adicionales que se presten.

La actual categorización desestimula en algunos casos las inversiones en mejoramiento de los servicios o equipamiento, ya que esto no significará una mejor categoría si las dimensiones del establecimiento (cantidad de habitaciones, por ejemplo) no le permiten dicho acceso.

Por otra parte, en zonas como la Patagonia, quizás se requieren edificios más pequeños, adaptados al medio, pero con atención personalizada y mejor equipamiento, tal que sea merecedor de tres o cuatro estrellas.

Cabe destacar, no obstante, que además de la arcaica categorización -las provincias cuentan con legislación en esta materia similar a la nacional, que es de la década de los '70- los organismos de aplicación también emplean criterios dispares y se advierte, en

general, en la mayoría de los casos por falta de medios, la ausencia de una tarea de permanente fiscalización. Muchas veces no se cumple con las exigencias y el cliente no reclama, porque quizás no sabe dónde recurrir o por falta de tiempo. Pero ese cliente no será un buen difusor del turismo en la zona.

1.6. El tema ambiental

El tema ambiental reviste singular importancia en la explotación turística de la Región Patagónica, precisamente porque la protección de la naturaleza que, como se dijo, es su principal atractivo, constituye una garantía para la continuidad de la explotación.

Por otra parte, contar con atractivos naturales constituye un capital de importancia en términos de desarrollo turístico futuro ya que la pérdida de proximidad del hombre con su entorno natural, debido al constante crecimiento del fenómeno urbano, provoca un aumento de la demanda de espacios verdes para los momentos de ocio, como una forma de reestablecer el equilibrio personal provocado por el estrés cotidiano. De allí que el turismo de aventura y el ecoturismo han logrado auge en los últimos tiempos y han determinado un aumento considerable de los ingresos turísticos en países como Australia y Nueva Zelanda (que se presentan como las competidoras de la Patagonia).

Sin embargo, las técnicas conservacionistas han constituido en muchas oportunidades un obstáculo al desarrollo regional o local, postergando actividades económicas, sin su racional evaluación, mediante un sistema legal de restricciones y prohibiciones.

En la Patagonia, puede afirmarse que la política de los parques nacionales puso en valor sus atractivos naturales originando, en los comienzos, la demanda turística; la enumeración de éstos muestra claramente su importancia en la Región:

- * Parque Nacional Lanín
- * Parque Nacional Los Arrayanes
- * Parque Nacional Los Alerces
- * Parque Nacional Lago Puelo
- * Parque Nacional Los Glaciares
- * Parque Nacional Laguna Blanca
- * Parque Nacional Perito Moreno
- * Parque Nacional Tierra del Fuego

- * Parque Nacional Nihuel Calel
- * Monumento Natural de los Bosques Petrificados
- * Reserva Nacional Lanín Zona Lacar
- * Reserva Nacional Lanín Zona Ruca Chorci
- * Reserva Nacional Lanín Zona Malleo
- * Reserva Nacional Nahuel Huapí Zona Central
- * Reserva Nacional Nahuel Huapí Zona Gutiérrez
- * Reserva Nacional Los Alerces
- * Reserva Nacional Puelo Zona Turbio
- * Reserva Nacional Puelo Zona Norte
- * Reserva Nacional Los Glaciares Zona Central
- * Reserva Nacional Los Glaciares Zona Viedma
- * Reserva Nacional Los Glaciares Zona Roca
- * Reserva Nacional Laguna Blanca
- * Reserva Nacional Perito Moreno

(Menciones que integran el art. 32 de la ley 22351 de parques, reservas nacionales y monumentos naturales, y que no incluyen otras zonas que se hayan creado con posterioridad a 1980, por lo que no es exhaustiva.)

No obstante, en determinadas épocas y dado el carácter de "establecimiento de utilidad nacional" que revisten estos emplazamientos, las provincias estuvieron imposibilitadas de ejercer competencias en materia de desarrollo en vastas extensiones territoriales, que en algunos casos ocuparon grandes extensiones del suelo provincial.

Esta circunstancia, sumada a criterios conservacionistas arcaicos, llevó a desestimular el crecimiento del sector turístico, a pesar de que éste constituye uno de los modos de aprovechamiento más compatible y rentable con la protección del recurso.

Por otra parte, las restricciones y prohibiciones no impidieron la depredación.

Los modernos conceptos de "desarrollo sostenible", la promoción del concepto de "reserva de biósfera", impulsado por los organismos internacionales como UIPN o la UNESCO, así como las últimas reuniones mundiales, buscan conciliar el desarrollo y la protección haciendo compatibles acciones de producción en las zonas de amortiguación y transición -aplicando medidas de protección sólo en las zonas núcleo a fin de proteger la diversidad biológica y genética del área-, con el objeto de generar alternativas para las comunidades locales y actores regionales.

Una política exitosa en áreas protegidas requiere de una base económica que permita que tanto el Estado, como las poblaciones locales y los usuarios de las áreas,

asuman las acciones de conservación y desarrollo. No puede prescindirse de los argumentos socioeconómicos si se quieren aplicar estrategias de mayor eficacia.

En tal sentido, **resulta necesario una acción concertada y coordinada entre los planes de expansión turística regionales y las acciones de la Administración de Parques Nacionales, que es el organismo nacional con competencia sobre estas zonas, que dé respuesta a los reclamos de operadores privados y al mismo tiempo los incluya como actores responsables de la preservación de los recursos.**

1.7. Patagonia y Mercosur

El 17 de diciembre de 1991, por Resolución 12 del Grupo Mercado Común, se estableció una Reunión Especializada de Turismo de los Estados Parte, con el objetivo de proponer al Grupo Mercado Común medidas tendientes a coordinar sus respectivas políticas turísticas.

La información obtenida en la Cancillería Argentina da cuenta de la realización de trece reuniones -por lo menos- ya efectuadas.

Entre los diversos temas tratados pueden mencionarse:

- Creación de una Comisión Ad-Hoc de Ecoturismo
- Creación de una Comisión Ad-Hoc de Marketing
- Estudio sobre asimetrías existentes en el área hotelera en el Mercosur
- Creación de la Comisión de Compañías Aéreas
- Proyecto de Polo Turístico de Iguazú
- Solicitud para que la Reunión Especializada de Medio Ambiente incorpore en su Agenda el tema Turismo
- Proyecto de póliza de seguros de caución para agencias de viajes
- Estudio sobre ingresos económicos procedentes del Mercosur y del Turismo extrarregional al Mercosur. Período 1990-1993
- Régimen del Turista en el Mercosur. Instrucción al SGT N° 2
- Normas relativas al tránsito de vehículos terrestres de paseo de uso particular de turistas
- Documento sobre empresas de transporte turístico de larga distancia del Mercosur

- Proyecto de resolución sobre Propositiones de homogeneización de clasificación hotelera
- Creación del Comité de Trabajo sobre Riesgo empresarial
- Campaña institucional del Mercosur e Imagen corporativa del Mercosur.

Como puede advertirse, la labor llevada a cabo es intensa y sobre diversos temas que resultan prioritarios para el crecimiento turístico subcontinental.

A esto se suman los avances logrados a nivel de los cuatro países en materia de transporte de pasajeros, facilitación fronteriza de cargas y personas, características comunes de pasaportes y documentos de identidad de las personas que habitan el Mercosur, regimen de vehículos de uso exclusivo particular de turistas que transitan de un Estado a otro, normas relativas al régimen de equipaje en el Mercosur, Código Aduanero Común e integración aduanera, etc.

Resulta, por lo tanto, de gran importancia para la Región, la presencia activa en este foro subcontinental, en el que se integra el sector público y el sector privado, con el objeto de coordinar políticas y por sobre todo, ofrecer una oferta Mercosur hacia terceros países, en la que se integre a la Patagonia como producto diverso de los que pueden aportar los otros países integrantes del Acuerdo.

Precisamente, en la reunión celebrada en Brasilia, el 14 de setiembre de 1995, se efectuó la propuesta de un programa de acción para el período 1995-2000.

Dicho programa estuvo integrado por los siguientes puntos:

1. Homogeneización de la clasificación de los alojamientos en el Mercosur

- ### **1.1. Clasificación de Hoteles:** se adoptó al respecto lo contenido en el "Documento sobre proposición de Homogeneización de la clasificación de los medios de hospedaje" que fuera aprobado en la Reunión N° 11 (RET) determinándose el 1/1/96 como plazo para la adopción de las medidas contenidas en el documento citado.

Una de dichas medidas es la reformulación de la legislación vigente en cada uno de los países. Otra es la elaboración y aplicación de una Matriz de Clasificación de los Medios de Alojamiento en el Mercosur.

- ### **1.2. Guía Hotelera del Mercosur:** Confeccionada en varios idiomas y destinada a los principales mercados emisores de flujos turísticos. Se deberá reeditar cada dos años.

2. **Circulación de vehículos de propiedad de las empresas locadoras de automóviles** (Proyecto Rent-A-Car). Tendiente a liberalizar y facilitar dicho tránsito.

3. **Ecoturismo.** Se ha elaborado una propuesta denominada "Bases para el desarrollo del Ecoturismo en el Mercosur". Se ha de trabajar en la materia con la colaboración de la Organización Mundial del Turismo (OMT) y con la UNESCO.

Entre las acciones establecidas pueden citarse:

- * adopción de un glosario común
- * homogeneización normativa de las actividades
- * creación de un banco de datos
- * priorización de áreas ecoturísticas
- * concientización y educación ambiental
- * establecimiento de estrategias de apoyo, asistencia y protección del turista
- * integración de áreas ecoturísticas con otros productos

3.1. Programa de capacitación ecoturística.

4. **Polo Turístico Internacional de Iguazú**

4.1. Comité Tripartito

4.2. Tránsito de turistas de terceros países en la Región de Iguazú

4.3. Otras propuestas

5. **Riesgo empresarial**

El notable crecimiento de las corrientes comerciales entre los cuatro países, incrementó los problemas ya existentes de seguridad de las transacciones comerciales entre los agentes económicos.

La propuesta busca celebrar un acuerdo privado entre prestadores de servicios turísticos de manera de regularizar las materias.

En tal sentido, se ha elaborado un Código de Prácticas de las Relaciones Turísticas del Mercosur. Se establece un Contrato Tipo entre las partes, rigiendo las relaciones entre operadores, agentes de viaje, hoteleros y turistas (consumidores).

También se crea un Comité Arbitral Privado, para la resolución de controversias y se instituyen algunas modalidades de garantía de riesgo, carta de fianza bancaria, voucher garantizado por carta de crédito, etc.

6. **Regimen de Turistas:** Se propone instituir un texto ordenado que disponga sobre la documentación de los turistas, tránsito de los mismos y temas relativos a su equipaje. Se procura elaborar un Manual de Turismo del Mercosur.

7. **Transporte Terrestre Turístico.**

8. **Parques temáticos:** la construcción de los mismos incentiva el flujo turístico, reduce la estacionalidad y fomenta localidades que no presentan de por sí atractivo turístico. Su construcción se ve obstaculizada por cuestiones vinculadas con:

- 8.1. Circulación de sus equipamientos.

- 8.2. Homogeneidad de las tarifas.

9. **Acciones de Marketing:** Se pretende obtener una coordinación en la materia, con los agentes privados, a través de la tarea del Comité de Marketing.

- 9.1. **Producto Mercosur:** Se considera necesario la configuración de productos Mercosur para su venta a terceros países.

Se encuentran en elaboración varios proyectos de productos, en diferentes estadios de elaboración: Mundo Gaucho, Circuito de las Misiones Jesuíticas, Corredor Turístico, Polo Internacional de Iguazú, etc.

Para la elaboración de dichos productos se requiere buscar cooperación técnica.

- 9.2. **Participación en Ferias Internacionales.**

- 9.3. **Campaña Institucional e Imagen Corporativa**

Se trata de lograr una campaña institucional sobre el significado general del Mercosur con énfasis en el tema turístico.

9.4. Ampliación del Negocio Turístico

Se acordó la profundización del desarrollo del turismo intra-mercosur con tarifas preferenciales.

10. Cooperación técnica

Su objetivo es el estímulo a la unión de esfuerzos de los sectores turísticos públicos y privados de los cuatro Estados para crear conceptualmente y organizar técnicamente un nuevo destino turístico mundial.

También se trataron temas referidos a: las acciones necesarias para reducir la estacionalidad del turismo; transporte marítimo, fluvial y aéreo, etc.

La reseña realizada es por sí sola demostrativa de la importancia de la participación activa del bloque regional patagónico en estas reuniones.

1.8. Legislación sobre Turismo

Nuestro país no cuenta con una legislación sobre turismo a nivel nacional, ya que la ley 14.574 de 1958 centró su objetivo en crear la Dirección Nacional de Turismo y la mayoría de sus artículos están hoy derogados.

La normativa vigente sobre agencias de viaje y hotelería, por otra parte, es de vieja data y se encuentra por lo tanto desactualizada. Otras cuestiones vinculadas en forma directa con el turismo, están dispersas en las reglamentaciones específicas de las distintas áreas ministeriales que son autoridad de aplicación¹.

Básicamente, la ausencia de una normativa marco vinculada a la materia, obedece a que no se comprendió, durante mucho tiempo, la importancia del **turismo receptivo** e interno como actividad movilizadora de recursos socioeconómicos y culturales.

Es así, que desde hace muchos años diversos proyectos legislativos han entrado al H. Congreso de la Nación y no han obtenido sanción ni -en algunos casos- tratamiento parlamentario.

¹ Consúltase al respecto el Informe Final s/Aspectos jurídicos-institucionales y operativos del desarrollo turístico. CFI.

En el curso de 1995, se trataron en la Comisión respectiva de la Cámara de Diputados varios proyectos, iniciándose una ronda de consultas con organizaciones empresarias de diversas actividades vinculadas al sector, aún cuando todavía no existe definición al respecto. Seguramente ha influido en ello la iniciativa del Poder Ejecutivo Nacional de crear para el próximo período de gobierno un Ministerio de Turismo, proyecto que, sin embargo, parece no tener apoyatura legislativa.

¿Qué debiera contener una legislación nacional sobre este tema?

Entendemos que sus contenidos debieran ser un marco de conceptos, pautas y criterios, así como el andamiaje que permitiera un tratamiento regional de la temática del turismo y que habilitara el financiamiento, también regional, de proyectos de base destinados a remover obstáculos al crecimiento del sector.

Por otra parte, la legislación debiera fomentar el desarrollo de empresarios, agencias y prestadores en general, especializados en turismo interno y receptivo.

Al respecto debe señalarse que no existen Cámaras que agrupen empresas especializadas en captación de turismo extranjero y el balance de pagos turístico negativo de nuestro país debiera ser un objetivo a revertir en el mediano plazo.

De los proyectos discutidos pueden citarse:

Diputado Germán L. Kammerath: Expte. 4635-D-94 T.P. N° 128 - 31/12/94.

Se trata de un proyecto que consta de sólo 6 artículos por el cual se declara al turismo como industria y se definen cuáles serán consideradas empresas turísticas.

Diputados Ramón A. Closs - Carlos Koth: Expte. 4162-D-94 6/11/94.

Regimen del desarrollo del turismo interno y del fomento del turismo receptivo internacional

Crea el Consejo Asesor Federal del Turismo integrado por un representante de la Cámara Argentina de Turismo (entidad de segundo grado) y por un representante oficial de cada Región.

Crea el Fondo Nacional del Turismo, pero crea un sistema de reparto de los recursos del mismo.

El fomento del turismo se vertebrará conforme a la política que se fije con el asesoramiento del Consejo Federal.

Crea el Registro Nacional del Turismo pero con un sistema de control y fiscalización de los prestadores excesivamente centralizado.

Diputados Angel Roig - Enrique Olivera - Roberto A. D'Elía - Jorge N. Teodosin
Expte. 2394-D-94 T.P. 58.

Ley de Turismo; Creación del Consejo Federal de Turismo; Comisión Mixta de promoción turística internacional y del Fondo Nacional de Turismo (FONATUR).

Diputados Jorge Muriel - Liliana Ayetz: Expte. 2224/95 T.P. 72.

Regimen de promoción y desarrollo del Turismo - Creación del Consejo Federal de Turismo y del Fondo Nacional de Turismo

En este proyecto se regula el reemplazo del "voucher" convencional por una "tarjeta inteligente".

1.9. Créditos para el sector

Si bien en varias provincias patagónicas se han otorgado créditos para emprendimientos turísticos -ver capítulo referido a proyectos financiados- muchos de ellos se han otorgado para alojamientos nuevos que es un sector con mucha capacidad ociosa y además se han otorgado sin fijar parámetros de calidad por lo que se han construido muchos alojamientos de 1 y 2 estrellas que son los mayoritarios.

La demanda turística de baja calidad es poco rentable. Sólo demandan turismo que resulta rentable las personas de clase media o alta. Es decir los que tienen renta sobrante. Dentro del desarrollo turístico, si es que se quiere crecimiento, debe apuntarse hacia ese mercado. El mercado del turismo social, que depende esencialmente del Estado, por su naturaleza asistencial, será de recursos limitados ya que existen otros gastos más urgentes y prioritarios que atender como ser la atención de la educación y la salud y el pago de jubilaciones por el sistema de reparto. El turismo escolar además es contraproducente para el turismo receptivo que busca en general tranquilidad y ausencia de ruidos y aglomeraciones no previstas.

Abonando lo antedicho las estadísticas de ocupación muestran que las menores tasas de ocupación se producen en la franja de más baja calidad del mercado. Si bien el alojamiento en general tiene una oferta superavitaria en la Patagonia la capacidad ociosa es aún mayor en el nivel inferior a las 2 estrellas.

Ahora bien, lo precedentemente expresado obedece, además, a que la tendencia en el otorgamiento de créditos para proyectos turísticos se orienta fundamentalmente a la

construcción de alojamientos, en virtud de que este tipo de emprendimientos ofrece garantías hipotecarias de mayor seguridad para las entidades a cargo del financiamiento.

Cabe agregar que los créditos para alojamiento, sin embargo, no tienen, por lo general, condiciones específicas que atiendan sobre todo en los tramos iniciales donde el turismo receptivo aún no incide, plazos de pago sobre el capital e intereses en función del factor estacional y las dificultades que presenta el clima para la construcción en la zona.

Un aspecto de importancia a tomar en consideración en materia de financiamiento de hotelería es que muchas veces se requiere fomentar el reciclaje o remodelación de construcciones o el mejoramiento del equipamiento hábil para ofrecer mejores servicios, que construir nuevos edificios.

El diseño de jardines, la adquisición de computadoras o equipos de TV o mamparas o secadores en los toiles, ampliación de bares o salas de estar, colocación de mosaicos, parquets, moquete, etc., resultan inversiones que pueden incorporar, con poco dinero, mayor rentabilidad a la explotación.

Un tema pendiente en esta materia es la financiación del conocimiento.

Pari passu al mejoramiento físico tecnológico de la oferta turística, el personal de los hoteles y demás integrantes de los servicios turísticos específicos debe recibir una capacitación, previa o en su lugar de trabajo, respecto de los servicios turísticos que son el objeto de la empresa. El personal que está en contacto con el turista en forma directa debe hablar por lo menos el idioma inglés.

Es todavía difícil creer que el sistema financiero doméstico esté dispuesto a financiar la capacitación del personal de una empresa turística. Sin embargo las empresas que no capaciten a su personal fracasarán y con ello peligrará cualquier crédito.

Pero no es sólo la hotelería o el transporte lo que puede provocar la movilización económica turística.

En tal sentido -y más aún cuando se trata de financiar desarrollo turístico de localidades potencialmente atractivas pero en comienzo de su puesta en valor- debieran abrirse **líneas de crédito específicas orientadas hacia proyectos PYME integrados.**

¿Qué entendemos por esto? Adjudicarse una cifra global para una determinada zona, municipio o comarca si y sólo si los proyectos presentados se integran entre sí, a través de compromisos de vinculación comercial permanente sobre la base de determinadas calidades, durante, por lo menos, el período de repago de los préstamos.

Por ejemplo:

- construcción de cabañas
- Transporte local
- Equipamiento de baqueanos y guías de pesca

- Fábrica de productos alimenticios que abastezca a las cabañas y/o casas de comida
 - Artesanías instaladas en cabañas, restaurants, etc.
 - Lavadero a disposición de las cabañas y turistas.
- etc.

Obviamente, pueden agregarse diferentes proyectos interrelacionados, pero además éstos deberán mostrar el grado de conexión con los agentes de viaje que aseguren una entrada razonable mínima de pasajeros.

En estas condiciones, los diversos proyectos pueden generarse a partir de un plan de desarrollo turístico provincial y/o municipal, teniendo el sector público el rol de gestor de emprendimientos integrados, aún cuando de distintos propietarios.

Las líneas de crédito que se abrieran en estas condiciones, micro y pyme, debieran contemplar plazos de gracia acordes con la estacionalidad de la explotación.

Sin perjuicio de lo antecedente, en el capítulo respectivo se han de aportar criterios de evaluación de proyectos PYME turísticos, aspecto que reiteradamente han reclamado como una carencia los organismos provinciales de crédito que han sido consultados.

2. NIVEL PROVINCIAL

2.1. Política Turística

Puede afirmarse que por parte de los funcionarios competentes en el tema existe una importante actividad aún cuando no suficientemente acompañada con los recursos humanos y presupuestarios necesarios.

No obstante, parece haber una creciente toma de conciencia de los actores públicos de la Región sobre la trascendencia que el turismo puede tener para el desarrollo regional.

Hace falta quizás una explicitación, concertada a nivel regional, por las máximas autoridades provinciales, de incluir al turismo como una de las políticas de gobierno prioritarias, generadora de empleos, por otra parte.

2.2. Estadísticas

Se advierte en general deficiencia y a veces inexistencia de datos estadísticos sobre el sector, desde el número de visitantes, los perfiles de la demanda hasta el impacto en el PBI provincial. Debieran profundizarse los trabajos en este sentido, ya que de lo contrario, resulta difícil efectuar proyecciones y evaluar los proyectos puntuales.

2.3. Estacionalidad

El turismo es de por sí una actividad con alto grado de estacionalidad en la demanda.

En la Patagonia, respecto de ciertos atractivos, se agrega la estacionalidad en la oferta por razones climatológicas o biológicas (migración de especies, por ejemplo).

Por tal motivo, para que se produzcan los efectos deseados de reactivación en el tiempo, resulta necesario adoptar medidas que morigeren dicha estacionalidad, vg.:

- * la pavimentación de los accesos, que facilita la remoción de la nieve en la temporada invernal.
- * la complementación entre turismo interno y turismo receptivo.
Sabido es que el mercado interno de turismo se mueve entre los meses de diciembre a marzo.
El turismo receptivo registra una secuencia de fechas relacionada con las características de sus propios países que, es necesario analizar, a los efectos del marketing, para efectuar una programación que asegure una afluencia casi continua.
- * la construcción de instalaciones que faciliten la realización de eventos científicos, artísticos y/o de negocios en épocas de baja temporada.

2.4. Legislación

En este aspecto, pueden efectuarse las siguientes observaciones:

- * la legislación vigente en materia de alojamientos turísticos es obsoleta.
- * no existen textos ordenados que armonicen el tratamiento de los distintos tópicos que regulan las actividades turísticas principales.
- * tampoco se encuentra compatibilizada la normativa provincial con la normativa municipal. Por ejemplo, el Municipio de El Calafate, uno de los más importantes en atractivo turístico, aplica un Plan Director de los años '70, cuando resulta un elemento importante la política de desarrollo urbano y ordenación territorial.
- * los conceptos con los que se regula el tema ambiental, crítico en casi todas las provincias, no se compadecen en general con las pautas del "desarrollo sostenible".
- * no se advierte una labor de fiscalización y control sobre la actividad con la profundidad que se requiere para garantizar las exigencias del cliente; esto probablemente por la carencia de recursos humanos y materiales.

2.5. Los empresarios turísticos

La política prevaleciente en materia de turismo en nuestro país ha sido en la última década la de promover el turismo interno por considerarlo un sustituto de importaciones y un sostenedor de la demanda interna. No se ha conseguido, no obstante, reducir la cantidad de gastos turísticos en el exterior y el déficit en el balance de pagos turísticos ha ido creciendo en los últimos años. El gastar recursos en convencer a nuestros habitantes a que gasten sus dineros de las vacaciones en conocer el país ha producido una mala performance para el turismo receptivo. Como el turismo interno es marcadamente estacional toda la economía del empresario turístico está severamente limitada.

En lugar de invertir en elevar el nivel de nuestros servicios turísticos (en hotelería 3, 4 y 5 estrellas, en el aumento de frecuencia de transportes aéreos, en guías políglotas capacitados, etc.) con el fin de seducir al turismo extranjero, se ha preferido privilegiar el mercado interno, criterio que debe modificarse a la brevedad posible. Esta hipótesis tiene sus implicancias en los planes y motivaciones económicas de los empresarios del sector.

Si bien la cantidad de turistas extranjeros parece haber crecido en la última década, también ha crecido, y en mayor medida, el déficit en el balance de pagos turístico. En lugar de equilibrar la operación turística nuestro país se ha convertido en cada vez más emisor, lo que exige revisar las políticas macro y micro aplicadas hasta el momento para el desarrollo del turismo.

Así como los empresarios de la industria y el agro nacional primero, y en este momento del sector financiero, por una cuestión de supervivencia y competencia tuvieron que invertir en las últimas tecnologías para reestructurarse, asociándose para bajar sus costos y aumentar las exportaciones, **ahora le toca reestructurarse a la industria turística a fin de poner en valor internacional a su producto-servicio.** Existe un enorme colchón de productividad en el sector turístico que falta poner en funcionamiento.

Para ello se debe dejar de pensar en seducir solamente a nuestros propios habitantes y apoyar, capacitar y estimular a los empresarios que quieran asumir riesgos ocupándose en armar "paquetes turísticos" para ofrecer servicios-productos turísticos que sean de interés del turismo mundial. Así lo hicieron los españoles, los turcos, los australianos. La Argentina y en particular la Patagonia también lo puede hacer.

Con el aumento de la competitividad turística el turismo interno crecerá por añadidura. La situación real actual es que una buena porción de nuestra población, y justamente la que tiene más dinero, prefiere viajar al exterior que quedarse en el país, porque le resulta más atractivo lo que le ofrecen las empresas turísticas del exterior.

Y existen muchos motivos y muy valederos para que ello sea así.

No es suficiente la calidad de los "programas" y los servicios turísticos que se ofrecen en la Argentina, no porque falten en el país atracciones, sino porque las mismas no están bien puestas en valor ni organizadas:

- a) Falta hotelería de buena calidad y la que figura de 3, 4 ó 5 estrellas, que es la preferida por los extranjeros y nuestros habitantes viajeros al exterior, no cumple con los estándares internacionales que corresponden a cada

categoría. Esto no es sólo responsabilidad del estado sino principalmente de los empresarios privados. No se debe engañar al turista.

- b) Existen muy pocos programas de valor armados y la duración de los mismos no se ajusta a las posibilidades de los paquetes de 7 ó 14 días que son los que más se venden en el mundo.
- c) Tampoco nuestra política de precios es competitiva y ello no se debe a que el dólar está barato sino a erróneas políticas de precios y falta de organización comercial.

¿Por qué faltan -salvo excepciones- hoteles de calidad que cumplan con las exigencias internacionales? Simplemente porque nunca fue un objetivo explícito ni político ni económico el ganar una porción del mercado turístico internacional. De lo contrario no deberían existir hoteles habilitados que incumplan con las normas. Los hoteleros deben ajustarse a las normas y quienes ejercen el control categorizar con estrictez. De lo contrario se defrauda al turista, se pierde seriedad y se produce una competencia desleal entre hoteleros.

Hasta ahora se ha preferido, en lugar de salir a competir para ganar una porción del mercado internacional, vivir con lo nuestro que es de menor exigencia. **El concepto de calidad total aún no ha prendido en la industria hotelera.** Como el consumidor argentino aún se "arregla con poco" casi todos los hoteleros y transportistas como los demás operadores turísticos se han preparado para el consumidor argentino.

Los operadores turísticos a lo largo de toda la cadena comercial han caído en incumplimientos graves que han desprestigiado enormemente al turismo nacional. La falta de profesionalidad y conocimiento real por parte de muchos operadores turísticos sobre los productos-servicios que venden y las "sorpresas" con que se encuentran los turistas han ayudado enormemente a que intenten contratos directos con los prestadores.

La falta de coherencia entre las políticas de precios reales y las publicadas también ha generado una enorme desconfianza en la operación turística. Las políticas de precios erráticas e inestables han perjudicado también a los hoteleros y demás integrantes de la cadena comercial. Muchas veces se inicia una temporada con un precio elevadísimo y luego por falta de demanda se terminan haciendo precios con descuentos increíbles que hubiesen generado una demanda muy diferente de haberse publicado desde el comienzo. Esto es como pretender en una sola temporada el repago de la inversión efectuada sin tener en cuenta que existe la competencia y que la actividad turística es una operación que en

el mundo no tiene una tasa de retorno de más del 18 %. Pero debemos recordar que el 18 % es una muy buena rentabilidad de la inversión en país con moneda estable.

Como una consecuencia de **pensar muy localmente** en vez de considerar a las atracciones de una zona como parte integrante de un paquete mayor, **muchos programas gastan más el tiempo del turista en transporte que en auténtico gozo de la atracción que es motivo del viaje**. Faltan además, alrededor de la atracción principal, programas y servicios complementarios que presenten alternativas de diversión e interés para el turista.

Los turistas internacionales y los propios nacionales, cuando viajan nunca están más de dos días en cada lugar. Así en siete días pueden aprovechar para "hacer" en su viaje varios lugares de interés.

El comprender esto ayudará enormemente a reestructurar las programaciones para lo cual hay que asociar esfuerzos entre distintos centros y conseguir así mayor cantidad de turistas interesados. Hay que pensar paquetes de 7 ó 14 días y en ese tiempo se debe aprovechar el tiempo del turista al máximo.

Es necesario crear una nueva conciencia en la mayoría de nuestros empresarios turísticos. Como **los empresarios medianos y pequeños "constituyen la columna vertebral de la planta turística"** al decir de Bote Gómez, también dicho autor reconoce que "esta pequeña escala va unida muchas veces a la mala calidad de los servicios por falta de formación y capacitación" por lo que "exige una formación polivalente de los propietarios o gerentes". Los empresarios por lo tanto deberán capacitarse, estudiar mejor el mercado, elegir personal de mejor nivel y capacitar al existente, modificar los objetivos, el estilo de gerenciamiento y adoptar ciertas pautas de servicio y de política comercial. Pero además exige operar con políticas de precios competitivas, especificar claramente las condiciones contractuales y que éstas se cumplan.

Los empresarios turísticos que hablan idiomas y tienen más conocimiento del turismo internacional, están más volcados al turismo emisor que al receptor. Es casi una cuestión sociológica. Es más fácil vender pasajes al exterior porque los empresarios turísticos de los otros países, que les ofrecen continuamente "fam tours", es decir viajes pagos para familiarizarse con el destino que desean promocionar, supieron poner en valor sus riquezas turísticas. Además lo que ofrecen está por escrito y se cumple.

Otro tema preocupante es la situación financiera en que se encuentra una buena proporción de los operadores turísticos mayoristas que todavía no se acostumbra a operar en una economía con moneda estable. El turismo es una actividad que opera con mucho dinero que se cobra por adelantado. Para el turista que contrata un

viaje este es un factor de gran riesgo cuando se opera con empresas poco serias que utilizan el dinero para fines que no siempre son específicamente turísticos.

Como consecuencia de la falta de una política que priorice la captación del mercado turístico internacional, **existen pocas empresas dedicadas al turismo receptivo.**

Luego de recorrer la Patagonia se pueden contar con los dedos de la mano las agencias mayoristas, agencias de viajes y empresarios turísticos en general que se dedican profesionalmente al turismo receptivo. Tampoco existen tantas en la ciudad de Buenos Aires. Además de las limitaciones y muchas de las ineficiencias ya comentadas, existen otras que son la resultante de la falta de articulación entre los esfuerzos públicos y privados.

3. NIVEL ZONAL

3.1. Abastecimientos locales

Existe insuficiencia, o en la mayoría de los casos ausencia, de emprendimientos destinados a abastecer localmente a los hoteles, vg.:

- * huertas en condiciones de abastecer alimentos de cultivo agroecológico a las casas de comida.
 - * producción de manteca o dulces regionales con el envase apropiado para cada porción.
 - * idem distintos tipos de elementos que habitualmente utilizan los hoteles para el servicio de tocador en sanitarios.
 - * menú o chef especializado en gastronomía zonal que puedan ofrecer en las comidas platos típicos confeccionados de acuerdo a las costumbres del lugar.
- Puede afirmarse, que salvo en algunas zonas específicas (muy pocas) no existe bien estudiado y desarrollado un Menú Patagónico.

- * el tema artesanías, que ha sido objeto de estudio y desarrollo importante en algunas de las provincias patagónicas, merece un impulso decidido.

En tal sentido, los senadores nacionales Felipe Sapag y Ana M. Peña de López, presentaron oportunamente un proyecto para crear el Instituto Nacional para el Desarrollo Artesanal, ente autárquico en dependencias de la Secretaría de Cultura, con el objeto de promocionar un mercado de artesanías nacional. En los fundamentos de su propuesta menciona al Consejo Federal de Inversiones que, consigna: "ha sostenido acertadamente que es necesario crear un canal federal de exportaciones que permita el acceso de la producción artesanal argentina a mercados internacionales, donde obtendrá condiciones de compensación altamente ventajosas".

Más allá de la exportación, lo cierto es que dicho mercado artesanal es un complemento comercial del turismo, explotado exhaustivamente en todos los países del mundo con muy buenos resultados económicos.

3.2. Alternativas locales turístico-recreativas

Tanto desde el punto de vista de los esparcimientos nocturnos (espectáculos vernáculos y gastronomía) como lugares históricos y/o museos o edificios públicos, los centros urbanos próximos a los lugares turísticos deben acondicionarse para ofrecer un city tour el día que se pernocte en la ciudad.

Asimismo, el desarrollo de Centros de Interpretación Científica de la Naturaleza de carácter local resulta también de marcado interés turístico.

En algunas provincias existen al respecto proyectos interesantes y que si bien son propiciados por el sector público, podrían ser de financiación mixta en tanto se incorporara a su visita venta de artesanías, restaurant o bar, amén del cobro de la entrada respectiva para su ingreso.

3.3. Gestión de los Municipios

A nivel zonal, el rol del Municipio en la promoción, asistencia en la gestión y fiscalización de proyectos turísticos del sector privado, reviste particular trascendencia.

Sólo desde lo local se puede producir un desarrollo sustentable y en tal sentido cuidar la permanencia del recurso paisajístico o natural.

Asimismo, es el eje central para la promoción y detección de posibles proyectos integrados, generadores de empleo para la comunidad.

También tiene un peso decisivo en materia de difusión, educación y concientización turística.

CAPITULO IV

CRITERIOS PARA LA EVALUACION DE PROYECTOS TURISTICOS

*** Introducción**

La complejidad de factores que intervienen en el éxito de un proyecto de inversión turístico hace que, cuando se trata de asignar por parte del Estado créditos en condiciones blandas para el sector, la evaluación no apunte solamente a determinar la rentabilidad de la inversión desde el punto de vista empresario con la aplicación de los métodos habituales de carácter económico, sino que incluya una evaluación socioeconómica del proyecto, inserto en un contexto mayor, a los efectos de analizar una gama de variables externas a la inversión misma pero que condicionarán su éxito y su contribución al desarrollo social y ambiental y que, por otra parte, no sólo asegurarán el repago sino su efecto multiplicador.

Para ello resulta necesario contar con algunas herramientas previas de carácter zonal que aporten información sobre el ámbito natural y construido y poblacional y, de ser posible, con series estadísticas reveladoras de la actitud del mercado o de su potencialidad.

En el punto 1.9 del Capítulo III, se esbozaron algunos criterios para la definición de líneas de crédito específicas para el sector.

En el presente capítulo se han de señalar algunos criterios relativos a la localización, funcionalidad, relaciones económicas y marco jurídico que deben estar presentes, quizás en la misma elaboración del proyecto y meritarse con indicadores apropiados en su evaluación.

Tales criterios tienen pues por fin:

- consignar la mayor certeza posible sobre la viabilidad del proyecto en sus términos funcionales y de ubicación territorial.
- coadyuvar al empresario-solicitante de asistencia financiera a analizar factores propicios ó limitantes para concretar el proyecto, evitando errores por falta de previsión.
- ampliar el análisis del evaluador sobre aspectos indicativos de la justificación del proyecto en su apoyo institucional.

*** Cuestiones inherentes a la localización**

- ubicación geográfica del proyecto (provincia, municipio, localidad) indicando vías y medios de acceso.
- indicar si el inmueble previsto para la localización del proyecto de inversión se encuentra en área urbana o rural; sus límites, forma y extensión.
- si es de propiedad privada o tierra fiscal.
- si la ubicación se halla comprendida dentro de circuitos o territorios identificados como corredores turísticos provinciales o sub-regionales, precisando en caso afirmativo su identificación.
- identificar las localidades turísticas próximas, indicando distancias, población y tipo de vinculación (infraestructura vial y de transporte).

*** Análisis funcional***

- tipos de equipamientos y servicios turísticos ya instalados en el sitio de localización.
- justificación, con datos-indicadores, del interés que presenta el área de localización del proyecto (por ej. estadísticas o datos de la evolución de la actividad turística).
- breve descripción de la actividad en el área de localización, con aporte de datos municipales o provinciales sobre el ritmo de crecimiento de la demanda.
- identificación de proyectos privados o públicos que puedan valorizar el interés turístico del área y estado de gestión.
- dependencia del proyecto con la creación de infraestructura básica a cargo del Estado.
- tipo de recursos turísticos (físicos o no) vinculados al proyecto.
- características del medio ambiente circundante, e identificación de posibles repercusiones, de tipo positivo o negativo, que puedan alterar el marco ecológico del lugar (Factibilidad Ambiental).
- limitaciones horarias y estacionales en actividad turísticas según tipo, con incidencias directas o indirectas sobre la actividad involucrada en el proyecto.

* Dado que los proyectos turísticos pueden integrarse en una gama muy amplia, e insertarse en un plan turístico zonal o de desarrollo económico provincial, resulta útil, y casi necesario, que las autoridades competentes opinen o dictaminen al respecto, evidenciando conocimiento arquitectónico o físico-funcional de su diseño. Este recaudo tiende a garantizar su viabilidad y proyección definitiva, aportando seguridad sobre el cumplimiento de normativas vigentes para la zona, preservación ambiental, y previsión de mínimas infraestructuras exigidas; e incluso, si correspondiera, garantías sobre concesiones, créditos, promoción turística y/o desgravaciones fiscales.

*** Indicadores económicos**

Los proyectos para determinar su jerarquización y acceso al crédito, pueden someterse a un conjunto de indicadores económicos tales como*:

• Costo de creación de empleo

Como su nombre lo indica, relaciona a la inversión con la cantidad de empleos directos y permanentes que se generan. El número a su vez puede ponderarse con la cantidad estimada de personal transitorio (estacionalidad).

• Monto de facturación estimada

Se obtiene una medida de productividad global por empleo contratado.

• Rentabilidad del proyecto

VAN y TIR.

• Índice de intensidad laboral

En el caso de la hotelería: empleo por habitación; o guías por excursiones.

• Inversión por cama (en el caso de alojamiento)

Este índice nos aporta el nivel de equipamiento y calidad del servicio.

• Capital - Facturación anual estimada

Es una relación entre la inversión original y el monto de ventas anual estimado, a fin de conocer la velocidad de rotación del capital.

• Grado de autofinanciamiento

• Relación valor agregado - capital

$$\begin{array}{ccc} \text{Eficacia} & & \text{Capital total} \\ \text{social del} & = & \text{-----} \\ \text{capital} & & \text{Valor agregado generado por el proyecto} \end{array}$$

* En los cuadros siguientes, tomando en cuenta datos suministrados por la Pcia. del Chubut, se ha efectuado una aplicación de los indicadores económicos a los proyectos presentados en esa provincia.

INDICADORES ECONOMICOS PROYECTOS PROVINCIA DEL CHUBUT

PROYECTO DESCRIP	MONTO INVERSION	CAMAS	COSTO CAMA	EMPLEOS	COSTO/ EMPLEO	FACTURAC	FAC/ EMPLEO	EMPLEO/ HAB	CAP/ FACT
ENDIV APIONABO	61250			2	30625	104248	52124		0.59
CABAÑA GOLONDRINA	213980	50	4280	3	71327	74910	24970	0.24	2.85
COMPLEJO TURISTICO	850000	20	42500	13	65385	337050	25927	1.30	2.52
VIVERO FORESTAL	243498			3	81166	S/D	S/D	S/D	S/D
CADENAS RAYENTRAY	11572950	428	27040	156	74186	7616320	48823	0.73	1.52
CRIADERO DE ZORROS	136174			1	136174	111855	111855	-	1.22
CRIADERO DE ZORROS	S/D			4	293190	73298	S/D	-	-
FABRICA ALFAJORES	33699			2	16850	58500	29250		0.58
COMP TUR MARGARITA	447305	27	16567	3	149102	150000	50000	0.33	2.98
COMP DE CABAÑAS	268081	28	9574	10	26808	88900	8890	1.43	3.01
CABAÑAS QUINCHO	97440	50	1949	4	24360	66600	16650	0.32	1.46
FAIRWAYS EXCURSIONS	130363			3	43454	150000	50000		0.87
PARADOR OLAF L PUELO	138261	20	6913	1	138261	47100	47100	0.20	2.93
TRANSP TURIS AVENT	743929			1	43761	988800	58165		0.75
AMP H AUSTRAL	4757451	66	72083	48	99114	2235468	46572	1.45	2.13
CABAÑAS COSTA AZUL	2060994	212	9722	31	66484	852336	27495	0.58	2.42
HOTEL TORRACA	7060000	180	39222	60	117667	2417013	40284	0.67	2.92
HOST PEDREGOSO	447396	20	22370	7	63914	355908	50844	0.70	1.26
HOTEL DEL SUR ESQUEL	388779	26	14953	8	48597	494000	61750	0.92	0.79
APPART RADA TILLY	401630	46	8731	11	36512	210000	19091	0.96	1.91
PROD AGROP Y S TUR	465643	19	24508	8	58205	292902	36613	1.26	1.59
CASA TE GAIMAN	565067			12	47089	206500	17208		2.74
VIVERO HIDROPONICO	88297			2	44149	45900	22950		1.92
GANAD Y ARTESANIA	56271	10	5627	2	28136	49500	24750	0.80	1.14
FLOTA RODANTE	400000			4.5	88889	159680	35484		2.50
HOTEL TOLOSA	1183791	64	18497	25	47352	1375560	55022	0.78	0.86
RESTAURANT NOSOTROS	57460			2	28730	53205	26603		1.08
Totales	32869709	1266	23336	442.5	74282	18835445	42566	0.79	1.74

Inversión en alojamiento: \$ 29543888

Costo por cama: \$ 23336

Empleos en alojamiento: 367.5

Fuente: Elaboración propia en base a informaciones suministradas por Banco Provincia del Chubut.

**PROYECTOS QUE SE CLASIFICARON ENTRE LOS PRIMEROS 10 PUESTOS
EN CUMPLIMIENTO DE LOS INDICADORES**

PROYECTO 10	COSTO EMPLEO	FACT EMPLEO	RENTA- BILIDAD	EMPLEO HAB	COSTO HAB	INV-FACT	AUTOFINANC	OBJETIVOS CUMPLIDOS
ENDIV APIONABO	30625	52124	70.12	NO	NO	0.59	54.46	7
TRANSP TUR AVENTURA	43761	58165	34.48	NO	NO	0.75	66.40	7
FAIRWAYS EXCURSIONES	43454	50000	36.25	NO	NO	0.87		6
FABRICA ALFAJORES	16850		22.14	NO	NO	0.58	66.00	6
CRIADERO DE ZORROS		92576	19.23	NO	NO	1.22		5
HOTEL TOLOSA		55022		0.78	18497	0.86	51.00	5
CADENAS RAYENTRAY		48823	20.79	0.73	27040		48.15	5
GANADERIA Y ARTESANIA	28136		26.82	0.80		1.14		4
CASA TE GAIMAN	47089			NO	NO		91.00	4
HOTEL DEL SUR ESQUEL		61750		0.92	14953	0.79		4
HOSTERIA EL PEDREGOSO		50844		0.70	22370	1.26		4
CABAÑAS QUINCHO	24360		19.39				56.51	3
VIVERO HIDROPONICO	44149			NO	NO			3
FLOTA RODANTE			21.60	NO	NO			3
PROD AGROP Y SERV TUR				1.26	24508		46.31	3
COMPLEJO CABAÑAS	26808			1.43				2
CABAÑAS NOSOTROS	28730					1.08		2
APPART RADA TILLY	36512			0.96				2
COMPL TUR MARGARITA		50000	50.12					2
CABAÑAS COSTA DEL AZUL					9722		46.00	2
CABAÑAS LA GOLONDRINA							52.18	1

Fuente: Elaboración propia.

*** Indicadores jurídico-institucionales**

- Autorizaciones y aprobaciones de las que depende la ejecución del proyecto (niveles jurídico políticos), a fin de detectar tiempos y complejidad de los trámites administrativos y grado de discrecionalidad.
- Normativa nacional, provincial o municipal que condiciona la actividad turística en el área (restricciones operativas y "costos de transacción").

DATOS MINIMOS PARA RELEVAMIENTO DE PROYECTOS TURISTICOS

1. Identificación del proyecto (nombre)
2. Breve descripción
3. Localización	
· Area
· Itinerario (servicio)
· Corredor
4. Jurisdicción
5. Estado del Proyecto	
· Idea preliminar
· Anteproyecto en ejecución
· Proyecto
· Proyecto con financiamiento
· Proyecto suspendido (causas)
6. Monto estimado de inversión	
· Capital propio
· Financiamiento
7. Otros recursos	
· Asistencia técnica
· Capacitación
8. Generación de empleo	
· Calificado
· Sin calificar
9. Iniciativa:	
· Privada
· Pública
· Concertada
10. Motivación
11. Identificación del interés turístico
12. Mercado al que se dirige
13. Tiempos de implementación
14. Obstáculos

CAPITULO V

CONCLUSIONES GENERALES

De los diversos factores que se han analizado en el presente trabajo, surgen algunas conclusiones que perfilan un diagnóstico de la situación regional de la actividad:

1. La Patagonia sobreabunda en lugares de gran atractivo natural, muchos de los cuales recién se han comenzado a "poner en valor".
2. Esas características naturales hacen que turismo y gestión ambiental (incluido en este último concepto el ordenamiento territorial) deban tratarse en forma estrechamente interrelacionada a fin de preservar, en el largo plazo, la continuidad en la explotación de la actividad turística. Lo expresado no sólo vale para los poderes públicos sino también para los operadores privados y significa también la educación y concientización de la población que habita las zonas de atracción.
3. Si bien se ha avanzado en acciones y propuestas que viabilizan una mejor accesibilidad a la región y conexión intrarregional, debe actuarse con énfasis en la concreción de las mismas, algunas de las cuales, por su envergadura requieren entre 3 y 5 años.
4. La marcada estacionalidad que se registra en la Región, ocasiona problemas de rentabilidad a los proyectos privados, por lo cual y teniendo en cuenta la progresiva resolución de lo indicado en el punto 3, debiera incrementarse notablemente el turismo receptivo, a cuyo efecto, con criterio regional y subregional, es necesario emprender la búsqueda de nuevos mercados donde colocar el producto turístico patagónico.

5. Las acciones de marketing presuponen:
 - 5.1. Definición clara de productos turísticos, en particular localizados por corredores turísticos interprovinciales, que garanticen una estadía entre 7 y 14 días.
 - 5.2. Mayor especialización de operadores y agentes en el turismo receptivo.
 - 5.3. Informatización de los datos turísticos, con posibilidades de rápido acceso a los mismos y calidad de los folletos que se emiten.
 - 5.4. Sensible mejoría de la calidad de los servicios a cuyo efecto es indispensable la capacitación en Gerenciamiento y del personal empleado.
 - 5.5. Categorización hotelera homogénea, ajustada a niveles internacionales y fiscalización permanente por los organismos provinciales competentes.
6. La estacionalidad puede morigerarse también con la organización de eventos científicos, deportivos, de negocios, etc., a cuyo efecto deben preverse centros de convenciones y la capacidad hotelera correspondiente.
7. Parece importante buscar métodos para asegurar el pago de las remuneraciones en tiempo y forma a los prestadores de servicios.
8. Resulta necesaria la presencia activa de carácter regional de la Patagonia en las reuniones especializadas de turismo del Mercosur.
9. El sector privado no cuenta con líneas de crédito específicas que contemplen en tasa de interés, plazos de gracia y tiempo de repago las características propias de la actividad.
10. Para el acceso al crédito blando que pueda otorgar el Estado, deben adoptarse, además de los métodos tradicionales, de evaluación económica

de proyectos de inversión, criterios de evaluación socioeconómica que garanticen el efecto multiplicador de los proyectos.

11. Los organismos provinciales de turismo deben acordar criterios de recolección de datos que aseguren certeza y uniformidad a las estadísticas existentes sobre el turismo en la Región, sin las cuales son difíciles las proyecciones de oferta y demanda.
12. Si bien los organismos provinciales de turismo vienen trabajando, en distintos ámbitos, para el crecimiento de la actividad regional y ésta, así como las inversiones, han crecido en los últimos años, se requiere una política explícita y consensuada de las máximas autoridades de la Región, que dé marco, refuerce y coordine las iniciativas públicas y privadas.
13. En el marco de la política que se defina, se han de proyectar las modificaciones legislativas, los convenios y asignación de recursos que sean necesarios.

CAPITULO VI

PROPUESTAS Y RECOMENDACIONES

Sin perjuicio del cuadro que se acompaña al presente capítulo y en el cual se indican los aspectos críticos detectados para el desarrollo del turismo a nivel regional, provincial y zonal y las acciones que se vislumbran, con indicación de la responsabilidad de los distintos actores para su concreción, se han de precisar las siguientes propuestas:

1. De índole político institucional

Como ya se expresara, existe organizado el Ente Regional Oficial de Turismo "Patagonia Turística", que fuera creado en el año 1966.

Si bien dicho Ente viene cumpliendo funciones en la materia, a los fines de acrecentar su operatividad, se propone replantear su estructura y forma de funcionamiento, estableciendo:

- * **Consejo Directivo:** integrado por los gobernadores de cada una de las provincias patagónicas, cuyo rol sería consensuar las pautas de política turística a aplicarse en la Región y su relación con niveles superiores del orden nacional e internacional.
- * **Comité Técnico Administrativo:** integrado por las Autoridades de Turismo provinciales, a cargo de la preparación de los planes y programas para la ejecución de las políticas fijadas y de la coordinación y control de las Autoridades de Corredor Turístico integrantes del Sistema Regional de Corredores Turísticos Patagónicos.

*** Autoridad de Corredor Turístico**

Tomando en cuenta los estudios que han identificado la existencia de corredores turísticos en la Región Patagónica los que, salvo el del Norte Neuquino, tienen una integración interprovincial, se propone la creación, como órganos desconcentrados funcionalmente dentro del Ente Patagonia Turística, de Autoridades de Corredor Turístico (una por cada uno de ellos).

Dicha Autoridad tendría funciones de Gerenciamiento y promoción, a cuya efecto debiera ser un idóneo en la materia, con una designación por un período de tiempo determinado -renovable- y operaría sobre la base de un Convenio marco celebrado por los Municipios turísticos del Corredor con participación de las entidades representativas de la comunidad vinculadas al turismo interno y receptivo.

En tal sentido sería el cauce natural para la gestión de aquellas inquietudes, proyectos, decisiones, etc., que fueran necesarias para el desarrollo y crecimiento de la actividad turística zonal, promoviendo asimismo acciones conjuntas entre el sector público y privado y coordinando su accionar con planes y programas globales.

2. De índole técnica

2.1. Red Federal del CFI

Incorporación de una base de datos con la oferta turística patagónica, a cuyo efecto por separado se acompaña un primer relevamiento de agentes, operadores y prestadores de servicios.

2.2. Asistencia técnica del CFI

- Capacitación de agentes y operadores en turismo receptivo.
- Establecimiento de criterios uniformes para configurar una base estadística regional y zonal.
- Factibilidad de instrumentar un sistema que garantice los pagos a prestadores de servicios en tiempo y forma (ej. voucher electrónico).

- Actualización de la legislación sobre turismo y categorización hotelera en cada provincia y asistencia en la formulación de la ley nacional.

3. Financiera

- Factibilidad del diseño de una línea específica de financiamiento para proyectos de inversión turística micro y PYME.
- Formulación de una metodología de evaluación de proyectos turísticos.

PROPUESTA DE ACCIONES REGIONALES, PROVINCIALES Y ZONALES

Nivel	Aspecto crítico	Acciones	Iniciativa	Plazo	Posible rol del CFI
REGIONAL	1. INTEGRACION DE CIRCUITOS INTERPROVINCIALES E INTERNACIONALES	<ul style="list-style-type: none"> Existen acuerdos inter-provinciales en ejecución Se requiere mayor participación operadores privados para configurar productos Concretar habilitación pasos faltantes Concretar contenidos actas Comités de Frontera 	Gobiernos Provinciales Sector Privado Gob.Provinciales-Cancillería Gob.Provinciales-Cancillería	Corto Corto Mediano Mediano	<ul style="list-style-type: none"> Asist. técnica a la Región (Proy. regionales) Articulación con Cancillería Articulación con otros organismos nacionales (seguimiento)
	2. MARKETING PATAGONICO	<ul style="list-style-type: none"> Elaborar criterios uniformes y una acción sistemática Elaborar base de datos con oferta de la Región-Conexión de la misma con el exterior Confección Workshop-Fam Tours-Ferias Análisis nuevos mercados (Japón-EE.UU.-etc.) 	Gob.Provinciales Gob.Provinciales Gob.Provinc.-Sector Privado Sector privado con apoyo Gob. Prov.-SECTUR Sector Privado asociado en UTES	Corto Corto Corto Permanente Corto	<ul style="list-style-type: none"> Asistencia técnica Incorporación Red Federal Asistencia técnica Financiamiento
	3. FINANCIAMIENTO DE LA ACTIVIDAD	<ul style="list-style-type: none"> Diseño y puesta a funcionamiento de un Voucher electrónico (tarjeta inteligente) Acuerdo con Bancos 	Pública-Privada	2 años	Asistencia Técnica
	4. CATEGORIZACION HOTELERA	<ul style="list-style-type: none"> Actualización de criterios normativos Acentuación de la fiscalización 	Gobiernos Provinciales	Corto	
	5. TEMA AMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> Armonización y criterios Concientización y educación Acuerdos con Administración de Parques Nacionales 	Gobiernos Provinciales Pública-Privada	Mediano Corto	<ul style="list-style-type: none"> Articulación APN (Convenios)
	6. PATAGONIA Y MERCOSUR	<ul style="list-style-type: none"> Presencia activa regional en la Reunión Especializada de Turismo Programa 1995-2000 	Público-Privada	Permanente	<ul style="list-style-type: none"> Articulación con Cancillería
	7. LEGISLACION SOBRE TURISMO	<ul style="list-style-type: none"> Elaboración de un proyecto de ley consensuado a nivel regional para su presentación al Congreso 	Pública con participación del sector privado	1996	<ul style="list-style-type: none"> Asistencia técnica

PROPUESTA DE ACCIONES REGIONALES, PROVINCIALES Y ZONALES

Nivel	Aspecto crítico	Acciones	Iniciativa	Plazo	Rol del CFI
REGIONAL	8. CREDITOS PARA EL SECTOR	<ul style="list-style-type: none"> · Diseño de una línea de crédito Micro y PYme turísticas especial · Pautas de evaluación de proyectos turísticos 	Gob.Provinciales-CFI Gob.Provinciales-CFI		<ul style="list-style-type: none"> · Financiamiento · Asistencia técnica
PROVINCIAL	1. POLITICA TURISTICA	<ul style="list-style-type: none"> · Concertación explícita de Gobernadores de la Región 	Pública-CFI	Corto	<ul style="list-style-type: none"> · Configuración de Acuerdo · Nuevo carácter del Ente Patagonia Turística
	2. ESTADISTICAS	<ul style="list-style-type: none"> · Elaboración sistemática · Trabajo de campo 	Gobiernos Provinciales	Permanente	<ul style="list-style-type: none"> · Asistencia técnica
	3. ESTACIONALIDAD	<ul style="list-style-type: none"> · Incremento turismo receptivo · Construcción centros de convenciones · Eventos científicos, artísticos, de negocios, etc. 	Sector Privado Sector Público Concesionado Sector Privado con apoyo Público	Permanente Mediano	
	4. EMPRESARIOS	<ul style="list-style-type: none"> · Control de calidad · Capacitación · Especialización en turismo receptivo · Promoción de consorcios empresarios-UTES, etc. 	Gobiernos Provinciales Sector Privado con apoyo Público	Permanente Permanente	<ul style="list-style-type: none"> · Asistencia técnica
ZONAL	1. Abastecimientos locales 2. Alternativas turístico-recreativas 3. Gestión Municipal	<ul style="list-style-type: none"> · Promoción de emprendimientos Micro y PYMES · Desarrollo de proyectos 	Sector Privado con orientación y apoyo municipal		<ul style="list-style-type: none"> · Financiamiento

SINTESIS

1. INTRODUCCION

La decisión de asignar carácter prioritario o no al turismo, dentro de una estrategia de desarrollo regional, tiene un soporte principalmente político.

Esto es así porque aún en los países desarrollados, los indicadores que se utilizan para el análisis de su incidencia socioeconómica, presentan muchas imprecisiones y parcialidad -por los problemas metodológicos que plantean, dificultades de las estadísticas, etc.- y la imposibilidad de incluir en ellos aspectos cualitativos que son relevantes.

La intersectorialidad típica de la actividad turística hace que dependa de un complejo de otras actividades, regulaciones, aspectos físico naturales y funcionales, alternativas ofrecidas extrarregionalmente e internacionalmente, capacitación y cultura vernácula de los prestadores de servicios, expectativas de las distintas "frangas" de clientes potenciales, riesgo-país (en términos de seguridad y económico), acciones permanentes de marketing, organización administrativa del Estado, que supone múltiples autoridades en razón de su jurisdicción territorial y la materia que les compete y que resulta imprescindible coordinar horizontalmente, etc.

Sin embargo, es esa misma intersectorialidad la que otorga al turismo efectos multiplicadores de mayor amplitud que otras actividades y que lleva a considerarlo como un movilizador socioeconómico, en tanto se defina una política al respecto.

2. CONCLUSIONES GENERALES

1. La Patagonia sobreabunda en lugares de gran atractivo natural, muchos de los cuales recién se han comenzado a "poner en valor".
2. Esas características naturales hacen que turismo y gestión ambiental (incluido en este último concepto el ordenamiento territorial) deban tratarse en forma estrechamente interrelacionada a fin de preservar, en el largo plazo, la continuidad en la explotación de la actividad turística. Lo expresado no sólo vale para los poderes públicos sino también para los operadores privados y significa también la educación y concientización de la población que habita las zonas de atracción.
3. Si bien se ha avanzado en acciones y propuestas que viabilizan una mejor accesibilidad a la región y conexión intrarregional, debe actuarse con énfasis en la concreción de las mismas, algunas de las cuales, por su envergadura requieren entre 3 y 5 años.
4. La marcada estacionalidad que se registra en la Región, ocasiona problemas de rentabilidad a los proyectos privados, por lo cual y teniendo en cuenta la progresiva resolución de lo indicado en el punto 3, debiera incrementarse notablemente el turismo receptivo, a cuyo efecto, con criterio regional y subregional, es necesario emprender la búsqueda de nuevos mercados donde colocar el producto turístico patagónico.
5. Las acciones de marketing presuponen:
 - 5.1. Definición clara de productos turísticos, en particular localizados por corredores turísticos interprovinciales, que garanticen una estadía entre 7 y 14 días.
 - 5.2. Mayor especialización de operadores y agentes en el turismo receptivo.
 - 5.3. Informatización de los datos turísticos, con posibilidades de rápido acceso a los mismos y calidad de los folletos que se emiten.

- 5.4. Sensible mejoría de la calidad de los servicios a cuyo efecto es indispensable la capacitación en Gerenciamiento y del personal empleado.
- 5.5. Categorización hotelera homogénea, ajustada a niveles internacionales y fiscalización permanente por los organismos provinciales competentes.
- 6. La estacionalidad puede morigerarse también con la organización de eventos científicos, deportivos, de negocios, etc., a cuyo efecto deben preverse centros de convenciones y la capacidad hotelera correspondiente.
- 7. Parece importante buscar métodos para asegurar el pago de las remuneraciones en tiempo y forma a los prestadores de servicios.
- 8. Resulta necesaria la presencia activa de carácter regional de la Patagonia en las reuniones especializadas de turismo del Mercosur.
- 9. El sector privado no cuenta con líneas de crédito específicas que contemplen en tasa de interés, plazos de gracia y tiempo de repago las características propias de la actividad.
- 10. Para el acceso al crédito blando que pueda otorgar el Estado, deben adoptarse, además de los métodos tradicionales, de evaluación económica de proyectos de inversión, criterios de evaluación socioeconómica que garanticen el efecto multiplicador de los proyectos.
- 11. Los organismos provinciales de turismo deben acordar criterios de recolección de datos que aseguren certeza y uniformidad a las estadísticas existentes sobre el turismo en la Región, sin las cuales son difíciles las proyecciones de oferta y demanda.
- 12. Si bien los organismos provinciales de turismo vienen trabajando, en distintos ámbitos, para el crecimiento de la actividad regional y ésta, así como las inversiones, han crecido en los últimos años, se requiere una política explícita y consensuada de las máximas autoridades de la Región, que dé marco, refuerce y coordine las iniciativas públicas y privadas.

13. En el marco de la política que se defina, se han de proyectar las modificaciones legislativas, los convenios y asignación de recursos que sean necesarios.

3. PROPUESTAS Y RECOMENDACIONES

1. De índole político institucional

Como ya se expresara, existe organizado el Ente Regional Oficial de Turismo "Patagonia Turística", que fuera creado en el año 1966.

Si bien dicho Ente viene cumpliendo funciones en la materia, a los fines de acrecentar su operatividad, se propone replantear su estructura y forma de funcionamiento, estableciendo:

- * **Consejo Directivo:** integrado por los gobernadores de cada una de las provincias patagónicas, cuyo rol sería consensuar las pautas de política turística a aplicarse en la Región y su relación con niveles superiores del orden nacional e internacional.
- * **Comité Técnico Administrativo:** integrado por las Autoridades de Turismo provinciales, a cargo de la preparación de los planes y programas para la ejecución de las políticas fijadas y de la coordinación y control de las Autoridades de Corredor Turístico integrantes del Sistema Regional de Corredores Turísticos Patagónicos.

*** Autoridad de Corredor Turístico**

Tomando en cuenta los estudios que han identificado la existencia de corredores turísticos en la Región Patagónica los que, salvo el del Norte Neuquino, tienen una integración interprovincial, se propone la creación, como órganos desconcentrados funcionalmente dentro del Ente Patagonia Turística, de Autoridades de Corredor Turístico (una por cada uno de ellos).

Dicha Autoridad tendría funciones de Gerenciamiento y promoción, a cuya efecto debiera ser un idóneo en la materia, con una designación por un período de tiempo determinado -renovable- y operaría sobre la base de un Convenio marco celebrado por los Municipios turísticos del Corredor con participación de las entidades representativas de la comunidad vinculadas al turismo interno y receptivo.

En tal sentido sería el cauce natural para la gestión de aquellas inquietudes, proyectos, decisiones, etc., que fueran necesarias para el desarrollo y crecimiento de la actividad turística zonal, promoviendo asimismo acciones conjuntas entre el sector público y privado y coordinando su accionar con planes y programas globales.

2. De índole técnica

2.1. Red Federal del CFI

Incorporación de una base de datos con la oferta turística patagónica, a cuyo efecto por separado se acompaña un primer relevamiento de agentes, operadores y prestadores de servicios.

2.2. Asistencia técnica del CFI

- Capacitación de agentes y operadores en turismo receptivo.
- Establecimiento de criterios uniformes para configurar una base estadística regional y zonal.
- Factibilidad de instrumentar un sistema que garantice los pagos a prestadores de servicios en tiempo y forma (ej. voucher electrónico).
- Actualización de la legislación sobre turismo y categorización hotelera en cada provincia y asistencia en la formulación de la ley nacional.

3. Financiera

- Factibilidad del diseño de una línea específica de financiamiento para proyectos de inversión turística micro y PYME.
- Formulación de una metodología de evaluación de proyectos turísticos.

PROPUESTA DE ACCIONES REGIONALES, PROVINCIALES Y ZONALES

Nivel	Aspecto crítico	Acciones	Iniciativa	Plazo	Posible rol del CFI
REGIONAL	1. INTEGRACION DE CIRCUITOS INTERPROVINCIALES E INTERNACIONALES	<ul style="list-style-type: none">· Existen acuerdos inter-provinciales en ejecución· Se requiere mayor participación operadores privados para configurar productos· Concretar habilitación pasos faltantes· Concretar contenidos actas Comités de Frontera	Gobiernos Provinciales Sector Privado Gob.Provinciales-Cancillería Gob.Provinciales-Cancillería	Corto Corto Mediano Mediano	<ul style="list-style-type: none">· Asist. técnica a la Región (Proy. regionales)· Articulación con Cancillería· Articulación con otros organismos nacionales (seguimiento)
	2. MARKETING PATAGONICO <ul style="list-style-type: none">· Estadísticas· Información para el turista<ul style="list-style-type: none">· Mapa turístico· Folletería· Promoción· Estudios de Mercado	<ul style="list-style-type: none">· Elaborar criterios uniformes y una acción sistemática· Elaborar base de datos con oferta de la Región-Conexión de la misma con el exterior· Confección· Workshop-Fam Tours-Ferías· Análisis nuevos mercados (Japón-EE.UU.-etc.)	Gob.Provinciales Gob.Provinciales Gob.Provinc.-Sector Privado Sector privado con apoyo Gob. Prov.-SECTUR Sector Privado asociado en UTES	Corto Corto Corto Permanente Corto	<ul style="list-style-type: none">· Asistencia técnica· Incorporación Red Federal· Asistencia técnica· Financiamiento
	3. FINANCIAMIENTO DE LA ACTIVIDAD	<ul style="list-style-type: none">· Diseño y puesta a funcionamiento de un Voucher electrónico (tarjeta inteligente)· Acuerdo con Bancos	Pública-Privada	2 años	<ul style="list-style-type: none">· Asistencia Técnica
	4. CATEGORIZACION HOTELERA	<ul style="list-style-type: none">· Actualización de criterios normativos· Acentuación de la fiscalización	Gobiernos Provinciales	Corto	
	5. TEMA AMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none">· Armonización y criterios· Concientización y educación· Acuerdos con Administración de Parques Nacionales	Gobiernos Provinciales Pública-Privada	Mediano Corto	<ul style="list-style-type: none">· Articulación APN (Convenios)
	6. PATAGONIA Y MERCOSUR	<ul style="list-style-type: none">· Presencia activa regional en la Reunión Especializada de Turismo Programa 1995-2000	Público-Privada	Permanente	<ul style="list-style-type: none">· Articulación con Cancillería
	7. LEGISLACION SOBRE TURISMO	<ul style="list-style-type: none">· Elaboración de un proyecto de ley consensuado a nivel regional para su presentación al Congreso	Pública con participación del sector privado	1996	<ul style="list-style-type: none">· Asistencia técnica

PROPUESTA DE ACCIONES REGIONALES, PROVINCIALES Y ZONALES

Nivel	Aspecto crítico	Acciones	Iniciativa	Plazo	Rol del CFI
REGIONAL	8. CREDITOS PARA EL SECTOR	<ul style="list-style-type: none"> · Diseño de una línea de crédito Micro y PYme turísticos especial · Pautas de evaluación de proyectos turísticos 	Gob.Provinciales-CFI Gob.Provinciales-CFI		<ul style="list-style-type: none"> · Financiamiento · Asistencia técnica
PROVINCIAL	1. POLITICA TURISTICA	<ul style="list-style-type: none"> · Concertación explícita de Gobernadores de la Región 	Pública-CFI	Corto	<ul style="list-style-type: none"> · Configuración de Acuerdo · Nuevo carácter del Ente Patagonia Turística
	2. ESTADISTICAS	<ul style="list-style-type: none"> · Elaboración sistemática · Trabajo de campo 	Gobiernos Provinciales	Permanente	<ul style="list-style-type: none"> · Asistencia técnica
	3. ESTACIONALIDAD	<ul style="list-style-type: none"> · Incremento turismo receptivo · Construcción centros de convenciones · Eventos científicos, artísticos, de negocios, etc. 	Sector Privado Sector Público Concesionado Sector Privado con apoyo Público	Permanente Mediano	
	4. EMPRESARIOS	<ul style="list-style-type: none"> · Control de calidad · Capacitación · Especialización en turismo receptivo · Promoción de consorcios empresarios-UTES, etc. 	Gobiernos Provinciales Sector Privado con apoyo Público	Permanente Permanente	<ul style="list-style-type: none"> · Asistencia técnica
ZONAL	1. Abastecimientos locales 2. Alternativas turístico-recreativas 3. Gestión Municipal	<ul style="list-style-type: none"> · Promoción de emprendimientos Micro y PYMES · Desarrollo de proyectos 	Sector Privado con orientación y apoyo municipal		<ul style="list-style-type: none"> · Financiamiento

Bibliografía

- * Torrejón, Antonio "Notas sobre política turística rionegrina". Ed. Diario del Viajero.
- * Roberto C. Boullón "Los Municipios Turísticos".
- * Teoría Económica del Turismo. Manuel de Figuerola. Alianza Editorial. Madrid 1985.
- * La economía del sector turístico. Adrian Bull.
- * Veinticinco años de Turismo. Lic. Mario Canessa. El Mensajero Turístico. Número del 19 de julio de 1995.
- * Compendio de Estadísticas del Turismo 1988-1992. Organización Mundial del Turismo. Decimocuarta Edición. Madrid 1984.
- * Turismo, Economía y Desarrollo de Carlos Gianola Martinez. Signos Universitarios. N° 24 -Jul-Dic 1993. Universidad del Salvador.
- * Informe de Estadísticas. Secretaría de Turismo de Calafate. Temporada 93/94
- * Argentina. El Turismo en Cifras. Años 1983 a 1993.
- * Argentina. El Turismo en Cifras. Años 1990 a 1994.
- * Ushuaia. Informe Estadístico Año 1994 y Temporada Alta 1994/1995. Municipalidad de Ushuaia. Secretaría de Economía y Finanzas. Dirección de Turismo.
- * Nélida Chan. Circuitos Turísticos. Buenos Aires 1994.
- * Bennet Harrison. Mitos y Realidades de las pequeñas empresas. El Cronista del 21.12.94.
- * Acerenza, Miguel Angel. El Marketing en las Agencias de Viajes.
- * Davidoff, Philip. Davidoff, Doris. Sales & Marketing for Travel and Tourism.
- * Situación de las Provincias Argentinas. Secretaría de Asistencia para la Reforma Económica Provincial. Mayo de 1995. Ministerio del Interior. Segunda Edición.
- * Informe Económico y Social. Río Negro. Secretaría de Programación Económica. Febrero de 1995.
- * Informe Económico y Social. Neuquén. Secretaría de Programación Económica. Febrero de 1995.
- * Informe Económico y Social. Santa Cruz. Secretaría de Programación Económica. Febrero de 1995.
- * Informe Económico y Social. Chubut. Secretaría de Programación Económica. Febrero de 1995.
- * Informe Económico y Social. Tierra del Fuego. Secretaría de Programación Económica. Febrero de 1995.
- * Revista Time. Vol 145. N° 23. Junio de 1995. The New Age of Travel.
- * Argentina en Crecimiento. La Reforma Económica y sus resultados. El Programa "Argentina en Crecimiento 1993-1995".
- * Despiertan los Hoteles. Artículo del Mensajero Turístico. 24 de octubre de 1995.
- * Manejo de las Reservas de la Biosfera en América Latina. FAO . Oficina Regional de la FAO para América Latina y el Caribe. Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. Santiago de Chile 1994.
- * Importancia de la protección del Medio Ambiente para el desarrollo turístico. Claudia Toselli. Signos Universitarios. Medio Ambiente I - Año XI, N° 22, Jul-Dic 92.
- * Planificación Económica del Turismo. Venancio Bote Gomez. Ed Trillas . Pag. 136 a 138. Año 1990.
- * Plan de Marketing Turístico. San Martín de los Andes. Dirección Provincial de Turismo del Neuquén. 1990

- * Enfoques y Estrategias para el Desarrollo del Turismo. Tesorelli y Vicente. Universidad Nacional de la Patagonia.
- * "An integrated Approach to Resort Development". Six case Studies. Edward Inskeep y Mark Kallemberger. World Tourism Organization. 1992
- * Proyectos Turísticos. Edgar Alonso Hernandez Diaz. Pag 193 y 194. Ed. Trillas
- * Statistical Abstract of the United States.(1993). U.S. Department of Commerce/Bureau of the Census.
- * The Economics of Travel & Tourism. Adrian Bull. Pitman Publishing. 1991.
- * Nota periodística de Alfredo Vega. Publicada en Diario La Nación, 10/7/94.
- * Nota firmada por Encarnación Ezcurra. Publicada en Diario La Nación, Sec. 6, pág. 2, 23/7/95.
- * Información impresa de vuelos y cuadros tarifarios vigentes suministrada por las agencias Folgar-Viajes de Capital Federal y Valks Líneas Aéreas y Servicios Ushuaia.
- * Información diaria sobre horarios de partidas y llegadas de vuelos, según empresas que operan en el Aeroparque Metropolitano.
- * "El Viejo Expreso Patagónico". Esquel, Chubut. Guía publicada en castellano e inglés, 1995, 2ª edición.
- * Artículo firmado por Silvia Hegui, con información extraída de la revista Airline Business, Set. 1995.
- * Nota firmada por Crisian Mira, publicada en el diario La Nación, 6/8/95.
- * Ramón Arcarons Simón "Manual de Derecho Administrativo Turístico". Ed. Síntesis -1994- Madrid, España.
- * Sergio Molina "Modernización de empresas turísticas" -un enfoque para el logro de la calidad total-. Ed. Diana -1994- México.
- * "Estudios y Perspectivas en Turismo". Volumen 1 N° 1. Enero de 1992. Revista Ed. Docencia. Bs.As.
- * Revista Latinoamericana de Turismo. Volumen 1, N° 1, 3 y 4 (1991). Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos.

ENTREVISTAS Y CONTACTOS REALIZADOS

Organismos visitados y contactos realizados en Buenos Aires

CASA PROVINCIA CHUBUT: Sarmiento 1172 - Tel. 382'8820/8815/0822/8126 10.30 a 17 hs.

CASA PROVINCIA NEUQUEN: Perón 687 - 1º (Sr. Nelson) Tel. 326-6812/9265 9 a 16.30 hs.

CASA PROVINCIA RIO NEGRO: Tucumán 1916 - Tel. 371-7066 - Fax 476-2128 10 a 17 hs.

MINISTERIO DE TURISMO DE RIO NEGRO (en BUE): Esmeralda 356 - 3º "9" - Tel. 394-6916 10 a 18 hs. (Sra. Cristina Colombo).

CASA PROVINCIA SANTA CRUZ: 25 de Mayo 277 - 1º - Tel. 334-8327/3692 - Fax 343-3653. Director de Gestión y Promoción Turística: Sr. Mariano Besio. 10 a 17.30 hs.

CASA PROVINCIA TIERRA DEL FUEGO: Santa Fe 919 - Tel. 322-8855 / 325-3106 9 a 17 hs.

CHILE:

Servicio Nacional de Turismo en Santiago: Tel. (00562) 236-1416

Fax (00562) 236-1417

Embajada de Chile (en BUE): Tagle 2762 (9.30 a 13.30 y 15.30 a 18.30 hs.)

Tel. 802-7020

Consulado de Chile (en BUE): San Martín 439 - 9º - Tel. 394-6582/6371

Cónsul General de Chile en Bs.As.: Sra. Montserrat Palou Amigo.

SECRETARIA DE TURISMO: Suipacha 1111

"Estadística y Marketing" Sr. Fabián Magnani

"OMT" Piso 21 - Sr. Pedro Neiff

Listado de Institutos de Turismo: Piso 21 - Sra. Marta Santarelli

SINDID: Piso 13 (sobre base de datos CICS) Lic. Alicia García Tuñón

AR: Of. de Normas y Procedimientos: 382-1783 int. 2735/2721 - AMADEUS: 320-2483/7

TOURNET S.A. Viamonte 723 - 3º - Tel/Fax 322-8453 326-4878 - 9.30 a 18.30 hs.

AAVYT: Viamonte 640 - 10º - Tel. 325-4691 322-2804/6214 - Fax 322-9641

"Sector Técnico" Sr. Héctor Testoni - Listado de AGT de la Patagonia.

CONSEJO FEDERAL DE TURISMO: Piso 21 de la SECTUR - Tel. 312-5611/5 hasta 15 hs. Sr. Alí.

CAMARA ARGENTINA DE TURISMO (CAT): Tucumán 1610 - Tel. 372-6902
Sr. Jorge Busquet

ASOCIACION ORGANIZADORES DE CONGRESOS (AOCA): Tel. 382-5560

CAMARA DE TRANSPORTE ARGENTINO (CETA): Tucumán 1610 - 6º Tel. 448-6997

BSP/IATA: Paraguay 609 - 2º Tel. 312-6006 - Fax 312-0093 - 10 a 13 hs.
Gerente: Sra. Eliana López Garrido

JUNTA DE REPRESENTANTES DE COMPAÑIAS AEREAS (JURCA): Paraguay 609 - 2º - Tel. 314-3322

ORGANIZACION AVIACION CIVIL INTERNACIONAL (OACI)

PREFECTURA NAVAL: Madero 235 Of. 420 - Tel. 314-7000 int. 2420 - 8 a 13 hs.
Sr. Landi
Bodega Náutica: R. Peña 650 - Tel. 371-2424/8072
Securnavi: L.M. Campos 653 - Tel. 772-1092

VIALIDAD NACIONAL: Av. Roca 738 - Tel. 343-8749/7789 - 9 a 17.30 hs.

SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS: Av. Roca 600 - Tel. 311-7543/7923

ASOCIACION HOTELES, RESTAURANTES, CONFITERIAS Y CAFES (AHRCC):
Tucumán 1610 - Tel. 372-7275/7295/6853

ASOCIACION HOTELES DE TURISMO DE LA REPUBLICA ARGENTINA (AHTRA):
Rivadavia 1157 - 9º "C" - Tel. 383-1160 381-2039

SECRETARIA DE MEDIO AMBIENTE: San Martín 459

FUNDACION PARA EL DESARROLLO DE LA PATAGONIA (FUNPATAGONIA):
Avda. de Mayo 982 - 3º "B" - Tel. 812-3265 814-0859 (se mudaron)

FUNDACION ECOTURISMO: Pte. Hugo Vecchiet

CANCILLERIA: Fundación EXPORT-AR Reconquista 1098 - Tel. 311-0724 315-4125
Andreas Luedecke: Informa Mercosur

WELLCOME ARGENTINA: Avda. Santa Fe 846 - 2º

INDEC: Tel. 342-7631 343-8186

CENTRO LINCOLN: Información sobre Turismo en USA - Florida 935 - 2º
Tel. 311-4296/9325 - 13.30 a 19.45 hs.

MINISTERIO DE ECONOMIA: DIRECCION NACIONAL DE PROGRAMACION
ECONOMICA REGIONAL: H. Yrigoyen 240 - Of. 811
SECRETARIA DE ASISTENCIA PARA LA REFORMA ECONOMICA PROVINCIAL:
H. Yrigoyen 340 - 5º - Of. 5100 - Tel. 331-8884/9911

CONFEDERACION Y ORGANIZACIONES TURISTICAS DE AMERICA LATINA
(COTAL): Director: Eduardo Pantano.

COMISION DE TURISMO DE LA CAMARA ARGENTINA DE COMERCIO:
Presidente: Aniceto Moles
Avda. Pueyrredón 2381 - Tel. 803-7681 374-4862 - 8 a 20 hs.

Informantes clave entrevistados

PROVINCIA DEL CHUBUT

1. Sector Privado

Alexando Paul Borboroglu	Director de Sur Turismo S.A. Belgrano 330 (9100) Trelew Tel. (0965) 34550/34081 Fax (0965) 21292 Telex 87627 SURTU AR
Lic. Fernando L. Daroqui	Velerista privado (0965) 51800/4
Gustavo Díaz M.	Escuela Patagónica de Vela C. Vigil 15 (9120) Puerto Madryn Tel/Fax (0965) 71942
Lic. Mario Córdoba	Presidente de la Cámara de Empresas Turísticas de Esquel Roca 687 - (9200) Esquel Tel/Fax (0945) 3380
Wilfredo Bruckner	Fábrica de Dulces El Puente Lago Puelo Tel. (0944) 73011

2. Sector Público

Lic. Jones	Ministro de la Producción y Turismo
Lic. Oscar Luis Chan	Asesor del Ministro 9 de Julio 280 - (9103) Rawson Tel/Fax (0965) 81609/81699
Sr. Rubén Oscar Coll	Interventor del Organismo Provincial de Turismo (NATURATUR) Av. 9 de Julio 280 Tel. (0965) 81113 - Fax (0965) 81383
Dra. Mara E.H. Sáenz	Directora de Asuntos Legales, Fiscalización y Servicios de NATURATUR

Dr. Victoriano Salazar	Intendente de la Municipalidad de Puerto Madryn Belgrano 206 - Puerto Madryn Tel. (0965) 72035 - Fax (0965) 74487
Lic. Raúl Alberto González	Administrador del Fondo Financiero Permanente Banco Pcia. del Chubut
Sr. Néstor Raúl García	Director de Conservación de Areas Naturales
Eduardo Nelson Daniel	Intendente de Lago Puelo Tel. (0944) 99066 - Fax (0944) 99061
Héctor David Boudargham	Intendente de Cholila Tel. (0945) 98040
Ricardo Alberto Britapaja	Intendente Municipal de Sarmiento San Martín 722 - (9020) Sarmiento Tel. (0967) 93451

PROVINCIA DEL NEUQUEN

1. Sector Privado

Ing. María del Carmen Sambrin	Dulcería Huiganco San Juan 133 - (8300) Neuquén Tel. (099) 485018 - Fax (099) 20579/484703
-------------------------------	--

2. Sector Público

Lic. Brillo	ex-Director del COPADE
Arq. Martínez Guarino	actual Director del COPADE
Lic. Cecilia Della Cha	COPADE Tel. (099) 441401 int. 5602
Secretaría de Turismo	Félix San Martín 182 - (8300) Neuquén Tel. (099) 423268/423386/424089
Lic. Che-Ché Cervera de Rondina y todo su equipo	

Elisa Gallego	Directora de Desarrollo Urbano y Ordenamiento Territorial Rioja 229 - 10º P. Tel. (099) 481401 int. 5271/5273
Alejandra Gazzera	Directora del Departamento Servicios de la Fac. de Turismo del Comahue Tel. (099) 431292
Lic. José Luis Bosch	Decano de la Facultad de Turismo de la Universidad del Comahue Tel. (099) 431292 - Fax (099) 485982
Dr. Eduardo Mestre	Director de Asistencia Técnica y Capacitación Dirección General de Asuntos Municipales Min. Gobierno y Justicia de Neuquén Roca y Rioja - Tel. 481411 int. 5481 Tel/Fax 22777

PROVINCIA DE RIO NEGRO

1. Sector Privado

Doelia S. Morchio Arq. Shariar Safed	Turismo - Viajes Río Negro Gallardo 190 - (8500) Viedma Tel/Fax (090) 23109
Eduardo Guasco	Empresario Turístico de El Bolsón Consultor Técnico de Proyectos
Daniel Kritz	El Bolsón - Empresario turístico Proyecto Costa del Azul
Gustavo Capese	Secretario de la Cámara de Turismo de El Bolsón
Jorge Eduardo Barzi	Comisión Permanente de Gestión y Desarrollo de la Cuenca Nacional Lago Puelo Tel. (0944) 92470 - El Bolsón
Luis Karpiza	Vicepresidente de la Cámara Comercial Industrial y Agropecuaria Regional Tel. (0944) 92543/392 - El Bolsón

Lilian Rita Aguin

Dueña de Granja Natura
(productos ecológicos)
Tel. (0944) 92765

2. Sector Público

Lic. Lila Andrada

Directora Provincial de Planificación
Buenos Aires 443 - Viedma
Tel. (090) 220920/22727/21843

Lic. Sergio Rodríguez

Director Provincial de Coordinación
Ministerio de Turismo
Gallardo 121 - (8500) Viedma
Tel. (090) 24615/22150 Fax (090) 21249

Dr. Caio Cabral

Comisión de Legislación Ambiental de la
Legislatura de la Provincia
Tel. (090) 31972

Adriana del Agua

Rep. del M° de Turismo en El Bolsón
Tel. (0944) 92604

José Alberto Dirazar

Intendente de la Municipalidad de El Bolsón
Tel. (0944) 92567 Fax (0944) 92604

PROVINCIA DE SANTA CRUZ

1. Sector Privado

Sr. Adalberto Crema

Almafuerte Travel
Av. de Mayo 580 - 6° Of. 1 y 2 - Cap. Fed.
Tel. 334-9510 331-0191

Sr. Michel Biquard

Los Notros
Arenales 1457 - 7° - Cap. Fed.
Tel. 815-1748
Glaciar Perito Moreno: (0902) 91437

Sr. Alfredo Fragueiro

Sur Hotel S.A.
Esmeralda 846 - 4° - Cap. Fed.
Tel. 312-5768 313-8998

Arq. Luis Horacio Laurelli	Hotel Cóndor (Calafate) Los Glaciares del Sur S.A. Raulies 2045 - Cap. Fed. Tel. 521-0015 523-3232
Carlos Fernández	Posada Cerro Bonanza Av. Belgrano 535 4º - (1092) Cap. Fed. Fax 342-4712 Errazuriz 80 - Río Gallegos Tel. (0966) 21211 Fax (0966) 20122
Arq. Luis Gugino	La Aldea Appart Hotel El Chaltén
Silvina Puig Halliday	Estancia Los Pozos - Hill Station Tel. (0966) 23897/28420
Erik Borboroglu	Sur Turismo S.A. Av. Córdoba 807 - 9º "B" - Buenos Aires Tel. 311-7265/8335 Sedes: Río Gallegos - El Calafate
Diego J. Pérez	Hotel-Restaurante El Mirador del Lago Av. Libertador 2047 - El Calafate Tel/Fax (0902) 91176/91213/91214 En Bs.As. 623-6678
Mario Lionel González	Supervisor de franchising Localiza Rent-A-Car Tel/Fax 816-2547 815-8772
Daniel O. Bagnera	Itinerarios y Travesías Herrera 2451 - Buenos Aires Tel. 302-9533 Pto. Deseado: 12 de Octubre 1625 Tel. (0967) 72292
Mario Piero Guatti	5MPatagonia S.A. Hotel Posada Los Alamos Gdor. Moyano y Bustillo Tel. (0902) 91144/45/46 Fax (0902) 91186 Buenos Aires: Peña 3069 - 7º "A" Tel. 804-5278

Edgardo Héctor Cadene

Vicepresidente de la Cámara de Comercio de
El Calafate
Av. Libertador 1150
Tel/Fax (0962) 91511
El Calafate

Sra. Valeria Verdaguer

Gerenta de la Estancia Alice
Proyecto Turístico "El Galpón"

Sr. Jorge A. Crámer

Estancia Lagos del Furioso
Península entre los Lagos Pueyrredón y
Posadas y el Río Furioso
Buenos Aires: Paraná 1255 - 6º"D"
Tel/Fax 812-0959

2. Sector Público

Sr. Ricardo A. Bogetti

Director de Turismo de la Municipalidad de
Puerto Deseado
Colón y Belgrano - Puerto Deseado
Tel/Fax (0967) 70220

Oscar David Ramos

Director de Cultura y Turismo de la
Municipalidad de Perito Moreno
Sarmiento 1517 - Perito Moreno
Tel (0963) 2121 / 2222

Lic. Lucía del Valle de
Lombardich

Area Turismo de la Municipalidad de Puerto
San Julián
Avda. San Martín 581 - 3º piso
Tel. (0962) 2871/2226 Fax (0962) 2076/9310

Lic. Enrique Meyer

Subsecretario de Turismo de la Provincia
Tel. (0966) 22702

Lic. Jorge Alberto Sanz

Asesor de la Subsecretaría

**PROVINCIA DE TIERRA DEL FUEGO, ANTARTIDA E
ISLAS DEL ATLANTICO SUR**

1. Sector Privado

Alberto Argüello

Hotel Cabo de Hornos
(9410) Ushuaia
Tel. (0901) 30677 Fax (0901) 22313

Presidente de la Cámara Hotelera de Ushuaia

Gerente de Las Hayas Resort Hotel

Luis Martial 1650
(9410) Ushuaia
Buenos Aires: Posadas 1359 3º "A"
Tel. 812-5139 / 449-9808
Fax 812-5139 / 815-8762

2. Sector Público

Ing. Pablo Wolaniuk

Secretario de Planeamiento

Subsecretario de Economía

Lic. Daniel Luis Leguizamón

Presidente del Instituto Fueguino de
Turismo (INFUETUR)
Maipú 505 - (9410) Ushuaia
Tel. (0901) 21423/23340
Buenos Aires: Santa Fe 919
Tel. 325-3106 322-8855

Julio César Lovece

Director de Turismo
Municipalidad de Ushuaia
Tel. (0901) 32000 Fax (0901) 24550