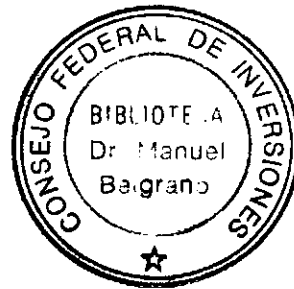


Agradecimientos:

*A las autoridades, profesionales, técnicos, Instituciones,
expertos, comunidad de San Antonio Oeste.*

En definitiva, el presente es un trabajo de todos.





Desarrollo Turístico de “Las Grutas”

Provincia de Río Negro

Experto: Jorge Alberto López Alfonsín

Informe Final

Febrero de 2001

Equipo Técnico

Jorge Alberto López Alfonsín

Cecilia Torrejón

Silvana Sawicky

Ana Hirsch

Ana Cherry

Colaboradores:

María Cristina Armatta

María Laura López Alfonsín



INDICE

◆ INTRODUCCIÓN	Pag. 1
◆ PLAN DE TRABAJOS	Pag. 3
◆ INFORME DE AVANCE	Pag. 8
◆ INFORME PARCIAL	Pag. 18
◆ ANÁLISIS DE LA ENCUESTA	Pag. 127
◆ TALLER PARTICIPATIVO SAN ANTONIO OESTE	Pag. 131
◆ ANÁLISIS Y PROPUESTAS DE LOS GRUPOS DE TRABAJO	Pag. 136
◆ CONCLUSIONES	Pag. 142
◆ ANEXOS	Pag. 154

INTRODUCCIÓN

A modo de Síntesis...

Quisiera puntualizar el recorrido de un proceso que representa un punto de partida más que uno de llegada.

En este derrotero hemos intentado abordar la temática desde un entrecruzamiento de experiencias y saberes de los integrantes del equipo de trabajo y de los actores sociales convocados para quienes la participación implica un fuerte compromiso con el futuro, con la comunidad y con el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales.

El equipo responsable actuó desde una conducción generalista crítica y multidisciplinaria pero incluyendo la visión específica de sus componentes, dos especialistas en Turismo, un enfoque sociológico y la perspectiva desde la psicología social que nos permitió evaluar el tejido comunitario frente a la expectativa de crecimiento, acentuando el eje turístico sustentable.

A la vez se consultó y se recibieron valiosos aportes de arquitectos, ambientalistas, biólogos, ecologistas, economistas y expertos de distintas disciplinas que permitieron rescatar propuestas viables con el respaldo científico-técnico adecuado, sin descuidar las conclusiones empíricas recogidas en acontecimientos destacados en San Antonio, Las Grutas, Viedma y Buenos Aires, en los cuales participamos.

Como conclusiones incluimos una síntesis de la situación evaluada, estrategias de desarrollo y acciones conducentes que permitirán simplificar la aplicación del presente estudio.

Serán necesarios estudios de mercado e investigación para un plan de marketing moderno y competitivo y sobre todo respetuoso de la idiosincracia y la cultura propia del lugar que ya contiene una fuerte concepción medioambientalista, y que los compromete con el paisaje como parte del patrimonio común. Creemos que sería importante acentuar la cultura del mar, el desarrollo sostenible y la conservación de la biodiversidad.

Reconocernos en la propia identidad, definirla y transferirla a través del servicio turístico - cómo intercambio- enriquecería la oferta y gratificaría a la sociedad local.

El presente trabajo admite el ambicioso desafío de contribuir al desarrollo del complejo urbano, su modo de vida y su transformación en un modelo de Calidad calificable.

Jorge Alberto López Alfonsín

PLAN DE TRABAJOS

1. INTRODUCCIÓN

A través de este estudio se intenta dotar a la comunidad de San Antonio / Las Grutas de elementos que hagan posible el perfeccionamiento de la oferta turística regional en términos de calidad, sustentabilidad y excelencia en el servicio. A tales efectos, el estudio se propone proporcionar los lineamientos clave para la planificación futura.

La presente propuesta está precedida por antecedentes tales como anuncios oficiales ya realizados a la comunidad local sobre el proyecto y reuniones ya mantenidas en la localidad por el experto en relación con el mismo - durante el año pasado - los que generaron expectativas en los actores locales públicos y privados, que consideramos serán cumplimentadas con el presente trabajo. En el mismo sentido, y a los fines de relacionar la propuesta de trabajo con el específico "Plan de Gerenciamiento Ambiental, Territorial y Urbanístico del Área de San Antonio", el experto ya ha contactado a través de la Universidad Nacional del Comahue y las autoridades provinciales, a los responsables con quienes en primera instancia han coincidido en intercambiar conceptos.

La propuesta metodológica presenta la característica de procurar que, a la presentación del Informe Final, las principales alternativas expuestas hayan sido consensuadas en encuentros de trabajo con actores locales representativos del sector turístico. Para ello se propone utilizar metodologías participativas y se cuenta con el apoyo que significa la residencia permanente en la zona de la técnica local. Asimismo, es esperable que el aporte interdisciplinario en el enfoque del tema enriquezca el análisis y dé mayor sustentabilidad a las conclusiones. Estas características, así como la consideración de los aspectos de comunicación e imagen, que deberán ser profundizados en etapas posteriores, son conducentes a la instalación del proyecto y la viabilidad de implementación de las conclusiones.

El ordenamiento territorial y la cuestión urbana son variables significativas en la composición de la oferta, debiéndose superar la espontaneidad y planificarse en relación con la identidad que se construya y la calidad de los servicios. También la flora y la fauna autóctonas, incluidas las marítimas, el manejo costero, las barrancas, las mareas, representan condiciones naturales que caracterizan específicamente el producto turístico. Todos estos puntos merecen una consideración acentuada para preservadas del impacto y, como consecuencia, profundizar este estudio, ampliando los recursos ahora existentes. Atendiendo a esa preocupación, la propuesta original contemplaba la contratación de técnicos especialistas en recursos naturales, biología y geología. Por eso, si bien los recursos y tiempos que se asignan en esta oportunidad a la elaboración del estudio no permitirán su tratamiento en profundidad, se aspira a que algunas recomendaciones sobre estos puntos, como así sobre los aspectos de comunicación e imagen, constituyan la base para un desarrollo mayor en una futura ampliación del trabajo.

En relación con el párrafo precedente y de acuerdo a lo conversado con los especialistas, desde la concepción política provincial, el tema de la bioceanidad (corredor Atlántico - Pacífico) también constituye un aspecto de interés porque si bien la ruta 23 no está asfaltada, puede convertirse, enriquecida por el mantenimiento y por su paralela vía férrea, en un activo canal vinculante que exhiba la meseta patagónica y sus extremos oceánicos. También, la relación de Las Grutas con el entorno permite augurar una vinculación de sumo interés, por ejemplo, en la meseta de Somuncurá y/o en las Salinas del Gualicho. Asimismo es de interés armonizar las actividades productivas tradicionales (pesca artesanal e industrial, puerto y servicios) con la propuesta turística. De la misma manera, tratar una implantación tan exógena como la planta de Soda Solvay.

Como **CONCLUSIÓN** se puede decir que esta propuesta hace eco a la necesidad y requerimiento de la Provincia.

2. OBJETIVO

Elaboración de un documento que establezca pautas, lineamientos estratégicos y criterios de ejecución para determinar y ordenar el crecimiento turístico de San Antonio Oeste, el Balneario Las Grutas, San Antonio Este y zona de influencia.

Este documento constituye la primera etapa en la elaboración de un Plan Estratégico y contendrá los puntos que se detallan en el Plan de Trabajo que se indica en el Anexo 1

Para la conclusión de los objetivos que enmarcan este estudio se requiere su continuidad en etapas posteriores y sucesivas cuyos objetivos y alcance se determinarán en relación con los avances y resultados del presente trabajo. Es posible prever que en las próximas etapas se contemple, como mínimo, lo siguiente:

Definiciones para estrategias de imagen, posicionamiento y comunicación

- Identificar cómo debe ser percibido el destino por el mercado frente a la competencia.
- Identificar lineamientos para una estrategia comunicacional

Definiciones para estrategias de adecuación de los servicios/ productos en relación con la imagen.

- Modelo integral de calidad de servicio y atención
- Difusión y capacitación de los actores locales involucrados

Análisis y consideraciones para estrategias de preservación del impacto

Localización del estudio:

San Antonio Oeste, Balneario Las Grutas, San Antonio Este y su zona de influencia.

3. ALCANCE

El alcance de los trabajos comprende la realización de estudios exploratorios y relevamientos sobre la situación actual, la identificación de líneas estratégicas de afianzamiento y mejora del desarrollo turístico (fase inicial). Los resultados deberían plasmarse luego en un plan y proyectos o programas específicos.

4. METODOLOGÍA:

El objetivo propuesto se alcanzará a través de la concreción de las tareas que se describen a continuación, agrupadas según los respectivos estudios complementarios:

Los estudios a realizar son los siguientes:

1: Recopilación y análisis de información clave para la elaboración de un diagnóstico

Tarea 1.1: Recopilación de Antecedentes.

Se procederá a recopilar y sistematizar antecedentes. En particular, se realizará la Revisión y análisis del Plan de Desarrollo Turístico y Recreativo de Sierra Grande.

- Análisis del Plan, contrastándolo con la situación actual de la oferta de turismo minero y del producto Meseta de Somuncurá, desde su vinculación con la oferta de Las Grutas.

Tarea 1.2: Análisis de información documental complementaria.

- Se procederá a relevar y analizar información documental complementaria, en particular el Plan de Reordenamiento Urbanístico y estudios de impacto ambiental del área considerada.

Tarea 1.3: Análisis del potencial de los Recursos Turísticos.

- Delimitación del área de influencia.
- Identificación de los recursos.
- Valoración.
- Estructuración del Sistema de Recursos.

Tarea 1.4: Análisis relativo a corredores turísticos.

- Importancia dentro del corredor de la costa.
- Interés complementario con otros destinos.

Tarea 1.5: Análisis de los mercados actuales reales.

- La Secretaría de Turismo y la del Municipio proporcionarán los datos que permitirán identificar los mercados, sus características, la estacionalidad, etc. para elaborar el informe de esta fase inicial.

Tarea 1.6. Evaluación de la oferta de alojamiento.

- Evaluación cuantitativa y cualitativa de la oferta de alojamiento sobre la base de una muestra representativa.

Tarea 1.7: Análisis de la oferta complementaria sobre la base de una selección y/o muestras:

- Gastronomía
- Excursiones terrestres y marítimas
- Oferta comercial
- Instalaciones y equipamientos deportivos
- Oferta cultural
- Entretenimientos
- Etc.

Tarea 1.8: Análisis de la polución estética de la infraestructura (arquitectura, cartelería, etc.)

- Relevamiento y análisis vinculados con la planificación urbana relacionada al turismo (en particular, en relación con conclusiones de la tarea 1.2.)

Tarea 1.9: Análisis de Infraestructuras básicas.

- Análisis de los servicios como factores potenciales o limitantes de la actividad turística.
- Accesibilidad, movilidad interna, servicios sanitarios, saneamiento, suministros, seguridad, servicios de información y atención al turista, etc.

Tarea 1.10: Identificación de mercados potenciales.

- Relevamiento y análisis de información oficial disponible con miras a identificar posibilidades de prolongación de la temporada.

Tarea 1.11: Análisis del entorno competitivo.

- Sobre la base del relevamiento y análisis de la información disponible en la Secretaría de Turismo. Identificación y análisis de los principales destinos competidores actuales y potenciales.

Tarea 1.12: Marketing audit.

- Análisis y evaluación de las acciones de marketing realizadas por el sector público y privado en los años anteriores.

Tarea 1.13: Análisis de la imagen

- Análisis del conocimiento e imagen de San Antonio Oeste, el Balneario Las Grutas, San Antonio Este, en los turistas que han visitado la zona y/o en los mercados más relevantes, sobre la base de datos con que cuenten las Secretarías de Turismo de la provincia de Río Negro y/o las Secretarías de Turismo Municipales.

Nota: por razones de estacionalidad no es posible encarar en esta oportunidad un relevamiento in situ con turistas, lo que debiera realizarse en las próximas etapas de este estudio.

2: Definición de los lineamientos y estrategias preliminares básicos.

Tarea 2.1: Definición de brechas / objetivos genéricos y específicos.

- Identificar y consensuar con los agentes turísticos y actores relevantes gubernamentales y privados involucrados.

Tarea 2.2: Estrategia de productos / negocios turísticos.

- Identificar oportunidades y prioridades de mejora en el desarrollo de productos/ negocios turísticos

Tarea 2.3: . Estrategias de mercado.

- Definir lineamientos para la identificación de mercados potenciales, buscando resolver la marcada estacionalidad del destino.

Tarea 2.4: Estrategias competitivas.

- Identificar aspectos que deban ser mejorados para reforzar la competitividad de cada actividad turística.

Tarea 2.5: Definición de los principales ejes para una Estrategia de Desarrollo Turístico.

- Se realizará una definición preliminar de las líneas estratégicas (que deberán ser ampliadas y complementadas en las siguientes etapas de este estudio), para desarrollar el Sector Turístico de las zonas involucradas.

INFORME DE AVANCE

OBJETIVO Y CONTENIDOS DEL INFORME DE AVANCE

El presente Informe de Avance presenta una relación del avance de las tareas al día 16.07.2000.

En primer lugar se proporciona información sumaria sobre lo actuado hasta la fecha. A continuación y de acuerdo con los términos comprometidos en el contrato respectivo (cronograma de trabajo), se presenta una enumeración/síntesis de información recopilada hasta la fecha y se enumeran entidades e informantes claves contactados/consultados, con vistas a recabar información y/o elementos necesarios para luego efectuar el análisis. Todo esto en relación con la puesta en marcha del trabajo y en particular, en relación con las siguientes tareas:

Tarea 1.1: Recopilación de Antecedentes.

- “Se procederá a recopilar y sistematizar antecedentes. En particular, se realizará la revisión y análisis del Plan de Desarrollo Turístico y Recreativo de Sierra Grande. Análisis del Plan, contrastándolo con la situación actual de la oferta de turismo minero y del producto Meseta de Somuncurá, desde su vinculación con la oferta de Las Grutas.”

Tarea 1.2: Análisis de información documental complementaria

- “Se procederá a relevar y analizar información documental complementaria, en particular el Plan de Reordenamiento Urbanístico y estudios de impacto ambiental del área considerada.”

Tarea 1.8: Análisis de la polución estética de la infraestructura (arquitectura, cartelería, etc.)

- “Relevamiento y análisis vinculados con la planificación urbana relacionada al turismo (en particular con conclusiones de la tarea 1.2.)”.

1. INFORMACIÓN SUMARIA SOBRE LO ACTUADO HASTA LA FECHA

Se cursaron comunicaciones sobre el inicio del trabajo y/o mantuvieron conversaciones con las siguientes autoridades:

- Sr. Vicegobernador a cargo de la Gobernación de la Provincia de Río Negro, Ing. Bautista Mendioroz.
- Sr. Secretario de Planificación de la Provincia de Río Negro, Lic. Alfredo Martín.
- Sr. Secretario de Turismo de la Provincia de Río Negro, Lic. Sergio Rodríguez.
- Interlocutor permanente designado por la Secretaría de Turismo de la Provincia de Río Negro, Ing. Humberto Iglesias.

En el mes transcurrido desde la firma del contrato, se definieron los lineamientos principales para el desarrollo del trabajo, tal como se explica seguidamente. También se identificaron referentes clave a ser entrevistados e interlocutores sociales y políticos de interés y se inició el relevamiento, recolección y/o análisis de información

Con anterioridad a la firma del contrato, y dados los compromisos verbales asumidos entre el experto y el CFI y la Provincia de Río Negro con vistas a la concreción del presente trabajo, el experto y parte del equipo entonces comprometido con el proyecto realizaron una visita a las localidades de Carmen de Patagones, Viedma, Las Grutas, San Antonio y Puerto Madryn, para realizar una observación *in situ* y relevamiento preliminar. Asimismo, se mantuvieron contactos con funcionarios y representantes de entidades públicas y privadas así como con especialistas en temáticas vinculadas al objeto de este trabajo.¹

Este recorrido preliminar por gran parte del *Corredor* permitió:

- Reconocer la excelente configuración natural del Corredor, en el que se observan playas en toda su extensión, representando el conjunto un importante potencial a ser desarrollado en forma cuantitativa y cualitativamente superior a su aprovechamiento actual.
- Perfeccionar hipótesis básicas de trabajo que se fueron formulando y elaborando a medida que se incorporaba información sobre el tema. De esta manera, se cuenta con un marco de referencia para orientar la metodología de trabajo, de la que se exponen a continuación algunos de los principales aspectos.

¹ Es de hacer notar que todas estas visitas, entrevistas y reuniones fueron solventadas por el experto a su costo y por su voluntad, con el objetivo de integrar a posteriori sus resultados al trabajo a ser contratado. Estos desembolsos previos fueron hechos con el espíritu de colaborar y adelantar tareas, hasta tanto se efectivizara la contratación y se percibiera el primer pago, instancia que permitía recuperar al experto los montos anticipados.

En este sentido, es posible anticipar que la perspectiva elegida para orientar este trabajo, consiste en concebir este magnífico *Corredor Atlántico Carmen de Patagones – Rawson* como un sistema integral en el que se insertan los subsistemas componentes, entre ellos el que nos ocupa: Las Grutas – San Antonio.

Por ello, se estima que los avances y conclusiones que resulten del presente trabajo en relación con Las Grutas, deberán enmarcarse en la premisa de que la puesta en valor de cada uno de los subsistemas a partir de la valorización de su identidad armonizada con el conjunto, constituirá un efecto multiplicador beneficioso para cada una de las partes y para la provincia en su conjunto.

Cabe señalar que el valor alcanzado, tanto para el turismo interno como externo de la región *Patagonia*, valor formado por elementos tangibles e intangibles de la región, refuerza el potencial del Corredor que describimos, por ser éste parte de la mencionada *Patagonia*.

Si bien es prematuro aventurar mayores desarrollos por el grado preliminar en que se encuentra este estudio, la etapa ya desarrollada permite prever que será necesario y de interés integrar diferentes lecturas susceptibles de ser realizadas en este Corredor. Estas lecturas incluyen, a priori, desde un posicionamiento pasivo y puntual (Ej.: “Sol y Playa en Las Grutas” hasta otro sumamente activo y general (Ej.: “Anillo Rionegrino Mar y Sierras”) pasando por variables intermedias tales como “Playa, Pesca y Casino”, etc. y una perspectiva de futuro con el potencial implicado en el proyecto de *Corredor Binacional Atlántico Pacífico*.

Es decir, según las definiciones preliminares realizadas por el equipo, se desea dejar constancia que el relevamiento, la selección y el análisis de la información (ya iniciados, como se explicará más adelante para las tareas 1.1., 1.2. y 1.8.) se orientan a configurar una propuesta dinámica, no excluyente, armonizando los flujos e circuito con los viajeros de descanso y los concurrentes estables, considerando diferentes aspectos:

- el turismo pasivo y el turismo dinámico,
- como otro eje referido a los necesarios acuerdos de articulación político-técnicos y la complementariedad de los esfuerzos públicos y privados.

Un aspecto que este trabajo intentará privilegiar es la adopción del concepto de paisaje como bien público, es decir, entidad perteneciente a todos, teniendo en cuenta los criterios de responsabilidad social y ambiental que de esta concepción derivan para todos los actores involucrados. Asimismo, desde la perspectiva recién expresada, se tendrá siempre en cuenta la inseparable relación entre paisaje - servicio - normativa - instituciones.

Sobre estos aspectos, entre otros, se volverá a lo largo del trabajo, principalmente en términos de identificar y dimensionar las ventajas comparativas sobre otros destinos turísticos del país, y señalar los obstáculos y las oportunidades de mejora, en relación con la propuesta regional y puntual.

Más allá de los diversos trabajos de campo que se realizarán para incorporar y priorizar información y los trabajos de gabinete que permitirán validar, contrastar, analizar y elaborar lineamientos y conclusiones, se prevé la realización de un taller Participativo en la localidad de Las Grutas (salvo que de los avances del trabajo se desprendan otras alternativas más aconsejables), que tendría lugar en fecha a determinar, tentativamente hacia fines del mes de septiembre o principios de octubre.

El mismo tendría como objetivo relevar, analizar, consolidar y consensuar marcos de referencia, expectativas, información, percepción de tendencias, sugerencias y/o propuestas preliminares con actores representativos de los ámbitos público y privado.

Personas e instituciones contactadas/reuniones mantenidas

NOTA: Muchos de los contactos desarrollados han tenido por objetivo la incorporación de protagonistas de la totalidad del *Corredor Atlántico* (Viedma, San Antonio, Las Grutas, Sierra Grande, Puerto Madryn).

- ***Fundación Inalafquen.*** Contactos tendientes a acordar una participación activa en la cuestión medioambiental, manejo costero, flora y fauna (si bien, como consta en el plan de trabajo, la mayor parte de estos temas serán objeto de futuras ampliaciones de este estudio)
- ***Secretaría de Turismo de la Municipalidad de San Antonio.*** Contactos con miras a prever un acuerdo para la eventual elaboración y circulación de cuestionarios entre actores representativos vinculados a la temática, en relación con avances de este trabajo.
- ***Sr. Antonio Torrejón y Sra. Cecilia Torrejón,*** de Puerto Madryn. Conversaciones tendientes a consensuar proyectos y coincidencias en relación con el Corredor Atlántico.
- ***Municipalidad de Puerto Madryn y de Lago Argentino,*** como parte del Corredor Atlántico.
- ***Sres. Adrián Tubio, Guido Bergandi y otros,*** vinculados a la confección del Plan Estratégico de Viedma y actualmente desarrollando labores de inventario y posterior coordinación de todos

los trabajos vinculados al desarrollo estratégico efectuados y que se efectúan o programan en el Distrito. Se ha convenido un compromiso de interrelación. Conversaciones referidas a la comunicación, la participación y los medios de extensión en la comunidad.

- **Sr. Miguel A. De Nichilo**, de Buenos Aires, especialista en temas de comunicación. Conversaciones referidas a estrategias de comunicación, participación y difusión en la comunidad.
- **Arq. Lolich**, de Bariloche. Conversaciones en relación con la valorización de exponentes históricos o tradicionales insertos en el Corredor Atlántico-Pacífico (poblaciones linderas a la Ruta Nacional N° 23).
- **Sr. Raúl Izaguirre** (Bariloche-Buenos Aires), periodista especializado editor de Guías Regionales Argentinas. Conversaciones orientadas a recabar su opinión, desde su especialidad, en relación con el presente trabajo.
- **Sr. Charly Salas** (Buenos Aires), periodista especializado en la actividad de pesca. Conversaciones orientadas a recabar su opinión, desde su especialidad, en relación con el presente trabajo.
- **Arq. Renato Ricci**, en relación con el Plan de Reordenamiento Territorial, Ambiental y Urbano para San Antonio y Las Grutas, y con la colaboración del **Arq. Raúl Press** (Bariloche), interlocutor desde la consultora López Alfonsín & Asociados en relación con este contacto (la información sobre este punto se amplía más adelante, en particular con la tarea 1.8.).
- Se tuvieron contactos con representantes de la Cámara de Comercio de Puerto Pirámides, Avistaje de Toninas (Rawson), Prestadores Turísticos de Rawson, Península de Valdés Buceo-Aventura (Puerto Pirámides), South Patagonia (Puerto Madryn), Benítez Turismo (Puerto Madryn), Molinari Viajes (Trelew-Capital)
- Se presenciaron reuniones con autoridades del Municipio de San Antonio Oeste, agentes de la ex Secretaría Municipal de Turismo, la Corporación de Turismo, Comercio e Industria Las Grutas, representantes del empresariado de San Antonio Oeste y de COOPESAL.

2. INFORMACIÓN SOBRE AVANCES REALIZADOS Y RESULTADOS PRELIMINARES EN RELACIÓN CON LAS TAREAS 1.1. , 1.2. Y 1.8.

Se informa a continuación lo realizado en relación con las tareas 1.1. , 1.2. y 1.8. que según el cronograma de trabajo consignado en el contrato, son objeto del presente informe.

Tarea 1.1: Recopilación de Antecedentes

Se consultó el Plan de Desarrollo Turístico y Recreativo de Sierra Grande, elaborado en 1994 por la Facultad de Turismo de la Universidad Nacional del Comahue, la Municipalidad de Sierra Grande y el Ministerio de Turismo de la Provincia de Río Negro.

Se dará especial énfasis al análisis de los siguientes aspectos:

- Estrategias de Producto-mercado
- Estrategias de Obras Físicas
- Estrategias de Ordenamiento Espacial
- Estrategias de Comunicación
- Estrategias de Participación y Capacitación

Se realizó un reconocimiento visual del espacio geográfico comprendido por Sierra Grande – Playas Doradas – acceso a la meseta de Somuncurá, y en particular a la alternativa del producto Turismo Minero.

Se revisarán, actualizarán y compararán las fortalezas y debilidades según el informe motivo de estudio en relación con otras oportunidades turísticas presentes en el mismo Corredor.

Tarea 1.2. : Análisis de información documental complementaria

Hasta la fecha, se procedió a relevar, recolectar y se comenzó a analizar la siguiente información documental:

- Recopilación de información (folletería) facilitada al turista en Oficinas de Informes e identificación de los principales recursos turísticos. Gestión actualizada en las Casas de la Provincia de Río Negro y de la Provincia del Chubut, en Buenos Aires.
- Revisión de planos catastrales y loteos aprobados o en trámites de aprobación, en Las Grutas.
- Ordenamiento de la legislación temática vigente, de orden municipal, provincial y nacional.
- En particular, se consideró el Plan de Ordenamiento Ambiental, Territorial y Urbanístico de la Región de San Antonio Oeste, Puerto San Antonio Este y Balneario Las Grutas – Universidad del Comahue,

Universidad de Venecia, y estudios de impacto ambiental del área considerada.

- Historia de Las Grutas (Secretaría de Turismo y Producción de San Antonio Oeste, Lic. Silvana Savicki).
- Informe sobre Bahía San Antonio. Área Protegida Provincial – Sitio de importancia internacional. (Secretaría de Turismo y Producción de San Antonio Oeste).
- Plan Maestro para el Área Natural Protegida, Bahía de San Antonio (resultados del primer taller de planificación – primer borrador – San Antonio Oeste, 26 y 27 de mayo de 1998).
- Informe “Soda Sovay en San Antonio Oeste (Secretaría de Turismo y Producción de San Antonio Oeste, Investigación: C. González).
- Informe sobre Las Grutas/San Antonio – Aguas cálidas en la costa atlántica (Secretaría de Turismo y Producción de San Antonio Oeste).
- Informe sobre Salina El Gualicho (Secretaría de Turismo y Producción de San Antonio Oeste, Investigación: P. Vallejo)
- Borrador de trabajo para el Plan de Manejo de la Zona Costera Patagónica. Diagnóstico y recomendaciones para su elaboración. Julio 1996.
- Informes técnicos: La Pesca Costera en la Patagonia (1993-1996) – La recreación costera como uso alternativo de los recursos naturales en Patagonia, un estudio preliminar (1997). Plan de Manejo Integrado de la Zona Costera Patagónica (1995). Fundación Patagonia Natural.
- Informe sobre Temporada Turística 1997/98 – Sus efectos sobre el ambiente (Fundación Inalafquen)
- El Turismo en la Patagonia (Ministerio de Turismo de Río Negro, Antonio Torrejón)
- Las Siete Patagonias (Antonio Torrejón – II Seminario Internacional de Turismo Receptivo, 1998, Puerto Madryn).
- La Patagonia de las Playas. Memoria temporada 1997/98.
- Informe de la Prefectura Naval Argentina. Destacamento S.A.O.
- Documentación sobre el I Foro de Ideas sobre el crecimiento urbano de Las Grutas. Ministerio de Turismo de Río Negro.1993.
- Documentación sobre el Primer Taller de Participación Comunitaria sobre el Plan de Ordenamiento Ambiental, Territorial y Urbanístico de la Región de San Antonio Oeste y Balneario Las Grutas, realizado en 03.03.2000 en la ciudad de San Antonio Oeste, que contiene una sistematización de las problemáticas detectadas, red causal, consideraciones técnicas y evaluación de metodología.
- Recopilación de información histórica acerca de la oferta:
 - Diagnóstico de Las Grutas y área San Antonio realizado en el año 1993 por la Secretaría de Turismo de Provincia y la Universidad Nacional del Comahue.
 - Relevamiento cuantitativo de la oferta de alojamiento, sobre Las Grutas, S.A.O. y S.A.E., realizado durante la temporada estival1996/97.

- Propuesta de trabajo en forma conjunta “Corredor Patagónico de las Playas” (Cuadernillo Turismo en Río Negro del Ministerio de Turismo de la Provincia. 1995).
- Estudio cuantitativo y cualitativo sobre tendencias del mercado, tendencias turísticas de la Capital Federal. Cuadernillo Turismo en Río Negro del Ministerio de Turismo de la Provincia. 1995)
- Diagnóstico de la demanda del Centro Turístico Las Grutas realizado por la UNC y la Secretaría de Turismo de la Provincia. 1993.
- Perfil de demanda del centro turístico Las Grutas. Temporada 1996/97 (carpeta informativa).
- Información de Internet (sitio) sobre Las Grutas
- Recortes de diarios/publicaciones y folletos sobre el tema, tales como:
 - Folletos: Club Playa Serena - Las Grutas, Ciudad del Medio Ambiente, El Alto Club de Campo Las Grutas, Aguas Cálidas, folletería variada de la zona, Carpeta Río Negro Producciones Presenta, ídem Puerto Madryn.
 - Recorte sobre: Las Grutas Safari de Turismo. Un pueblo que se transformó para el turismo: Sierra Grande. Las Grutas por Internet. Península de Valdés. El Corredor de la comarca Atlántida. La tapa Guía del Verano. Qué es el Plan Estratégico de Viedma y Región.
- Material sobre proyectos de cartelería Las Grutas
- Briefing de Turismo Minero SA
- Guías Argentinas
- Mapas de la zona
- Se procurará, en la medida de lo posible, establecer una vinculación de este trabajo con planes, programas y/o proyectos en el área, tales como:
 - el Programa de Desarrollo Costa Atlántica Rionegrina (Secretaría de Estado de Turismo de la Provincia de Río Negro). Relevamiento aéreo y terrestre de toda la costa desde Las Grutas hasta el paralelo 42, identificación de los recursos y sus usos.
 - el Programa provincial de Calidad y Categorización de Servicios Turísticos, en elaboración. Adecuación del servicio y verificación de calidad abarcando todo el espectro, elaboración de normas de regulación y certificación de la calidad.
 - el Programa de Concientización y Capacitación Turística
 - el Proyecto Río Negro, un destino turístico de excelencia.

NOTA: La documentación arriba mencionada no agota el material informativo disponible, por lo que el relevamiento continuará hasta haber revelado y categorizado el material accesible y pertinente, determinando su utilidad a efectos de este estudio e incorporado al análisis en caso de corresponder.

Tarea 1.8: Análisis de la polución estética de la infraestructura (arquitectura, cartelería, etc.)

En el curso del año 1999 y según lo ya expresado en la página 4 de este Informe, el experto mantuvo una extensa entrevista con el arquitecto Renato Ricci en la cual se puso énfasis en el vigor de la propuesta urbana en la perspectiva turística.

Algunas de las reflexiones que se incorporan para enriquecer este punto en particular del estudio, se vinculan con la necesaria integración del diseño del paisaje construido con el paisaje natural. En este punto también se verifica la relación del desarrollo turístico con la idea de progreso (concebido, con un sentido amplio, en relación con la incorporación de beneficios sustanciales, no necesariamente espectaculares). Será de interés tratar este punto, entre otros, en el Taller participativo previsto para fines de mes de septiembre o principios de octubre.

Se ha realizado una primera observación del grado de polución estética de la arquitectura y espacios públicos urbanos, desde la perspectiva de la planificación urbana relacionada al turismo. Ésta será posteriormente complementada en oportunidad de una visita del equipo en su conjunto a Las Grutas. Asimismo se han tenido en cuenta algunos informes y publicaciones sobre este punto.

Algunos aspectos cuya observación se privilegió son:

- el amanzanamiento
- las construcciones
- el cableado
- la señalización
- la cartelería
- la basura
- en líneas generales, observar lo que sobra, en relación con los criterios previamente expuestos

INFORME PARCIAL

INDICE

- 1.1 RECOPIACION DE ANTECEDENTES
 - 1.2 ANALISIS DE INFORMACION DOCUMENTAL COMPLEMENTARIA
 - 1.3 ANALISIS DEL POTENCIAL DE LOS RECURSOS TURISTICOS
 - 1.3.1 Delimitación del Area de Influencia
 - 1.3.1.1 Macrolocalización
 - 1.3.1.2 Microlocalización
 - 1.3.2 Identificación de los recursos
 - 1.3.2.1 Marco Natural
 - 1.3.2.2 Estructuración del recurso
 - 1.4 ANALISIS RELATIVO A CORREDORES TURISTICOS. CORREDOR PATAGONIA DE LAS PLAYAS
 - 1.4.1 Antecedentes
 - 1.4.2 Análisis de la situación actual
 - 1.5 ANALISIS DE LOS MERCADOS ACTUALES
 - 1.5.1 Datos Cuantitativos
 - 1.5.2 Datos Cualitativos
 - 1.5.3 Otros datos
 - 1.6 EVALUACION DE LA OFERTA DE ALOJAMIENTO
 - 1.7 ANALISIS DE LA OFERTA COMPLEMENTARIA SOBRE LA BASE DE UNA SELECCIÓN Y/O MUESTRAS
 - 1.8 ANALISIS DE LA POLUCION ESTETICA DE LA INFRAESTRUCTURA (ARQUITECTURA, CARTELERIA, ETC.)
 - 1.8.1 Introducción. El marco para la sostenibilidad
 - 1.8.2 Análisis de los antecedentes Históricos, Participativos y de la situación actual
 - 1.9 ANALISIS DE LA INFRAESTRUCTURA BASICA
 - 1.10 IDENTIFICACION DE MERCADOS POTENCIALES
 - 1.10.1 Introducción
 - 1.10.2 Principales tendencias turísticas a nivel mundial
 - 1.10.3 Análisis del área en estudio
 - 1.11 ANALISIS DEL ENTORNO COMPETITIVO
 - 1.12 MARKETING AUDIT
 - 1.13 ANALISIS DE LA IMAGEN
-
- ANEXO I LEGAL
 - ANEXO II AMBIENTAL
 - ANEXO III REPRESENTACION GRAFICA
 - ANEXO IV RESULTADOS PARCIALES DE LA ENCUESTA

1.1 RECOPIACIÓN DE ANTECEDENTES

De acuerdo a lo previsto en el informe de avance, se realizó la Revisión y análisis del Plan de Desarrollo Turístico y Recreativo de Sierra Grande, elaborado en 1994 por la Facultad de Turismo de la Universidad Nacional del Comahue, la Municipalidad de Sierra Grande y el Ministerio de Turismo de la Provincia de Río Negro.

Se ha tomando esta documentación como antecedente debido a la relación natural entre estos dos espacios pertenecientes al Corredor de las Playas Patagónicas (Área de San Antonio y Sierra Grande), a la complementariedad de sus atractivos, y a las fortalezas y debilidades detectadas.

El trabajo se basa en la premisa que postula al turismo y a la recreación como una vía alternativa que conjuntamente con otras actividades económicas contribuyen a orientar el desarrollo de una comunidad, en el marco de la conservación del ambiente y de la satisfacción de las necesidades humanas.

Por ello esta metodología adoptada se fundamenta en los principios básicos de la planificación participativa, en la cual los miembros de una comunidad pueden proponer colectivamente alternativas de solución mediante la auto-organización y ser los protagonistas de su propio desarrollo.

La estrategia global de desarrollo se sustenta en un turismo de tipo alternativo, cuya esencia es la implementación de actividades turísticas-recreativas fundamentadas con el medio natural, social y con los valores de la comunidad, que permitan a la vez disfrutar de un intercambio de experiencias entre turistas y residentes.

Dicha estrategia considera al turismo como una alternativa de reconversión para un espacio que experimenta un grave proceso de crisis socioeconómica, mediante la puesta en valor del paisaje minero y natural.

Otro punto de unión entre la localidad de Sierra Grande y el Área en estudio, es la Meseta de Somuncurá, la cual tiene acceso desde Sierra como así también desde la Ruta Provincial N° 23 (que dista de Las Grutas 40 Km.) que representa el eje de conexión dentro del Corredor Bioceánico, y la pavimentación de la misma facilitaría el aprovechamiento del recurso, con potencial para mercados internacionales, siendo indispensable trabajar con una planificación adecuada teniendo en cuenta la fragilidad del ambiente.

Es interesante tener en cuenta para el desarrollo turístico de Las Grutas los objetivos extractados del Plan analizado de Sierra Grande, que a continuación se detallan:

- ◆ Creación de una imagen turística que enfatice los elementos singulares y diferenciales en relación con los productos competitivos.
- ◆ Puesta en valor de los atractivos turísticos reales y potenciales en el marco de la conservación del ambiente y de la recuperación socioeconómica.
- ◆ Implementar actividades turísticas y recreativas que estén vinculadas a la identidad local, mediante las cuales los turistas comprendan las particularidades del mismo.
- ◆ Optimizar el funcionamiento de la planta turística actual, mejorando la calidad de los servicios, tanto en sus aspectos tangibles como intangibles a precios razonables, de manera que estos se adecuen a las necesidades de la demanda.
- ◆ Proponer una oferta de equipamiento a pequeña escala, integrada al paisaje natural que priorice el empleo de recursos humanos locales.
- ◆ Acondicionar e implementar la infraestructura vial y de servicios básicos de modo que faciliten el aprovechamiento de los atractivos turísticos.
- ◆ Identificar segmentos de mercado en función de los atractivos y actividades turísticas propuestas.
- ◆ Identificar necesidades de formación de recursos humanos que permitan incorporar paulatinamente una mayor cantidad de pobladores como fuerza de trabajo en la actividad turística y recreativa.
- ◆ Propiciar un sistema de créditos y asesoramiento técnico para inversionistas cuyos proyectos respondan a las actividades y productos definidos.
- ◆ Involucrar a los organismos relacionados con el sector turismo y a los pobladores locales en el proceso de planificación.

Dentro de los lineamientos políticos planteados en el proyecto Río Negro por el gobierno provincial, se establece el turismo como alternativa para los distintos Municipios de la provincia, especialmente se considera a Sierra Grande como un centro turístico emergente, debido a que posee atractivos de jerarquía pero aún no ha logrado un desarrollo adecuado de su oferta de servicios turísticos directos e indirectos.

El turismo minero ha sido el generador del impulso que tiene la localidad en este sector de la economía, siendo este una de las respuestas más firmes como así también los atractivos naturales de mediana jerarquía capaces de captar segmentos de mercado interesados en consumir productos y paisajes ecológicos y de practicar actividades en contacto íntimo con la naturaleza.

Los desafíos más importantes que se presentan para ser asumidos entre todos, son:

- ◆ **Ordenar la oferta de Turismo Minero.**
- ◆ **Reforzar la Oferta Turística como lugar de paso.**
- ◆ **Determinar el perfil de Playas Doradas y pavimentar su acceso.**
- ◆ **Incentivar a la inversión turística.**
- ◆ **Impulsar al desarrollo de la Meseta de Somuncurá como una reserva turística de futuro.**
- ◆ **Desarrollar Puerto Lobo en conjunto con el Area de ecología de la Provincia.**

1.2 ANÁLISIS DE INFORMACIÓN DOCUMENTAL COMPLEMENTARIA

FICHA 1

Título: **PLAN DE ORDENAMIENTO AMBIENTAL, TERRITORIAL
Y URBANÍSTICO
SAN ANTONIO / LAS GRUTAS**
Autor: Taller de participación Comunitaria
Fecha: 2000

Síntesis de Contenido:

A través de la realización del Taller de Participación comunitaria se concretó una sistematización de las problemáticas detectadas en materia ambiental, territorial y urbanística del Área de San Antonio / Las Grutas.

A raíz de la delimitación de estos problemas, se definió a través de consideraciones técnicas aquellos aspectos que conciernen a la interacción entre el residente / turista del Área de San Antonio / Las Grutas con el medio, abarcando todos los aspectos ambientales, urbanísticos, económicos y culturales.

Asimismo se realizó un análisis de metodologías aptas a seguir a fin de dar cumplimiento a través de soluciones reales a los problemas actuales y potenciales que presenta esta área.

FICHA 2

Título: **PROYECTO RIO NEGRO**
Autor: Legislatura de Río Negro

Síntesis de Contenido:

Tomando uno de los objetivos del Proyecto Río Negro es ... "promover el crecimiento de la provincia como un centro turístico Nacional de excelencia, permitiendo generar riqueza y empleos a diversas áreas provinciales" y considerando a nivel técnico los lineamientos políticos entre los que se realizan:

- La excelencia en la calidad de los destinos turísticos de Río Negro.
- El ordenamiento y competitividad de la oferta turística provincial.
- Marketing turístico de Río Negro y sus Destinos.
- La Asistencia a municipios.
- La estadística turística y económica.
- Desarrollo y puesta en valor turístico de nuevos destinos y circuitos.

Cabe destacar que este Proyecto tiende en todo su concepto a revalorizar, cimentar y desarrollar el turismo en toda la provincia de Río Negro sobre bases sólidas de políticas turísticas interconectadas con el sector público y privado.

Asimismo se realiza un análisis técnico de los principales destinos, definiendo las problemáticas actuales y proyectando políticas y estrategias a seguir. En el caso puntual del Área de San Antonio / Las Grutas se realiza a través de la presentación de las ventajas y desventajas del destino desde el punto de vista turístico.

FICHA 3

Título: **PLAN OPERATIVO PARA IMPULSAR LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DE LAS GRUTAS EN BAJA TEMPORADA**
Autor: Secretaría de Turismo y Producción de Las Grutas

Síntesis de Contenido:

Dicho plan operativo se realizó con la idea de contribuir al desarrollo turístico de Las Grutas durante la temporada baja, identificando los diferentes productos y mercados.

Se definen planes de trabajo a fin de cumplir con objetivos específicos que vinculan la oferta primaria y de servicios con estrategias promocionales, mediante la integración de los diferentes prestadores de servicios.

A fin de alcanzar el objetivo general del Plan operativo, se realizaron análisis de la demanda, incluyendo datos cualitativos y cuantitativos de la misma, los cuales profundizaron en aspectos de procedencia, destino de viaje, motivación, captación del destino por el turista real y potencial entre otros.

Bajo el mismo concepto se realizó el análisis concreto de la oferta primaria (vinculándola en este aspecto con los destinos cercanos comprendidos en el *Corredor Patagonia de Las Playas*) y de la oferta de servicios con la que cuenta Las Grutas.

Considerando la oferta primaria se realiza la estructura operacional y de atractivo con la que cuenta la Península Valdés y área de influencia siendo los mismos el principal captador de la demanda entre los meses de mayo a diciembre.

El Plan Operativo incluye una identificación y selección de canales de comercialización, realizando en este aspecto una promoción directa definiendo modalidades específicas tales como:

Presencia en Ferias, Seminarios de Venta para operadores, Famtour y Fampress.

FICHA 4

Título: **PLAN MAESTRO PARA EL ÁREA NATURAL PROTEGIDA "BAHÍA DE SAN ANTONIO"**
Autor: Taller de Planificación
Fecha: 1998

Síntesis de Contenido:

Informe presentación de contenidos y alcance del Plan Maestro para el Área Natural Protegida "Bahía San Antonio". Se realiza un análisis de la implementación del mismo considerando los aspectos naturales y culturales del sitio. Además se plantearon objetivos generales y particulares, priorizando la protección y conservación de los ambientes tomando como base de información el inventario de recursos naturales y culturales, el Taller de Planificación realizado en San Antonio (1996), el listado de proyectos de desarrollo para la zona.

Su implementación se basó en un concepto participativo incluyendo entre sus actores:

- La comunidad de San Antonio / Las Grutas
- Gobierno Municipal de San Antonio Oeste
- Organizaciones Gubernamentales
- Asociaciones no Gubernamentales
- Asociaciones Intermedias
- Organismos del Estado Provincial con injerencia en el Área Natural Protegida.

Asimismo se adjunta un informe sobre contaminación con metales pesados que presenta actualmente la Bahía de San Antonio, elaborado por la Fundación Patagonia Natural mediante muestreos obtenidos en el año 1994 / 1995.

FICHA 5

Título: DIAGNOSTICO DE LOS COMPONENTES PRIMARIOS DEL PRODUCTO Y LA DEMANDA DE LAS GRUTAS
Autor: Secretaría de Turismo de la Provincia de Río Negro/ Universidad Nacional del Comahue
Fecha: 1993

Síntesis de Contenido:

Análisis de los componentes primarios del producto en una fase exploratoria descriptiva, considerando la conformación del espacio natural (aspectos geológicos, geomorfológicos, fitoogeográficos, climáticos, hidrográficos), la caracterización de la playa (clasificando las de uso real y de uso intermedio e intensivo), y se evalúa la capacidad de soporte para las playas de uso intensivo, desde un punto de vista físico y psicológico.

Asimismo, se realiza un inventario y descripción de las actividades turística recreativas, deportivas y culturales, su localización y cuantificación como así también la demanda a la cual están dirigidas.

Se realiza una breve descripción de la infraestructura interna y externa.

Cuenta además con un importante análisis de la demanda, su caracterización, tomando variables tales como: procedencia, composición etaria, tamaño del grupo, factor de decisión en la elección del destino, estadía, repetitividad del consumo, tipo de alojamiento, nivel de gasto en alojamiento. Y el nivel de satisfacción con el destino y con los componentes del producto.

Se realiza un análisis competitivo, evaluando el posicionamiento del Producto Las Grutas con respecto a otros destinos de igual tipología: Necochea, Mar del Plata, Monte Hermoso, Villa Gesell, Puerto Madryn y Pinamar, y considerando como elementos, la playa, la oferta de servicios, la seguridad y el ambiente social y la relación costo/calidad.

Cierra el informe con un análisis en la matriz FODA y conclusiones generales.

FICHA 6

Título: AREA NATURAL PROTEGIDA "BAHIA DE SAN ANTONIO"
Autor: Secretaría de Turismo de la Provincia de Río Negro

Síntesis de Contenido:

Puesta en situación del Sitio Internacional localizado en el extremo noroeste del Golfo San Matías, conteniendo en su descripción:

Rasgos geomorfológicos:

Superficies intermareales barrosas, arenosas o restingas.
Superficies de médanos de arena y canto rodado.

Principales Sitios:

Bahía de San Antonio
Banco Reparó
Banco Lobos
Restinga de Los Álamos.

FICHA 7

Título: PREFECTURA NAVAL ARGENTINA
Autor: Informante Turístico Las Grutas: Srta. Cecilia Loureyro

Síntesis de Contenido:

Reseña histórica del asentamiento de la Prefectura Naval Argentina en San Antonio Oeste. Seguimiento de datos históricos sobre su aporte al crecimiento y consolidación de la zona.

FICHA 8

Título: **PROPUESTA DE CREACIÓN DE UNA RESERVA DE
ECOINTERPRETACION TURISTICA EDUCACIONAL**
Autor: Fundación INALAFQUEN

Síntesis de Contenido:

El presente proyecto pretende la creación y desarrollo dentro de un área adecuada (en esta primera experiencia, zona denominada "Piedras Coloradas") de actividades recreativas, educativas, científicas, de interpretación y turísticas.

Se plantean para su concreción una serie de objetivos que versan desde "garantizar la integridad del ambiente natural hasta desarrollar actividades de educación ambiental que permitan un mejor entendimiento de la relación del hombre con su medio".

Asimismo se pretende a través de la puesta en marcha de este proyecto, declarar la formación geológica "Piedras Coloradas" Monumento Natural de Reserva.

Dentro del presente proyecto se adjuntan tablas de relevamiento de la fauna y flora implícita en dicha zona.

FICHA 9

Título: **PROBLEMÁTICAS DETECTADAS – TEMPORADA 98**
Autor: Secretaría de Turismo de Las Grutas
Fecha: 1998

Síntesis de Contenido:

Listado de las principales problemáticas detectadas durante la temporada 1998 entre los que se resalta aspectos concernientes a:

- Servicios de alojamiento
- Ambientales
- De tránsito
- Servicios Varios

FICHA 10

Título: **EFFECTOS DE LA TEMPORADA EN EL AMBIENTE**
Autor: FUNDACION INALAFQUEN
Fecha: 1997-1998

Síntesis de Contenido:

Informe que presenta las apreciaciones realizadas por la Secretaría de Turismo de Las Grutas con relación a la degradación del medio ambiente durante la temporada turística 1997/1998. Asimismo se presentan planes de acción a fin de dar solución a las problemáticas existentes.

Se clasifican PROBLEMÁTICAS individuales tales como:

- Circulación de vehículos 4x4: donde se verifica el alto impacto generado por esta actividad en los médanos y playas de la zona de San Antonio/Las Grutas.
- Circulación y estacionamiento de Casillas Rodantes: denuncias sobre descarga de baños químicos en la vía pública, así como también ocasionando molestias a los residentes y bañistas.
- Recolección de Residuos: se detecta una escasa frecuencia de recolección por parte del camión utilizado a tal fin ocasionando la aparición de olores, la voladura de plásticos entre otros aspectos.
- Ruidos molestos: se detectan varias denuncias en referencia a este aspecto.
- Obras en playas y acantilados: Se detectaron problemas en relación con las construcciones realizadas sobre los acantilados, debido a su fragilidad y poca sustentabilidad.
- Asimismo se hace referencia a la existencia de legislaciones sobre este aspecto por encontrarse dentro de un Área Protegida.
- Desmontes: movimiento de tierra por medio del viento debido al desmonte de terrenos destinados a la construcción.
- Escombros: preocupación por la utilización del camino que conduce desde Las Grutas a Piedras Coloradas como sector de volcado de escombros.
- Cloacas: Mal funcionamiento de la planta de tratamiento de los residuos cloacales.
- Loteos: Intervención del hombre sobre el aspecto natural, obstaculizando las salidas naturales de lluvia hacia el mar. Esto se debe a la creciente demanda de terrenos para la construcción.
- Urbanizaciones: Debido a la creciente urbanización de las grutas se presenta la problemática de la falta de provisión de agua y servicios a fin de sostener la demanda existente.
- Caballos: problemas con el sitio de descanso de caballos sobre la playa. Provocación de olores y acumulación de estiércol.

Se definen PLANES DE ACCIÓN a seguir a fin de dar solución a las problemáticas mencionadas anteriormente:

- Circulación de vehículos 4x4: Hacer cumplir con mayor rigor las reglamentaciones existentes. Se deberán definir zonas de circulación (dentro de la planta urbana en su mayoría). Seguimiento en los comercios de alquiler de esta clase de vehículos.
- Circulación y estacionamiento de Casilla Rodantes: implementación y funcionalidad de una faja de seguridad que solo permita el vaciado en la Plazoleta sanitaria. Dureza en el cumplimiento de las reglamentaciones existentes.
- Obras en playas y acantilados: Realización de estudios de impacto ambiental o Declaración Jurada Ambiental en todo proyecto que contemple la construcción sobre acantilados o playas. Asimismo se recomienda la realización de estudios de base más profundos a fin de analizar la situación actual de los mismos.
- Desmontes: Regularización legal de los mismos.
- Escombros: Determinar un lugar específico para el volcado de los mismos.

- Cloacas: Rever la situación actual de la planta a fin de encontrar una solución viable a corto plazo.
- Loteos: Evitar la alteración del aspecto natural con la intromisión del hombre en el medio
- Urbanizaciones: Analizar la factibilidad técnica de servicios previo a la autorización de nuevos loteos.
- Caballos: Reubicación de los lugares de descanso y alquiler.
- Asfalto: realizar estudio sobre el impacto que su implementación provocaría en el medio natural.

FICHA II

Título: **PROGRAMA DE ORIENTACIÓN PARA EL SECTOR PRIVADO**
 Autor: Secretaría de Turismo de la Provincia de Río Negro
 Fecha: 1996-2000

Síntesis de Contenido:

Este esquema de trabajo presentan diagnósticos sobre la puesta en valor de la Costa Atlántica Rionegrina. Para ello se definen segmentos de estudio sobre los cuales se realizan análisis de la oferta (abordando aspectos generales, alojamiento y usos) así como de la demanda (incluyendo la actual y potencial). Con la información obtenida a través de los trabajos de investigación y relevamientos expuestos anteriormente se realizan propuestas que involucran una zonificación de dos sectores: San Antonio Este Las Grutas – Pto. Lobos.

A través de esta zonificación se definen centro de estadía y distribución, zonas de usos intensivos, zonas de usos específicos, Áreas Naturales Protegidas y Centros de servicios y abastecimiento.

Como otra propuesta anexa a este esquema de trabajo se presentan para su análisis modelos urbanísticos aplicables involucrando en los mismos, pautas de regulación que orienten al desarrollo de la región y que permitan realizar un monitoreo de dicho crecimiento.

Otros aspectos considerados en el presente esquema son los concernientes a la definición de pautas para el trazado de las zonas urbanas, normas de regulación, actividades turísticas de desarrollo actual y potencial, marcos legales, infraestructuras y comunicación y difusión con el sector privado.

FICHA II

Título: **INFORMACIÓN SOBRE LA OFERTA TURÍSTICA**
 Autor: Secretaría de Turismo de Las Grutas
 Fecha: 1996-2000

Síntesis de Contenido:

Listado actualizado sobre todos los servicios incluyendo alojamiento, alimentación, esparcimiento y otros vaños, tanto de la alta temporada como de la baja. Evolución de la oferta de alojamiento, su composición y calificación desde el 96'a la actualidad. Información sobre la capacidad en restaurantes año 1998.

FICHA 13

Título: **INFORMACIÓN SOBRE LA OFERTA TURÍSTICA**
Autor: Secretaría de Turismo de Las Grutas
Fecha: 1996-2000

Síntesis de Contenido:

Información sobre la cantidad de turistas registrados y la evolución en los distintos años por tipo de alojamiento y períodos en el año (meses de alta media y baja temporada). Estudio que se realiza tomando como base el factor de ocupación. Asimismo se registra información sobre el perfil de la demanda tomado en alta temporada tanto en la oficina de informes como en lugares de alta concentración de gente. Se estudian variables tales como: Procedencia, destino del viaje, motivación, fuente de información, composición del grupo, estadía, tipo de alojamiento, nivel de instrucción, nivel de gasto, fidelidad del destino, nivel de satisfacción con el precio.

FICHA 14

Título: **PERFIL DE LA DEMANDA TURÍSTICA TEMPORADA ALTA**
Autor: Secretaría de Turismo de la Provincia
Fecha: 96-97 Y 99-00

Síntesis de Contenido:

Descripción de la demanda tomando en cuenta las siguientes variables: Modalidad del viaje, destino de los turistas itinerantes, organización del viaje, procedencia, frecuencia de visita, composición del grupo, nivel de instrucción, medio de información, gasto turístico, estadía, motivación, nivel de satisfacción con el precio, nivel de satisfacción sobre otros aspectos del centro turístico.

FICHA 15

Título: **6 AÑOS DESPUES, TURISMO EN RIO NEGRO**
Autor: Secretaría de Turismo de la Provincia

Síntesis de Contenido:

Describe la importancia del turismo y pone como ejemplo el modelo nonegrino; con sus características, marketing, la comunicación turística, el ordenamiento territorial y las diferentes instituciones.

FICHA 16

Título: **ESTUDIO DE LA DEMANDA TURÍSTICA EN LAS CIUDADES DE LA COSTA PATAGÓNICA**
Autor: Secretaría de Turismo
Fecha: Enero – Marzo 1995

Síntesis de Contenido:

Es un análisis realizado a través de encuestas durante la temporada de verano 1995 (enero-marzo), acerca del perfil de turista, los gastos que este realiza en la zona y las motivaciones de la demanda turística.

FICHA 17

Título: **PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO-RECREATIVO
SIERRA GRANDE**

Autor: Secretaría de Turismo

Síntesis de Contenido:

Desarrolla las características generales de Sierra Grande. Realiza un análisis interno de la comunidad y de la oferta del sector turismo. Asimismo incluye las diferentes estrategias y objetivos para el plan de desarrollo de la zona.

FICHA 18

Título: **PROYECTO DE CARTELERÍA LAS GRUTAS**

Autor: Secretaría de Turismo

Síntesis de Contenido:

Realiza un muestreo a través de carteles de las diferentes rutas de ingreso al Balneario, del cruce La Estanciera y las distintas bajadas; detallando que se puede encontrar en cada una de las diferentes atracciones turísticas.

FICHA 19

Título: **LAS TORTUGAS TERRESTRES DE ARGENTINA**

Autor: Secretaría de Turismo

Síntesis de Contenido

El presente informe expresa las características del animal, la zona donde se encuentra, las desventajas de su domesticación y el impacto ambiental que puede causar la liberación de esta si ya está domesticada. Además recalca que la tortuga no es un animal doméstico.

FICHA 20

Título: **JORNADAS NACIONALES DE CIENCIAS DEL MAR**

Autor: Secretaría de Turismo

Fecha: 1989

Síntesis de Contenido:

Resúmenes de prioridades de Ciencias del Mar 1 y 2; perspectivas de la oceanografía física en el país; acuicultura marina; química marina y contaminación; biología pesquera, aspectos legales del desarrollo pesquero argentino.

FICHA 21

Título: **JORNADAS NACIONALES DE CIENCIAS DEL MAR**

Autor: Secretaría de Turismo

Fecha: 1993

Síntesis de Contenido

Resúmenes de talleres de biología (algas, invertebrados, moluscos, crustáceos, peces, aves, mamíferos), la contaminación, geología; oceanografía.

FICHA 22

Título: **LOS HUMEDALES DE LA ARGENTINA**

Síntesis de Contenido:

¿Qué son los humedales? Recursos, funciones, atributos y recomendaciones. Además hace diferencia de cada uno de los humedales de la Argentina; con su descripción general, de la geología, biogeografía, clima, suelos, detallando las actividades humanas y los principales humedales divididos por la zona.

FICHA 23

Título: **WORKSHOP PATAGONIA TOTAL**

Síntesis de Contenido

Muestra un estudio detallado de la demanda turística en Capital Federal y toma variables como el grado de conocimiento del centro turístico, imagen del destino y la ventaja comparativa del producto playa. Además presenta una unidad estadística de las personas que concurrieron a la presentación del producto Las Grutas en el Workshop Patagonia Total.

FICHA 24

Título: **FIT OCTUBRE 1997**

Fecha: **Octubre 1997**

Síntesis de Contenido

Describe los datos muestrales de la demanda turística en Capital Federal y como variables tales como: imagen de la Patagonia, grado de conocimiento, los destinos más citados, grado de interés por conocer Las Grutas y la motivación de la gente. Asimismo incluye la cantidad de personas que concurrieron a la Feria Internacional de Turismo.

FICHA 25

Título: **SALINA EL GUALICHO**

Fecha: **Octubre 1997**

Síntesis de Contenido

A través de este informe se detalla claramente su ubicación, las diferentes formas de acceder al mismo, sus principales formas de explotación y se incluye una descripción detallada del lugar. Además habla sobre los diferentes usos que se le atribuyen a la sal y quienes son los encargados de realizar las actividades.

FICHA 26

Título: **SODA SOLVAY EN SAN ANTONIO OESTE**

Síntesis de Contenido

Habla sobre los primeros comienzos, sus diferentes utilidades, los proyectos municipales, su ubicación y el impacto ambiental con sus posibles soluciones; su relación con el turismo, las ventajas y desventajas de su explotación.

FICHA 27

Título: **LA PESCA EN NUESTRA ZONA**

Síntesis de Contenido

Se divide en dos zonas, la zona norte y la zona sur, teniendo en cuenta la ubicación de los pescadores. Además incluye las diferentes carnadas más usadas en nuestra zona y las diferentes especies de peces que se puede pescar ya sea de costa o embarcado.

FICHA 28

Título: **PRIMER FORO DE IDEAS SOBRE EL CRECIMIENTO URBANO DE LAS GRUTAS**

Síntesis de Contenido

Destaca las ventajas competitivas de contar con una naturaleza virgen y una diversidad de productos turísticos. Habla de Las Grutas como espacio urbano turístico y las estrategias para su desarrollo turístico a nivel zonal y regional.

FICHA 29

Título: **LO QUE EL HOMBRE SE LLEVÓ**

Síntesis de Contenido

El artículo periodístico habla sobre el avance urbano, la explotación indiscriminada de arena y las prácticas inadecuadas de manejo y defensas de la playa. Además habla del peligro de un ecosistema único y su insospechada biodiversidad.

FICHA 30

Título: **EVALUACIÓN DE CONTAMINACIÓN POR METALES PESADOS EN LA BAHÍA DE SAN ANTONIO**

Síntesis de Contenido

El informe hace una recopilación de antecedentes históricos hasta los efectos causados en la actualidad; los diferentes niveles de contaminación y la postura tanto desde el municipio como del pueblo para buscar soluciones o prevenir la contaminación.

FICHA 31

Título: **COMPATIBILIDAD DE USOS DE UN AMBIENTE COSTERO NORPATAGÓNICO**

Síntesis de Contenido

Habla de la compatibilidad de usos tomando en cuenta el área protegida de aves migratorias, las actividades económicas pesqueras y turísticas, la no puesta en marcha aún de la Planta de Soda Solvay con sus importantes residuos gaseosos, líquidos y sólidos. Además menciona la importancia del humedal de San Antonio Oeste por su utilización para el refugio, reproducción, alimentación y cría de distintas especies, mencionando las características hidrográficas y geomorfológicas

FICHA 32

Título: **LA FAUNA ÍCTICA EN EL LITORAL DE LA BAHÍA DE SAN ANTONIO OESTE**

Síntesis de Contenido:

Habla sobre el ambiente y la fauna íctica, la estructura poblacional, los aspectos reproductivos, patrones de migración de la fauna íctica, la explotación pesquera de la fauna y la ecología trófica.

FICHA 33

Título: **MEDICIONES DE CORRIENTES EN SAN ANTONIO OESTE**

Síntesis de Contenido

Detalla y describe el área de estudio. Las mediciones que se realizaron de corrientes en 3 posiciones cercanas a la localidad de S.A.O y su relación con los modelos biológicos establecidos a través de consideraciones no dinámicas. Las características de las corrientes, su dirección, velocidad y zona de circulación.

FICHA 34

Título: **CIRCULACIÓN EN EL GOLFO SAN MATÍAS**
Autor:

Síntesis de Contenido

Se presentan las distribuciones de temperatura y salinidad. Las características del Golfo San Matías basadas en el análisis de los datos históricos disponibles. A partir de la distribución de propiedades se infiere a la circulación media consistente con los campos de temperatura y de densidad. Además se describe las propiedades térmicas del Golfo en invierno. Las mismas sugieren la ventilación de la totalidad de la columna de agua por convección profunda en esta época del año.

FICHA 35

Título: **PARAMETROS HIDROBIOLÓGICOS DURANTE UN CICLO ANUAL EN LA BAHIA DE SAN ANTONIO OESTE**

Síntesis de Contenido:

Este informe incluye la ubicación del área. Además, el estudio de las aguas freáticas, de la salinidad y del nitrógeno inorgánico, estudiado a través de la observación personal.

FICHA 36

Título: **CRÍA DE CULTIVOS DE MOLUSCOS**

Síntesis de Contenido:

Descripción de la acuicultura, de la actividad marisquera en nuestro país y la crisis severa que está sufriendo, derivada de la sobreexplotación de los efectivos naturales en las zonas costeras. Describe la existencia de especies nativas de alto valor comercial y la demanda creciente del mercado internacional que convierten al cultivo de bivalvos en una actividad económica innovadora, su rentabilidad y capacidad de generar empleo y riquezas en las comunidades costeras.

FICHA 37

Título: **PUERTO DE SAN ANTONIO ESTE**

Síntesis de Contenido:

Habla de la ubicación de la zona, las diferentes vías de acceso, de la zona como área natural protegida, con sus atractivos turísticos, como playas vírgenes, apostaderos de lobos marinos y el Puerto de Ultra Mar "Una Puerta al Mundo", dando sus principales características y atractivos.

FICHA 38

Título: **CORPORACIÓN DE TURISMO, COMERCIO E INDUSTRIAS DE LAS GRUTAS**

Fecha: 97/98

Síntesis de Contenido:

Hace una evaluación de la temporada 98/99, diferenciando el sector comercio, servicios, ruidos molestos y otros aspectos como el estacionamiento de autoportantes y camiones. Asimismo hace una propuesta de implementación del sistema de multas para mejorar la estadía de los turistas en la zona.

FICHA 39

Título: **PLAN DE TRABAJO A DESARROLLAR – PROPUESTA DE TRABAJO**

Síntesis de Contenido:

El plan se basa en una metodología de trabajo de los sectores involucrados y la

dinamización de políticas a corto y largo plazo. Incluye la optimización de las estrategias competitivas, de la calidad de los servicios, de la oferta de hotelería, el tejido empresarial, e aeropuerto, etc. También hace referencia sobre los productos alternativos de desarrollo y promoción, el urbanismo, la protección del medio ambiente y recalca en todo momento el desarrollo del trabajo para buscar la excelencia de los servicios turísticos.

FICHA 40

Título: **TEMPORADA TURÍSTICA 1997 / 1998**

Síntesis de Contenido:

El informe habla de los efectos que trajo la temporada de verano sobre el ambiente; haciendo referencia a diferentes aspectos tales como: La circulación de Fourtrax, vehículos 4x4 y motos, circulación y estacionamiento de casillas rodantes; los desmontes; escombros; provisión de agua; cloacas; perros en la playa; recolección de residuos; ruidos molestos; obras en la playa y acantilados; loteo sobre cañadones; urbanización y caballos en la playa; cada una con sus respectivas propuestas de acción para mejorar la estadia del turista en nuestra zona.

FICHA 41

Título: **TERMINAL DE SERVICIOS PORTUARIOS PATAGONIA NORTE S.A**

Síntesis de Contenido:

El informe hace todo un relevamiento del Puerto de S.A.E., su ubicación, las diferentes rutas y vías de acceso y los principales atractivos que podemos encontrar en la zona. Además presenta aspectos referentes a la infraestructura de los servicios en la zona urbana, como la energía eléctrica, el gas natural, agua y las comunicaciones. Asimismo se explican los diferentes servicios portuarios que la empresa brinda, con sus antecedentes históricos, situación actual, su organización empresarial y recursos humanos. Comenta acerca del nivel de actividades y los principales proyectos de desarrollo en el Puerto de San Antonio Este.

FICHA 42

Título: **ARTÍCULO**
Autor: **Eve Pérez de Bonuchelli (Directora de Cultura)**

Síntesis de Contenido:

Cuenta con una recopilación de los atractivos culturales, reales y potenciales de las 3 zonas turísticas; San Antonio Oeste, Puerto de San Antonio Este y Las Grutas.

FICHA 43

Título: **TRABAJO PRÁCTICO**
Autor: **Zonia Sawicki, Analia Izco**

Síntesis de Contenido:

Hace referencia a los espacios verdes. Las plazas, como importantes centros de recreación y esparcimiento, constituyéndose en pulmón de la ciudad.

FICHA 44

Título: **SAN ANTONIO OESTE Y EL MAR. ORIGEN Y DESTINO**

Síntesis de Contenido:

Libro que presenta una recopilación de todos los hechos acontecidos desde 1903 hasta la actualidad. Con una descripción acompañada de fotografías de los diferentes lugares que fueron evolucionando a través del tiempo.

FICHA 45

Título: **SODA SOLVAY EN SAN ANTONIO OESTE**

Síntesis de Contenido:

Habla sobre los primeros comienzos, sus diferentes utilidades, los proyectos municipales, su ubicación y el impacto ambiental con sus posibles soluciones; su relación con el turismo, las ventajas y desventajas de su explotación.

FICHA 46

Título: **CARACTERÍSTICAS GEOGRÁFICAS DEL ÁREA
COMPRENDIDA ENTRE BAHÍA CREEK HASTA ZONAS
ADYACENTES AL CERRO ARGENTINO**

Síntesis de Contenido:

El informe comprende una descripción detallada tomada desde el mar, de toda la costa del Golfo San Matías describiendo los recursos naturales y las distintas instalaciones como así también la flora y fauna.

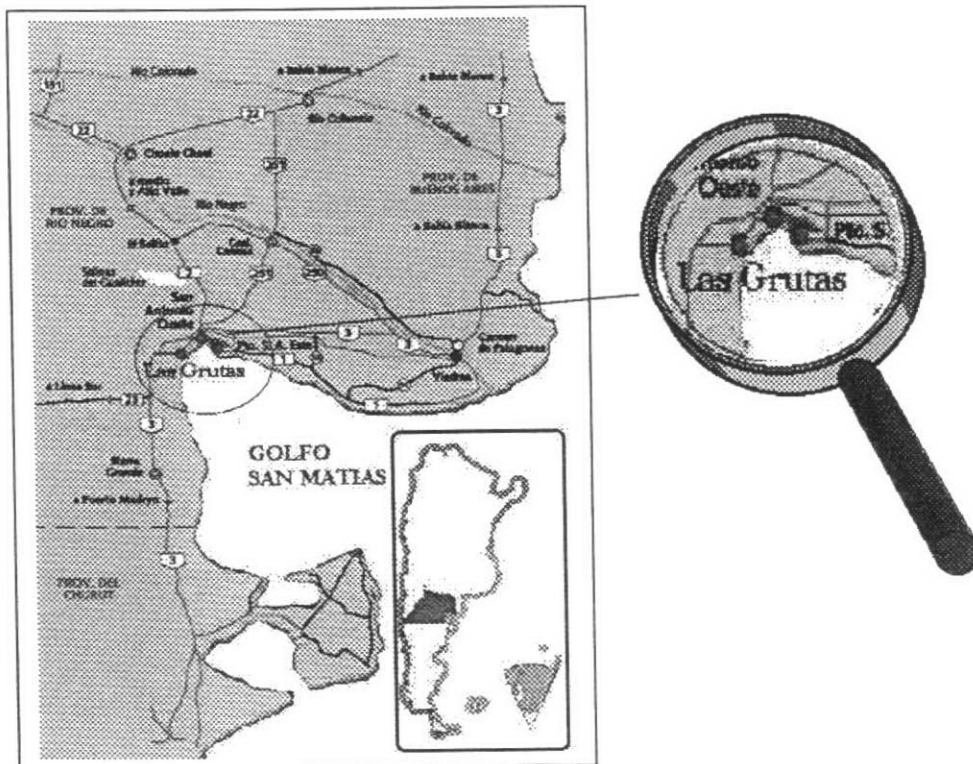
1.3. ANÁLISIS DEL POTENCIAL DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

1.3.1 Delimitación del Área de Influencia

1.3.1.1 Macrolocalización

En la costa Atlántica Patagónica, se encuentra la provincia de Río Negro ubicada en el hemisferio sur occidental de América del sur entre los 37° y los 42° de latitud sur y entre los 62° y los 72° latitud oeste. Las aguas del Golfo San Matías bañan la costa de la Bahía de San Antonio, la que constituye el área en estudio.

El área de San Antonio forma parte del Corredor “Patagonia de las Playas”, que es una continuidad geográfica desde la desembocadura del río Colorado hasta el río Chubut. Este involucra las provincias de Buenos Aires, Río Negro y Chubut, unidas por la ruta nacional N° 3 y un atractivo común: La Naturaleza. Los centros turísticos que constituyen este corredor son: Comarca Viedma-Patagones, San Antonio Oeste-Las Grutas, Sierra Grande-Playas Doradas, Península Valdés-Puerto Madryn, Gaiman, Trelew, Rawson-Playa Unión.

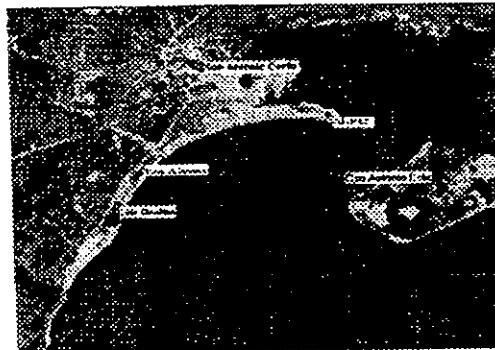


1.3.1.2 Microlocalización

La Bahía de San Antonio está localizada en el noreste del Golfo San Matías, con una superficie de 37.60 mn², está conectada con el golfo por una boca de 2,8 mn.

En la misma se asientan tres centros urbanos; **San Antonio Oeste**, localidad de mayor envergadura (según censo 1998, se estimaron 13533 habitantes) que concentra la organización política y administrativa. A 15Km de la misma se encuentra el Centro Turístico por excelencia **Las Grutas** (según censo 1998, se estimaron 2040 habitantes) y a 60Km **San Antonio Este** (asentamiento urbano de 174 habitantes, según censo 1991) donde se emplaza el puerto internacional de aguas profundas, desde donde sale a ultramar toda la producción frutícola y de jugo del Valle de Río Negro y Neuquén.

Otros lugares tomados como referencia son el ITMAS (Instituto Tecnológico Minero y Aguas Subterráneas), que actualmente se encuentra deshabitado debido a que no está en funcionamiento y la estructura de la planta ALPAT (Alcalis de la Patagonia) futura productora de Soda Solvay.



1.3.2 Identificación de los Recursos y Valorización

El presente relevamiento constituye un inventario preliminar de los recursos turísticos en el área. Dentro de los atractivos existentes, predominan los del tipo natural, razón por la cual se considera necesario en el presente estudio, en primer orden, describir el marco natural que los contiene. Posteriormente se analiza la estructuración del sistema de recursos tomando como base la metodología de inventario CICATUR-OEA, y la guía para el Desarrollo Sostenible de OMT, completando las siguientes categorías (debiendo añadir en algunos casos las características particulares de la zona): sitios naturales (tipo: costas), museos y manifestaciones culturales (tipo: museo, obras de arte y técnica, lugares históricos), folklore (tipo: artesanías), realizaciones técnicas (tipo: explotación artesanal, centros científicos y técnicos) y acontecimientos programados (tipo: fiestas y espectáculos, deportes). Asimismo, se realiza una descripción de los distintos atractivos existentes a lo largo de toda la Bahía teniendo en cuenta el nombre, la localización, las formas de accesos, en algunos casos, tipo y números de visitantes, períodos de visitas y características generales.

Es importante destacar la necesidad de posteriores estudios que describan de manera más profunda cada uno de los recursos del área, desde el punto de vista físico, biológico, económico productivo, sociocultural e histórico, como así también la capacidad de carga y tipos de conservación y uso.

1.3.2.1 Marco Natural

Se realiza una descripción de las siguientes características: clima, geología, geomorfología, características oceanográficas, rasgos biológicos y situación de protección y reconocimiento del área.

Clima:

A la costa patagónica corresponde un tipo de clima árido y semiárido con escasas precipitaciones y con vientos predominantes del oeste, sudoeste y noroeste con registros de vientos intensivos.

En la zona del Golfo San Matías el clima es mesotérmico moderado por la influencia marítima. La temperatura máxima promedio alcanza los 30°C en la temporada estival y la máxima absoluta los 41°C.

Los vientos predominantes son del noroeste y oeste y con menor frecuencia del sudeste. Es importante resaltar que los vientos procedentes del norte no impiden el uso de la playa debido que el acantilado la protege. Las precipitaciones son escasas (entre 200 y 400 mm por año). Además posee una alta heliofanía absoluta, alcanzando en el verano 10 horas de sol.

Geología:

La historia geológica data desde la era más antigua, del paleozoico superior, con afloramientos de rocas de granito. Luego se depositaron los sedimentos de la formación Patagonia, de origen marino, ya en la era cenozoica, la cual se observa hacia el sur de San Antonio Oeste, en acantilados que alcanzan de 6 a 8 metros de potencia, con sedimentos limo arcillosos de color amarillo verdoso, a veces con tintes castaños, que en ocasiones presentan concreciones de uno a 2 centímetros de óxido férrico.

En conjunto se observa una buena estratificación y diaclasas en variadas posiciones, tanto horizontales como verticales, en oportunidades rellenas por venas de yeso. También se encuentran horizontes con concentraciones de *Ostrea Patagónica*, fundamentalmente. Los estratos de esta unidad se continúan en el suelo y se apoyan en discordancia de erosión los sedimentos de las formaciones Río Negro, San Matías y San Antonio, y sedimentos eólicos o litorales actuales. Durante el plioceno se produce la formación Río Negro, se trata de areniscas limosas o limoarcillosas, que apoyan sobre la formación Patagonia. Posteriormente la formación Baliza San Matías, que se distribuye en distintos lugares del área estudiada.

En las vecindades de la Baliza homónima se observa la restinga que queda al descubierto durante las bajamares, de igual forma dicha formación puede observarse en Caleta Falsa en las inmediaciones del Banco Reparó y el Canal Encerrado. Esta unidad está integrada por un aglomerado de color castaño oscuro o castaño amarillento, constituida por rodados y valvas de moluscos enteros, fragmentadas o trituradas, por lo general fuertemente sementado por carbonato de calcio.

En el período reciente se encuentran la formación San Antonio (constituida esencialmente por grava arenosa con valvas de moluscos, encontrándose en toda la bahía formando cordones litorales como así también acumulaciones mantiformes), formación Punta Villarino (acumulaciones eólicas medanosas o mantiformes que se extienden cubriendo las formaciones Patagonia, Baliza San Matías y San Antonio) y Sedimentos Litorales (estos depósitos integran los distintos ambientes litorales en evolución en la actualidad constituidos por sedimentos de variada textura, rodados, arenas, en algunos casos fango).

Geomorfología:

Se distinguen tres unidades:

Planicie con rodados: está elaborada en sedimentos de la formación Río Negro y muestra frecuentes interrupciones originadas por depresiones que suelen estar ocupadas por agua o sales. Se encuentran unidades entre 140 y 170 metros con pendiente menor al 1%.

Bajos: se encuentran de diferentes dimensiones y la profundidad varía desde algunos metros hasta un máximo de 30 metros. Forman superficies de erosión y transporte, con un manto de grava de un espesor generalmente de 2 metros.

Zona litoral: está formada por unidades de origen eólico, que se encuentran distribuidas en Punta Villarino y en Punta Delgado y desde aquí hacia el sur en forma de médanos que ocupan una franja a lo largo de la costa. Las acumulaciones eólicas también se presentan en forma de manto con cierta continuidad sobre los cordones litorales, la playa y llanura de mareas antiguas. De estas acumulaciones mencionadas las más importantes son las que forman verdaderos médanos que pueden dividirse en fijos, semifijos y activos. Los primeros integrados por formas bastantes degradadas, constituyen suaves formaciones fijadas por una cobertura de gramínea. Los médanos activos alcanzan una longitud de 50 a 100 m y una altura de entre 5 a 10 m.

Las unidades de origen marino, las antiguas y las actuales:

Las unidades antiguas están formadas por cordones litorales antiguos, la playa y la llanura de marea antiguas.

Los cordones litorales están constituidos por acumulaciones de rodados pequeños y valvas de moluscos en una matriz arenosa. Estos cordones

bordean la bahía actual siendo más continuos al norte y discontinuos al este y oeste.

La playa y la llanura de marea antiguas ocupan un área de aproximadamente 130 km² entre los cordones y la línea actual de la marea con un relieve suave y una pendiente inferior al 1%. Los sedimentos de esta unidad son arenas finas, en partes limosas, en algunos sectores contienen rodados y valvas de moluscos.

Entre las unidades actuales, se distinguen playa, acantilado, plataforma de abrasión, espigas, canales, plataforma sublitoral y llanura de marea.

La playa se encuentra bien desarrollada sobre todo en Península Villarino y en Punta Delgada. Presenta pendiente menores 1% y alcanza un ancho de 1 km. en algunos sectores durante la bajamar. Los sedimentos son arenas finas y en un extenso sector de la península Villarino conchillas y rodados en forma cordones.

El acantilado (parte de la formación Patagonia) puede alcanzar hasta 8 m de altura y se observan desprendimientos asentados sobre la playa (el diaclasamiento facilita la acción erosiva del mar).

La plataforma de abrasión está elaborada sobre el conglomerado de la formación San Matías, en la zona de Península Villarino y sobre la formación Patagonia al sur de Las Grutas. Durante las bajamares quedan descubiertos entre 500 y 1000 m de esta unidad. En algunos casos se desarrollan verdaderos bancos de erosión y en otros la plataforma de abrasión es una superficie casi horizontal lisa ligeramente convexa especialmente en los sedimentos de la formación Patagonia. En el banco Reparo se desarrolla una extensa plataforma de abrasión en sedimentos de la Formación San Matías. Este conglomerado se presenta como bloques dislocados.

Las espigas consisten en extensas acumulaciones de arenas finas que quedan descubiertas durante las bajamares, se trata de los bancos Reparo y Lobos, dichas espigas están interrumpidas por canales o surcos litorales y separadas por el canal principal. Su evolución está vinculada a un régimen de baja energía de olas y baja amplitud de mareas.

Los canales corresponden a los cursos de mayor magnitud que se hallan en la bahía. Se trata de los Canales Principal, Encerrado y Escondido. El primero comunica a la Bahía con el Golfo, está desarrollado en ambos ambientes y penetra 4 km en la Bahía. Tiene aproximadamente 10 km de longitud y las profundidades máximas en Punta Villarino alcanzan los 37 m. y las mínimas 5 m. Tiene paredes muy abruptas y sus sedimentos son arenas medianas a gruesas con conchillas trituradas y en algunos sectores rodados de 2 a 3 cm de diámetro y mayores. Los canales Encerrados y Escondido se desarrollan hacia el noroeste y el este respectivamente. En

sus lechos se encuentran arenas medianas con rodados y fragmentos de conchillas y en algunos casos valvas enteras.

La Plataforma sublitoral ocupa un área de 25mtrs² con profundidades de 1 a 5 m y está constituida por arenas finas y medianas con fragmentos de conchillas.

La Llanura de Marea abarca aproximadamente 110 Km. con una suave pendiente 1%. Sufre la acción de mareas de gran amplitud, sus partes altas están formada por rodados de 8 a 10 cm y en las zonas bajas por sedimentos finos y en algunas partes sedimentos limosos a fangosos donde se desarrollan los cangreiales que otorgan un color muy oscuro al sedimento, debido al alto contenido de materia orgánica. Se caracteriza además por la presencia de vegetación halófila, ampliamente definida en este ambiente. Se incluyen en esta unidad los bancos interiores, Garzas y Víbora (sedimentos gruesos rodados y arenas) y la Caleta Falsa con arenas finas en gran medida aportada por los médanos vecinos.

Características Oceanográficas:

La calidez y transparencia de las aguas del Golfo San Matías, y en particular de la Bahía de San Antonio y su zona de influencia, se deben a la combinación de factores oceanográficos y atmosféricos, con la peculiar conformación geográfica de la zona costera. La amplitud de las mareas, el sistema de circulación de las corrientes costeras, las altas temperaturas del verano y la escasez de precipitaciones pluviales, son factores que contribuyen a este fenómeno.

En nuestra zona las mareas experimentan cambios diarios en el nivel del mar que oscilan entre los 6 y 9 metros (amplitud). Esta diferencia de nivel, determina que la totalidad de la superficie de la Bahía de San Antonio se inunde dos veces al día para quedar también en seco, en un 86% una gran cantidad de horas por jornada.

En las horas de bajamar, la radiación solar calienta en forma notable las llanuras intermareales de la bahía, produciendo también un aumento en la temperatura del agua de las pozas de marea y canales que permanecen con agua. Este calor acumulado es luego transferido por convección a la masa de agua que inunda la Bahía de San Antonio en las horas de pleamar, provocando un aumento en la temperatura media del agua.

La alta temperatura ambiente en los meses de verano genera una mayor evaporación del agua que ingresa a la Bahía de San Antonio, lo que se traduce en una mayor acumulación de sales en la masa de agua presente en el sistema.

La marcada diferencia en la salinidad y temperatura con el agua proveniente de las corrientes de circulación general del Golfo San Matías (más frías) y el sentido de circulación de dichas corrientes costeras

exteriores a la bahía, determinan que el intercambio de aguas entre las dos masas sea mínimo. Gracias a esta combinación de factores, una misma masa de agua se recicla y circula repetidas veces en el sistema costero de la Bahía de San Antonio y su área de influencia.

Como resultado la temperatura del agua oscila durante el período estival entre 22° y 24°C descendiendo entre 13° y 15° durante el invierno. Observándose una relación directa entre la temperatura ambiente y la del agua.

Esta información sobre los aspectos físicos y químicos, ha sido obtenida durante diferentes campañas realizadas por instituciones afectadas al estudio de las características del golfo San Matías.

Rasgos biológicos:

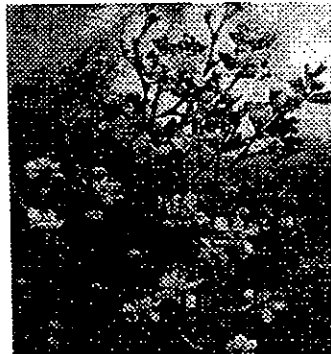
En cuanto al análisis de la vegetación y la fauna se encuentran representados en tres ambientes principales que caracterizan el área: el monte, el ambiente intermareal y el submareal.

El monte:

La flora característica de la región a producido adaptaciones notables, para vivir, por la falta de agua y escasa energía. La misma presenta características generales tales como ser efímeras, freatofitas, perennes y suculentas.

El conocimiento y el reconocimiento de las especies vegetales del monte, debe realizarse mediante la experiencia directa, ver, tocar, oler, para comenzar a comprender el ambiente.

Algunas especies más comunes son: cardo ruso, jarilla, quinoa, jume, zampa, alpataco, algarrobillo, alfilerillo, molle, piquillín, falso tomillo, neneo, llantén, uña de gato y coirón. El chañar, conforma pequeños bosques constituyendo un atractivo peculiar el mismo da frutos comestibles durante el mes de diciembre.



En los médanos se encuentra comúnmente un vegetal arbustivo denominado olivillo de un color claro que recuerda al del olivo. Este ambiente está expuesto a actividades que producen la destrucción de las delicadas costras superficiales, aumentando la pérdida del suelo y disminuyendo la productividad.

La fauna característica, esta constituida esencialmente por: mamíferos reptiles y aves. Entre los mamíferos herbívoros, los animales de mayor tamaño son el guanaco y la mara que es muy veloz, los demás, son de talla menor tales como: tuco-tucos, cuís, murciélagos y varios ratones.

Los carnívoros, son cada día más escasos, tal como el puma y el zorro colorado, el gato montes, el huroncito patagónico, el zorro gris chico y el zorrino. Otros mamíferos característicos son: el peludo y el piche.

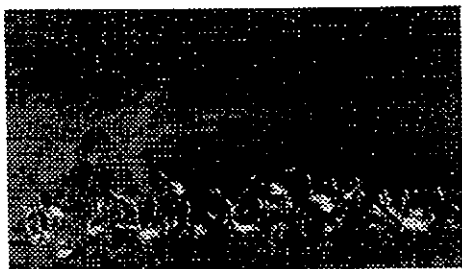
Entre las aves, podemos distinguir las martinetas, la caminera y el chorlo cabezón. También es habitual observar gran cantidad de predadores como aguilucho común, águila mora, halcón peregrino, y los infaltables carroñeros como el jote y el carancho, además de aves nocturnas como el dormilón, la lechuza y la lechucita de las vizcacheras.

Los representantes del grupo de los reptiles son entre otros la tortuga, lagartijas, serpientes sin ponzoña y la yarará ñata (ñata que es la única especie de víbora venenosa de esta región).

Es importante mencionar que la Fundación INALAFQUEN (ONG ambiental, San Antonio Oeste) cuenta con un programa de protección a esta especie “protegiendo a Manuelita”, con una importante campaña de concientización enfatizando que no es un animal con características de mascota y los peligros de extinción de la misma si no se toma conciencia. Enfatizan para aquellas que están mascotizadas que no las liberen porque las mismas pueden desencadenar una epidemia si no tienen una rehabilitación conveniente antes de devolverlas a su medio.

El ambiente intermareal:

Tiene características distintivas, allí donde el mar encuentra a la tierra pueden observarse diversos tipos de ecosistemas. Rocas sedimentarias, llamadas “restingas”, playas arenosas y acumulación de rodados de diferentes dimensiones, donde la abundancia de agua, luz, oxígeno, dióxido de carbono y minerales, hacen un lugar extraordinariamente saludable para las algas (verdes, pardas y rojas) y plantas alófilas (amantes de la sal, en especial la espartina), donde abundan animales sésiles (que están más o menos permanentemente adheridos al fondo, ej. las papas marinas), lombrices, crustáceos y moluscos (se destacan el pulpito, la almeja púrpura y los mejillines).



Estos ambientes presentan alta productividad primaria y secundaria que es aprovechada por los organismos que habitan en forma permanente estos ecosistemas y también por otros organismos que los utilizan como lugares de reproducción, cría o alimentación.

Es muy común encontrar, en las pozas de marea, larvas y juveniles de muchos peces como sargo, róbalo, pejerrey, anchoíta, mero, lenguado, etc.

Otros animales que utilizan el intermareal como zona de alimentación, son las aves playeras. Entre ellas podemos mencionar los playeros, chorlos, becasas, ostreros, palomas antárticas, gaviotas y gaviotines, biguás y demás cormoranes, albatros, petreles, garza y flamencos. También es común observar en las costas de la Bahía de San Antonio y Golfo San Matías un grupo reducido de lobos marinos de un pelo, generalmente machos.

El ambiente submareal:

Encontramos comunidades animales conformada por mamíferos tales como toninas, delfín común, delfín oscuro y orcas. Ocasionalmente en invierno y primavera se presentan las ballenas francas. Con respecto a la fauna íctica podemos encontrar una gran variedad de peces, tales como sargos, lenguados, cazón, gatopardo, chucho, raya, pez palo, meros, pejerrey, chernia, besugo, salmones, pez gallo, merluza, pez aguja. También los moluscos constituyen este ambiente representados por vieiras, mejillones, cholgas, almejas, ostras, pulpos y caracoles; crustáceos tales como cangrejos, cangrejo ermitaño, araña de mar y otros como estrellas y caballitos de mar.



Los fenómenos biológicos destacados son:

- Nidificación de Gaviota Cocinera, Ostreros común o pardo, Garza Bruja, Gaviotín corona blanca, Gaviotín sudamericano, Chorlito doble collar, de especies con importancia biológica.
- Área de descanso alimentación e invernada de numerosas aves playeras migratorias. (Playeros Rojizos, Playeros de Rabadilla Blanca, Playeros Blancos, Becasas de Mar, Playerito de Rabadilla Parda, Chorlo Dorado, Chorlo Artico, Playero grande de patas amarillas, Playero chico de patas amarillas.)
- Zona de desove de peces de interés comercial (sargos, róbalo, pejerrey blanco, pejerrey manila y lenguado)
- Extensos bancos de bivalvos con extracción submareal de Ostrea Puelchana, Vieira tehuelche, Cholga, Mejillón y Almeja Púrpura.

“Esta área cumple con la función de refugio de vida silvestre con diversidad biológica. Si bien los beneficios que la diversidad biológica reporta al ser humano no se acaban de comprender del todo, se acepta en general que cuanto mayor es la biodiversidad, más estable es el ecosistema. Muchas personas disfrutan de la diversidad biológica y le asignan gran valor.”

Situación de Reconocimiento y Protección del Area

Antecedentes: Por ley provincial 2670 (julio de 1993) se crea el Area Natural Protegida Bahía de San Antonio ubicada en el extremo noroeste del Golfo San Matías (64" 55' Oeste, 40' 45' Sur). Se extiende desde la Baliza San Matías (al este) hasta el paraje El Sótano, incluyendo la totalidad de la



Bahía de San Antonio y ocupando el espacio comprendido entre la línea de más baja marea hasta 50m por encima de la mayor pleamar. La autoridad de administración es el Consejo Provincial de Ecología y Medio Ambiente (Ministerio de Economía de la Provincia de Río Negro).

En agosto de 1993 se realizó el pedido de reconocimiento internacional al Consejo de la red Hemisférica de Reservas para Aves Playeras, se acepta dicho pedido realizándose la Ceremonia de Dedicación como "Sitio Internacional", RHAP en marzo de 1996.

Principales características que fundamentan la protección:

El área es utilizada por más de 18 especies de aves playeras. De las migratorias de larga distancia que nidifican en el Polo Norte (neárticas), las más importantes son los playeros rojizos, playeros de rabadilla blanca, playeros blancos, y las becasas de mar. También hacen uso de la zona aves limícolas australes como los chorlitos de doble collar.

De las especies neárticas, algunas utilizan la zona como "estación de reabastecimiento" durante las migraciones, otras como "sitio de invernada boreal" y otras de ambos modos. Además unos doscientos playeros blancos permanecen durante el invierno austral.

Alrededor de 60000 aves playeras fueron censadas simultáneamente en febrero de 1997 incluyendo unos 20000 playeros rojizos. La estimación del número total de limícolas que utilizan la bahía alcanza los 100000 ejemplares.

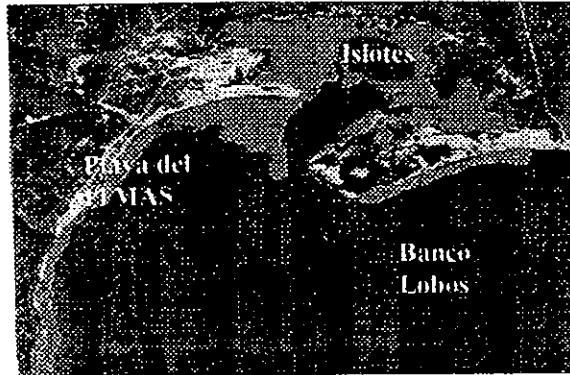
El sitio califica como Reserva internacional, dentro de las categorías establecidas por la RHAP, debido a que los aproximadamente 40000 ejemplares (estimación 1993) que utilizan la Bahía de San Antonio representan más del 25% de la población Americana que utiliza la ruta de vuelo Tierra de Fuego-Polo Norte.

Manejo de la Conservación:

Plan de manejo actualmente en desarrollo bajo la coordinación del Consejo Provincial de Ecología de Río Negro.

Áreas Críticas:

En estos sectores se *prohíbe* la circulación de vehículos de cualquier tipo en la zona intermareal, playas y dunas como así también el acceso de público en general según resolución N°01/99 del Consejo Provincial de Ecología y Medio Ambiente.



1.3.3 Estructuración del Sistema de Recursos

Sitios Naturales-Costa:

Tomando como referencias fuentes secundarias además de la observación in situ, se detectaron a lo largo de la bahía en un relevamiento desde la Baliza San Matías hasta el Fuerte Argentino, los distintos atractivos naturales, describiendo las características de interés turístico. Se realizó una somera clasificación, de acuerdo a la intensidad del uso en reales y potenciales, sin considerar la fragilidad ambiental, las instalaciones y facilidades para la interpretación ni el personal de atención para el funcionamiento.

De uso real:

La Baliza:

Playa localizada en el comienzo de la Península Villarino, en la vera del camino de acceso al Puerto San Antonio Este. El lugar recibe durante el verano algunos visitantes (no se encuentra registrado el número) que lo recorren en forma independiente ó en excursiones guiadas.

Durante el resto del año, pobladores del área recorren la restinga para capturar pulpitos. Las características sobresalientes están representadas por un amplio sector de restingas que permite la observación del ambiente marino, como así también la recolección de moluscos (pulpitos y mejillones, entre otros) y crustáceos.

El Molino, La Bomba y La Conchilla:

Playas contiguas a La Baliza, con accesos directos desde la ruta. Si bien el número de visitantes durante la temporada estival no ha sido registrado, se puede destacar la importante demanda que se concentra durante la Fiesta Nacional del Pejerrey, que se realiza anualmente en el mes de Octubre, sobretudo en el sector denominado La Conchilla. Estas playas se caracterizan por poseer grandes extensiones de conchillas y gasteropodos, los cuales han sido arrastrados por las mareas hacia la costa en un proceso



practica en distintas épocas del año la pesca de costa y la recolección de moluscos.

La Marea:

Localizada en el interior de la bahía sobre el oeste, la margen izquierda del canal constituye la costanera de San Antonio Oeste.

El agua de la bahía queda, en la zona oeste, reducida a estrechos canales que pueden considerarse como los verdaderos cauces de los distintos brazos de marea, en forma de delta invertido.

El ambiente toma el aspecto de un cuerpo léntico con numerosos meandros en toda su extensión que dominan la fisiografía de esta vasta zona. Predominan la grava y arena con conchilla fina así como también sectores de fango "pantano salobre" cuya fauna está dominada por cangrejos.



Constituye un atractivo en sí mismo debido a la gran diferencia de mareas, quedando el lugar totalmente en seco durante la bajamar.

Este fenómeno es explicitado por los guías, en excursiones organizadas sobre todo en el verano, pudiendo el lugar ser visitado en cualquier época del año.

Durante la pleamar en algunos sectores se permite el uso de la costa como balneario, constituido por playas de arena gruesa con vegetación que proporciona importante sombra (tamariscos, eucaliptos). El número de visitantes no está registrado pero recibe sobre todo una importante afluencia de recreacionistas locales.

Punta Verde:

Ubicada sobre el canal encerrado, constituye un sector de concentración de cangrejales, plantas halófilas adaptadas a la sal (espartina) con terrenos fangosos con importante concentración de materia orgánica.

Es destacable la importancia de los cangrejales como fenómeno de singular atracción debido a la función que los mismos cumplen (los cangrejos se comportan como agentes que reciclan la materia orgánica “desechos” convirtiéndola en inorgánica).

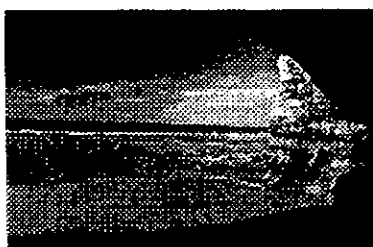
Además constituye el asentamiento de las lanchas pesqueras artesanales (atractivo cultural descrito más adelante). El lugar es apreciado por excursionistas en recorridos interpretativos, en distintas épocas del año, no se conoce la magnitud de esta afluencia.

Mar Grande:

Playa extensa y agreste, localizada sobre el Banco Reparó, próxima a Punta Delgado. Durante la marea alta la profundidad es escasa, y en marea baja el mar se aleja aproximadamente 1000 metros, no presenta ningún tipo de sombra, por lo que no es aconsejable el sector como lugar de sol y playa, a lo que se le suma la turbidez del agua.

No obstante constituye uno de los sitios principales de concentración de chorlos y playeros en su ruta migratoria anual y un excelente lugar para la observación de los mismos. Además el sector cuenta con una cadena de médanos fijos y móviles, los cuales son utilizados por los deportistas de San Antonio Oeste, para entrenamiento físico.

Las Grutas:

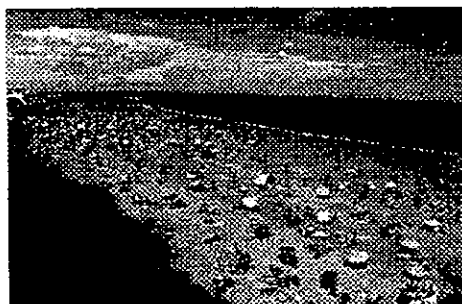


Centro turístico por excelencia, en el que se concentran un conjunto de instalaciones para el aprovechamiento del recurso sol y playa durante los meses de diciembre, enero, febrero y marzo. Se caracterizan por dos tipos de uso, intenso e intermedio.

El primero se desarrolla desde la bajada Los Acantilados hasta la Séptima bajada y el segundo abarca desde los extremos de las bajadas mencionadas hacia el este y al oeste respectivamente.

Estas bajadas (nueve en total) permiten el acceso a la playa desde la Av. Costanera y constituyen

paradores con servicios al turista. Asimismo, dicha avenida constituye un paseo con vista panorámica. Cuenta con excelentes y seguros sitios para



disfrutar en familia y realizar una gran variedad de actividades: deportes de playa, entretenimientos y juegos programados, deportes náuticos, excursiones de buceo y bautismo submarino, caminatas, sociales, pesca deportiva desde la costa y excursiones de pesca embarcada. La playa alberga en un día pico del verano hasta 20000 personas. El sector comprendido entre la bajada 0 y la 1°, tienen una longitud aproximada de 300 m. con un sector de arena y la mayor superficie de restinga plana con piletones excavados artificialmente. Al caminar en la zona rocosa, se debe tener cuidado puesto que esta se encuentra cubierta por colonias de organismos unicelulares muy resbaladiza.

El sector entre la 1° bajada y la 3° tiene una longitud de 300 m., su uso está asociado a los horarios de pleamar en los cuales la opción es trasladarse a sectores desde la 3° a la 7° bajada.

La parte comprendida entre la 3 y 4 es de una longitud de 100 m, cuenta con un importante sector de arena y restingas sedimentarias que ofrecen una alternativa de esparcimiento durante la bajamar.

Es importante informarse sobre el estado de las mareas antes de ir a recorrer las restingas, al subir el mar rodea la misma dificultando la salida.

Sobre la 3° bajada se encuentra el acceso de embarcaciones deportivas. El sector comprendido entre la 4° y la 7°, también están constituidas por restingas y las playas son más angostas que las anteriores.



En la bajada 7° se localiza un centro de actividades recreativas, incluyendo un tobogán de agua.

Piedras Coloradas:

Situada a dos kilómetros hacia el sur, es una formación rocosa muy antigua, con características únicas para la región en lo que respecta a su geología (ver apartado sobre el tema).

El área presenta además, médanos fijos, semifijos y activos y unidades de origen marino "restinga" correspondiente a la Formación Baliza San Matías (Pleistoceno) y los sedimentos de la Formación Patagonia (Mioceno) quedando descubierta durante las bajamares en dirección perpendicular a la costa alternando con playas pequeñas.



Esta parte forma un hábitat exclusivo y desde el punto de vista de la avifauna, es utilizado como zona de nidificación de Ostreros pardos y como sitio de reposo de cormoranes real e imperial. Las rocas graníticas ofrecen el sitio de descanso más importante albergando más de 100 individuos, muchos de ellos juveniles, durante su temporada no reproductiva.

Piedras Coloradas y sus alrededores brindan al visitante un ámbito libre de alteraciones ambientales en el cual pueden realizarse actividades recreativas y a la vez acercarse a la naturaleza e interpretar su significado e importancia favoreciendo de conciencia ambiental. No se cuenta con datos sobre el número de visitantes, pero si se puede observar el aumento de los mismos cada temporada.

El sótano y Cañadón de las ostras:

Continuando por un camino pintoresco, en la zona del monte, se arriba a las playas del Sótano las que están protegidas por los acantilados en una zona de restinga en donde se realizan caminatas interpretativas y recolección de pulpitos y es utilizado el lugar por pescadores de costa.

A dos kilómetros del lugar se accede al Cañadón de las Ostras, yacimiento de fósiles los cuales demuestran la existencia de un fondo marino que data de aproximadamente 13 millones de años. Los mismos se encuentran fuertemente cementados en el cañadón que descubre una pared de la formación Patagonia. Se encuentran diferentes tipos de fósiles en distintos estados de petrificación o minerales que han reemplazados a través de un proceso de cristalización, la masa ósea.



El cañadón, si bien no se encuentra puesto en valor, es frecuentemente visitado por excursionistas que aprecian el lugar a través de la interpretación del guía. No se conoce la magnitud de estas visitas pero se puede destacar que son de una importante frecuencia durante la temporada estival.

De uso potencial:

Punta Villarino:

Se encuentra en el extremo Este de la Península Villarino, no es de fácil acceso, el mismo está constituido por un camino consolidado tipo "huella".

Esta playa está conformada por un banco arenoso (Banco Lobos) en donde se encuentra un apostadero de lobos marinos de un pelo, es el

mayor de los dos lobos marinos argentinos. Este apostadero en particular, está constituido en su mayoría por machos, y utilizan el sitio para descansar y tomar sol.

Es dable destacar que esta área es utilizada por las aves playeras migratorias en los meses de marzo,

abril y octubre, como área de descanso y alimentación, las especies más importantes que se observan son: Playero Rojizo, Becasa de mar, Chorlo ártico, Vuelvepiedras y Playero blanco.



Este sector es visitado desde mar a dentro en excursiones acuáticas y en los períodos en que se encuentran las aves migratorias por un grupo reducido de científicos y observadores de aves.

Caleta Falsa:

Está localizada en la Península Villarino, constituye una entrada de mar en la misma que durante la bajamar permanece en seco (característica que da origen al nombre), durante la bajamar permite la observación de distintas especies de peces, que quedan en pozas de marea.

Asimismo, en la época de reproducción y cría se encuentran juveniles de tiburón (cazón). El lugar constituye un atractivo para el buceo en apnea y la pesca de costa.

Canal Escondido:

Canal de difícil acceso, ubicado al norte de la Península Villarino, constituyendo un sector completamente virgen que permite su navegación siendo un atractivo en sí mismo con alto valor paisajístico.

Los Alamos:

Siguiendo hacia el sur de la Mar Grande se encuentra un sector denominado Los Alamos o ITMAS que corresponde a un asentamiento actualmente abandonado del Instituto Tecnológico de Minería y Aguas Subterráneas. Dista 2 km. del centro turístico Las Grutas recibiendo la influencia de la temporada estival con afluencia de turistas aunque los mismos no han sido registrados.



Se puede destacar la circulación de vehículos en general y en particular cuatriciclos durante el verano y también en baja temporada, coincidente con los meses marzo, abril y octubre con la migración de aves playeras. Estos vehículos circulan por la playa y los médanos como una actividad recreativa para los visitantes y los residentes.

Las playas localizadas en este sector presentan médanos fijos y móviles, poseen arenas finas como así también restinga plana (formación Patagonia). Este sector constituye parte del humedal de la Bahía San Antonio, sitio de alimento y descanso de las aves migratorias, quienes recorren cada año, ida y vuelta, desde Tierra del Fuego hasta el Polo Norte en donde nidifican. Semejante proeza requiere que reúnan el combustible necesario en forma de grasa para llegar a la siguiente estación de paso a 1000, 3000 y 5000 km., distancia que recorren sin parar. Solo utilizan algunos pocos sitios claves como este, para reunir la cantidad suficiente de reservas, descansar y proseguir el viaje.

Cerro Bandera:

Entre Los Alamos y Las Grutas aproximadamente a unos 1000 m hacia el interior del continente, se encuentra el Cerro Bandera, el cual constituye un punto panorámico de excelencia desde donde se visualiza un importante sector del Golfo. A su vez el mismo puede ser un interesante sendero para caminatas interpretativas, circuitos de mountainbike y cuatriciclos. Actualmente no cuenta con instalaciones y facilidades para la realización de estas actividades.

Fuerte Argentino:

El Fuerte puede divisarse desde Las Grutas con comodidad, siendo un punto notable sobre el horizonte sur y que muchas veces se lo confunde con una isla ya que las tierras que rodean esta meseta costera son bajas en relación con su elevación. Se localiza a 45 kilómetros de Las Grutas y su altura es de aproximadamente 100 m. Como formación geológica natural, es lo que en la Patagonia se denomina una "barda", pero tiene la singularidad de su ubicación sobre la costa, constituyendo como una "isla" en esa zona.

Un poco más alejado de la costa, en sus proximidades existe otra "barda" similar a la que los lugareños denominan Falso Fuerte. En la parte delantera, que mira al mar, desde el medio del Fuerte, existe una prolongación de unos 700 m. de largo, que semeja un "muelle" con "dársenas" en su lado Sur, y sorprendentemente liso en su lado Norte.

Este "muelle" tiene una altura menor que el resto del Fuerte que nosotros estimamos en unos 50 m. En este lugar se realizan excursiones de aventura acampando al pie de la meseta (hasta la actualidad en forma espaciada durante la temporada estival).



Salina del gualicho:

Ubicada a 52 km. al noroeste de la ciudad de San Antonio Oeste, pertenece a la formación bajo del Gualicho, tiene 150 km de largo por 50 km. ancho la cuenca se ahonda de noroeste a sudeste el punto más profundo es de 30 m. bajo el nivel del mar. Es una salina de cosecha que



permite su explotación por evaporación espontánea debido a las condiciones meteorológicas habituales en la región. Tiene una voluminosa capacidad de extracción con reservas que ascienden a millones de toneladas, en el lugar existen maquinarias herrumbradas por la acción de la sal.

Como atractivo es importante el paisaje único que ofrece, el trabajo de extracción y en algunas oportunidades en la laguna, la concentración de flamencos. Este atractivo se puede visitar en excursiones organizadas durante las distintas épocas del año, y enriquecidas culturalmente por las leyendas del lugar.

Atractivos turísticos Culturales-Históricos:

A través del turismo se puede conservar y revitalizar las tradiciones culturales, como patrimonio que identifica una comunidad

En el área San Antonio se encuentran diferentes atractivos que se pueden encuadrar dentro de distintos tipos y subtipos de la metodología empleada, en muy pocos casos se encuentran puestos en valor y en otros son rescatados por los guías locales.

Es dable destacar, la Ordenanza Municipal promulgada recientemente, sobre el rescate del patrimonio histórico en San Antonio Oeste, previendo zonas de reserva histórica, declaración de monumentos históricos y el incentivo a la población local para la restauración de las fachadas de las distintas casas de familias.

Asimismo, el recurso precisa además estudios específicos que proporcionen una información más completa. Razón por la cual, en el siguiente listado se han tomado los atractivos en función de los turistas que movilizan, sin distinguir entre reales y potenciales, durante la temporada estival, en forma individual y excursiones programadas, como así también en viajes de tipo educativo realizados generalmente en primavera.

Construcciones históricas:

Muestran una época de esplendor, desde 1915 comienzan a construirse edificios de ladrillos que remplazarían a las viejas casas de chapa y maderas. En San Antonio Oeste, en el centro de la ciudad se encuentran la **Sociedad Italiana** (construcción de los inmigrantes para la celebración de las diferentes actividades), el **Banco Nación, Comisaría**, el **Palacio Municipal** (edificio construido en 1914 donde funciona actualmente la administración municipal).



Casas ferroviarias (San Antonio Oeste):

Antiguo asentamiento que nace con la llegada del Ferrocarril, año 1908, las casas se edificaron cercanas al mar siendo las de los funcionarios las de mayor privilegio visual, se construyeron con madera, una particularidad no común hasta entonces. Siendo su máximo referente la **casa del Ing. Guido Jacobacci**, quien estuvo a cargo de la obra ferroviaria ramal San Antonio Oeste – Nahuel Huapi.

Museo:



Localizado en la calle Irigoyen entre Rivadavia y 9 de Julio. Es una de las casas más bonitas (estilo inglés) de las que iniciaron el poblamiento con chapa y madera. Perteneció al Sr. Luis Peirano quien fue el Presidente del primer Consejo Municipal de San Antonio Oeste, la misma constituye el

espacio físico donde funciona el actual museo que exhibe, antigüedades de los inmigrantes y también vestigios aborígenes de la zona.

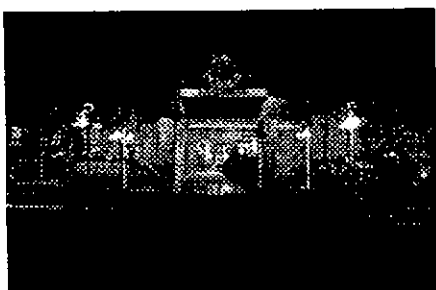
Plaza Centenario:

Se encuentra localizada en el Centro Cívico de la ciudad de San Antonio Oeste, constituyendo el primer espacio verde, inaugurado el 25 de Mayo de 1910, fecha que dio origen al nombre, cuenta con una variedad de árboles exóticos y cultivados a pesar de la falta de agua dulce, ya que el lugar no cuenta con napas posibles de extracción y desde su fundación 1903 hasta 1972, el agua era acarreada desde la localidad de Valcheta en tanques trasladados por tren y más tarde por camiones aguateros.

En 1972 se inauguró el canal Pomona San Antonio que dio solución a este grave problema el mismo actualmente provee de agua a toda el área. En homenaje a este hecho se erigió un monumento denominado **Monumento a las Manos**, en el se grabó la siguiente frase: “labrarás la tierra, correrá el agua y beberá el pueblo”.

En el bulevar sobre la calle Brown, se levantó un **Monumento a la Madre**, inaugurado en 1960, el cual constituyó el primero en este tipo de escultura, en el país. Estos recursos culturales-históricos forman parte de un clásico circuito y son puestos en valor por los guías locales.

Emplazamiento del Casino Las Grutas:



Se encuentra localizado en el eje actual del lugar, y desencadena un alto tráfico de visitantes todos los fines de semana largos del año y sobre los períodos de vacaciones escolares. Esta construcción marca el comienzo de un nuevo período, para el Centro Turístico, en la temporada de verano de 1988, se

inaugura como una realización récord de su concepción a través de la Lotería Provincial y su habilitación con un sistema industrializado. En solo 45 días concretó el incorporar una nueva recreación competitiva para este Balneario con las opciones de Provincia Buenos Aires que se llevaban el tráfico rionegrino y neuquino afectos a este tipo de entretenimientos. Su modernización posterior lo ha convertido en el Casino más amplio y moderno de la Patagonia de las Playas.

Casco Viejo de Las Grutas:

Primer loteo de 18 “manzanitas” en el año 1960. Edificación de las primeras doce casas. Ubicadas aún hoy en el “barrio parque”.

Plaza Acuña:

Localizada en el centro de la localidad de Las Grutas, a la altura de la primer bajada, como parte del casco viejo, donde históricamente era utilizada como sector de estacionamiento, el que después se transformó en la primera plaza, la cual lleva el nombre de uno de los primeros pobladores cuidador del lugar Acuña. Actualmente en esta plaza se realiza la **Feria Artesanal**, formada actualmente por 90 expositores, con variadas artesanías en tipo y calidad.

Captura de pulpos;

Estacionalmente, en el litoral de la zona oeste del golfo, en las restingas, numerosas familias de recolectores costeros se ocupan de la extracción del pulpo en forma manual, utilizando como único arte de pesca un alambre rígido con su extremo doblado en forma de gancho. Estas familias pasan toda la temporada estival en la zona costera, construyendo para protegerse de la intemperie, una estructura confeccionada con arbustos de la zona y materiales de desecho (chapas o cartones) denominada “enramada”. Un acopiador se ocupa de la comercialización y una vez terminada la “zafra” las familias vuelven a San Antonio.

Pesca artesanal:

Es una actividad productiva que nació con San Antonio Oeste en las primeras décadas del siglo. Ha tenido períodos de pujanza, como así también recesión. En la actualidad ha recobrado protagonismo por medidas adoptadas con otras modalidades de pesca y comercialización. Se realiza en el sector de Punta Verde y “el Arbolito de Salas”, en capturadas en forma de espinel o palangre utilizando anzuelos, es una de las modalidades de pesca más selectiva que existen, se utiliza una flota artesanal de aproximadamente 40 lanchas y se produce una captura de entre 100 y 200 toneladas mensuales (contemplando algunos períodos de veda). Es importante destacar la diferencia entre la pesca selectiva y de arrastre desde el punto de vista de la conservación del recurso, la pesca artesanal permite la sustentabilidad del recurso. Estos lugares son visitados por turistas en excursiones organizadas quienes tienen la posibilidad de conocer el circuito pesquero de la zona desde el punto de vista productivo.

Muelle pesquero:

Está ubicado sobre el sector de “la marea”, en San Antonio Oeste y su historia comienza en 1905, como punto inicial para distintos transportes. Mas tarde fue desplazado por el ferrocarril y los primeros automóviles.



Actualmente es utilizado por buques pesqueros costeros y de ría, utilizando como método

pesquero redes de arrastre. El muelle está constituido con cubiertas de automóviles en desuso, con base de piedra, conchilla y arena. Además existe otro perteneciente a la firma Camaronera Patagónica construido en cemento. El atractivo principal lo constituye el fenómeno de las mareas, donde durante la bajamar se puede caminar por el fondo pudiendo conocer desde muy cerca el casco de los barcos (de importante envergadura) y en pocas horas los mismos zarparan mar adentro. El lugar es visitado por turistas en forma libre como así también organizada. No se conoce el número de visitantes pero es uno de los circuitos clásicos que se realiza.

Criadero de bivalvos:

Desde la ruta Provincial N°2 y a unos 2 km. desde Las Grutas, se puede ingresar al criadero y cultivo de moluscos bivalvos (Ostra Plana y Japonesa, Viera, y Almeja), transitando por un camino consolidado aprox. 1000 metros. Allí lleva adelante el Instituto de Biología Marina y Pesquera “Alte. Storni”, a partir de 1997, el proyecto de maricultura, que realiza una producción masiva de “semilla”, producción de juveniles en criadero y el engorde a talla comercial en el mar.

Ostras Patagónicas:

Cultivo de moluscos bivalvos tales como almejas, ostras puelchanas, mejillones. Casi la totalidad de la producción se comercializa en el mercado interno, no obstante un porcentaje se exporta a países europeos. Resulta un interesante atractivo ya que permite el reconocimiento del proceso, que culmina con el consumo de los mariscos, típicos de la zona. Sólo se visitan en forma organizada.

Fiesta Nacional del Golfo Azul:

La misma se desarrolla desde hace 10 años en el Polideportivo, localizado en el acceso a Las Grutas sobre la ruta Pcial. N° 2. En sus inicios se realizaba en la “Carpa Gigante”, fue allí donde se presentaron artistas de renombre internacional tales como: Serrat, El Paz Martínez, Valeria Lynch, Soda Stereo, José Vélez, entre otros. Público de todas las edades acudía a esta fiesta que generalmente se realizaban en el mes de Enero.

En la actualidad, y con el fin de que la misma constituya un atractivo de interés para cerrar la temporada estival, se realiza en el mes de Febrero incluyendo atractivos típicos del lugar, como “Salmoneadas” “Mejilloneada” “Cordereada” etc. Cada año se elige la Reina Nacional del Golfo Azul, quien representa durante todo el año al lugar participando de acciones promocionales.

Artistas callejeros:

Mimos, malabaristas, payasos, músicos y artistas de todo tipo se reúnen en la peatonal de las Grutas todos los años, aportando un toque de diversión y color ofreciendo sus espectáculos de entretenimientos para adultos y niños. El público ocasional colabora con los artistas aportando “a voluntad”. Estas actividades paulatinamente están siendo reguladas por la dirección de cultura municipal.

Frigoríficos de transferencia de la fruta de exportación:

En las instalaciones del Puerto San Antonio Este, se localizan tres frigoríficos que permiten la manutención de la cadena de frío de la fruta hasta su embarque. La misma proviene en su mayoría del valle de Río negro y Neuquén, y algunas variedades de las Provincias de San Juan y Mendoza.

Cuentan con importantes cámaras que almacenan hasta 7000 pallets (64 cajas de fruta). Otros productos que se mantienen en estos frigoríficos son los jugos concentrados, cebollas y ajo.

Estas instalaciones para acopio de mercadería constituyen un atractivo conjuntamente con otros servicios portuarios, completando así el circuito económico de exportación. A estos lugares se accede únicamente con visitas guiadas, en horarios restringidos.

Puerto San Antonio Este:

Localizado en la Península Villarino, constituye un atractivo de tipo técnico. El mismo es visitado en distintas épocas del año, pero con mayor afluencia durante la temporada estival, por turistas que arriban en forma independiente o en excursiones, siendo las características del mismo interesante desde un punto de vista histórico y de funcionamiento actual.

Se puede acceder en excursiones (previo permiso de autoridades del sector) al muelle principal construido de hormigón y al muelle pesquero flotante, que opera en función de las mareas, permitiendo su utilización durante la plea y bajamar (exclusivo para buques pesqueros).



Desde este puerto de aguas profundas se exporta principalmente la producción frutícola del Alto Valle de Río Negro y Neuquén. Fue un proyecto del primer gobierno provincial representado por el doctor Castelo, inaugurado oficialmente el 9 de febrero de 1983 con el arribo de un pequeño barco de la Armada Argentina y días después el acontecimiento del ingreso de un barco frutero de origen Ruso "El Kandava" que inició la exportación de la fruta del Alto Valle de Río Negro y Neuquén de esta forma renacía este espacio físico que constituyó el primer asentamiento humano de la zona.

Alrededor de 1903 el lugar se conocía como "Saco Viejo" y contaba con una oficina de Prefectura, Aduana, Registro Civil y Juzgado de Paz y con un faro ubicado en Punta Villarino. Desde allí se enviaban los distintos frutos de esta zona del país y se recibían mercaderías que eran redistribuidas a otros lugares patagónicos. Luego surgió la necesidad de trasladarse para acortar las distancias a la caleta del oeste.

Primer destacamento de la Prefectura:

Localizado en el sector de "Saco Viejo", sobre la Península Villarino, se constituyó el primer destacamento de prefectura en el año 1903. Este sector, actualmente en ruinas, solo se puede visitar en excursiones organizadas, debido que requiere de la interpretación del guía.

Colección "Vici":

Dentro del centro urbano de San Antonio Este, se encuentra un coleccionista local Sr. Vici, quien cuenta con un importante conjunto de piezas de origen paleontológico como así también del tipo arqueológico, las distintas piezas se encuentran clasificadas y muy bien presentadas, por la familia que posee la colección, pero sin profundidad de conocimientos científicos.

El lugar es visitado sobretodo por excursionistas durante la temporada estival en un local ligeramente adaptado para su exposición, aunque no se registra un número determinado de pasantes.

Aeropuerto Antoine Saint Exupery:

Localizado en la ruta Pcial. N° 2, distante de Las Grutas 3 Km. aproximadamente. Su importancia como atractivo se debe, al nombre del reconocido piloto francés, autor de uno de los libros más leídos en el mundo, "El Principito", quien fue uno de los pilotos afectados a la Aeroposta Argentina (línea aérea comercial Bahía Blanca – Comodoro Rivadavia), pilotos que conducían su máquina a la intemperie, con un pequeño parabrisas, sin ningún otro resguardo que su vestimenta, y con un mínimo de instrumental "brújula y altímetro", en vuelos visuales y de relativa altura. Saint Exupery afectado a esta línea Patagónica, dejó plasmadas sus experiencias en estos cielos en su libro "Vuelo Nocturno". Esta historia es rescatada por los guías locales, aunque el atractivo no se ha puesto en valor aún.

Representación Gráfica:

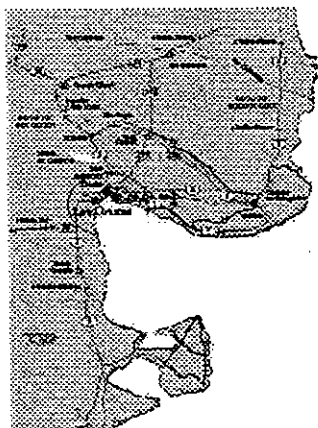
Se presenta una superposición de mapas considerando la Localización de los Centros Urbanos, el Area Protegida, las Areas Restringidas, la distribución de los Atractivos Naturales y las actividades Turístico-Recreativas con el fin de poder observar la compatibilidad o incompatibilidad de los diferentes usos y los recursos de la Bahía de San Antonio. Esta superposición oficia de resumen de todo lo descripto. (ver anexo gráficos).

1.4. ANÁLISIS RELATIVO A CORREDORES TURÍSTICOS. CORREDOR PATAGONIA DE LAS PLAYAS

1.4.1 Antecedentes

En la década del 60 no sólo se comienza a comprender el vigor de la región patagónica, sustentado en su historia, su geografía, su geología, su paisaje y su idiosincrasia social, sino que también a través de la gestión y el interés del sector turístico, se institucionaliza una instancia diferente que comienza a compartir y a acordar la política de promoción. De esta manera se consolida y trasciende lo que actualmente se reconoce como marca "**Patagonia**".

Es en 1979 cuando se pone en funcionamiento este Ente Regional transformándose a la vez en un medio óptimo para consensuar las políticas y las acciones municipales y provinciales que representan los intereses de las comunidades partícipes.



La **Patagonia de Las Playas**, es una continuidad geográfica, desde la desembocadura del Río Colorado a la del Río Chubut, que involucra las provincias de Buenos Aires, Río Negro y Chubut.

Dentro de este corredor se detectan elementos tales como, una costa agreste con alto grado de conservación, playas extensas, alta concentración de fauna y reservas naturales, que reflejan la unicidad del conjunto conformando, de esta forma, **un producto en sí mismo**.

A su vez cada uno de los destinos que integran este corredor posee **características únicas que originan la diversidad de atractivos**.

Las características más sobresalientes que proporcionan un alto interés para el recorrido son: Historia de la conquista de la Patagonia, pesca del tiburón, actividades rurales, aguas cálidas, turismo minero, ballenas y fauna marina, tradición y cultura, paleontología, toninas y pingüinos. Todos estos atractivos cuentan con la infraestructura necesaria que permite un disfrute real.

En el año 1992 la Secretaría de Turismo de Río Negro organizó las II Jornadas Patagónicas de Turismo Atlántico, en el contexto del Corredor de las Playas Patagónicas concluyéndose los siguientes puntos:

- ◆ Enfatizar en las estrategias de puesta en valor, las condiciones diferenciales de las playas, como la gran movilidad de mareas que habilitan cada seis horas diferentes características geológicas o de dinámica oceánica.
- ◆ Valorizar el borde geológico de la costa rionegrina, el cual no se repite hacia el norte, lo que le da una condición paisajística y recreativa diferente.
- ◆ Promover adecuadamente las ventajas de las aguas cálidas en el Golfo San Matías.
- ◆ Incrementar el atractivo de los apostaderos de fauna marina (loberías, pájaros, etc.) previos estudios de manejo que lo habiliten dentro de una estrategia de Conservación del Patrimonio Turístico.
- ◆ Integrar una propuesta ecológica en el contexto de los consagrados programas del Sistema Península Valdés (Golfos San Matías - San José y Nuevo)
- ◆ Promover las oportunidades que ofrece la transparencia de aguas que comienzan a partir del golfo San Matías de aprovechamiento más eficiente para el turismo subacuático. Las Playas del Este de San Antonio, Las Grutas y el balneario El Salado serán los apoyos logísticos de estos emprendimientos.
- ◆ Aprovechar el atractivo de la captura de pulpos como una actividad playera inédita y poco común en el mundo, dentro de la racionalidad de un adecuado manejo.
- ◆ Apoyar la conclusión de la ruta de la costa que en la temporada 1993/94 unió Viedma por el Cóndor, con la lobería a la Caleta de los Loros, luego integrando Las Grutas con el Balneario El Salado para de esta forma llegar a dejar accesible todo el litoral marítimo rionegrino.
- ◆ Promover una respuesta para el año 2000 de una creciente demanda que surgirá de un nuevo Balneario TOP de la Patagonia. Este Objetivo no deja de lado el desarrollo de los balnearios existentes que tienen un importante rol a jugar en el futuro.
- ◆ Propiciar la iniciativa privada sobre la talasoterapia y así diversificar la oferta del balneario de San Antonio Oeste - Las Grutas.
- ◆ Estudiar la instrumentación de cotos de pesca sobre la costa rionegrina, arrecifes artificiales, granjas del mar, etc. Creando condiciones para estas prácticas turístico - deportivas todo el año, propiciando la ruptura de la estacionalidad.

- ◆ Analizar de común acuerdo con la provincia de Buenos Aires, un estudio integral para el desarrollo de la pesca deportiva como motivador del turismo internacional, en la comarca turística de Viedma y Carmen de Patagones.
- ◆ Asistir con inversiones concurrentes a la puesta en valor del uso náutico turístico del curso inferior del Río Negro.
- ◆ Alentar las inversiones conducentes a crear souvenirs y producciones regionales para el consumo del turista.
- ◆ Contribuir con los municipios en la puesta en valor de áreas de pesca deportiva (espigones) o la integración de piletas naturales para el uso del balneario.

Disfrute del espacio ilimitado lleno de vida. vivencias y especiales silencios, con los que se llega a la sensación total de libertad humana. Con una infraestructura que sustenta esa libertad, sin dañarla ni agredirla.

En 1994, las Provincias de Río Negro y Chubut por intermedio de sus áreas de turismo, firmaron un convenio de cooperación, a fin de coordinar las acciones y gestiones para el **Corredor de las Playas**, comprometiéndose a realizar los esfuerzos conducentes a una mayor difusión, integración y marketing de los espacios y productos que involucren al mismo.

Asimismo se comprometieron a intensificar la asistencia a los Municipios en dicho corredor turístico para de este modo acrecentar la integración de esfuerzos, organización de calendarios promocionales y recreativos, acciones de investigación (estadísticas, estudios de satisfacción), servicios de informes, etc.

La implementación de esta política pretendió unificar los esfuerzos en pos de una apertura al mercado nacional del producto **“Playas de la Patagonia”** entrando en competencia con los tradicionales destinos de la costa atlántica bonaerense.

Estas buenas intenciones no se concretaron, pero finalmente a través de la iniciativa de los municipios y de algunos sectores de la actividad privada se tomó la decisión de trabajar en conjunto a partir del año 1996.

En el período 96/97 la presidencia la ejerció la ciudad de Viedma, en el 97/98 Rawson, en el 98/99 Carmen de Patagones, en el 99/2000 San Antonio Oeste, y recientemente ha asumido la presidencia la aldea turística de Puerto Pirámides.

El trabajo preparatorio desarrollado durante el período 96/97 colisionaba invariablemente con el obstáculo de la inexistencia de una estructura ejecutiva y funcional que permitiera asumir compromisos formales, contratos, gestiones, etc., lo cual convertía al Corredor en un foro de buenas intenciones, que al momento de su implementación tenía las dificultades propias de los Organismos deliberativos y no ejecutivos.

Entonces, se propuso como objetivo prioritario proveer al corredor de una organización que lo convirtiera en una verdadera polea de transmisión entre los Municipios de la región y así transformarlo en una efectiva herramienta de trabajo que potenciara el negocio turístico a partir del recurso “**playas patagónicas**”.

En julio de 1997 se realizó una reunión en Puerto Madryn a la que asistieron la mayoría de los intendentes y representantes del sector privado, se procedió así a la firma del Estatuto de creación del Ente **Corredor Patagonia de las Playas**, fijándose una alícuota para cada categoría de municipio con el fin de juntar fondos para realizar las acciones promocionales del conjunto.

Es así como hasta la fecha se realizaron reuniones periódicas en las distintas localidades del corredor, de las cuales surgieron las siguientes actividades que a continuación se detallan:

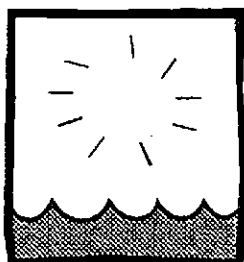
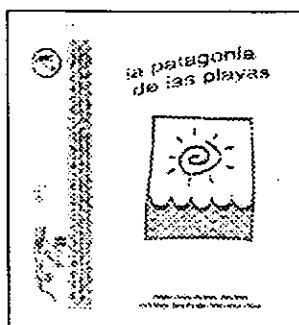


Imagen Institucional:

El logotipo institucional, actualmente en uso, surgió ante la necesidad de contar con una imagen visual identificatoria. En la elección del mismo participaron las propuestas efectuadas por los municipios, las cuales fueron expuestas y votadas por todos los participantes a una de las reuniones realizadas en Las Grutas.

Folletería Turística:



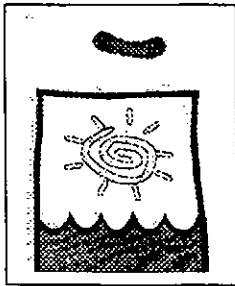
Durante el transcurso de estos años se realizaron dos folletos, uno en blanco y negro y otro en color, de tipo operativos, con información general. Los mismos se distribuyeron a través de las Oficinas de Turismo Municipales, en los

eventos, salidas promocionales y en las respectivas sedes de turismo provinciales en la ciudad de Buenos Aires.



Además de facilitar la información a lo largo del corredor, facilitaba el acceso a potenciales clientes fuera de la temporada de verano.

Merchandising:



Para acompañar las acciones de promoción se confeccionaron calcomanías, bolsas, remeras, gorras y banderas. Las mismas son repartidas en las salidas promocionales.

Algunos municipios, las distribuyen en sus eventos, generando una permanente presencia de la marca.

Salidas promocionales:

Se realizaron diversas caravanas promocionales con vehículos decorados con banderas y calcomanías identificatorias, organizándose en cada destino una presentación del corredor, para medios de prensa y operadores turísticos, con degustación de productos típicos. Se contó con la colaboración de las oficinas de turismo municipales y/o provinciales.

Año 1996: Salida a Neuquén y San Carlos de Bariloche

Año 1997: Salida al Norte: Bahía Blanca, Azul, Bolívar, 9 de Julio, Pergamino, Venado Tuerto, Río Cuarto, San Luis y Santa Rosa.

Salida al Sur: Comodoro Rivadavia, Caleta Olivia, Pico Truncado, San Julián, Río Gallegos, Río Grande, Ushuaia, Punta Arenas (Chile), Puerto Deseado y Comandante Luis Piedrabuena.

Año 1998: Salida a Bariloche, El Bolsón, Esquel: En la misma además de las actividades habituales se entregó material en los cerros La Hoya y Catedral.

El resultado de estas salidas, se vio reflejado en las encuestas realizadas a los turistas que visitaron los distintos balnearios del Corredor y en las respectivas estadísticas de cada municipio.

Eventos Promocionales:

Bariloche: se organizó una cena en el restaurante “La Cave” para medios de prensa locales, nacionales con una presentación de diapositivas a cargo del fotógrafo Arturo Encinas, que resaltaba los principales atractivos del corredor.

FIT: en octubre de 1999 se concurrió con un stand propio a la Feria Internacional de Turismo

Acciones de Prensa:

Dentro de las acciones realizadas con los medios de comunicación se encuentran las conferencias de prensa y visitas a los medios en las localidades visitadas durante las salidas promocionales, cobertura de los

eventos por medio de las publicaciones especializadas de turismo, y la realización de un *fam press* con diversos medios del interior que visitaron el corredor en una oportunidad.

Señalética:

Se realizaron diversos proyectos de señalización en la ruta N° 3 los cuales no fueron puestos en marcha.

1.4.2. Análisis de la Situación actual

La actual situación económica general no permite que los municipios cumplan con los aportes pactados y el sector privado no muestra demasiado interés en ser parte de este emprendimiento, y así obtener los beneficios del trabajo en conjunto.

A lo largo de la recopilación de antecedentes se observa un importante nivel de participación a lo largo de los últimos diez años, coincidiendo en las problemáticas y necesidades planteadas.

Creemos que es oportuno rescatar en esta oportunidad, el trabajo efectuado en los Seminarios de Turismo Receptivo organizados por el Consejo Federal de Inversiones, CFI, en las ciudades de El Calafate, Puerto Madryn, San Carlos de Bariloche, y Villa La Angostura, como un aporte para comenzar una nueva etapa de planificación que asegure la continuidad del corredor más allá de las voluntades personales.

Legislación

Perseguir una normativa estructural de turismo que sea homogénea en todas las provincias y los municipios, donde se reglamenten actividades nuevas, especialmente las de aventura, además de ajustar la legislación vigente y los mecanismos de control.

Oferta

Se recomendó incrementar la oferta de productos de turismo activo, utilizando la naturaleza, no solo desde un punto contemplativo, sino de interacción constante, resaltando la importancia en el rol de los servicios turísticos.

Accesibilidad

Buscar una pronta solución a los problemas existentes de accesibilidad en todo el Corredor, tomando especial interés en el caso de la Ruta Nacional N° 3.

Investigación

Implementar una investigación de mercado en todo el ámbito del Corredor, solicitando a las provincias y al CFI toda la ayuda posible a fin de concretar dicho estudio.

Promoción y Comercialización

- ◆ **Sumar** al sector privado en las acciones de promoción.
- ◆ **Divulgar** todas las posibilidades de turismo activo del conjunto.
- ◆ **Diversificar** la temporada en los diferentes centros del Corredor para concretar un producto de todo el año y redistribuir el flujo turístico de la demanda entre los destinos del corredor.
- ◆ **Propender** a una mayor articulación entre el sector público y el sector privado.

Educación y capacitación turística

- ◆ **Diseñar** un plan de capacitación y concientización, homogéneo en todo el Corredor, destinado a la población local, con intercambio de experiencias externas.
- ◆ **Gestionar** la educación pública universitaria (de nivel técnico y de licenciaturas).
- ◆ **Extender** la capacitación hacia el sector de alojamientos extrahoteleros.
- ◆ **Diseñar** campañas de concientización y educación turística.

Categorización

- ◆ **Unificar** criterios de categorización, analizando las nuevas metodologías que tengan en cuenta la calidad de los servicios, incorporando la opinión de los turistas.
- ◆ **Implementar** el Sello de Calidad Patagónico (ISO 9000).
- ◆ **Categorizar** los servicios extrahoteleros y analizar la incorporación de nuevas normativas de casa de alquiler temporario/de familia.

Asimismo es importante plasmar en este trabajo la política planteada por la Secretaría de Turismo Provincial de Río Negro, la cual manifiesta, apoyar las acciones emprendidas por los *Corredores Turísticos* involucrados en la provincia, evitando que sus funciones se superpongan con las del organismo turístico provincial. También formula que, los destinos que integran corredores deben tener en claro que se complementan para determinadas acciones y tareas de coordinación, pero que también compiten en ciertas franjas.

1.5 ANALISIS DE LOS MERCADOS ACTUALES REALES

1.5.1 Datos Cuantitativos

Introducción

Del total de la información estadística disponible, se ha tomado como referencia para la realización del presente análisis, el período 1996-2000, de los informes proporcionados por la Secretaría de Turismo Municipal, debido a que durante dicho período se ha utilizado una metodología común en el relevamiento y procesamiento de datos, lo que permite la comparación de los mismos.

Asimismo esta metodología está basada en el registro de la ocupación hotelera y extra-hotelera, considerando la estadía por tipo de alojamiento.

Temporada alta

Las Grutas:

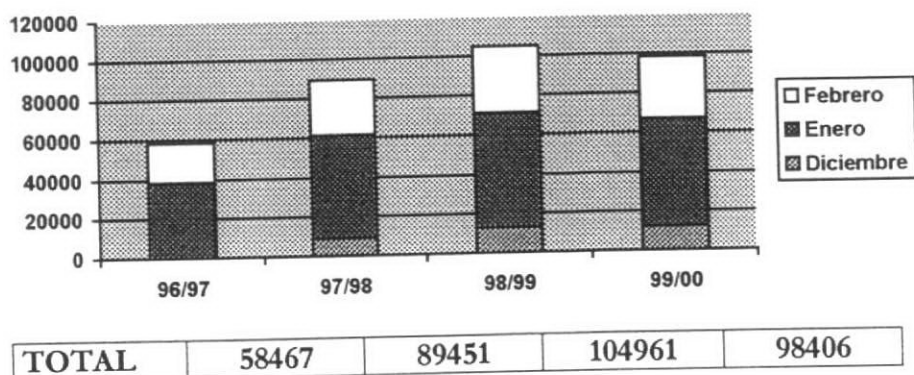
La temporada comprende los meses de diciembre, enero y febrero, de los cuales la mayor afluencia se registra en el mes enero, en donde el porcentaje de ocupación no baja del 80%, registrándose días de **ocupación plena y sobreocupación**.

En el mes de Febrero la afluencia de turistas disminuye en aproximadamente un 50%, y el mes de diciembre representa un 20% de turistas con respecto al mes de enero.

En virtud de la organización de la prestación de servicios, suministros y otros, es importante tener en cuenta que la cantidad de personas simultáneas (considerando turistas, recreacionistas y residentes) en un día pico del mes de enero alcanza entre 20.000 y 22.500 personas según dato proporcionado por la Secretaría de Turismo y la Coop. de Obras y Servicios Públicos del año 1998.

Gráfico N°1: Cantidad de turistas por mes período 96/00

	96/97	97/98	98/99	99/00
Diciembre	0	8788	12730	12249
Enero	38542	52506	58518	54655
Febrero	19925	28157	33713	31502

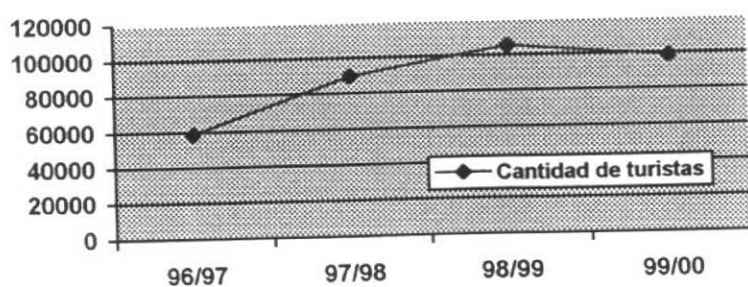


Fuente: Secretaría de Turismo Municipalidad de San Antonio

La evolución de la demanda entre 1996–2000 ha sido ascendente con un crecimiento en todos estos años de un 68%, partiendo de este total, un 53% corresponde a la primera temporada, 17% a la segunda y en la última temporada disminuyó en un 6%.

Con lo cual se podría presumir que el ciclo de vida del producto sol y playa para el centro turístico Las Grutas, se encuentra en una fase estacionaria (estado de madurez).

Gráfico N°2: Cantidad de turistas por temporada período 96-00



Si tomamos en cuenta las plazas ofrecidas por día y las realmente vendidas en toda la temporada, observamos que existe una brecha a cubrir, la misma se encuentra en aumento debido a la fase estacionaria de la demanda y al importante crecimiento de la oferta.

Para el mes de enero en la misma comparación se observa que la brecha recién comienza en la última temporada.

Gráfico N°3: Comparación de la evolución de las plazas ofrecidas y las plazas demandadas en los tres meses de temporada

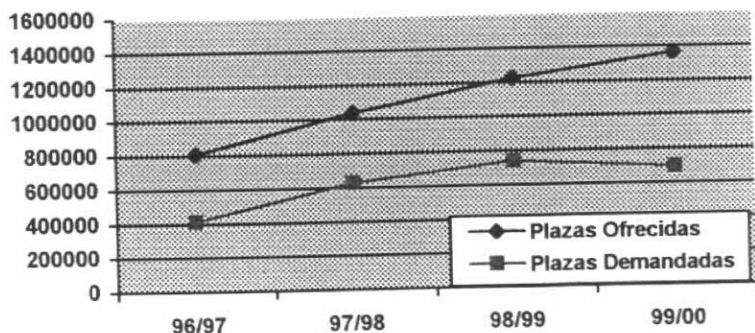
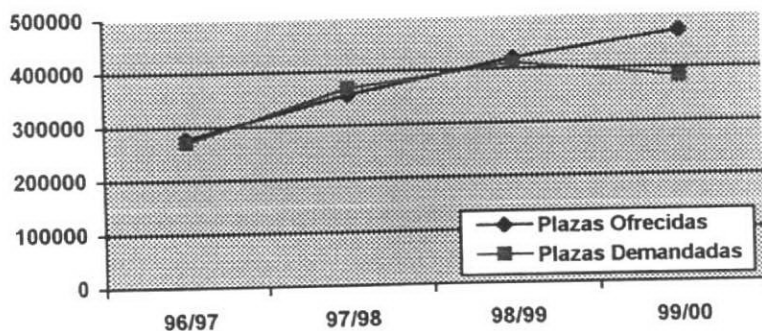


Gráfico N° 4: Comparación de la evolución de las plazas ofrecidas y las plazas demandadas en el mes de enero



San Antonio Oeste y San Antonio Este:

Los datos obtenidos de las mencionadas localidades corresponden al año 1998, en el cual ingresaron a San Antonio Oeste 3000 turistas y 650 a San Antonio Este, representando solo un 3,5% aproximadamente sobre el efecto turístico de Las Grutas en la misma temporada, considerando que esta afluencia se produce en los períodos de mayor ocupación para este centro turístico.

Temporada Baja

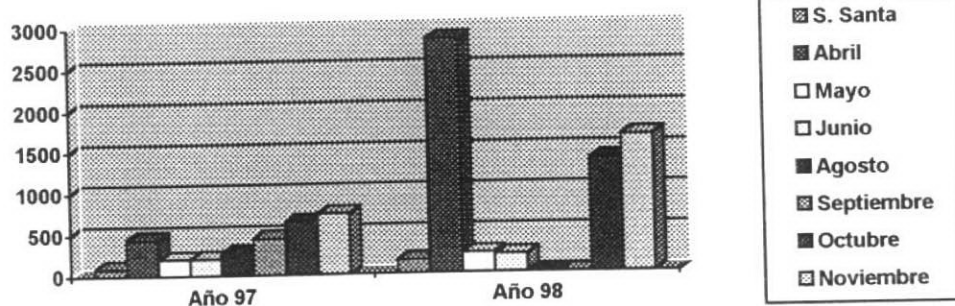
Las Grutas:

Realizando un análisis comparativo de los datos correspondientes a la baja temporada de los años 97/98, se puede observar un crecimiento importante en el número de visitantes a Las Grutas. Los meses que registraron mayor afluencia de turistas fueron: Abril, Octubre y Noviembre.

Los períodos que no han sido considerados son debido a la ausencia de datos. Según informantes clave en períodos anteriores no resultaba significativo el número de turistas arribados en baja temporada.

**Gráfico N°5: Cantidad de turistas en temporada baja año 97-98.
Las Grutas**

	Año 97	Año 98
Semana Santa	82	162
Abril	442	2850
Mayo	198	237
Junio	200	212
Agosto	272	S/i
Septiembre	442	S/i
Octubre	644	1381
Noviembre	738	1663
TOTAL	3018	6505



Fuente: Secretaría de Turismo y Producción – Municipalidad de San Antonio Oeste

1.5.2 Datos Cualitativos

Temporada Alta

Las Grutas:

Los datos analizados provienen de diferentes fuentes por lo tanto comparables, además no son consecutivos para todas las variables, no obstante se realizó un análisis (del total de los informes que cubren el período 93-00) seleccionando las variables representadas en mayor cantidad de años, que permitió observar el comportamiento de las distintas características, llegando así a las siguientes conclusiones:

Procedencia:

El centro emisor de mayor importancia está representado por la provincia de Río Negro en aproximadamente un 30%, siguiendo en orden decreciente las provincias de Buenos Aires/Capital Federal 25%, Neuquén 10%, Córdoba 10%, Chubut 6%, Mendoza 4%, La Pampa 4% y Santa Fe, Santa Cruz y Tierra del Fuego con un 3% cada uno, y el resto del País con un 2%.

Unico destino del Viaje y Estadía:

Del total de turistas que visitan las Grutas, aproximadamente un 50% lo elige como único destino del viaje correspondiendo a un turismo de estadía con un promedio aproximado de 8 a 14 días y en algunos casos hasta más de 21 días. Del porcentaje restante, correspondiente a un turismo itinerante, la permanencia fluctúa entre 1 a 7 días.

Asimismo, la mayoría de los destinos seleccionados por este tipo de turismo corresponden a otros destinos de la Patagonia (Madryn, otras playas y la cordillera)

Motivación:

Del análisis del motivo del viaje, surgen las respuestas más destacadas:

- la tranquilidad y el descanso
- la belleza y calidad de las aguas y playas
- conocer /curiosidad
- y continuando en orden de importancia campamentismo, pesca y buceo.

Medio por el cual se informó:

Cabe destacar la importancia de las referencias de familiares y amigos como el medio de mayor información sobre el destino además un importante porcentaje ya lo conocía, lo que indica una importante satisfacción que se vislumbra en la recomendación existente y la repetitividad reflejada en un 62% de turistas, que han visitado más de una vez el centro turístico, observándose así una alta fidelidad de la demanda.

Observando el comportamiento de los medios de comunicación, en primer lugar se mencionan los medios gráficos con un nivel de significativa importancia con respecto a la radio y televisión. Por último, otra fuente de información en menor escala ha sido la casa de Río Negro en Buenos Aires.

Tipo de Alojamiento:

Del análisis de los datos se observa que la categoría más mencionada son los campings, le sigue en orden de importancia las casas de alquiler, correspondiendo este dato al mes de Enero, e invirtiéndose el valor para el mes de Febrero.

Continúa en orden de importancia segundas residencias, complejos, hoteles y residenciales e inmobiliarias.

Esta variable además de tomar los datos de los informes mencionados, se cotejó con la información obtenida a través del factor de ocupación.

Tamaño del grupo:

El mayor porcentaje lo constituye el intervalo de 3 a 5 personas, siguiendo en orden de importancia el grupo de dos integrantes, el de 6 a 9 con valores semejantes y por último el grupo de más de nueve.

Edad y composición del grupo:

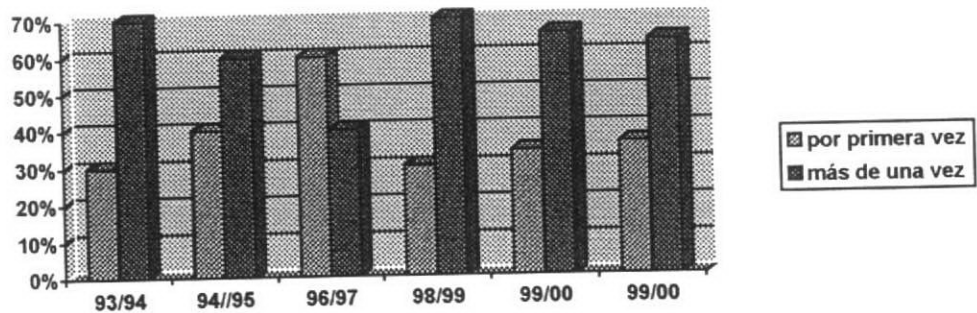
Analizando conjuntamente estas dos variables se desprende que la mayoría de la demanda está compuesta por matrimonios jóvenes con hijos pequeños, seguido por jóvenes que vienen en grupos de amigos y matrimonios mayores. Esto se ve reflejado en la composición etaria de la demanda, donde el primer lugar corresponde al tramo de menores de 18 años, siguiendo en orden decreciente los intervalos correspondientes a 19-30 años, 31-45 y más de 45 años.

Frecuencia de visita:

Esta variable cuenta con datos consecutivos, lo que permitió a pesar de provenir de diversas fuentes un análisis comparativo. Del mismo se desprende que un alto porcentaje corresponde a la categoría de “más de una vez”, lo que refleja una demanda con alta fidelidad al destino, con respecto a la demanda que visita el lugar por 1ª vez se observa un valor permanente en el tiempo que oscila entre un 30 y 40%, salvando el período de 1996, donde se observa un sesgo debido a la selección de la muestra, en donde no se consideraron las casas de alquiler temporario y segundas residencias.

Gráfico N°6: Frecuencia de visita

Fuente: elaboración propia



Nivel de gasto:

El análisis realizado de la variable nivel de gasto se efectuó según datos tomados por grupos de 4 personas y de acuerdo a los siguientes intervalos hasta \$50, desde \$51 a \$100 y más de \$100, cada uno de estos intervalos representa aproximadamente un 30% de la demanda total.

Temporada Baja

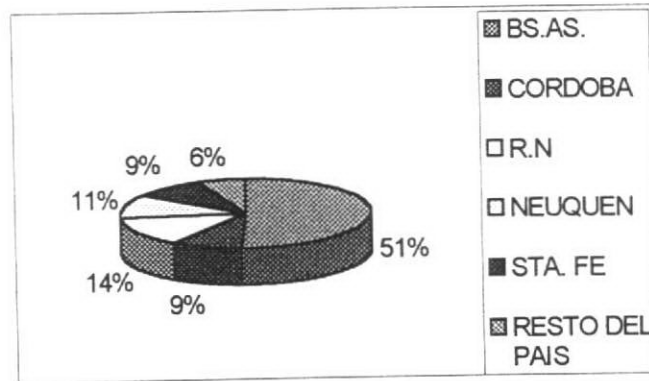
Las Grutas:

Consideraciones generales sobre las variables más relevantes para el presente trabajo, según datos tomados en encuestas realizadas en la oficina de informes turísticos de la Municipalidad de San Antonio Oeste, razón por la cual debe tenerse en cuenta que la demanda cautiva no está representada.

Procedencia:

El centro emisor de mayor relevancia está representado por la provincia de Buenos Aires, continuando en importancia Río Negro y Neuquén, asimismo la provincia de Córdoba denota una presencia continua en la baja temporada.

Gráfico N°7: Procedencia

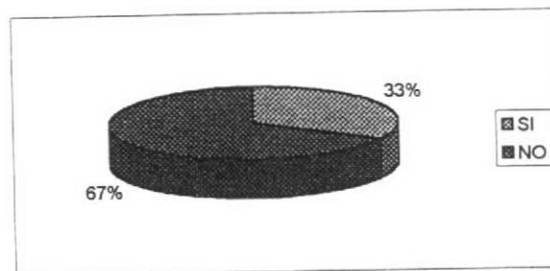


Fuente: Secretaria de Turismo y Producción

Unico destino del viaje:

Para los meses de Diciembre, Abril y Noviembre, se visualiza un alto porcentaje de turistas que toman como único destino del viaje a Las Grutas. En cambio en los meses Mayo, Junio y Julio se observa una tendencia a visitar otros destinos, de los cuales los más frecuentes resultan Puerto Madryn y Península Valdés.

Gráfico N°8: Las Grutas – Destino único



Fuente: Secretaria de Turismo y Producción

Motivación:

Las categorías más mencionadas en los meses de abril y marzo son: conocer y curiosidad, le siguen en orden de importancia las categorías, tranquilidad y descanso. En el mes de junio surgen como principal motivación la pesca y el buceo.

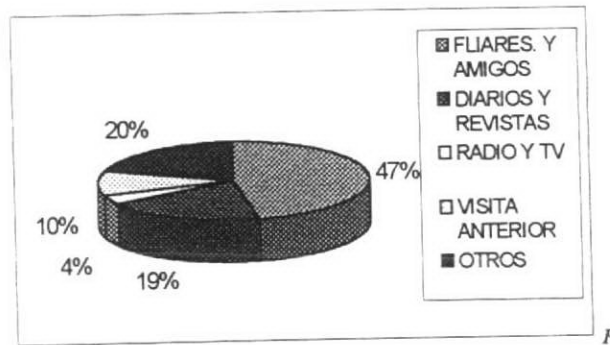
Medio por el cual se informó:

El primero en orden de importancia es a través de familiares y amigos, le siguen los medios gráficos como diarios y revistas clasificándose entre los más importantes los siguientes:

Diarios: Clarín, La Voz del Interior, La Nación, Río Negro y La Mañana del Sur. Se deduce que se corresponden los medios de difusión con los centros emisores más importantes.

Revistas: Week-end y Aire y Sol, para las actividades específicas tales como: buceo y pesca mayormente en los meses de Junio y Julio. Además se mencionan la revista Nueva y para los turistas procedentes de Córdoba las revistas Aquí Vivimos y El Catalejo.

Gráfico N°9: Medio por el cual se informó



Fuente: Secretaría de Turismo y Producción

Número de pasajeros por grupo:

El mayor porcentaje lo constituye el intervalo de una a cuatro personas y le sigue en importancia el intervalo de cinco a ocho. En el mes de Noviembre aumenta la presencia de los contingentes con más de doce personas.

Tipo de Alojamiento:

La categoría más mencionada es la hotelería, en segundo lugar casas y departamentos de alquiler, le siguen en importancia los complejos de alquiler.

1.5.3 Otros datos

Datos muestrales sobre la imagen del destino Las Grutas (tomados en FIT 97 y Patagonia Total 98):

Se tomaron en cuenta los datos recabados por la Secretaría de Turismo en la Feria Internacional de Turismo año 1997 y Workshop Patagonia Total año 1998, en Capital Federal, considerando este centro emisor de gran importancia para Las Grutas, ya sea por la necesidad de contacto con la naturaleza que tiene este mercado, como por su envergadura, se arribó a

las siguientes conclusiones: La imagen de la Patagonia es reconocida en dicho mercado asociada mayormente a la naturaleza, el paisaje y la paz. La Provincia de Río Negro se encuentra posicionada dentro de la Patagonia, y el destino Las Grutas comienza a reconocerse como tal, identificando un crecimiento importante para el año 1998. Asimismo los elementos que constituyen la imagen del mismo van siendo mas identificados, como lo son las aguas cálidas, la naturaleza y los acantilados.

Descripción del segmento buceo (según entrevista a informante clave):

El 99% de la demanda procede de Capital Federal, con un intervalo etario entre 18 y 30 años, pertenecientes en un 80% al sexo masculino, la estadía promedio es de 2 noches y prefieren como tipo de alojamiento los complejos de departamentos.

El medio de transporte más utilizado es el minibús en la modalidad chárter, el régimen de comidas está basado en media pensión incluyendo una cena rica en proteínas, el tiempo que utiliza para la realización de la actividad son los fines de semanas largos.

Datos cualitativos de la demanda sobre todos los destinos turísticos de la provincia (Bariloche, Las Grutas, Viedma, El Cónдор y El Bolsón):

Procedencia:

Los centros emisores de mayor importancia para la Provincia están representado por el Alto Valle de Río Negro y Neuquén y la provincia de Buenos Aires.

Motivación:

La motivación principal está representada en “descansar y conocer”

Medio por el cual se informó:

La gran mayoría se informó por referencias de amigos, asimismo los medios gráficos representan una importante fuente de información.

Composición del grupo:

El porcentaje mayoritario corresponde a grupos familiares con presencia de niños menores de 12 años.

Frecuencia de visita:

La mayoría de los turistas repiten la visita a los distintos destinos.

Nivel de gasto:

El gasto promedio diario por grupo varía entre \$50 y \$150.

Estadía :

Varía de acuerdo a los destinos pero se estima un promedio entre 4 y 8 días.

Medio de transporte utilizado:

El automóvil constituye el medio más utilizado.

Forma de organización del viaje:

La mayoría de los turistas organizaron el viaje por cuenta propia, solo en Bariloche se nota la influencia de las Agencias de Viajes en la comercialización. La mayoría de los visitantes de la provincia no realizan excursiones.

Datos cualitativos de la demanda sobre algunos destinos turísticos del Corredor "Patagonia de las Playas" (Patagones, Pto. Madryn y Playa Unión) en comparación con Las Grutas:**Coincidencias:**

El medio de transporte más utilizado corresponde al automóvil, la organización del viaje en su gran mayoría es realizado por cuenta propia.

Otra variable coincidente es el medio de información más utilizado el que corresponde en su gran mayoría a familiares y amigos y como segundo lugar los medios gráficos.

Con respecto a la motivación surge una coincidencia con el Balneario Playa Unión "descansar y conocer"

Diferencias:

Los centros turísticos del corredor tienen la mayor parte de turistas del tipo itinerantes y realizan una estadía entre 1 y 4 días.

Para Puerto Madryn la motivación más fuerte corresponde a naturaleza y fauna marina, destacándose que un 50% realiza excursiones por agencias de viajes.

La mayoría de la demanda proviene en primer lugar de la Provincia de Buenos Aires.

Estudio de la Demanda Turística en las Ciudades de la Costa Patagónica

Este trabajo estimó la magnitud y características de la demanda turística en algunas ciudades de la costa Patagónica. Estas ciudades fueron: Puerto Madryn, Trelew y Puerto Pirámide en la provincia del Chubut, Puerto

Deseado, San Julián y Río Gallegos, en Santa Cruz. Las mismas fueron seleccionadas en virtud de su proximidad a los sitios de observación de fauna costera, los que funcionan como atractivos convocantes.

Este análisis se realizó durante la temporada del verano 1995 (enero-marzo) mediante el empleo de encuestas recabadas a través de encuestadores y profundizó acerca de tres aspectos de la demanda:

Perfil del turista:

En el análisis se detectó un comportamiento bastante homogéneo de la demanda turística en estas ciudades, lo cual permitiría afirmar la existencia de un turista tipo común a todas ellas.

Gasto turístico:

La estimación del gasto turístico total ascendió a la suma de 30 millones de pesos para la temporada considerada. Si bien, la mayor parte se relaciona con el disfrute de un ambiente sano, se ha estimado que más de las dos terceras partes del mismo (67%) tienen su origen en la motivación ejercida por la naturaleza.

Motivación de la demanda turística:

Los atractivos naturales constituyen la principal motivación del viaje y son los que recogieron las mayores expresiones de satisfacción de parte de los turistas.

1.6 EVALUACIÓN DE LA OFERTA DE ALOJAMIENTO

La OMT, se apoya en el concepto de gastos turísticos, para identificar diferentes categorías de oferta turística, teniendo en cuenta el gasto realizado por el turista, durante su desplazamiento y su estadía en el destino.

Entonces podemos identificar para el presente diagnóstico las siguientes categorías: Alojamiento, Alimentación, Transporte, Esparcimiento, Compras, otros.

Corresponde al punto 1.6 y al punto 1.7, la descripción de la oferta en general, tomando para el primer punto sólo el alojamiento como referencia directa para medir el fenómeno turístico.

Temporada Alta

Evaluación Cuantitativa:

Se tomó para cuantificar la oferta de alojamiento los datos proporcionados por la Secretaría de Turismo Municipal desde 1996, a partir de los cuales se analizó la composición por categoría de alojamiento en Las Grutas, San Antonio Oeste y San Antonio Este.

La evolución parcial y total solo pudo observarse en Las Grutas, lugar que cuenta con una secuencia de datos.

La oferta de alojamiento está compuesta por cinco modalidades representadas por:

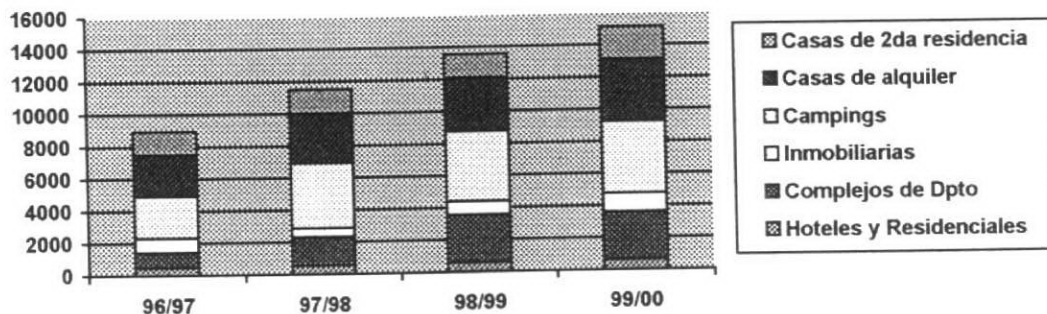
- tipo hotelero: 14 hoteles y residenciales
- extrahotelero: 42 complejos de departamentos, 7 casas de alquiler por inmobiliarias, 613 casas de alquiler particulares, 16 campings.
- 290 casas de segunda residencia.

En el siguiente cuadro se presenta la distribución de plazas por categoría de alojamiento.

LAS GRUTAS

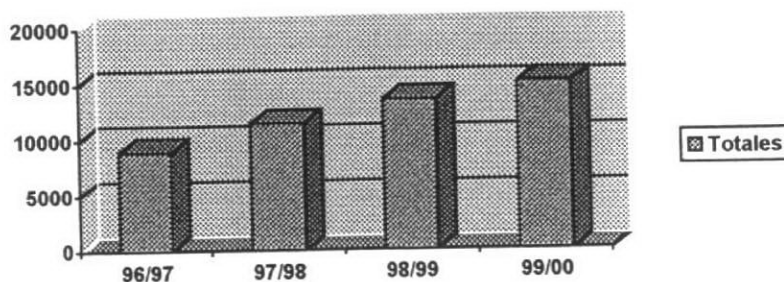
Cuadro N° 10: Plazas ofrecidas por tipo de alojamiento período 96-00

CATEGORIA	96/97	97/98	98/99	99/00
Hoteles y Residenciales	478	560	605	643
Complejos de Depto.	948	1766	2959	2967
Inmobiliarias	912	574	842	1177
Campings	2580	3984	4350	4444
Casas de alquiler	2580	3155	3340	3872
Casas de 2da residencia	1450	1450	1450	2000
TOTAL	8948	11489	13546	15103
Crecimiento en %	S/i	28%	18%	11%



Desde la temporada 1996 hasta la 2000, se registró un crecimiento de plazas ofrecidas de un total del 69%, correspondiendo el mayor porcentaje al período 97/98, disminuyendo el crecimiento en aproximadamente un 10% en los años siguientes.

Gráfico N°11: Evolución de las plazas ofrecidas por tipo de alojamiento - Período 96-00



Evaluación cualitativa:

Según el decreto N°204 año 1980 que reglamenta el régimen de alojamientos turísticos y sus correspondientes modificaciones, el cual establece diferentes clases de alojamiento, hotelero y extrahotelero, en donde se distinguen para cada tipo, las siguientes categorías: Hoteles de 5 a 1 estrella, residenciales de 3 a 1 estrella, y el resto de los alojamientos extrahoteleros excepto los campings, están regulados por el decreto N°466/85, clasificados en su categoría de 3 a 1 estrella y dos categorías más "A" y "B". Los campings están regulados por la ley 2828/94, categorizados conforme a su capacidad y tipos de instalaciones y servicios que proporciona al turista.

LAS GRUTAS

Para este centro turístico, la categoría más alta en hotelería corresponde a las 3 estrellas, representada en dos hoteles, le siguen las categorías 2 y 1 estrella con cinco hoteles.

La modalidad Complejos de Departamentos, consiste en una forma de alojamiento que caracteriza a conjuntos de unidades funcionales en un mismo predio con una administración y servicio de mucama.

Las casas de alquiler por inmobiliarias y particulares corresponden en su mayoría a las categorías 1 y 2 estrellas, lo cual indica un nivel intermedio de calidad, en algunos casos tienen servicio de mucama.

Las siguientes planillas reflejan la capacidad de servicios que tienen los establecimientos de las distintas categorías.

MARINA CERO

CATEGORIA: *** N° de Plazas: 36		LOCALIZACIÓN: Bahía Creek y Nahuel Huapi B° Golfo Azul a 100 Mtrs. Del mar TEL . 02934-497640	
DEPARTAMENTOS	Con Matrimonial	Individuales	
Para dos personas		12	
Para cuatro personas			
Para seis personas	20		
Para ocho personas	8		
SERVICIOS	REFERENCIAS	OBSERVACIONES	
Desayuno	•	<ul style="list-style-type: none"> • SI ∅ NO ∇ OPCIONAL 	<ul style="list-style-type: none"> • Departamentos con balcón, y duchas externas. • Servicio de baby sitter • Microondas • Sauna • Teléfonos comunicados a recepción en departamentos • Teléfono público en recepción • Bicicletas • Quincho
TV	•		
Confiteña	•		
Restaurant	•		
Frigobar	∅		
Parrillas	•		
Cochera	• semicubierta p/40		
Servicio de Mucama	•		
Ropa blanca	•		
Somier	∅		
Sala de estar	∅		
Tranfer	∅		
Lavandería	∅		
Hidromasaje	∅		
Espacios recreativos	•		
Calefacción	•		
Piscina	•		

Fuente: Plan Operativo Baja Temporada

HOTEL TORREVADO

CATEGORIA: ** N° de Plazas: 64		LOCALIZACION: Catriel y Baniicho- a 150 mtrs. Del mar Zona Centro TEL. 02934 - 497162	
HABITACIONES 28		Con Matrimonial	Individuales
Dobles		12	16
SERVICIOS		REFERENCIAS	OBSERVACIONES
Desayuno	•	• SI Ø NO ▽ OPCIONAL	• 4 dobles c/balcón • Todas las tarjetas • Excursiones
TV	•		
Confitería	• p/60		
Restaurant	•		
Sala de estar	•		
Parrillas	Ø		
Cochera	• no cub. p/20		
Somier	Ø		
Frigobar	Ø		
Transfer	•		
Lavandería	•		
Hidromasaje	Ø		
Espacios recreativos	Ø		
Calefacción	•		

DEPARTAMENTOS KETTE

CATEGORIA: * N° de Plazas: 16		LOCALIZACION: Baniicho 387 a 150 m. del mar Zona centro TEL. 02934 -497203	
DEPARTAMENTOS		Con Matrimonial	Individuales
Para dos personas			
Para cuatro personas		4	
SERVICIOS		REFERENCIAS	OBSERVACIONES
Desayuno	Ø	• SI Ø NO ▽ OPCIONAL	
TV	•		
Confitería	Ø		
Restaurant	Ø		
Frigobar	Ø		
Parrillas	•		
Cochera	• cubierta p/4		
Servicio de mucama	Ø		
Ropa blanca	•		
Somier	Ø		
Sala de estar	Ø		
Transfer	Ø		
Lavandería	Ø		
Hidromasaje	Ø		
Espacios recreativos	Ø		
Calefacción	•		
Piscina	Ø		

Fuente: Plan Operativo Baja Temporada

Distribución de la cantidad de establecimientos por tipo y categoría

Cantidad de Establecimientos	Tipo de alojamiento	Categoría	Totales
2	Hoteles	***	14
3	Hoteles	**	
2	Hotel	*	
7	Hoteles	S/c.	
7	Inmobiliarias		7
5	Complejos	***	42
11	Complejos	**	
11	Complejos	*	
3	Complejos	A	
1	Complejos	B	
11	Complejos	S./c	
16	Camping		

En relación con la categoría campings se ha analizado la reglamentación Provincial y la Municipal, como así también la propuesta realizada por la Corporación de Turismo de Las Grutas y el resultado de las encuestas realizadas para este trabajo, detectando la necesidad imperiosa de mejorar la calidad de los campings adecuando las dimensiones de los servicios en función de la cantidad de usuarios y paulatinamente la reconversión de los mismos en otro tipo de instalaciones o equipamiento, trasladando el área de campings a una zona más alejada del centro urbano.

Temporada Baja

Datos Cuantitativos y Cualitativos:

Durante la baja temporada permanecen dentro de la oferta real, aproximadamente 2000 plazas correspondientes a establecimientos hoteleros y complejos de departamentos agrupados según el siguiente cuadro.

Asimismo es importante la apreciación realizada por informante clave, que la oferta existente cubre las necesidades de la demanda actual, desde el punto de vista de la cantidad como la calidad, puesto que los establecimiento en funcionamiento durante la temporada en cuestión corresponden a las categorías más altas.

Distribución cuantitativa y cualitativa del alojamiento por tipo y categoría

Nº de Establecimientos	Tipo de alojamiento	Categoría	Totales
1	Hotel	***	5
1	Hotel	*	
3	Hoteles	s./c	
6	Inmobiliarias		6
4	Complejos	***	28
6	Complejos	**	
6	Complejos	*	
3	Complejos	A	
1	Complejos	B	
8	Complejos	s./c.	
5	Camping		

San Antonio Oeste y San Antonio Este

Como centros urbanos que reciben la influencia del turismo en temporada estival y otro tipo de demanda fuera de la temporada estival, registran para el caso de SAO 11 hoteles y residenciales con 142 plazas en 60 habitaciones con un factor de un 50% de ocupación durante el verano y 5 casas de alquiler particular que solo funcionan como receptoras del excedente de Las Grutas.

En SAE se registran solo un residencial con 7 habitaciones y 28 plazas y un camping con 40 plazas.

1.7 ANÁLISIS DE LA OFERTA COMPLEMENTARIA SOBRE LA BASE DE UNA SELECCIÓN Y/O MUESTRAS

Los destinos turísticos para ser desarrollados requieren como base el soporte físico de la prestación del servicio. El agente movilizador de turistas está compuesto por el atractivo que constituiría la oferta primaria y la oferta complementaria conformada por el alojamiento, la alimentación, el transporte y el esparcimiento la cual resulta imprescindible para posibilitar el disfrute.

Los servicios se caracterizan por su intangibilidad y solo pueden ser evaluados una vez vistos y probados. La calidad de los servicios se mide en el todo.

Para una primera evaluación de los servicios en el presente trabajo, se toma como referencia, el nivel de satisfacción de la demanda con los distintos servicios y la relación calidad/precio, tomado del diagnóstico correspondiente al año 1993.

En el diagnóstico citado, se describe la insatisfacción de la demanda en relación costo/calidad de los servicios y la calificación de los precios entre caros y muy caros, datos vertidos por el 53% de los encuestados.

Sin duda alguna este constituye uno de los atributos que mayor debilidad presentaba, situación esta que se evidencia en virtud del posicionamiento desfavorable revelado por los datos.

No obstante, resulta de esencial importancia una nueva medición dado que los cambios desde la fecha citada, en la calidad y la cantidad de servicios, son muy significativos.

Descripción de la Gastronomía

Los datos para efectuar la presente descripción fueron tomados de la Secretaría de Turismo Municipal, en donde no se encuentran especificadas las categorías prefijadas en el decreto Provincial del año 1974², pero se tomó una clasificación realizada en el Plan Operativo para la Baja Temporada, "A" "B" y "C", la cual fue basada en la observación directa y por lo tanto ajustada a la composición local en el cual se tomaron los siguientes criterios:

- Estructura edilicia y decoración
- Instalaciones (cocina y baños)

² El decreto provincial 75/74 que establece el régimen de la actividad de restaurantes y casas de comidas, registrados y regulados por la Secretaría de Turismo, en donde se clasifican en las categorías de lujo, especial, primera, segunda tercera, única, cuyos distintivos serán de 6 a 1 tenedor respectivamente

- Tipo de menús
- Servicio de camareros
- Precios
- Presentación de espectáculos
- Servicio de base y complementarios

La oferta de gastronomía en - Las Grutas, durante la temporada alta está integrada por 15 restaurantes de los cuales el 26% corresponden a la categoría "A", el 40% a la categoría "B" y el 34% a la categoría "C". Los mismos tienen una capacidad en total de 1200 cubiertos sin considerar las posibles rotaciones. Se completa dicha oferta con las casas de comida que suman un total de 4 rotiserías y 7 confiterías.

Durante la temporada baja, la oferta gastronómica prácticamente no presenta reducción, puesto que de los restaurantes que funcionan durante el verano cierran sus puertas cuatro de ellos y solamente una confitería.

Para San Antonio Oeste se contabilizan 6 restaurantes (5 categoría "B" y 1 categoría "C"), 3 rotiserías y cuatro confiterías que funcionan durante todo el año con el público local y con una baja incidencia en la temporada estival.

En San Antonio Este, está representada por 5 restaurantes (categoría "C") y 3 confiterías.

Esparcimiento

Las actividades de esparcimiento están representadas por excursiones, actividades náuticas, actividades deportivas como así también actividades culturales y recreativas en general.

En Las Grutas durante la temporada alta se pueden realizar excursiones terrestres de medio día o día completo para lo cual la oferta cuenta con dos empresas de viajes y turismo. Para los paseos acuáticos, se cuenta con tres empresas una de las cuales ofrece excursiones de buceo tanto para buzos profesionales como para bautismo submarino.

Tres empresas de alquiler de *Fourtrax* proveen a la demanda este tipo de vehículos en forma libre para paseos en determinados sectores (esta actividad resulta conflictiva desde el punto de vista ambiental, tanto par el recurso natural como las dificultades que ocasionan en el tránsito, por lo tanto se considera necesario evaluar, y regular teniendo en cuenta el marco legal ya establecido (ver anexo legal).

En la playa se realizan deportes organizados por la Secretaría de Deporte de la Provincia y campeonatos de jerarquía tales como el Beach Voley, Beach Hand Ball y otros. Asimismo en la 7° bajada se encuentra un complejo incluyendo un tobogán de agua.

Desde el punto de vista deportivo el lugar cuenta con un Polideportivo en donde se realizan competencias en espacio cerrado.

La oferta de esparcimiento nocturno consiste en paseos por las peatonales en el centro comercial, donde se ofrece teatro callejero, títeres mimos y todo tipo de funciones para grandes y pequeños. Constituye un paseo en sí mismo la feria artesanal ya descrita en el punto 1.3.

En el salón de usos múltiples localizado en el acceso a la segunda bajada se ofrece el verano cultural con distintos espectáculos de artistas regionales.

El casino complementa la oferta para adultos no solo en su interesante sala de juegos, si no por los espectáculos que presenta cada noche, asimismo para la juventud el lugar ofrece dos discotecas y un salón de juego de bolos.

Otra actividad importante es la Fiesta Nacional del Golfo Azul que se realiza en el mes de Febrero durante una semana con artistas nacionales y eventos típicos gastronómicos.

Distintos tipos de parques de diversiones y juegos para niños se localizan en distintos sectores de la ciudad los cuales son de carácter temporal exceptuando la plaza tradicional con juegos para niños.

Para la baja temporada permanecen en funcionamiento las agencias de viajes y turismo, las excursiones de buceo, en *fourtrax*, actividades en el polideportivo, y la clásica plaza para los niños.

La reducción de la oferta de esparcimiento afecta sobre todo al segmento de jóvenes quedando como única opción de esparcimiento nocturno El Casino que presenta espectáculos los fines de semana o bien trasladarse hasta San Antonio Oeste en busca de otro tipo de diversión.

En San Antonio Oeste, la oferta de recreativa está programada en general para la población local, y está compuesta por un Casino, dos discotecas y una sala de cine – teatro, con funciones durante los fines de semana.

Para los niños, la ciudad cuenta con la tradicional plaza de juegos y un “Pelotero”, y algunas actividades programadas por diferentes instituciones del lugar que se realizan esporádicamente. El lugar cuenta también con un club náutico, que ofrece distintas disciplinas deportivas, para niños, jóvenes y adultos.

Dentro de la oferta cultural se incluye el Museo Municipal, el cual puede ser visitado durante todo el año. Las excursiones que se realizan visitando la ciudad en los distintos circuitos se encuentran organizadas por las Empresas de Viajes y Turismo de Las Grutas.

En San Antonio Este, como opción cultural para el turista se encuentra la colección “Vici” y se pueden realizar paseos náuticos desde el muelle.

Las opciones recreativas nocturnas son muy escasas y están dirigidas al sector portuario.

Transporte

El servicio de transporte se analiza en forma genérica para los distintos centros urbanos, debido a que desde el punto de vista turístico es necesario conocer los medios de acceso al área en general.

En primer lugar cabe mencionar que el medio de transporte más utilizado es el automóvil. No obstante un importante flujo de demanda que proviene del alto valle arriba en ómnibus. Y el medio menos utilizado corresponde al transporte aéreo.

Los servicios de transporte existentes son:

Aéreo:

Desde y hacia Buenos Aires en el Aeropuerto local, una frecuencia semanal. El mismo tramo desde la ciudad de Viedma (180 Km.), una frecuencia diaria. Más dos frecuencias semanales en otra compañía.

Ferrovionario:

Desde y hacia San Carlos de Bariloche, dos frecuencias semanales, con las mismas frecuencias hacia la localidad de Viedma. (cabe destacar que el traslado en tren puede ser utilizado como un atractivo en si mismo).

Omnibus:

Este tipo de transporte conecta el área a todo el país con muy buenas unidades de servicio, teniendo a Buenos Aires cinco frecuencias diarias, con dos opciones en servicio ejecutivo, coche cama. Hacia el sur y el valle de Río Negro y Neuquén, también cinco frecuencias diarias y para el resto del país, se presta un servicio de por lo menos una frecuencia diaria. Además el área se encuentra interconectada por una empresa de transporte interurbano, que en temporada estival cuenta con un servicio cada media hora, SAO-Las Grutas el que se mantiene para la baja temporada con una frecuencia cada hora, y durante todo el año mantiene dos frecuencias diarias a San Antonio Este.

Otro tipo de transporte es el turístico ya sea para recorridos largos o cortos, regulares o convencionales o de traslado en circuitos cerrados. Los vehículos utilizados son ómnibus, microómnibus, rurales y remises. Este tipo de transporte se encuentra regulado por el decreto 1225/72.

Es importante destacar la necesidad de la construcción de una nueva terminal que nucleee a todas las empresas que arriban al área.

Se han presentado proyectos que ofrecen espacios con alta concentración de servicios pero hasta la actualidad no se ha definido dicha situación.

1.8. ANÁLISIS DE LA POLUCIÓN ESTÉTICA DE LA INFRAESTRUCTURA (ARQUITECTURA, CARTELERÍA, ETC.)

1.8.1. Introducción. El marco para la sostenibilidad

La ecología y la tecnología apenas acaban de dejar a un lado su eterno enfrentamiento, para superar los límites de su confrontación ideológica. Hoy en día, las estrategias para lograr un desarrollo sostenible integran necesariamente ambos campos, en una nueva y audaz visión del futuro.

La **sostenibilidad**, el término que la conferencia de Río en 1992 hizo famoso, se está introduciendo en todas las actividades humanas, y las disciplinas del diseño y la planificación urbanas no son una excepción. Sus nuevos objetivos son el diseño y el desarrollo de la gestión en comunidades humanas sostenibles.

Idealmente, la ciudad debe ser considerada como un ecosistema en que la comunidad de seres vivos que en ella habita y su entorno funcionen como una unidad ecológica equilibrada.

Sin embargo muchos asentamientos humanos, aunque hayan sido diseñados, construidos y habitados por seres humanos, no consiguen proporcionar un entorno adecuado para la interacción social y la vida comunitaria.

El nuevo urbanismo apoya la “**rehabilitación**” de pueblos y centros urbanos existentes en el seno de áreas metropolitanas coherentes, la reconfiguración de suburbios desparramados en comunidades de auténticos barrios y diversos distritos, la conservación de los entornos naturales y la defensa del patrimonio arquitectónico.

Estos y otros proyectos han buscado sus raíces en la arquitectura popular como opción más discreta y respetuosa con el entorno.

Lo más habitual es que los urbanistas no dispongan de un terreno virgen donde aplicar sus nuevos conceptos urbanísticos partiendo de cero. De hecho, el urbanismo sostenible debería centrarse primordialmente en restaurar zonas urbanizadas degradadas antes que en urbanizar las valiosas y cada vez más escasas áreas naturales.

Es por ello, que actualmente se utiliza el concepto **revitalización**, evocando acción de insuflar nueva vida a un tejido urbano agotado. Los proyectos de revitalización introducen o restauran el equilibrio en el seno de un ecosistema urbano dañado o defectuoso.

La sostenibilidad solo será factible si, entre otras cosas, se consigue crear una mayor conciencia entre la gente sobre las implicancias negativas que tienen ciertos modos de vida. Para que surja tal conciencia, los seres humanos tanto individual como comunitariamente, deben empezar por creer realmente que la salud de la tierra es una tarea común y compartida, que este planeta es nuestro único hogar, y que si queremos detener el deterioro ambiental, hay que reconsiderar seriamente nuestros modos de vida urbana.

Para que pueda producirse este cambio radical, todos nosotros hemos de empezar a sentirnos tanto parte de la solución como parte del problema. El **compromiso** es la auténtica clave para el desarrollo de comunidades humanas sostenibles.

Los **países turísticos**, han sido protagonistas de un crecimiento desordenado y tan rápido que ha roto el entorno ecológico a favor de la expansión constructiva y en muchas ocasiones ha provocado profundos desajustes urbanísticos, sanitarios, y sociales.

Los loteos y la construcción de edificios son los principales problemas que pesan sobre los centros turísticos. Los primeros debido a que provocan una expansión horizontal incontrolada, transformando en urbanas a tierras rurales, algunas con decenios de anticipación a las necesidades reales del núcleo urbano central.

En el caso de la **costa bonaerense** se destaca la rápida reposición edilicia producto de la actividad turística que significó la irracional destrucción de paisajes y ámbitos urbanos de calidad. Esa dinámica de cambio en los barrios, sectores de servicios etc. Consiguió hacer desaparecer en pocos años la estructura original de su centro o áreas de interés a causa de la especulación inmobiliaria primaria: el loteo indiscriminado que no permite consolidar el tejido urbano, junto a la especulación inmobiliaria secundaria: los servicios, que conjuntamente producen un cambio tan acelerado que en el término de pocas décadas logra modificar un área o sector donde la participación del residente permanente o temporario en este cambio es nula, ya que el mismo se produce sin que el habitante se de cuenta y sin que, a veces, tenga posibilidades de elegir el destino del mismo. Actualmente en la mayoría de los mismos se están tomando medidas de contingencia para reparar los daños ambientales producidos.

La costa mediterránea española

El desarrollo turístico de España empezó en los años 40, concentrándose en la zona del litoral marino, principalmente en la costa mediterránea. En los años 50-60 estos pueblos de pescadores y pequeñas villas sufrieron una transformación radical por la afluencia cada vez más frecuente de turistas de países centroeuropeos. La falta de planificación y de una normativa urbanística que regulara el crecimiento de los núcleos poblacionales de la

costa mediterránea condujeron a una expansión sin control, sin respetar los valores naturales ni paisajísticos que ofrecía el litoral.

La concentración masiva de infraestructuras turísticas hizo desaparecer la mayor parte de las singularidades que caracterizaban a los cascos urbanos y, con el paso de los años, gran parte de las edificaciones ancestrales desaparecieron en detrimento de modernas unidades de departamentos que surgían por doquier, supliendo la falta de plazas residenciales en los meses de mayor afluencia de turistas.

Actualmente, se presenta una recesión del turismo de masas procedente del extranjero, ya que el público potencial está empezando a buscar menos aglomeración y mayor calidad de vida en los lugares de veraneo. Por ello gran parte de estos núcleos turísticos cada vez tienen más problemas para ocupar las plazas ofertadas.

El resultado final puede ser definido como **polución estética urbana**, que constituye uno de los tantos aspectos del empobrecimiento cultural que afecta la ciudad de hoy, con la consecuente secuela de pérdida de identidad, lo cual significa encaminarnos hacia una ciudad carente de características propias que la identifiquen y diferencien de cualquier ciudad contemporánea.

1.8.2 Análisis de los Antecedentes Históricos, Participativos, y de la situación actual

SAN ANTONIO ESTE

a) Antecedentes Históricos

El puerto de San Antonio Este nace a principios de siglo, ante la búsqueda de lugares más aptos para la navegación y el comercio que el puerto de Carmen de Patagones.

Es así como, diversas casas de comercio de esa zona decidieron instalar sus galpones de acopio de los frutos del país, estableciendo el primer asentamiento.

Pronto contó el mismo con Prefectura, Aduana, Registro Civil y Juzgado de Paz, además de Oficina de Telégrafo, y más tarde con un Faro en el sector oeste de Punta Villarino, constituyéndose en una avanzada en la zona. Alrededor de 1903, se lo conocía como Saco Viejo, Puerto San Antonio, y luego San Antonio Este, casi cronológicamente.

Fue punto final de tropas de carros que venían de toda la zona de influencia; y punto inicial del envío de todo lo que traían los barcos:

mercaderías, víveres, materiales de construcción y, a veces, también personas.

Con la apertura del puerto de San Antonio Oeste el mismo deja de funcionar y es recién el 9 febrero de 1983, cuando se inaugura oficialmente con el arribo del Aviso ARA Sobral, un pequeño barco de la Armada Argentina, que había actuado el año anterior en la guerra de Malvinas.

b) Antecedentes de participación comunitaria

En el **Primer Foro de Ideas realizado en octubre del 93**, se mencionan estas playas como una futura alternativa a las del Balneario Las Grutas, debiendo realizarse una planificación adecuada, y en el **Taller de participación ciudadana de marzo de 2000**, se destacaron problemas de tipo de accesibilidad y propiedad de las tierras.

c) Análisis de la Situación actual.

El desarrollo urbanístico de San Antonio Este es incipiente, con poca población de tipo estable y construcciones afectadas especialmente a las instalaciones portuarias. Desde el punto de vista paisajístico, el mismo se encuentra integrado, sin producir impacto visual negativo desde la costa, y por el tipo de cargas que se transportan no presenta riesgos de impacto ambiental.

En las encuestas realizadas para el presente trabajo, aproximadamente un 50% de los encuestados opinó que sería necesario modificar el estilo edilicio actual, la costanera, asfaltar y regular el crecimiento urbano. En cuanto a la necesidad de contar con veredas un 76% opinó favorablemente, un 92% opinó que se necesita más forestación y un 91% cree que es fundamental preservar la costa.

Actualmente el mismo es uno de los atractivos que se visitan dentro de las excursiones, resultando altamente satisfactorio para los visitantes, por su ubicación geográfica con respecto a la bahía y su referencia histórica.

SAN ANTONIO OESTE

a) Antecedentes Históricos

El origen de San Antonio Oeste se remonta a principios de siglo, cuando surge la necesidad de buscar un lugar alternativo al puerto de San Antonio Este, debido a los inconvenientes que presentaba este puerto como el difícil acceso para las tropas de carros y la falta de agua potable la cual se hallaba lejos del asentamiento primitivo en los jagüeles con molinos de viento que estaban ubicados en la zona de médanos.

Así comienza una búsqueda de lugares con profundidades que permitieran la navegación de pequeñas y medianas embarcaciones para realizar el

tráfico desde y hasta Villarino. Finalmente se instalan en la Caleta del Oeste, brazo que se adentraba en ese rumbo desde la Bahía, permitiendo con marea alta la navegación.

En el año 1905, se intensifican las acciones, y sus protagonistas fueron marinos y comerciantes de la firma Contin, Benito y cia, y Sassemberg y cia. Es así como la firma comercial nombrada en segundo término, el día 10 de Julio de ese año, tal como consta en los libros de la empresa, comienza la construcción de la primera barraca y dependencias, lo que se tornó en un hecho fundacional, y que, con muy buen criterio, se rescató como la fecha de fundación del nuevo emplazamiento.

Así, comienza progresivamente su desarrollo, convirtiéndose en el pueblo más importante de la Patagonia hasta los años 30.

Apenas a tres años de su fundación, en 1908, se suma al pequeño pueblo-puerto, la construcción del Ferrocarril al Lago Nahuel Huapi, cambiando en forma abrupta las costumbres de sus habitantes.

Es bueno recordar que hasta ese año carecía San Antonio de plano de mensura; el crecimiento edilicio respondía a las necesidades que se iban planteando, lógicamente bordeando "la marea" que era el motivo de su subsistencia.

A fines del año 1908, llegan los primeros técnicos, siendo su máximo referente el Ingeniero Guido Jacobacci; se fueron incorporando, luego, cientos de obreros, que comenzaron a descargar de los barcos los materiales y elementos para comenzar el tendido de las vías.

Las primeras casas para los funcionarios se hicieron mirando al mar, en un sector de mayor privilegio visual y tuvieron una particularidad no común para el San Antonio de entonces, eran totalmente de madera, incluida la más imponente de la época, donde vivió el Ing. Jacobacci, marcando la diferencia de las construcciones hechas hasta ese momento, que eran de chapas acanaladas, clavadas al revés que en otras partes; muchas de las cuales pueden ser observadas en los sectores más antiguos de la ciudad,



habiéndose recuperado algunas como el antiguo hotel Siglo XX, ubicado sobre la calle más antigua del pueblo, donde estaban la mayoría de las casas de comercio, hoy Avda. Hipólito Irigoyen, o la casa donde hoy funciona el Museo Histórico Municipal, inaugurado el 10 de julio de 1996, tal vez una de las más bonitas de las que

iniciaron el poblamiento, traída desde el Saco Viejo e instalada en su emplazamiento actual en 1907. Otras construcciones muestran distintas épocas de esplendor; desde 1915 en adelante comienzan a construirse edificios de ladrillos que reemplazarían a las viejas casas de chapas y maderas: entre ellas la primera sucursal del Banco de la Nación Argentina, la antigua casa Lahusen, hoy banco de Río Negro, la Sociedad Italiana de Socorros Mutuos y el Palacio Municipal.

Estas construcciones, forman parte del patrimonio histórico de la ciudad, mediante ordenanza N°1714/2000, y son el fiel testimonio de una época, erigiéndose en un atractivo turístico que integrado al sector del puerto pesquero forman parte del circuito obligado de visitantes y lugareños.

Por 1929, el panorama cambia fundamentalmente al convertirse San Antonio Oeste en escala de vuelos de la Aeroposta Argentina, línea aérea comercial que cubría la ruta desde Bahía Blanca a Comodoro Rivadavia. Entre los pilotos afectados a este recorrido se rescatan los nombres de Vachet, Mermoz y Saint Exupery.

En su honor lleva el nombre el Aeropuerto situado en la ruta hacia Las Grutas y frente al mismo se encuentran los antiguos jagüeles que proveían de agua a la localidad, problema que persistió hasta el año 1972, cuando se construye el canal Pomona-San Antonio.

En la década del 80 con la inauguración del puerto de San Antonio Este y el crecimiento explosivo del turismo en las grutas se produjo una reactivación en la economía de la ciudad.

b) Antecedentes de Participación comunitaria

En el **Primer Foro de Ideas de Octubre del 93**, se menciona que la ciudad tiene identidad propia, por lo cual debería conservarse, rescatando zonas potenciales como los sectores ferroviarios y funcionando como un satélite de servicios turísticos del Balneario Las Grutas y una opción para turistas y residentes.

Dentro del **Plan de Ordenamiento Ambiental**, en el marco del Primer Taller de Participación ciudadana, se mencionaron como problemas la deficiente ubicación del parque industrial en SAO, contaminación del aire por industrias, sobredimensionamiento de la infraestructura ferroviaria, urbanización de bajos inundable, indefinición de ejidos colindantes, exceso de baldíos, sectorización de la trama urbana por vías del FFCC, accesos peligrosos y antiguas canteras que limitan el desarrollo, negación de la trama urbana de SAO a la bahía, dispersión de la planta urbana (SAO y LG), chatarra en el puerto de SAO.

c) Análisis de la situación actual

Afortunadamente, debido a que el crecimiento turístico se produjo en el Balneario Las Grutas, esta localidad no ha recibido un fuerte impacto urbano, manteniendo las características de un típico pueblo patagónico, lo que le brinda un potencial de puesta en valor futuro.

De lo expresado comunitariamente en los distintos foros de participación y las encuestas anexas, hay un porcentaje muy alto de convencimiento en cuanto a la necesidad de un ordenamiento urbanístico- ambiental, con un fuerte enfoque hacia el desarrollo sustentable.

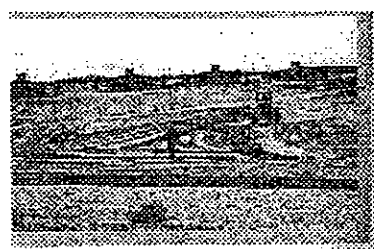
Con la promulgación de la ordenanza de Patrimonio Histórico se ha iniciado un trabajo de rescate histórico, el cual seguramente significará una oportunidad para que la población identifique la oportunidad de mantener el estado actual del mismo, encontrando su propio perfil turístico.

LAS GRUTAS

a) Antecedentes Históricos:

Desde principios del siglo pasado, la zona de San Antonio Oeste ha sido un destino recreativo para los primeros pobladores locales, los cuales utilizaban las playas aledañas, concentrándose la población en la mencionada localidad. En el año 1938 Dn. Héctor Izco y un grupo de amigos edificaron la primera construcción en el actual Balneario Las Grutas, instalándose en 1950, el primer prestador de servicios (el boliche de Espinoza).

Sin embargo debieron pasar algunos años y otras etapas fueron sucediéndose en el tiempo para que el Balneario Las Grutas tomara la importancia que hoy detenta.



El año 1960 puede ser considerado como el de mayor ímpetu organizativo: hubo necesidad de conformar el asentamiento destinado a los vecinos de San Antonio, con el objetivo de ser un lugar de descanso, durante los fines de semana de los calurosos veranos patagónicos.

Se forma así la Comisión Honoraria Municipal Pro- Formación del Balneario Las Grutas, quien realiza el primer loteo de apenas 18 "manzanitas" que hoy forman el casco viejo de la villa.

Los primeros 66 lotes son vendidos a los vecinos interesados en construir, otorgando un año de gracia para el comienzo de las obras.

Es importante destacar que dichas construcciones se asumían con todos los inconvenientes imaginados, ya que no sólo había que trasladar los materiales y la propia gente afectada a la construcción desde San Antonio, sino que tampoco se contaba con título de propiedad sobre la tierra.

En esta época se comenzaron, también las primeras obras de infraestructura, como la escalera a la playa y el paredón que demarcaba el límite entre el acantilado y la costanera de lo que hoy se conoce como Primera Bajada.

Este primer loteo se amplió unos años después hacia el sector de la Segunda Bajada, y el interés despertado por otros inversionistas, pronto la convirtió en el Balneario de la Provincia, con fuerte inserción en la actualidad en el ámbito nacional.

Así, se dio origen a la ciudad balnearia que se desarrolló explosivamente a partir de la década del 80 en que los habitantes de San Antonio y del Alto Valle construyeron su "segunda residencia" y lentamente desarrollaron una oferta de alojamiento hotelera y extrahotelera con una estacionalidad estival marcada entre los meses de diciembre y marzo.



El interés de los inversionistas y el crecimiento acelerado que presentaba el nuevo balneario, despertaron la preocupación de autoridades y vecinos quienes a partir de 1984, buscaron darle un perfil edilicio identificatorio, teniendo en cuenta para ello determinadas características

o elementos fundamentales de la zona como su sistema de vida, la pesca, un "oasis" en la estepa patagónica, pero siempre pensando en una opción de sol y playa como elementos fundamentales para la venta del producto.

Para ello se recurrió al artista plástico Paez Vilaró, quién visitó el lugar, siendo nombrado padrino del Centro turístico, y realizó dos murales y bosquejos de lo que más tarde sería el logo que representaría a la Villa, marcando el origen del estilo "casapueblo", inspirado en la Costa Sur de España y norte de Africa, con paredes blancas, de forma irregular, ondulaciones y huecos.



Dentro de este estilo, en el año 87, comienza la construcción del muro de la bajada 0 y más adelante, se levanta el muro de la Tercera Bajada (Margen izquierdo)

Esta obra se construye sobre el médano cortando de este modo el ecosistema costero, y utilizándose actualmente como lugar de estacionamiento.

Hacia el año 1991 se inició la construcción del Complejo Casablanca, a cargo del Arquitecto Cadmio, emulando la característica arquitectónica del muro de la Costanera y la ya utilizada en la construcción de las casas del Sr. Barba, el Sr. García Belber, y el Complejo Villa del Mar.

b) Antecedentes de Participación comunitaria

En **octubre de 1993** se realiza el **Primer Foro de Ideas** sobre el Crecimiento de Las Grutas, organizado por el Ministerio de Turismo de Río Negro en donde participaron distintos especialistas en desarrollo urbano y pobladores locales. En las conclusiones se menciona que una vez establecidas las prioridades del espacio público y los tipos de programa privados deseables, se deberían definir las estrategias de desarrollo urbano del balneario Las Grutas, las cuales deberían ser flexibles y basadas en claros objetivos.

Como aporte de este foro se mencionaron las siguientes **estrategias posibles a desarrollar:**

- Rediseñar la costanera como un paseo de pérgolas que generen sombras, asientos y miradores hacia el mar. Mejoramiento y extensión de la calle peatonal.
- El “Barrio Histórico” debería ser demarcado con un color especial que lo particularice.
- Transformar las plazoletas inmersas en la amplia faja de terreno que deja la ruta al entrar a la ciudad en un parque lineal muy forestado.
- Transformar a Las Grutas en centro juvenil del Atlántico patagónico.
- Establecer una política de diseño y forestación de los espacios públicos.
- Colocar arbustos en los jardines de los frentes retiros de las viviendas particulares.

En **agosto de 1997** se realizó una **jornada para delinear el perfil turístico** de Las Grutas, organizada por la Corporación de Turismo, comercio e Industria de la mencionada localidad, en la misma y con la

presencia de autoridades municipales y provinciales se consensuaron los siguientes puntos:

1. Desarrollar un plan urbanístico:

Definición y posterior aplicación de estrategias político-técnicas, privadas y públicas que nos permitan hacer un uso racional del medio natural, mediato e inmediato, con fines turísticos, a partir de la construcción de la infraestructura necesaria para cumplir dicho objetivo.

2. Prioridad la Avenida Costanera como espacio público por excelencia del balneario:

Debe ser rediseñada como un producto turístico. Debe ser el espacio unificador de la ciudad y estar dotada de la infraestructura necesaria para brindar al turista espacios de uso público complementarios al de la playa.

3. Redimensionar la oferta de camping y reubicar los actuales:

A partir de los objetivos turísticos que se determinen se deberá poner especial cuidado en cuantificar y cualificar la oferta de camping. El porcentaje de la misma será seguramente inferior al actual, su oferta complementaria a la de departamentos, hoteles, hosterías etc, y no competitiva. Esto supone la necesaria reubicación de los predios destinados para la actividad que obviamente dejarán los sitios de gran privilegio que hoy ocupan dentro de la ciudad.

4. Reconvertir y consolidar la planta urbana de Las Grutas:

Es necesario tender a la densificación óptima de la planta urbana de Las Grutas, estableciendo criterios claros de crecimiento hacia la periferia y de reconversión hacia el centro, destinando las reservas de espacios libres existentes, de carácter privado, público y semipúblico (Avda. Río Negro, camping, etc.) al desarrollo de proyectos de carácter colectivo que brinden mejores servicios a los turistas.

5. Establecer normas para el manejo de espacios naturales y el diseño de la imagen de los espacios urbanos:

Se establecerán normas que faciliten la conservación y el uso de los espacios naturales con cualidades turísticas, como así también aquellas que ayuden a mejorar el espacio público, por ejemplo elevar la calidad y la imagen de la construcción privada fomentando uno o varios estilos, manejar coherentemente los sistemas de información y señalización y construir el mobiliario urbano mínimo indispensable, todo esto tendiente a elevar la calidad de vida.

Actualmente está en proceso el **Plan de Ordenamiento Ambiental, Territorial y Urbano de la Región de San Antonio Oeste, Puerto de San Antonio Este y Balneario Las Grutas** y en este marco el 8 de marzo

del 2000 se realizó el Primer Taller de Participación Comunitaria, en donde se analizó la situación actual de Las Grutas, en esta segunda etapa de su ciclo de vida, caracterizada por un fuerte crecimiento, proceso que puede modificar a través de una estrategia de consolidación su tejido urbano.

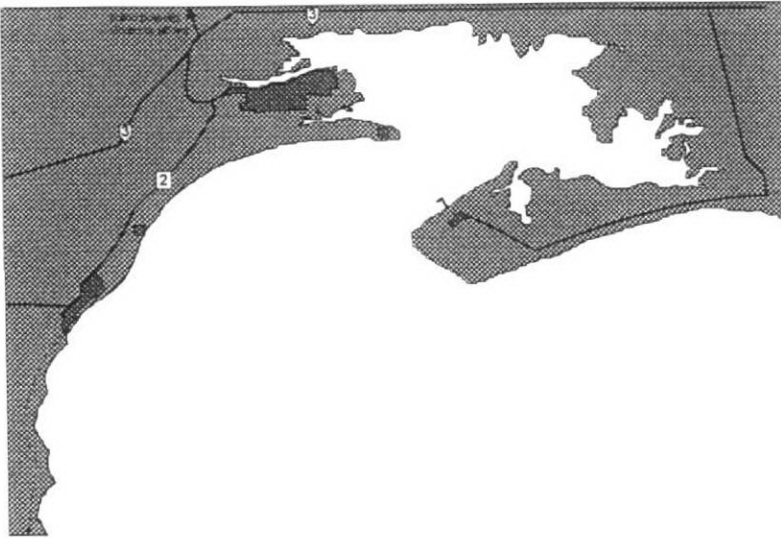
Se destacaron algunos conceptos como la falta de pautas de calidad turística, el ordenamiento de la circulación vial, y la mención del crecimiento de las plantas urbanas de acuerdo a presiones y contingencias ajenas al interés común.

c) Análisis de la situación actual:

En el caso de la Bahía de San Matías, y concretamente en el caso del núcleo poblacional de Las Grutas, el desarrollo urbanístico y turístico todavía no ha llegado a alterar de forma irreversible los muchos atractivos que ofrece la zona.

1.9 ANÁLISIS DE INFRAESTRUCTURAS BÁSICAS

A continuación se realiza una descripción general sobre fuentes secundarias, de la infraestructura existente en los tres centros urbanos, requiriéndose posteriormente un análisis en conjunto con las distintas instituciones y sectores involucrados directamente, sobre las deficiencias en las distintas épocas del año. Asimismo, se describen las instalaciones de seguridad civil y de la costa, incluyendo además la caracterización de la planta ALPAT.



Las Grutas

Las rutas que permiten el acceso desde la Ruta Nacional N° 3, son la ruta provincial N° 2, que comunica a San Antonio y Las Grutas y el nuevo acceso hacia el sur de Las Grutas. Ambas se encuentran asfaltadas y en buen estado, observándose en el acceso norte la falta de carteles indicativos y motivacionales.

La planta urbana de Las Grutas, abarca 300 hectáreas, dividiéndose en las siguientes zonas, con los respectivos factores de ocupación establecidos según corresponda como así también los tipos de uso permitidos, según el código urbano de la Municipalidad de San Antonio Oeste:

◆ Zona Residencial (R):

FOT: 0,8

FOS: 0,5

Uso Predominante: residencial c/vivienda colectiva e individual, hoteles

Uso Complementario: Comercio diario, restaurante, confitería (no bailable), consultorios médicos, primeros auxilios, educación.

Retiros: de frente: 2,50 m. Lateral: 2,70 m. (por un lado). Fondo: 1/4 área del lote

(esquina exceptuada)

◆ **Zona Residencial baja densidad (R1):**

FOT: 0,6

FOS: 0,4

Uso Predominante: vivienda individual

Uso Complementario:

Construcciones en PB y no más de un piso.

Retiros: fondo: 7 m. Laterales: 3 m. x dos lados. Frente 5 m.

◆ **Área Residencial (R2):**

FOT: 0,8

FOS: 0,5

Uso Predominante: vivienda individual.

Uso Complementario: Comercio diario en no más de dos lotes por cuadra.

Construcciones en PB y no más de un piso

Retiros: de frente: 2,50 m. Lateral: 3 m (por un lado). Fondo: 7 m.

◆ **Centro de Servicios (CS):**

FOT: 1,00

FOS: 0,6

Uso Predominante: administrativo público y privado, comercial periódico y ocasional, sala de reunión, confitería, restaurante, hotelería, vivienda colectiva, amenidades.

Uso Complementario: vivienda individual, comercio diario, culto, consultorio médico, primeros auxilios.

Fondo libre de manzana: 1/3 área del lote (esquina exceptuada)

◆ **Zona de uso Mixto (UM):**

FOT: 0,7

FOS: 0,5

Uso Predominante: depósitos con exposición y venta al público, taller, artesanías y pequeñas industrias.

Uso Complementario: vivienda individual única ó anexa a comercio, comercio diario.

Fondo libre de manzana: 1/3 área del lote (esquina exceptuada).

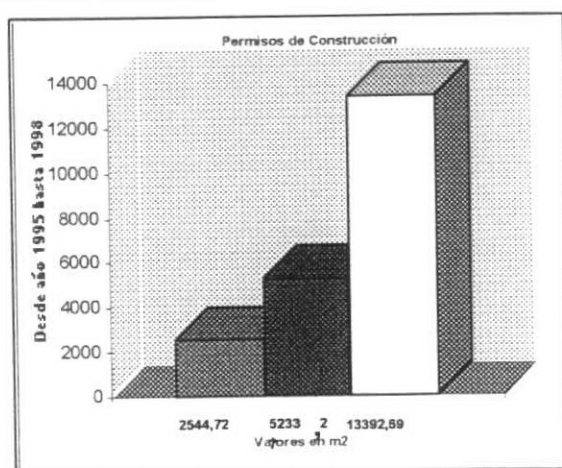
Estacionamiento: carga, descarga y operaciones dentro de los límites de la parcela

◆ **Zona de servicios de ruta (SR):**

Uso Predominante: equipamiento para el transporte automotor, estación de servicio, taller, motel, comercio diario, restaurante

Uso Complementario: una vivienda por parcela para dueño o encargado.

Crecimiento Urbano:



Valores de las tierras:

Se establecen los siguientes valores para la adjudicación de Tierras Fiscales en Planta Urbana Las Grutas:

▪ Terraza Mar Fte, por m2	\$ 5,33
▪ Terraza Mar Resto, por m2	\$ 5.00
▪ Servicio Ruta, por m2	\$ 9.00
▪ Zona Country, por m2	\$ 12.00
▪ Zona Camping, por m2	\$ 5.50
▪ Golfo Azul "R", por m2	\$ 16.00
▪ Golfo Azul "RP", por m2	\$ 19.00
▪ Golfo Azul "C", por m2	\$ 21.00
▪ Golfo Azul "Amp", por m2	\$ 14.00
▪ Zona "UM", por m2	\$ 19.50
▪ Bucha Lauquen (frente)	
- Hasta 200 m2	\$ 5000
- Excedente por m2	\$ 25.00
▪ Bucha Lauquen (resto)	
- Hasta 200 m2	\$ 4000
- Excedente por m2	\$ 25.00
- Zona "R" centro, por m2	\$ 25.00

♦ Los servicios:

El servicio de agua potable abastece suficientemente a todo el ejido urbano. El alumbrado público cubre las necesidades básicas, la red cloacal abarca sólo el 60% del Centro Turístico y la red de gas natural cubriría el 70 % del total. El tipo de tratamiento de efluentes corresponde a una planta de filtrado y clorado, bombeo de efluentes tratados y laguna colectora. La planta de impulsión de los líquidos cloacales, en períodos de máxima ocupación de temporada alta, suele saturarse con el consecuente desborde, filtrando sobre el cañadón siguiendo la gradiente hacia el mar.

♦ **Infraestructura sanitaria:**

El centro de Salud cuenta con el siguiente equipamiento: Oxígeno con bolsa de reanimación, Camillas, Tensiómetro, estetoscopio, Balanza Pediátrica, Laringoscopia, Armarios, medicamentos varios, Tabla-férula de traslado, Férulas inflables, Cuellos de Filadelfia (inmovilizadores). El personal estable de dicho Centro está conformado por médico clínico, enfermeras, odontóloga, obstetra y pediatra. En la temporada estival se refuerza el personal.

♦ **Infraestructura educativa:**

Hay tres establecimientos que cubren las necesidades de la población. Jardín de infantes en dos turnos, Escuela primaria en dos turnos, escuela para adultos nocturna y Centro de enseñanza Media con Modalidad Turística que cuenta con dos turnos.

♦ **Informes turísticos:**

La oficina de informes funciona en la Delegación Municipal, contando con un amplio horario de atención durante la temporada estival, como así también en la temporada baja.

Cuenta con personal capacitado, a través de cursos para informantes turísticos y con un material indicativo, informativo sobre la oferta primaria y complementaria.

♦ **Cartelería turística:**

Se encuentra en el lugar sobre las distintas bajadas y en los distintos accesos carteles informativos. Los mismos tienen dimensiones de 2x2 m. siendo en algunos casos imperceptibles.



San Antonio Oeste:

Esta población cuenta con 5144 viviendas en 126 manzanas con una orientación de sur a norte, estando las calles céntricas asfaltadas y las restantes consolidadas con buen material.

◆ Los servicios:

El agua es transportada a través del canal Pomona-San Antonio (1972) el cual puede llevar un caudal de 7m³/s abasteciendo el área con holgura. La alimentación de gas natural a esta región se realiza mediante una derivación del gasoducto troncal General San Martín. La derivación a la ciudad se realiza con un tramo de gasoducto de 10" absteniendo suficientemente al lugar. El alumbrado público cubre las necesidades básicas y carece de una red que recoja los efluentes cloacales, utilizándose pozos negros que filtran a través de las napas hacia la zona de la Marea.

◆ Infraestructura Sanitaria:

Cuenta con un hospital y una clínica privada. El hospital cuenta con dos edificios, uno afectado a la internación y el otro a atención de consultorios. El equipamiento está constituido por Ecógrafo (1), incubadora de transportes (2), equipo de rayos X (2), equipamiento e instrumental de quirófano, luminoterapia (1), equipamiento para prestaciones odontológicas (2), equipamiento para laboratorio (2). Tiene un total de Salas 11 y camas 30. El plantel del personal lo conforman 134 agentes (médicos, bioquímicos, psiquiatra, psicóloga, técnicos hemoterapistas, técnicos rayos, traumatólogo, enfermería profesional, auxiliares de enfermería, agentes sanitarios, administrativos, choferes, mucamas, lavandería, cocina, mantenimiento). Además cuenta con 4 centros periféricos incluyendo el de Las Grutas y El Puerto del Este.

◆ Infraestructura educativa:

Cuenta con seis escuelas primarias, 3 centros de enseñanza media y un instituto de enseñanza superior.

◆ Comunicaciones:

El área está comunicada con el país y el exterior por líneas telefónicas (Telefónica de Argentina) por medio de una central automática con sistema de telediscado.

San Antonio Este:

Ciudad portuaria en donde se establecen aproximadamente 200 familias con una mínima infraestructura para las actividades sociales, administrativas y culturales.



Los servicios portuarios corresponden a diferentes prestadores (Prefectura Naval Argentina, Terminal de Servicios Portuarios Patagonia Norte, Administración Nacional de Aduanas, IASCAV, Agencias Marítimas, Despachantes de Aduanas, Proveedurías Marítimas, Taller de reparaciones y otras empresas de servicios para la eficiente operativa portuaria de exportación e importación).

El puerto ubicado en la margen norte de Punta Villarino, presenta excelentes condiciones climáticas y geográficas como así también con una infraestructura conformada por un muelle de ultramar con doble frente de atraque de 200 m. de longitud en el frente exterior- denominado sitio 1- y 190 m. en el frente interno – denominado sitio 2-, por 30 m. de ancho con calados de 45 y 40 pies con marea cero respectivamente. Permite la operación de buques con una eslora máxima de 170 m. y 150 m. El calado máximo permitido es igual a la marea más alta 1.20 m.

Próximo al muelle mencionado construido en hormigón armado, se encuentra el pontón flotante destinado a la operación de buques pesqueros. Posee un calado de 24/33 pies, una eslora de 85 m., ampliada a 155 m. por una boya de amarre y 21 m. de ancho lo que permite la operación de tres buques por frente.

Ambos muelles están dotados de las defensas neumáticas, servicio de energía, agua, hidratantes contra incendio e iluminación para la operación nocturna y los máximos niveles de seguridad. Sobre el muelle se encuentra instalada una grúa eléctrica con alcance de 30 m. y capacidad de izaje de 27 toneladas.

Dentro del área existen una playa para estacionamiento de camiones, otra para acopio, consolidación y almacenaje de contenedores y tres depósitos de mercadería, todos ellos regulados por la Terminal de Servicios Portuarios.

◆ Seguridad:

Cada uno de los centros urbanos cuenta con su estación policial correspondiente. En el caso de San Antonio, según entrevista con el comisario actual, las acciones delictivas disminuyen en la temporada alta en esta localidad, no obstante se hace necesario la atención permanente del personal policial en los sectores de accesos.

La Comisaria 29° tiene a su cargo en temporada alta más de 50 efectivos, aumentándose el número de móviles para patrullaje, equipos manuales de HT, equipos de base para la zona de Piedras Coloradas y los accesos. Por lo tanto, resulta necesario incrementar y variar los planes de seguridad año tras año y adaptarlos a la problemática del momento.

La policía va adaptando los planes de seguridad y prevención a los tiempos que corren, poniendo especial énfasis en la época turística.

◆ **Destacamento San Antonio Oeste:**

La Prefectura Naval es la Institución Nacional más antigua de esta zona, su existencia precede a la fundación de SAO, luego fue trasladada del este al lugar que se encuentra actualmente en la calle Brown. Se puede decir que dicha Institución lleva aproximadamente 100 años aquí.

Se reconoce al 28 de enero de 1903 como la fecha oficial del día en que se confirma el asentamiento definitivo de la Prefectura Naval Argentina. Fue inaugurada por el Sr. Subprefecto Bernavidez. Desde la habilitación del Puerto Este en 1983, se instala un destacamento importante, como así también en la temporada veraniega en el Balneario Las Grutas. Actualmente la dependencia de Subprefectura de San Antonio Oeste se halla ubicada en la calle Brown s/n, cuenta con un personal de aproximadamente 100 agentes, cada uno con distintas funciones y cargos jerárquicos.

◆ **Jurisdicción:**

La prefectura Naval Argentina de San Antonio Oeste abarca la zona que va desde Punta Villarino hasta el Sótano (sur de Las Grutas) es decir toda la zona de la bahía de San Antonio, que es patrullada permanentemente por el guardacostas con el que cuenta dicho destacamento.

La función principal es brindar la seguridad marítima y también llevar el control de los puertos otorgando los permisos de entrada y salida de las embarcaciones.

◆ **Industrias:**

El desarrollo de la actividad turística depende exclusivamente de la existencia de atractivos ya sea naturales o culturales, que motiven el desplazamiento de corrientes turísticas, para lo cual es indispensable considerar la conservación del recurso, en el caso del Área San Antonio el atractivo natural es de vital importancia para el turismo, y el mal funcionamiento de industrias actuales y futuras podrían afectar el recurso en forma irreversible.

◆ **Pesqueras:**

Aquellas empresas y embarcaciones, tanto de origen local como extranjero, que llevan a cabo la actividad de pesca con métodos inadecuados para la conservación del ambiente natural, situación a la cual se suma el mal tratamiento de los desechos que pueden ser arrojados al mar y la generación de basurales a cielo abierto.

◆ **ALPAT: (Alcalis de la Patagonia SAIC)**

Es una planta que fue construida en la Zona de Punta Delgado con la finalidad de producir SODA SOLVAY (Carbonato de sodio), el cual se utiliza como materia prima para la fabricación de vidrios, como fundente de esmaltes y la obtención de productos tales como jabones, detergentes, pulpa de papel y tratados de agua. Para la fabricación se requiere, cloruro

de sodio (sal) que se obtiene de la Salina Bajo del Gualicho y carbonato de calcio que se extrae de la cantera de Aguada Cecilio y terminado el producto genera un desecho de grandes cantidades de cloruro de calcio, el cual es no tóxico pero de escaso aprovechamiento.

Este desecho insoluble si fuera arrojado al mar alteraría el hábitat natural en forma irreversible. Razón por la cual en la actualidad debe cumplir con las exigencias del gobierno Provincial mediante estudios de Impacto Ambiental que aún no han sido presentados. Además genera otros tipos de desechos que también deberán ser contemplados.

A pesar de haberse desarrollado el casco urbano sin planificación, éste no ha conducido a una destrucción paisajística del lugar, ya que se concentra en su mayor parte en una extensión situada al borde del acantilado, sin afectar de forma directa la costa atlántica.

Otro punto positivo es la limitación en altura de las construcciones y el bajo impacto de la cartelera, salvo en las rutas de acceso, el mismo debería ser controlado, como así también establecer pautas para una señalización e interpretación unificada.

Dentro de los efectos negativos podemos mencionar la extracción ilimitada de arena debido al avance urbano, hasta el punto de haber desaparecido la franja de médanos en algunos sectores. Se debería delimitar la zona de protección costera a fin de que las nuevas construcciones no provoquen el impacto que se presenta actualmente, tomando como ejemplo lo ocurrido en la costa atlántica bonaerense en donde la extracción indiscriminada de áridos y las prácticas inadecuadas despojaron la costa de grandes extensiones de arena que constituían el alimento de las playas.

En las encuestas realizadas para este trabajo, se refleja una tendencia hacia el ordenamiento urbano-ambiental, respetando el estilo arquitectónico, lo que muestra una identificación de la población con el estilo actual, destacándose como necesidades en orden de importancia la forestación, las veredas y el asfalto.

Las Grutas se encuentra en un punto de inflexión en su desarrollo turístico, desde el cual y siguiendo los lineamientos del desarrollo sostenible, con la puesta en valor de los atractivos y la diversificación de la oferta de servicios, será posible atraer un gran público potencial, no sólo los meses de verano sino también en otras épocas del año, sin necesidad de perder el carácter propio que distingue hoy a la bahía de San Matías.

1.10 IDENTIFICACIÓN DE MERCADOS POTENCIALES

1.10.1 Introducción

El análisis de mercado es un elemento fundamental del proceso planificador, por la importancia de relacionar entre sí los mercados de turistas y los recursos turísticos de la zona. En el desarrollo sostenible los mercados deseables son los que tienden a respetar y apreciar el medio ambiente y las sociedades locales.

Las tendencias de los mercados turísticos están cambiando constantemente. A medida que se fragmentan, van surgiendo nuevos mercados especializados. A medida que se van alcanzando los niveles de saturación, la reorientación hacia un producto y mercados de mejor calidad, se generarán los beneficios económicos deseados a partir de un número menor de turistas.

El éxito del marketing operativo y el desarrollo espectacular de la prosperidad económica de los últimos treinta años han contribuido a elevar las aspiraciones de los consumidores que, habiendo alcanzado un nivel de confort material sin precedentes, tienden hoy día a interesarse por nuevos valores. Los consumidores buscan niveles de satisfacción personal de un orden más elevado. Llegan a ser más exigentes en sus expectativas, demandan productos adaptados a sus necesidades específicas, reivindican una información completa antes de comprar, quieren productos limpios desde el punto de vista ecológico y ver satisfechas sus expectativas.

1.10.2 Principales tendencias turísticas a nivel mundial

Las administraciones locales deben estar al día respecto de las tendencias principales del turismo a nivel internacional a fin de planificar un desarrollo turístico que satisfaga las expectativas actuales y futuras de los turistas y que logre la sostenibilidad del sector.

Además de las tendencias internacionales, las autoridades locales deben identificar sus propias tendencias nacionales, regionales y locales como punto de referencia básica de su planificación turística. En muchos casos las tendencias turísticas internacionales e internas coincidirán en gran parte.

Según estudios editados por la Organización Mundial del Turismo, entre las tendencias cualitativas importantes, pueden señalarse las siguientes:

- ♦ Crece el número de turistas que desean participar en actividades recreativas, deportivas, y de aventura, y conocer la historia, cultura, naturaleza y vida silvestre de las zonas que visitan. En la actualidad los turistas son más activos física e intelectualmente que antes.
- ♦ Son cada día más los turistas que desean cultivar sus intereses y hobbies personales. Hay muchos tipos de turismo especializado basado en la naturaleza y la vida silvestre, sitios históricos, pautas culturales, actividad económica e intereses profesionales.

- ◆ El turismo de raíces étnicas por parte de quienes visitan sus países de origen está adquiriendo importancia en muchos lugares. El turismo de naturaleza, cultura, y aventura está registrando un fuerte crecimiento. El turismo religioso de visitantes de enclaves sagrados relacionados con sus creencias religiosas seguirá siendo una modalidad turística considerable.
- ◆ Aumenta el número de turistas en busca de nuevos destinos y nuevos productos turísticos. De ellos se derivan muchas oportunidades de desarrollo de nuevas zonas turísticas y de mejora y ampliación de los destinos actuales.
- ◆ Más y más turistas se interesan por el mantenimiento y mejora de su salud y por ello se registra un importante desarrollo de las estaciones y centros de salud. Los hoteles y los complejos convencionales ya incluyen instalaciones de ejercicio físico. Se observa un renovado interés por los tratamientos médicos tradicionales y éstos pueden constituir la base de un turismo especializado y de estaciones de salud.
- ◆ Muchos turistas toman hoy vacaciones más cortas y más frecuentes durante el año. Esto ofrece la oportunidad de desarrollo de nuevos destinos turísticos y de que los destinos actuales ofrezcan a los turistas instalaciones y servicios para uso en las diferentes estaciones del año.
- ◆ Son más las personas retiradas activas que viajan muchas de ellas en posición económica desahogada. Sin embargo, los jóvenes y las personas de edad media lo hacen todavía en gran número. Muchos discapacitados viajan hoy como turistas y se están diseñando instalaciones y servicios utilizables por turistas con discapacidades de un tipo u otro.
- ◆ Los turistas son cada vez más experimentados y exigentes en sus pautas de viajes y esperan atracciones, servicios e instalaciones de buena calidad y una relación calidad/precio satisfactoria en su gasto turístico.
- ◆ El turismo de negocios y de asistencia a congresos y reuniones seguirá creciendo y puede reportar beneficios a muchos sitios. Muchas personas que viajan por negocios o para participar en congresos y reuniones también se comportan como turistas de vacaciones durante parte de su estancia en la zona.
- ◆ Son numerosos los turistas con sensibilidad ambiental y social que buscan destinos bien planificados y menos contaminados, y que dejan a un lado los mal diseñados con problemas ambientales o sociales.
- ◆ Aumentan los destinos turísticos que adoptan un enfoque de planificación y gestión del desarrollo turístico y que buscan un turismo de buena calidad que evite problemas ambientales y sociales y que optimice los beneficios económicos.
- ◆ Se están mejorando y revitalizando los complejos turísticos antiguos con objeto de satisfacer las expectativas actuales de los turistas, y esta renovación se está llevando a cabo con una cuidadosa planificación.
- ◆ El sector turístico está aplicando cada día más la tecnología moderna en los servicios de reserva y mercadotecnia. Internet, por ejemplo se está convirtiendo en un instrumento importante de información y comercialización.

1.10.3 Análisis del área en estudio

En el momento actual de la evolución de la actividad turística a escala mundial, y especialmente en Latinoamérica, el elemento ambiental se ha revelado como uno de los principales factores motivacionales por parte de la demanda. En este sentido, la Patagonia se encuentra posicionada como uno de los destinos de excelencia, lo cual favorece estratégicamente al área en estudio.

La zona de San Antonio / Las Grutas presenta una marcada estacionalidad dentro de su atractivo convocante principal "Playas", pero también cuenta con opciones adicionales que si bien no aseguran una apertura de mercados definida, permiten prolongar o en su defecto definir nuevas potencialidades y nuevas oportunidades de convocatoria.

Una de estas opciones es tomar el análisis realizado de la oferta primaria (profundizando en los casos necesarios) y ponerla en valor, vinculándola con los destinos cercanos comprendidos en el *Corredor Patagonia de las Playas*. Asimismo reforzar la oferta de servicios con la que cuenta Las Grutas evaluando a los principales destinos competidores.

A fin de poder definir estrategias y políticas tendientes a lograr una prolongación de la temporada en destinos cuyos atractivos principales poseen características de una marcada estacionalidad, es necesario contar con información de la demanda potencial, a fin de proyectar planes concretos de acción dentro de un concepto general de captación de nuevos mercados.

Debido a que para el presente trabajo no se ha previsto la realización de un estudio de demanda potencial, se ha tomado como antecedente principal el análisis de marketing turístico realizado para el área de San Antonio/Las Grutas, dentro del proyecto turístico Provincial en el período 1989/95, actualizándolo con los datos obtenidos en los diversos estudios a nivel provincial y local, llegando a definir los siguientes productos/mercados potenciales:

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	PÚBLICO OBJETIVO	MERCADOS	EPOCA DE CONSUMO
Turismo de Aventura Las Grutas	Mesetas posibilitan la práctica del trekking, aladeltismo, parapente, esquí acuático y buceo.	Jóvenes entre 16 y 24 años, ambos sexos. Nivel socioeconómico medio y medio alto. Educación secundaria y superior. Participa el mercado regional, europeo y de América del Norte	Nacional: Buenos Aires, Cap. Federal, La Plata, Bahía Blanca, Córdoba, Santa Fe, Mendoza, Alto Valle. Regional: Brasil, Chile. Europeo: España, Italia, Gran Bretaña, Alemania. América del Norte: USA	Todo el año.
Naturaleza Las Grutas	Proporciona el ámbito ideal para el descanso en cuyo caso el turista interactúa con la naturaleza permaneciendo en el lugar. Otros interesados en conocer la Patagonia, que es sinónimo de naturaleza, realizan circuitos por la costa y la cordillera atravesando valles y mesetas. Turismo didáctico.	Adultos ambos sexos. Matrimonios con y sin hijos. Nivel socioeconómico medio, medio alto, con educación primaria, secundaria y superior. Mochileros ambos sexos, entre 18 y 26 años. Nivel socioeconómico medio, medio bajo. Educación secundaria y primaria. De origen nacional y regional. Niños edad escolar, 10 a 16 años.	Nacional: Buenos Aires, Cap. Federal, La Plata, Bahía Blanca, Córdoba, Santa Fe, Mendoza, Alto Valle. Regional: Brasil, Chile Europeo: España, Italia, Alemania. América del Norte: USA Medio Oriente: Israel	Otoño y Primavera
Pesca de Mar SAO / Las Grutas	La oferta del litoral Atlántico ofrece variedad y gran riqueza de especies: pejerrey, róbalo, congrio, auchoa, salmón, cazón, tiburones	Varones jóvenes y adultos. Nivel socioeconómico medio y medio bajo. Educación primaria y secundaria	Nacional: Cap. Federal, Gran Buenos Aires. La Plata, Córdoba, Santa Fe / Paraná, Mendoza, Resistencia / Corrientes, Alto Valle / Neuquén	Prácticamente todo el año.
Playas Las Grutas	Turismo fijo, recreativo en el comienzo y al finalizar la temporada estival (con el objetivo de extender la temporada). Objetivo: extender la temporada estimulando lo arribos de comienzo y fin.	Jubilados, ambos sexos, matrimonios sin hijos o con hijos pequeños. Solos y solas entre 18 y 24 años. Nivel socioeconómico medio, medio bajo con educación primaria y secundaria.	Alto valle, Neuquén, Viedma, Bariloche, Bahía Blanca, Comodoro Rivadavia, Ushuaia.	Meses de diciembre, febrero y marzo

De lo expuesto se desprende que si bien existen posibilidades de captación de nuevos segmentos de mercado, sería conveniente para el logro de estos objetivos, planificar responsablemente el desarrollo de la oferta local y adherir a los programas propuestos dentro del actual Proyecto Turístico de la Provincia de Río Negro, entre los que figuran diversas acciones destinadas a la creación de nuevos productos, y realización de diversos estudios destinados a conseguir la prolongación de la temporada.

Publicaciones

Para el presente trabajo se solicitó a la secretaría de Turismo Municipal, las diferentes acciones de prensa realizadas en los últimos años y además se realizó una breve encuesta telefónica a los prestadores de servicios (muestra representativa) resultando los siguientes medios, en los que se han realizado más acciones de comunicación.

Dichas acciones han sido realizadas en forma de FAM PRESS de manera individual o en conjunto con la Provincia y/o el Corredor, publicidades institucionales y privadas.

Medios gráficos:

- ◆ La voz del interior,
- ◆ Clarín,
- ◆ Página 12,
- ◆ La Nueva Provincia,
- ◆ Tiempo de vacaciones,
- ◆ Notisur,
- ◆ Weekend,
- ◆ El Catalejo,
- ◆ Aquí Vivimos,
- ◆ Aire y Sol,
- ◆ Conociendo la Patagonia,

Diario Río Negro:

Durante todas las Temporadas estivales este medio gráfico con alcance Nacional y con mayor repercusión en la zona del Alto Valle de Río Negro y Neuquén, publica notas periodísticas, motivacionales, en suplementos a todo color, describiendo atractivos, actividades y servicios entre otros.

Las mismas constituyen un elemento de promoción para distintos segmentos del mercado emisor mencionado, resultando un mensaje masivo que permite sostener el producto ya posicionado en este mercado.

A continuación se detallan pequeños extractos de diferentes notas desde la temporada 1998 hasta la 2000.

♦ **LAS GRUTAS RECIBIÓ EL 98 CON UNA GRAN FIESTA EN LA PLAYA:**
El balneario recibió el año con una gran fiesta colmada de diferentes espectáculos musicales y una variada oferta gastronómica.

La lluvia que duró hasta la madrugada del día anterior no pudo con las "pilas" que los turistas le pusieron al comienzo de 1998.- Río Negro 2 de Enero de 1998.

♦ **UN EQUIPO DE QUINCE BAÑEROS GARANTIZA SEGURIDAD EN LAS PLAYAS:**

El grupo de hombres recorre las playas con mirada atenta. Mal que les pese a las damas que visitan las playas, los guardavidas solo están para brindar seguridad en el mar.

Trabajan en horarios rotativos todo el día y se distribuyen entre el balneario de Las Grutas y el de San Antonio Oeste. Río Negro, 3 de Enero de 1998.

♦ **DE PESCA EN LA BAJADA CERO:**

Mas allá de la variada existencia de pescadero en todo el litoral marítimo rionegrino y en especial en cercanías de la Bahía San Antonio y este balneario, algunas de las bajadas habilitadas en la villa ofrecen la posibilidad de arrojar las cañas al agua y con éxito. Los pejerrey se hacen desear pero de tanto en tanto alguno cae en la trampa. En esta época hay cierta prevalencia de los pez palo y las rayas. Río Negro, 3 de Enero de 1998.

♦ **UNA MULTITUD INVADIÓ LAS PLAYAS DE LAS GRUTAS ESTE FIN DE SEMANA:**

La marea colaboró con los que cuidan su piel ya que durante las ultimas jornadas la pleamar mar coincidió con la hora de mayor peligrosidad de los rayos solares. Si la villa continua repleta, con seguridad podría afirmarse que este será el mejor verano que se halla vivido en la costa atlántica. Río Negro, 4 de Enero de 1998.

♦ **PLAYAS MUY CUSTODIADAS:**

Se hace sentir la presencia policial en Las Grutas esta temporada. La fuerte prevención es contra los distribuidores de droga y los ladrones. Pero se respira tranquilidad en la villa. Río Negro, 5 de Enero de 1998.

♦ **CIEN FAMILIAS POR DÍA QUIEREN CONOCER MEJOR LAS GRUTAS:**

Las Grutas responde cada año a las demandas de sus visitantes. Uno de los principales ítems a cubrir es el de brindar información precisa a los turistas sobre todas la opciones existentes en este balneario y sus alrededores, mas allá de sus playas. Hay una oficina de información turística sobre todos los circuitos de la provincia y otra específica sobre la zona atlántica. Río Negro, 6 de Enero de 1998.

♦ **EN MOTO A DEDO O EN AUTO TODOS LOS CAMINOS CONDUCEN A LAS GRUTAS:**

La gente elige diferentes formas para llegar a este balneario. En coche particular, colectivo, tren o avión son las formas clásicas. Pero esta temporada está muy de moda -más que en las anteriores - el arribo de motociclistas y hitch-hikers, los que viajan a dedo. Río Negro, 7 de Enero de 1998.

♦ **LOS ARTISTAS CALLEJEROS TIÑEN DE UN COLOR ESPECIAL LAS TARDES EN LA PEATONAL:**

Los números de lanzallamas, malabarismo y acrobacia los acompañan con el ritmo de los redoblantes, un tambor y un saxo. Por momentos los espectadores enmudecen debido a que las escenas aparentan tener cierta peligrosidad luego el aplauso indica que el numero salió a la perfección. Río Negro, 8 de Enero de 1998.

♦ **LAS CABALGATAS JUNTO AL MAR SE IMPONEN ESTE VERANO EN LAS GRUTAS:**

Experiencias como de películas de aventuras se pueden vivir en este balneario. Los protagonistas sienten que el tiempo no transcurre y se

imaginan que forman parte de un elenco de actores que interpretan sus propias vidas. Río Negro, 8 de Enero de 1998.

♦ **LOS TURISTAS LE PELEAN ESPACIO AL MAR:**

Este balneario es un compendio de varios paisajes. La acción de las mareas provoca que dos veces por día la playa desaparezca bajo las aguas y la multitud deba trasladarse de las bajadas principales a las ubicadas mas hacia el sur de la villa. En estos dos momentos el mar se aleja dejando mas de 300 m. de extensión intermareal para recorrer y disfrutar. Río Negro, 9 de Enero de 1998.

♦ **MAS OPCIONES, MEJORES PRECIOS EN LAS GRUTAS:**

Los turistas que elijan Las Grutas para las vacaciones se encontrarán con un balneario renovado y con propuestas mucho más atractivas que en temporadas anteriores. Los precios mas accesibles se convierten en una brisa fresca, tanto para los que viven del turismo como para los amantes de estas playas. Río Negro, 11 de Enero de 1998.

♦ **PLAYAS TRANQUILAS, PESCA Y UN TOBOGÁN ACUÁTICO MUY CERCA DE LA VILLA:**

A pocos minutos de esta villa se llega al paraíso. El lugar se encuentra a mitad de camino entre el centro turístico y San Antonio Oeste. Es un campito privado en el que su propietario construyó dos obras impresionantes: un Iglú y un Tobogán gigante. Las playas son ideales para la pesca. Río Negro, 15 de Enero de 1998.

♦ **UN PAISAJE VIRGEN Y CAUTIVANTE, A SOLO 60 KM. DE LAS GRUTAS:**

Es la península Villarino, un lugar que, por su historia y su geografía, merecería ser convocante turístico si contara con los servicios básicos para su explotación. Se puede bajar tranquilamente en auto, dejarlo a unos metros de la costa y disfrutar del mar. Quien prefiera el buceo encuentra paz en Villarino. Pero también se puede pescar u capturar almejas. Río Negro, 18 de Enero de 1998.

♦ **LAS GRUTAS RECIBIÓ 25.000 TURISTAS EN LO QUE VA DE LA TEMPORADA:**

La afluencia turística durante esta temporada sigue quebrando todos los récords según datos de la Secretaría Municipal de Producción y Turismo, mas de 25.000 personas se alojaron desde Diciembre hasta el 13 de este mes en el balneario. La cifra es considerada las mas alta de la historia de la villa. El año pasado para esta fecha habían ingresado solo 13.000. Río Negro, 22 de Enero de 1998.

♦ **LAS PIEDRAS COLORADAS, PLAYAS CÁLIDAS PARA ESCAPAR DEL GENTÍO:**

Seis kilómetros atravesando cañadones por un camino bien consolidado llevan directamente a uno de los sitios mas calmos, bellos y convocantes de la zona atlántica de los últimos años. Esta playa no lleva su nombre por capricho. La razón de su denominación, que data de muchos años ya,

radica justamente en la presencia de un “espigón” de rocas grandes que, a diferencia de las restingas ubicadas en casi todo el litoral atlántico rionegrino, posee una coloración rojiza que las hace visibles desde muy lejos. Río Negro, 25 de Enero.

♦ **UN VISTAZO A LAS GRUTAS DESDE EL MAR Y A BORDO DE UN BARCO:**

La vista panorámica de la villa balnearia desde el mar demuestra la importancia que cobró el lugar como centro turístico. Un grupo de periodistas fue invitado por Prefectura a realizar el viaje. La oportunidad fue inmejorable para que los corresponsales de los medios de prensa, en muchos casos provenientes de otras ciudades, pudieran conocer la zona y disfrutar de la sensación de navegar en una embarcación confiable. Río Negro, 26 de Enero de 1998.

♦ **LOS BEBÉS TIENEN SU ESPACIO EN LA PLAYA:**

Una de las actividades que se imponen en esta temporada es el Jardín de Playa en el que bebés de hasta 3 años de edad juegan con sus padres en la arena con objetos que proveen los “profes”. La actividad ha concentrado la atención de los turistas y está destinada a permitir a los padres que aprovechen las vacaciones para pasar buenos ratos con sus pequeños hijos compartiendo experiencias que quizá, en medio de la rutina del año, les resulta difícil de disfrutar. Río Negro, 27 de Enero de 1998.

♦ **LA PESCA ARTESANAL SE CONVIRTIÓ EN UN NUEVO ATRACTIVO TURÍSTICO:**

La pesca artesanal ya no se conforma con ser una actividad fundamental en la economía local. Ahora está destinada a ser una atractivo turístico más en esta zona. Forma parte de un circuito histórico y geográfico que apunta establecerse como una obligación para los visitantes que quieren conocer las particularidades del lugar donde pasan sus vacaciones. Uno de los puntos mas convocantes es el sitio donde atracan las pequeñas lanchas de pesca artesanal y donde se encarnan los anzuelos con los que se atrapan a los codiciados merluzones. Río Negro, 27 de Enero de 1998.

♦ **EL DESARROLLO EDILICIO ES CONSTANTE EN LA VILLA BALNEARIA:**

Una de las características mas llamativas de este balneario es el crecimiento constante en cuanto a construcción de viviendas y complejos habitacionales. Desde el momento que el turista hace su ingreso a la villa comprueba que el desarrollo demográfico y edilicio es continuo. Ni hablar si el visitante conoció la zona hace mas de dos años. Río Negro, 28 de Enero de 1998.

♦ **ALGUNAS DE LAS PROPUESTAS QUE HAY EN LA VILLA:**

Una de las razones por las cuales esta temporada esta resultando un éxito en cuanto a cantidad de visitantes es la enorme oferta de actividades deportivas, recreativas y artísticas que hay en la villa. La playa, el shopping, las exposiciones, los recitales, las disciplinas deportivas, las excursiones y tantas otras opciones se complementan en la medida justa para que el

turista siempre tenga actividades para hacer y no lo invada la rutina. Río Negro, 30 de Enero de 1998.

♦ **LAS RESTINGAS EN LAS GRUTAS, UN MUNDO DE ANIMALES Y PLANTAS ESCONDIDAS:**

Cuando la marea desciende aparece una amplia extensión de piedras que al recorrerla permite descubrir un variado mundo de animales y plantas desconocidas. La restinga, tal es el termino que se le da a las rocas que conforman el espacio intermareal, está ubicada a 200 metros del acantilado y aflora con la bajamar desde la tercera bajada hasta las piedras coloradas. Río Negro, 31 de Enero de 1998.

♦ **LA ONDA FAMILIAR LLEGO A LAS GRUTAS CON EL CAMBIO DE FEBRERO:**

Y como ya es clásico en cada segundo mes del año las familias colmaron la villa. Con sus sombrillas, los abuelos con sus hijos y nietos bajaron a la playa para broncearse. El infaltable tejo, por supuesto el diario bajo el brazo y el equipo de mate en el canasto fueron sus compañeros durante todo el día. Río Negro, 3 de Febrero de 1998.

♦ **LOS SERVICIOS DE LAS GRUTAS MEJORAN TEMPORADA TRAS TEMPORADA:**

Al ritmo del desarrollo edilicio y urbano y al compás del incremento en la cantidad de turistas que arriban cada temporada, la variedad que ofrece la villa ha ido ampliándose y además adecuándose a las exigencias. Desde seguridad hasta comunicaciones y la posibilidad de operar con el Banco de Río Negro. La salud también esta cubierta en el centro sanitario y en los dos farmacias que funcionan. Hay conexión con la red Internet. Río Negro, 7 de Febrero de 1998.

♦ **LA SABROSA AVENTURA DE "SALMONEAR" EN EL MAR PATAGÓNICO:**

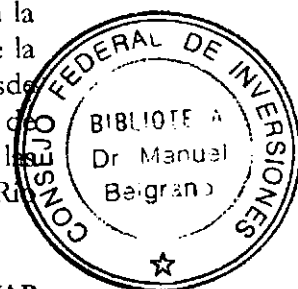
Los turistas suben a la embarcación y parten en busca de los preciados salmones. La lancha es del tipo de las que practican la pesca artesanal. Fue incesante la demanda de servicio, este año salieron ejemplares de peso, también se capturan meros y besugos. Río Negro, 17 de Febrero de 1998.

♦ **CONMOVEDOR ABRAZO A LAS GRUTAS:**

Un escalofrío corrió por la espalda de quienes miraban desde el acantilado lo que ocurría el domingo al mediodía con mas de 25 grados de calor y la playa repleta de turistas. La multitud se paro codo con codo, con los pies en el agua abarcando linealmente mas de 400 metros de largo. Codo a codo para defender la ecología del lugar y la limpieza de las playas. Río Negro, 17 de Febrero de 1998.

♦ **MAS DE CIEN MIL VERANEANTES ELIGIERON LA VILLA ESTE VERANO:**

Ochenta mil personas vacacionaron en esta villa turística en lo que va de la temporada. Los datos provistos por la Secretaria de Turismo y Producción de la Municipalidad de San Antonio Oeste permiten presuponer que esa



cifra ascenderá a más de cien mil hasta finalizar la primera quincena de febrero, superando los números registrados en años anteriores. Río Negro, 19 de Febrero de 1998.

♦ **LA BAJADA CERO, UN LUGAR LEJOS DEL BULLICIO Y LA ÚLTIMA MODA:**

Separados del bullicio de los tres accesos al mar tradicionales, conocidos como Primera, Segunda y Tercera Bajada, varios grupos familiares encontraron su sitio ideal para disfrutar el día de playa en la Bajada Cero, ubicada a 150 metros al este de la primera. Río Negro, 23 de Febrero de 1998.

♦ **LA RINCONADA, UN SITIO PARA PESCAR, CAMINAR Y DESCANSAR:**

Después de un médano cubierto de arbustos espinosos que fue excavado para permitir el acceso a la playa, aparece el magnífico paisaje del mar azul. Una escalerilla empinada, construida sobre el mismo acantilado, conecta el lugar con la arena donde los turistas pueden colocar sus sombrillas e instalarse para pasar un día de playa inolvidable. La Rinconada es un viejo balneario que desde hace más de 20 años es utilizado por los residentes en la zona para ir a pescar, tanto sea con red como con línea. Río Negro, 24 de Febrero de 1998.

♦ **CERRO BANDERITA, UN MIRADOR PARA ACERCARSE A DIOS:**

Las elevaciones naturales de la tierra tienen, por diversas razones, profundas connotaciones religiosas. Si bien hace algunos años fue solo un mirador con fines turísticos, hoy, el Cerro Banderita, ubicado a un kilómetro del balneario y con 81 metros a nivel del mar, es el destino de cotidianas peregrinaciones y un lugar de culto y devoción a la virgen Stella Maris. Río Negro, 25 de Febrero de 1998.

♦ **LAS GRUTAS PREPARA EL AVISTAJE DE LAS AVES MIGRATORIAS COMO PROPUESTA TURÍSTICAS:**

Esta villa turística intentará generar la extensión de la temporada estival. Así proyecta como fundamental atractivo para todo el mes de marzo el avistaje de aves migratorias que utilizan las playas de la zona para alimentarse antes de emprender larguísima vuelos por el mundo. Río Negro, 27 de Febrero de 1998.

♦ **COLAS PARA CONOCER A FONDO LA VILLA:**

Un notable crecimiento se registró en los últimos días con respecto a la temporada anterior en relación con la cantidad de turistas que se interesan por las distintas posibilidades que ofrece este centro turístico para disfrutar durante el verano. Más de 90 personas visitan diariamente la oficina de informes ubicada en la delegación municipal. Río Negro, 3 de Enero de 1999.

♦ **CUANDO CAE EL SOL, LLEGA EL TURNO DE LOS ARTISTAS CALLEJEROS:**

Después del merecido baño que requiere el cuerpo al concluir un día de playa y una buena cena para reponer energías, las familias enteras salen a

disfrutar la noche por las calles de la villa turística. Cada año, artistas de la región, el país y hasta del mundo arriban con sus grandes valijas y extraen de ellas decenas de propuestas que comparten con los turistas. Río Negro, 4 de Enero de 1999.

♦ **EN VERANO EL GOLFO SE HACE CHICO:**

En la villa atlántica hay en estos momentos alrededor de un 30 % de sobreocupación. Cerca de 20 mil personas se alojan actualmente en el balneario, contando a los casi 3 mil residentes y a las 13 mil plazas ocupadas. La cantidad de turistas sobrepasa la cantidad de alojamiento del lugar. Río Negro, 6 de Enero de 1999.

♦ **“EL BUQUE”, UNA PLAYA CON LEYENDA:**

A diez kilómetros de la villa, camino a el sótano, un paraje recientemente acondicionado como camping ofrece la alternativa de disfrutar de extensas playas, brindando seguridad a los automóviles y proveyendo a los visitantes de un sitio único para acampar y vivir en contacto con la naturaleza. Río Negro, 9 de enero de 1999.

♦ **ESTALLO EL “BOOM” DE LOS CAMPINGS DE LA COSTA ATLÁNTICA:**

La ocupación de campings creció para esta temporada mas del 50%. Ayer fue impresionante la cantidad de mochileros que llegaron y que intentaban encontrar donde alojarse en este balneario. Río Negro, 11 de Enero de 1999.

♦ **DESPUÉS DE TODO, VOLAR NO ES SOLO PARA LOS PÁJAROS:**

El aire del golfo llena los 42 metros cuadrados de superficie de tela impermeable y los eleva, suavemente como a una pluma. La vista de los aeronavegantes no alcanza para observar la majestuosidad del paisaje que este balneario les regala a sus ojos incrédulos. Un cabo fino pero resistente sostiene al piloto y al pasajero unidos a la tierra. El parapente se suelta y los dos tripulantes vuelan sin ataduras ni limitaciones, Río Negro, 15 de Enero de 1999.

♦ **UNA VISITA AL IMPACTANTE REFUGIO DE LOS FLAMENCOS:**

Distintos paisajes pueden apreciarse en las playas ubicadas entre este balneario y San Antonio Oeste. A la vera de la ruta, diferentes entradas al mar permiten el acceso a lugares paradisiacos. Están poblados de una rica fauna, sobre todo aves, que utilizan esta zona para recargar energías y alimentarse gracias al aporte variado de comida que les ofrece la restinga. La mayor congregación de animales se da entre el camping Oasis y el ex Centro Minero a 5 kilómetros de esta villa. Río Negro, 19 de Enero de 1999.

♦ **RADIOGRAFÍA DE UN VERANO CALIENTE EN EL BALNEARIO:**

La estadística recogida por la Secretaría de Turismo y Producción en su oficina ubicada en la Delegación Municipal establece que casi 60.000 turistas ingresaron al balneario desde el 6 de Diciembre al 24 de Enero. En

los primeros 25 días del año se registró una ocupación promedio del 95 %.
Río Negro 29 de Enero de 1999.

♦ **EL ATARDECER DE LOS QUE SABEN MIRAR:**

Los cirros y estratos poco densos son atravesados por los débiles rayos que tratan de permanecer al menos unas horas más sobre el Golfo San Matías. Todos los días parejas de enamorados, familias completas y románticos solitarios, salen a caminar o se acercan al paredón de la costanera a contemplar uno de los paisajes mas bellos que pueden registrarse en esta zona. Río Negro, 31 de Enero de 1999.

♦ **CABALGAR A LA ORILLA DEL MAR, UN PLACER IMPERDIBLE:**

En los días con viento sur, cuando el mar no está aprovechable en toda su magnitud, es ideal recorrer la arena montado en los corceles que en distintos sitios del balneario se alquilan para el uso de los turistas. Río Negro, 01 de Febrero de 1999.

♦ **UNA EXPOSICIÓN QUE TRATA DE GENERAR CONCIENCIA ECOLÓGICA:**

La exposición será una importante oportunidad para informar a los turistas acerca de la fragilidad de este medio ambiente y su relevancia a nivel internacional por permitir que miles de aves playeras migratorias se alimenten y carguen energías en esta zona, como estación en sus largos viajes por el hemisferio. Río Negro, 3 de Febrero.

♦ **UN REFUGIO PARA ESCAPAR DEL VIENTO:**

El viento se tornó bastante molesto en los últimos días por lo cual mucha gente optó por refugiarse y pasarla bien al resguardo de las pintorescas carpas que ofrecen la séptima bajada. Río Negro, 3 de Febrero de 1999.

♦ **CUANDO EL SOL NO CALIENTA, LA PESCA ES LA SALVACIÓN:**

Pejerreyes, róbalos, sargos y lenguados son las presas posibles en este balneario. El lugar más visitado es la rinconada. En la costa cercana a este balneario, no en pleno centro ya que la afluencia masiva de turistas impide cualquier expectativa de captura, el pique se da dos o tres horas antes de la pleamar y un período similar después de que el mar comienza a retirarse. Río Negro, 4 de Febrero.

♦ **CON EL RECAMBIO DE FEBRERO EL BALNEARIO TIENE OTRA CARA:**

Un perfil de turista diferente se nota a partir de los primeros días de Febrero. Muchas familias, matrimonios con hijos pequeños, parejas de personas grandes y contingentes que se ven en playa luego del recambio del principio de mes. Río Negro, 5 de Febrero de 1999.

♦ **EL MUNDO MARINO VISTO DESDE LAS PIEDRAS:**

Una caminata sobre las restingas permite a los turistas conocer con profundidad la variada fauna marina que habita entre las rocas. Cangrejos, algunos pulpos, coloridos peces y aves se divisan en el lugar. Para ingresar a la zona de restingas es fundamental hacerlo conociendo algunas reglas

básicas, para no producir modificaciones y perjuicios en el frágil e importante hábitat. Río Negro, 12 de Febrero de 1999.

♦ **PARA LEER CON EL MAR COMO MÚSICA DE FONDO:**

Que mejor compañía que un buen libro para pasar la tarde cuando el viento impide disfrutar del mar. Por suerte, este año, una surtida librería se instaló en la villa atlántica para proveer del material bibliográfico necesario a lo lectores amantes de los mas diversos estilos, géneros y autores. Río Negro, 14 de Febrero de 1999.

♦ **HASTA LOS MAS BAJITOS SE LE ANIMARON AL BIATLON:**

Ochenta aficionados al atletismo y a la natación tomaron parte de la decimocuarta edición del Biatlon Las Grutas. Desde hace 7 años, se viene desarrollando esta competencia que se reitera tanto en Enero como en Febrero. La nota de color la dieron algunos pequeños atletas de entre 6 y 8 años que no tuvieron inconvenientes para nadar 50 m. en el mar y trotar 1 km. entre la segunda y la cuarta bajada. Río Negro, 15 de Febrero de 1999.

♦ **UN PLATO TÍPICO DEL MAR PARA LUCIR TODO EL AÑO:**

Después de visitar un lugar netamente marino como las grutas, algunos turistas, principalmente las mujeres amantes de las artes culinarias se sienten en la obligación de, a su regreso, lucirse en alguna cena con sus amigas presentando el palto típico de mar conocido durante sus vacaciones. Río Negro, 16 de Febrero de 1999.

♦ **LOS ESCULTORES SE MULTIPLICAN EN LA PLAYA:**

La arena húmeda que queda al descubierto con la baja mar ofrece la posibilidad de crear magnificas "esculturas", generalmente a familias enteras que se entretienen durante horas dando forma a sus obras de arte. Río Negro, 17 de Febrero de 1999.

♦ **LAS PIEDRAS COLORADAS TIENEN OTRO SABOR DE NOCHE:**

Muchos turistas eligen las piedras coloradas o el buque para llegar con los últimos rayos de sol, tirar unos leños en un chulengo o bajo una rústica parrilla y comenzar a azar la sabrosa carne patagónica con una coloridas ensaladas que acompañen la cena. Las playas alejadas de este balneario ofrecen sitios únicos para un buen asado con amigos. Río Negro, 17 de Febrero de 1999.

♦ **EL NUEVO MILENIO COMIENZA A VIVIR LOS MEJORES DÍAS DEL VERANO:**

Mas de 5 mil personas, que se reunieron a la orilla del mar y disfrutaron del impactante espectáculo de luces y colores que mostraba el cielo, le dieron la bienvenida al nuevo milenio en las grutas. Río Negro, 2 de Enero de 2000.

♦ **"EL BUQUE", EL LUGAR EN LAS GRUTAS DONDE NO TODO ES MARINO:**

A mitad de camino entre las Piedras Coloradas y El Sótano, diez kilómetros al sur de este balneario, un cartel junto a la ruta y un altísimo mangrullo que sirve de mirador emergiendo de un bosquecito de chañares

indican la ubicación de este verdadero campo en miniatura, en medio de un paisaje que combina con exactitud lo rural con lo marino. Río Negro, 3 de Enero de 2000.

♦ **EL CAÑADÓN DE LAS OSTRAS, UN SITIO CON 12.000000 AÑOS DE HISTORIA:**

El sorprendente Cañadón de las Ostras es un lugar impresionante, pero como todo recurso paleontológico, no renovable. Mientras los turistas que participan conociendo la historia de los fósiles de distintos bivalvos que encuentran a varios metros de la costa otros menos respetuosos y también muchos residentes inescrupulosos, ingresan diariamente a alzarse con diversos botines. Hasta este sitio maravilloso ubicado a unos 20 kilómetros del balneario, poco después del sótano, llegan varias excursiones en distintos vehículos. Río Negro, 17 de Enero de 2000.

♦ **LAS BAJADAS DE LAS GRUTAS DIVERSIFICAN SUS PROPUESTAS:**

Este balneario no se duerme con su encanto natural. Día a día se diversifican las opciones para los visitantes y sus bajadas a la playa se pueblan de nuevos eventos. Río Negro, 15 de enero de 2000.

♦ **EN EL SÓTANO SOBRAN LOS MISTERIOS PARA CONOCER Y APRECIAR SU HISTORIA:**

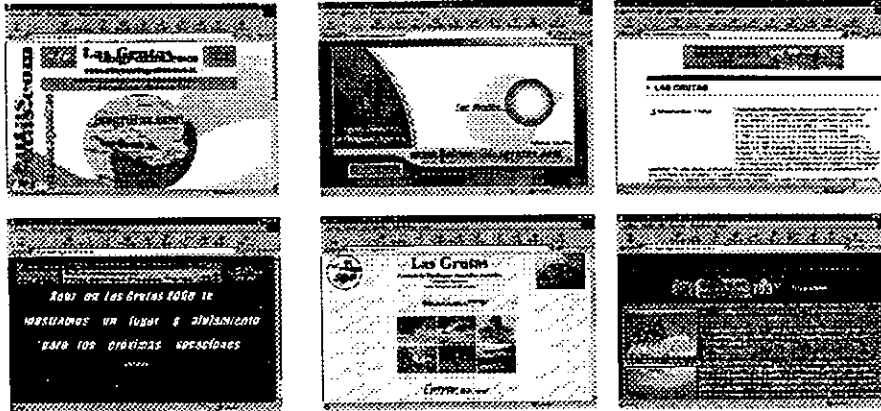
A unos 15 kilómetros del balneario, a través de un camino enripiado que comienza en el Cañadón de la Paloma, después de la Séptima Bajada, continúa por las Piedras Coloradas, el Buque y otros atractivos de intereses turísticos, se llega hasta un gran acantilado. Además de la tranquilidad, de la suave arena que se disfruta en pleamar y del valor como testimonio histórico de esa gruta, todo el sitio tiene otra característica que lo hace particularmente atractivo. Río Negro, 18 de Enero de 2000.

♦ **UN SITIO MÁGICO QUE REQUIERE SER RESPETADO:**

Una visita obligada para los visitantes de esta villa turística son las Piedras Coloradas ubicadas a 6 kilómetros del balneario. Las Coloradas como se las conoce comúnmente en la región, son una conformación granítica que, según dicen los que saben, esta conectada a la denominada Roca Madre. Río Negro, 21 de Enero de 2000.

♦ **LA FERIA DE LOS ARTESANOS:**

La Feria de Artesanos es un paseo imperdible para grandes y chicos. Como todos los años está conformada por cien stands que rodean la plaza Víctor Menjoulou de la Primera Bajada. En cada uno se ofrecen diversos trabajos artesanales realizados en maderas, metal, caracoles, arena, vidrio, tela, cuero y hasta goma espuma. Río Negro, 21 de Enero de 2000.



♦ **Ferias y workshops**

- FIT (Feria Internacional de Turismo) – Buenos Aires - desde 1996
- Patagonia Total – Buenos Aires.
- Expo aventura - Buenos Aires
- Expo week-end - Buenos Aires.
- Lanzamientos de temporada – Neuquen/Cipolletti

♦ **Salidas Promocionales y Eventos**

- La Pampa Acción conjunta municipal y provincial - 2000
- Mendoza Acción conjunta municipal y provincial - 1999
- San Carlos de Bariloche/ Catedral Acción conjunta municipal y provincial - 1999
- Bariloche/Esquel/El Bolsón Corredor Patagonia de las Playas - 1998
- Neuquén/San Carlos de Bariloche. Corredor Patagonia de las Playas - 1996

- ♦ **Oficinas de información:** La información del destino se encuentra disponible en Buenos Aires, en la Casa de la Provincia de Río Negro y en la oficina de informes de la Secretaría de Turismo de la Nación, dentro de la provincia de Río Negro, en las oficinas dependientes de la Secretaría de Turismo Provincial y en las Oficinas de Informes del Centro turístico Las Grutas.

- ♦ **Señalización Turística:** El área no cuenta con suficiente y abarcativa cartelera que indique sobre, accesos, distancias, atractivos, senderos, a nivel interno y externo. Con respecto a la cartelera de tipo motivacional, deberían aprovecharse los lugares estratégicos sobre la ruta nacional N° 3, teniendo en cuenta la importancia de la misma como eje troncal de circulación de la demanda autotransportada, siendo que, la mayoría de los turistas se traslada en sus propios



automóviles. No obstante se encuentran carteles de tipo indicativo (descritos en el apartado infraestructura), solo dentro del Centro Turístico pero debería evaluarse las dimensiones de los mismos y reestructurar, tal vez la ubicación.

- ♦ **Audiovisuales:** Conforman este medio de promoción distintos videos motivacionales, con diferente duración (5 minutos y 13 minutos) en los cuales se caracteriza el área en general en donde se muestran atractivos y actividades que se realizan en alta temporada. También se encuentra un video didáctico, sobre Aves Migratorias “Una historia de viajeras” caracterizando el medio natural “Humedal” y el comportamiento de las aves.
- ♦ **Diskettes y C.D:** Se ha conformado un CD de fotos del Centro Turístico Las Grutas, comando como elementos distintivos fuera de la temporada alta.

Resultados de las diferentes acciones realizadas, los efectos que se pudieron medir tanto en el orden oficial como en el privado, denotan que el medio más importante, después de considerar el efecto boca-oreja, resultan los medios gráficos en siguiente orden: La Voz del Interior, Clarín, La Nueva Provincia, Río Negro, Week-end y El Catalejo en Córdoba. Le siguen en orden de importancia las publicaciones electrónicas y las presentaciones en ferias y workshop Nacionales y caravanas de promoción.

1.13. ANÁLISIS DE LA IMAGEN

Dentro del Marketing Turístico, la información - comunicación, tiene un papel absolutamente definitivo, ya que en el acto de la venta del producto turístico se manejan principalmente promesas, por lo que la imagen mental que de un destino o producto tenga una persona, será definitiva a la hora de su elección final. Es necesario, por lo tanto, transmitir una imagen favorable o positiva de los productos turísticos que se ofrecen a los consumidores potenciales en sus regiones de origen.

Los distribuidores tienen el poder de influir en dicha imagen, distorsionándola o realizándola. Aunque en realidad sea completamente distinta, es la imagen presentada lo que cuenta para el turista y, por lo tanto, son esas percepciones las que influyen definitivamente en su comportamiento de compra y las que crean las expectativas sobre el grado de satisfacción que va a obtener con el consumo del producto.

En el año 1993, la provincia de Río Negro realizó un Estudio de Imagen de productos turísticos, que tuvo como objetivo conocer las actitudes, expectativas, necesidades y percepciones que tiene la población respecto de marcas y productos rionegrinos en particular y de otros destinos y marcas competitivas en general.

En ese entonces, la percepción de la marca Patagonia era de impresiones, recuerdos y vivencias positivas. Se la asociaba con la naturaleza y la naturaleza constituía el ámbito preferido para pasar las vacaciones. El sur y su naturaleza, como sinónimo de descanso ofrecía, "lo agreste, lo intocado por el hombre" pero también se la podía disfrutar desde la comodidad y el confort que brindaban los diferentes centros turísticos.

La motivación de recorrer, conocer lugares y personas encontraba en la Patagonia el territorio adecuado.

En cuanto al producto playas patagónicas, no existía en general una imagen del mismo. Por la ubicación geográfica del litoral marítimo, las playas patagónicas eran percibidas como lugares alejados, áridos, escasamente poblados, fríos y ventosos. En consecuencia, no brindaban la posibilidad de disfrutar la playa y el mar como se hace en los balnearios bonaerenses. Esta imagen era de los residentes de los grandes centros urbanos.

Además de esta desinformación, otras opiniones resaltaron las imágenes de mar azul, aguas cálidas y playas extensas. Estas últimas se correspondían con personas que viajaron por el sur y visitaron Las Grutas y Puerto Madryn. Incluye a los visitantes de la Patagonia sur que son frecuentes turistas de la playa específicamente existe una contraposición de imágenes. Los entrevistados que no visitaron la región tienen un gran

desconocimiento de las posibilidades turísticas que se ofrecen, fundamentalmente de naturaleza, fauna y playa, asociando la imagen de frío y viento, de lugares alejados, remotos, no aptos para turismo. Mientras que las personas que manifiestan conocimiento sobre lugares y marcas coinciden en afirmar que la Patagonia entera es un lugar ideal para recorrer, especialmente en el verano por las posibilidades de naturaleza, mar azul transparente apto para buceo, playas extensas y no contaminadas y avistaje de fauna marina.

Los planes y acciones que se realizaron desde los diversos ámbitos públicos y privados, a partir del 93 y hasta la fecha, en coincidencia con fuertes campañas de difusión sostenidas por otros destinos del corredor Patagonia de las Playas, como Puerto Madryn, hicieron que se fuera modificando la imagen con respecto al producto sol y playas, tal como lo demuestran los datos estadísticos obtenidos mediante la medición del destino Río Negro y particularmente de San Antonio / Las Grutas como marca turística en las ferias de Turismo Patagonia Total y F.I.T 1997/1998.

De dicho análisis se extraen datos importantes tales como que sobre un total de 730 respuestas el 78 % de los encuestados poseían un grado de conocimiento del destino Las Grutas (personalmente por medios de difusión masiva, o por referencias). En contrapartida obtuvimos que un 94% presentaba un alto grado de interés en conocer el destino. A fin de evaluar cuales fueron los parámetros personales utilizados por los potenciales turistas con relación a la motivación presentada para visitar la zona de San Antonio/Las Grutas podemos afirmar que el 25 % lo eligió por sus paisajes y tranquilidad, otro 25% por comentarios o por la información recibida por medios de comunicación y un 32% por el simple echo de conocer.

De lo expuesto se desprende que el destino ha ido consolidando su imagen como producto de sol y playas a lo largo de la década del noventa llegando en la actualidad a un estado de madurez lo cual se ve reflejado en las curvas de demanda.

El desafío será lograr una nueva imagen que sin perder la esencia de lo tradicional represente todas las posibilidades que este destino pueda desarrollar para posicionarse como una opción la mayor parte del año.

ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

Resultados de la encuesta a la Población Local

- ♦ **Se observó una alta incidencia de la actividad turística sobre la economía de los tres centros urbanos. Un 83% lo ve reflejado en el trabajo y el 59% en las ventas.**
 - ♦ Sobre las actividades sociales recreativas se observó en un 60% una alta incidencia de la actividad turística.
 - ♦ La población manifiesta que el turismo en general incide favorablemente en la calidad de vida de la población local, pero advierte sobre:
 - **La seguridad.**
(Favorable un 55%, debido al aumento de la estructura. Desfavorable un 39% que contempla la posibilidad de ingreso de delincuentes.
 - **El cuidado del ambiente**
Un 66% lo ve desfavorable debido a la incidencia directa de los turistas.
 - **Los precios**
Un 37% lo considera favorable y un 58% desfavorable.
 - **Los Ruidos**
Un 45% cree que el turismo no incide desfavorablemente en el nivel de ruidos pero el 49% cree que sí.
 - **La modificación del suelo**
El 60% coincide en que el turismo provoca efectos desfavorables en la modificación del suelo.
 - **Los servicios urbanos**
El 59% cree que la actividad turística favorece la prestación de los servicios urbanos a la población local pero el 32 % no.
- Para alcanzar un turismo sustentable la gente cree que:**
- ♦ Habría que **mejorar la calidad en la atención al turista** en un 59% totalmente y un 35% parcialmente.
 - ♦ Habría que **modificar la limpieza de las playas y ciudades** en un 53% totalmente y un 35% parcialmente. Las formas que proponen son:

- 1. Campaña de concientización y educación*
- 2. Más personal municipal de limpieza incentivado*
- 3. Más cestos de residuos.*

- ♦ Con respecto a la oferta de servicios en Las Grutas, un promedio del **66% estima que se debe mejorar el alojamiento** contra un 28% que considera que los complejos y la hotelería no necesitan mejorar su calidad. Un **72% mencionó que aumentarían la calidad de los servicios** de, esparcimiento, gastronomía transporte, agencias de viajes.
- ♦ Un promedio del **48% aumentaría la cantidad de plazas de alojamiento**. A su vez **la categoría que más aumentaría corresponde a la hotelería (66%) y la que menos aumentaría es campings (33%)**. Además se destaca que **el 60%** del total de encuestados **trasladaría los campings**. Con respecto a otros servicios (esparcimiento, gastronomía y agencias de viajes) un promedio del 69% aumentaría la cantidad, destacándose el **esparcimiento con un 86%**.
- ♦ Con respecto a la relación Calidad/precio, el 51% cree que se debería **mantener el precio y mantener o aumentar la calidad** y el 43% cree que deberían bajarse el precio y mantener o aumentar la calidad, mientras que el 6% restante aumentaría el precio y la calidad.
- ♦ Con relación al estilo, paisaje y desarrollo urbano, las características fueron más homogéneas. Las respuestas para los tres centros urbanos son:
 - Un promedio del **84% considera conveniente construir más veredas**.
 - Un promedio del **95% dice que aumentaría la forestación**.

Otras características son:

Sobre el estilo edilicio:

En SAO el 45% lo cambiaría y el 49% cambiaría parcialmente o no lo cambiaría.

En Las Grutas sólo el 20% lo cambiaría mientras que el 79% lo haría sólo parcialmente o no lo haría.

En SAE el 52% lo cambiaría y el 27% no sabe.

Sobre el asfalto:

En SAO el 95% opina que sí,

En Las Grutas el 65% asfaltaría, el 22% parcialmente y el 11% no asfaltaría.

En SAE el 59% cree que sí, no sabe 17%, mientras que un 24% asfaltaría parcialmente o no asfaltaría.

Sobre la idea de modificar la Costanera:

En SAO un 61% respondió que sí la modificaría.

En Las Grutas un 63% no modificaría o sólo parcialmente y

En SAE un 45% la modificaría, un 27% no y un 23% no sabe.

Con respecto a limitar o regular el crecimiento inmobiliario: los porcentajes más altos correspondieron a Las Grutas y SAO en un 60% y 57% respectivamente para la respuesta afirmativa, para SAE el 38% no lo regularía, un 34% sí lo regularía y un 18 % no sabe.

En la pregunta específica de SAE sobre distintos aspectos es notable el alto porcentaje de respuestas “no sabe” lo que daría la pauta de la falta de conocimiento sobre el lugar.

La opinión de la gente sobre este trabajo se ve reflejada en un 79% como interesante y que sirve como herramienta, un 10% considera que es muy importante tener en cuenta a los residentes y un 5% tiene dudas de que se aplique.

Un 63% de los encuestados no tiene conocimiento acerca del Plan de Ordenamiento Ambiental Territorial Urbanístico San Antonio Las Grutas y del 37% que tiene información sobre el mismo el 23% piensa que es necesario y positivo, el 4% necesita más participación de la comunidad el 3% considera que es muy ambicioso y el 3% desconfía de la puesta en práctica.

En cuanto a las sugerencias para la planificación turística:

- 15% sugirió que se realicen acciones que cumplan las expectativas de los pobladores.
- 9% que se tengan en cuenta los resultados de esta encuesta.
- 9% que se tengan en cuenta los tres centros urbanos y sus necesidades.
- 7% que contribuya a mejorar la calidad de los servicios
- 5% realizar un estudio de impacto ambiental
- 4% ocupar mano de obra local y capacitarla
- 8% que tengan difusión los resultados
- 7% que se proyecten actividades recreativas y más servicios
- 4% que se respete la idiosincrasia del lugar
- 4% integración y coordinación con otros planes
- 17% no tiene sugerencias.

**TALLER PARTICIPATIVO EN
SAN ANTONIO OESTE
28 y 29 de noviembre de 2000**

El Objetivo

Pensamos en realizar un Taller participativo en donde los actores, los protagonistas reales de este proyecto, confrontados en un “cara a cara” productivo y enriquecedor, se apropiaran finalmente de nuestros contenidos, recopilaciones, documentos, opiniones e hipótesis recogidas a lo largo de meses de trabajo profesional y comenzaran a transitar nuevos caminos, que inevitablemente nos confrontarían con las contradicciones propias de la acción y nos reconducirían a nuevos puntos de partida hacia donde dirigimos para poder continuar.

Nuestro objetivo apuntaba a abrir más que a cerrar, a recibir más que a dar, a interactuar más que a disertar.

Es por eso que elegimos una metodología participativa desde donde plantear las diferentes problemáticas y construir juntos una nueva vuelta dialéctica sobre los diferentes puntos estratégicos de nuestro proyecto que nos permita profundizar nuestro análisis y nuestras convicciones, con el fin consolidar y consensuar marcos de referencia, expectativas, información, percepción de tendencias, sugerencias y propuestas preliminares de los actores representativos de los ámbitos público y privado vinculados al sector turístico.

La Metodología

La metodología planteada contemplaba dos días de trabajo intensivo en grupos conformados por hombres y mujeres representativos de las comunidades de San Antonio Oeste, Las Grutas y San Antonio Este e involucrados con el desarrollo turístico de la región.

La propuesta implicaba el trabajo en subgrupos con consignas guías y Coordinación a cargo de un profesional, con el fin de optimizar la dinámica y extraer conclusiones de manera ágil y eficiente.

El Taller

Durante la primera jornada se presentó la síntesis del Informe Parcial y los resultados de la encuesta realizada a la comunidad local.

Contamos con la presencia de más de 30 participantes que siguieron con atención la presentación del trabajo y luego fueron invitados expresar sus opiniones.

Durante la segunda Jornada se trabajó en forma interactiva en grupos y subgrupos.

Expresiones extraídas del debate grupal:

♦ ***“Hace unos años no se pensaba en brindar servicios”***

Significativa reflexión que podemos articular con los datos estadísticos que muestran el rápido crecimiento de la demanda turística en Las Grutas y nos permite inferir el déficit de respuesta en función de la velocidad con que se producen algunos cambios en esta región.

♦ ***“Habría que subsidiar algunas actividades para que permanezcan abiertas en la baja temporada”***

Volviendo sobre el tema de la “velocidad de respuesta” parece percibirse una frustración teñida de sentimientos contradictorios ante los que viniendo de afuera (comerciantes golondrina) nos dan, pero también nos quitan. Nos generan riquezas que luego se convierten en empobrecimiento y desgaste de nuestros recursos primarios.

Ante semejante sentimiento de ataque el grupo se defiende poniendo sobre el tapete el tema de la legislación. Herramienta que sin duda los salvará de la depredación salvaje de los turistas que sin tomar conciencia afectan su hábitat.

El grupo debate el tema de las ordenanzas que no se cumplen y como **legítima el accionar, la violación de la ordenanza**. Puntualmente se enfoca sobre el tema de los vehículos *fourtraxs* y las camionetas 4x4. Usos y mal uso dado a estos vehículos. Se debate sobre como aplicar las ordenanzas con firmeza. Se acude a ejemplos como el de San Martín de los Andes, (Prohibición de uso). Se mencionan proyectos como el de asignar zonas de sacrificio en donde se pueda permitir su uso. (pasando la bajada 7º)

Logran así llegar a un punto de mucha sensibilización en el momento en que un oficial de la prefectura comenta una experiencia personal en la costa en donde se sintió agredido por los carteles de “Prohibido”. Describió una sensación como de ser “extranjero en su propia tierra”. Su propuesta fue...

♦ ***“Permitir en vez de prohibir”:***

El grupo aportó ideas en torno a la propuesta. Se compartió la experiencia de un grupo de niños en edad escolar y por primera vez aparece cierta idea de proceso y de objetivos a lograr a largo plazo a través de la educación. Educar para tomar y hacer tomar conciencia preservacionista. Incluir a adolescentes y niños en las campañas “lo que nos dicen los niños nos llega de otra manera, no sólo no nos molesta sino que nos hace pensar...” “Si a la gente se le informa se predispone a favor de conservar”

♦ ***Trabajar con los prestadores. Formarlos:***

Aparición del conflicto ético entre el desarrollo económico y la preservación natural. El prestador encarna un papel clave ya que actúa en la comunidad como el que “representa al cliente”. En el grupo casi no hay

prestadores (están ocupados en las aprontes de inicio de temporada). Sobre ellos recae una suerte de desconfianza y descrédito. Se habla entonces de invertir en Capacitación. Se pone de manifiesto cierto antagonismo entre los prestadores de servicios turísticos y los profesionales del turismo “académico” más orientados al Ecoturismo.

♦ ***“Tratar al cliente como a un amigo”. Competir con Calidad***

El tema de la Capacitación conduce al grupo a reflexionar sobre la Calidad. Como mejorar la oferta mejorando el servicio. Claves para satisfacer al cliente.

Es interesante observar como el grupo comienza a perder la actitud defensiva y se dispone por primera vez en estas jornadas a preocuparse por **“agregar valor”** a su patrimonio natural, con inteligencia, aprendiendo de lo que hicieron otros. (Se mencionan ejemplos de Pto. Madryn)

El grupo realiza un ejercicio vivencial: Se divide en dos subgrupos y trabajan sobre las propias experiencias de Calidad de Servicio vividas en distintas situaciones. Se los invita a recordar y compartir la mejor experiencia vivida.

Se conectan rápidamente con la consigna y aparecen distintas anécdotas de hospitales, restaurantes, aeropuertos, Hoteles, etc. La idea es identificar que fue lo que agregó valor.

Luego cada grupo elige “la mejor de la mejor” y se comparten las historias en el grupo amplio.

La Coordinadora del grupo cuenta un ejemplo ilustrativo sobre “los momentos de la verdad” en la atención al Cliente y el grupo se concentra y elabora propuestas que apuntan al trabajo dentro de una gestión de Calidad. Se habla de la cartelera y de otros momentos de la verdad en los que “están fallando” frente a los clientes.

Los subgrupos trabajan sobre Fortalezas y Aspectos a Mejorar desde la perspectiva de la oferta y de la demanda actual. Los subgrupos son coordinados por Cecilia Torrejón y Silvana Sawicki quienes los ayudan a sintetizar propuestas a partir del conocimiento de las propias debilidades.

♦ ***“Lo importante no es que venga sino que vuelva”***

El clima de trabajo se ha tomado sumamente productivo. Los participantes intervienen muy activamente escuchándose unos a otros. Se comparte las síntesis de cada grupo y se extraen importantes propuestas. (Ver anexo adjunto)

El grupo comienza a hacer mención a la importancia de este tipo de encuentros y habla de “garantizar la continuidad de estos trabajos”, la importancia de la interdisciplinariedad.

Se menciona el concepto de fidelización del cliente. Cómo aprovechar esa clientela cautiva y crear una mayor demanda con una oferta apropiada que apunte a la satisfacción de las reales expectativas de los clientes.

“Es bueno tener la información sistematizada. El desafío es transformarla en herramienta”.

**ANÁLISIS Y PROPUESTAS DE LOS
GRUPOS DE TRABAJO**

SUBGRUPO N° 1

OFERTA PRIMARIA

FORTALEZAS	DEBILIDADES	PRIMERAS ACCIONES
<p>OFERTA PRIMARIA. Recursos</p> <ul style="list-style-type: none">♦ Playa Aguas Cálidas. Común a toda la Bahía.♦ Playas agrestes y con un importante espacio para cada habitante (poca gente)♦ Diversidad de atractivos (SAO, SAE, LG)♦ Las Mareas♦ Recurso Histórico	<ul style="list-style-type: none">♦ Dimensión acorada de Playa como producto Sol y Playa.♦ Pérdida de la tranquilidad♦ Ausencia de servicios que faciliten el disfrute.♦ Falta puesta en valor. Falta Cartelería.	<ul style="list-style-type: none">♦ Plantear nuevos lugares de balneario dejando en la parte urbana espacios en blanco sobre restingas o no urbanizar.♦ Instalar transporte marítimo, otros transportes y más excursiones organizadas.♦ Cartelería con información para acceder y ubicación geográfica.♦ Más excursiones guiadas.♦ Centro integral de interpretación♦ Conservar el recurso.♦ Cartelería interpretativa e informativa que facilite el acceso.

<p>Servicios</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Servicio de alojamiento y gastronomía suficiente 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Mala calidad del soporte físico y del servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Más libros de quejas ◆ Control del monto a cobrar para la reserva (seña) ◆ Acatar la ley existente ◆ Tomar en cuenta la ley de defensa al consumidor. ◆ Encuestas de satisfacción. ◆ Capacitación sobre el aspecto legislativo destacando derechos y deberes de prestadores y clientes.
--	---	--

SUBGRUPO N° 2

**DEMANDA ACTUAL / ENTORNO COMPETITIVO / DEMANDA POTENCIAL
MARKETING AUDIT / IMAGEN**

FORTALEZAS	DEBILIDADES	PRIMERAS ACCIONES
<p>Demanda actual</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Fidelidad ◆ Cautiva ◆ Sentimiento de pertenencia ◆ Grupos Familiares (+ gastos) ◆ Gente joven ◆ Buscan un lugar seguro y no violento. ◆ Encuentran lo que vienen a buscar ◆ Es un público tolerante 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Poca capacidad adquisitiva ◆ Exigen poco ◆ Gastan poco por alojarse en segundas residencias ◆ Sólo consumen sol y playa ◆ Estacionalidad ◆ Poca cultura ambiental 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Comunicar y concientizar para mejorar el comportamiento ◆ Cuidar el recurso ◆ Mantener la seguridad ◆ Respetar las normas existentes e implementar las que sean necesarias. ◆ Elevar la calidad del producto para captar público de mayor poder adquisitivo. ◆ Tener un centro de interpretación. ◆ Difundir las opciones de actividades y servicios complementarios y comprometerse a brindar los servicios todo el año. ◆ Capacitar a los prestadores de servicios en cuanto a las distintas alternativas y llevarlos a conocerla y/o practicarlas, para que puedan difundirlas.

<p>Entorno competitivo</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Buscar la diferencia 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Adaptar la oferta existente 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Cartelería que indique las singularidades. ◆ Aprovechar la ruta para promocionar. ◆ Utilizar las opciones de los destinos vecinos como una alternativa de excursión. ◆ Utilizar el recurso Golf. ◆ Pedir la reparación de la ruta 3 a fin de facilitar el movimiento entre destinos del corredor. ◆ Turismo científico. ◆ Organizar eventos. ◆ Comunidades deportivas. ◆ Ecoturismo.
<p>Imagen y Comercialización</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ No hay imagen ◆ No hay una tipografía común y un logo en común. ◆ Ejemplo de promoción de Mar del Plata en los últimos años. 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Captar el turismo itinerante. ◆ Estar presentes en los centros emisores. ◆ Captar nuevos mercados (Ej. La Pampa) ◆ Promocionar otras alternativas además del Sol y la Playa. (Aventura) ◆ PLANIFICAR las acciones.

<p>Recomendaciones del Grupo de DEMANDA para la OFERTA</p>		<ul style="list-style-type: none"> ◆ Implementar sistemas de premios y castigos para inducir al cuidado ambiental. ◆ Solicitar a los medios (FM/TV) la colaboración para divulgar recomendaciones ambientales. ◆ Centralizar y unificar la información que se brinda. ◆ Mejorar la Calidad de los Servicios. ◆ Hacer una legislación que tienda a mejorar la Calidad de los Servicios.
---	--	---

CONCLUSIONES

2 Estrategia del producto / negocios turísticos

El producto es un paquete de atributos (características, funciones, beneficios y usos), que generalmente combina formas tangibles e intangibles. Es un sistema integrado por el soporte físico y el personal en contacto para crear el servicio en función del público objetivo (Servucción). El producto global "Las grutas", presenta diferentes líneas en distintos estados de desarrollo.

Permanentemente los productos deben ser posicionados en el mercado, para lo cual será necesario realizar investigación de la percepción del cliente. Uno de los pasos más importantes es la evaluación del uso del producto, saber si satisface las necesidades del mercado y conocer quienes consume el producto y como. Para el caso de los productos potenciales, la investigación constituirá el paso inicial para su desarrollo.

SITUACION	ESTRATEGIA	ACCION
<p>Sol y playa</p> <p>Esta línea, se ha desarrollado como monoproducto con una alta calidad en todos sus componentes naturales, con altos registros de satisfacción de la demanda, y además un alto porcentaje de demanda cautiva. Presenta deficiencias en cuanto a calidad y diversidad de servicios y en muchos casos no se corresponde con el precio de los mismos.</p> <p>Actualmente se encuentra en un punto de inflexión debido a los cambios en el comportamiento en este segmento del mercado.</p> <p>Turismo de Naturaleza</p> <p>Los principales atractivos naturales son: aves, ambiente intemareal, playas de conchillas, geología, paleontología y el ambiente del monte y del médano. Otros atractivos dentro del área de influencia, que refuerzan la potencialidad de este producto son Península Valdéz, Mesaeta de Somuncura y Reserva Punta Bermejo. Actualmente, esta línea actúa como un complemento del producto Sol y Playa, Turismo Didáctico y Fines de semanas</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Establecer una dirección en el crecimiento de la planta turística. ◆ Mejorar la calidad de los servicios proponiendo otros atributos con beneficios que tiendan a la diferenciación en base a los requerimientos de la demanda. ◆ Conseguir una ventaja competitiva utilizando una estrategia de precios y promoción para los meses de menor ocupación (Diciembre, Febrero y Marzo). ◆ Potencializar el producto naturaleza mediante la puesta en valor de los atractivos. ◆ Aplicar normas de protección del ambiente. ◆ Desarrollar y potencializar los subproductos : Observación de aves, científico y paleontológico. ◆ Estructurar circuitos turísticos que posibiliten el aprovechamiento del recurso todo el año. 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Evaluar en que momento del ciclo de vida se encuentra este producto y proyectar la evolución de la demanda. ◆ Ordenar, controlar y recategorizar los distintos servicios. Capacitar el personal. ◆ Implementar la comercialización a través de los canales convencionales. ◆ Diversificar las alternativas de actividades que complementen la oferta. ◆ Diseñar una campaña de promoción para el verano destacando las condiciones climáticas en conjunto con el corredor. ◆ Realizar un estudio de los mercados meta, para caracterizar cada uno de los segmentos. ◆ Diagramar circuitos de interpretación. Uno hacia el norte que integrará el criadero de moluscos bivalvos y un Centro de interpretación en Los Alamos, tomando como referencia el Proyecto formulado por la Fundación Inalafquen. Otro hacia el sur, comenzando en el Cañadón de la Paloma hasta el Cañadón

SITUACION

largos, aprovechándose los recursos a través de excursiones organizadas en un porcentaje mínimo puesto que la mayoría de los lugares son visitados en forma espontánea sin ninguna señalización turística ni ambiental, con el consecuente deterioro del espacio y la desvalorización del recurso.

Turismo Didáctico

Actividad incipiente, que se practica con buenos resultados y grados de satisfacción, aunque todavía no se encuentra ordenada y reglamentada produciéndose una desvalorización del producto y pérdida de ganancias.

ESTRATEGIA

- ◆ Lograr aumentar la operatividad del producto y asegurar la calidad del mismo.
- ◆ Armar un plan de comunicación sostenida en los mercados regionales y ampliar a otros centros emisores de mayor envergadura.

ACCION

de Las Ostras, ordenando el espacio como un área de usos múltiples y previendo alguna forma de protección para el Cañadón de las Ostras, según lo determine el Plan de Manejo.

- ◆ Poner en valor las playas de las conchillas.
- ◆ Realizar difusión en revistas especializadas.
- ◆ Convocar a Universidades para la realización de cursos y seminarios para estudiantes y docentes universitarios de distintas áreas de interés.
- ◆ Difundir las campañas científicas que se realizan actualmente, en revista La Nación y Clarín del domingo para lograr introducir el producto en la mente de los posibles consumidores.
- ◆ Utilizar la figura legal de los operadores de turismo receptivo.
- ◆ Programar paquetes en conjunto con los operadores de la zona de Península Valdés que ya operan este tipo de turismo.
- ◆ Incorporarse a los planes de turismo social de Secretaría de Turismo de la Nación.

SITUACION	ESTRATEGIA	ACCION
<p>Turismo Rural Actualmente no existe este tipo de oferta, habiendo intereses en desarrollarla en establecimientos de las cercanías.</p> <p>Turismo Histórico/ Cultural Existe como un complemento del producto sol y playa y didáctico. o está puesto en valor, pero en San Antonio Oeste el casco histórico está protegido mediante una ordenanza. Esta localidad mantiene características típicas de un "pueblo Patagónico" en cuanto al estilo de vida relacionado a los puertos y ferrocarriles.</p> <p>Eventos programados Existen eventos programados tales como la Fiesta del Golfo Azul y Fiesta Nacional del Pejerrey. Las mismas constituyen un atractivo pero no movilizan grandes corrientes turísticas. Recientemente se ha comenzado una nueva iniciativa en eventos de tipo gastronómicos con óptimos resultados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Alentar la actividad rural como un atractivo complementario para el verano y el turismo didáctico. ◆ Gestionar la puesta en valor de los sitios históricos. ◆ Poner en valor la actividad pesquera como atractivo turístico. ◆ Crear condiciones para revalorizar la extracción de pulpos y su asentamiento como un atractivo cultural. ◆ Convertir la Fiesta Nacional del Golfo Azul en una ventaja competitiva del producto Sol y Playa. ◆ Convertir la fiesta Nacional del Pejerrey como un elemento de promoción para el producto integral de pesca. ◆ Otorgar a la gastronomía un carácter de interés especial e introducir el producto "Eventos de Gastronomía" en el mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Realizar un análisis de prefactibilidad para conocer el interés del mercado sobre este producto. ◆ Analizar el desarrollo de emprendimientos análogos. ◆ Realizar un circuito histórico uniendo San Antonio Oeste, Oeste y Las Grutas, en este orden como punto de partida de la historia Patagónica. ◆ Estudiar la factibilidad de la creación del Subproducto arqueología. ◆ Diseñar el circuito pesca artesanal. ◆ Incluir el atractivo pulpito y su entorno, como parte de un circuito. ◆ Analizar la repercusión en la demanda de la Fiesta Nacional del Golfo Azul y procurar su reconversión en una fiesta típica que complete la oferta del verano. ◆ Promocionar la fiesta Nacional del Pejerrey en medios específicos nacionales. ◆ Conocer el comportamiento de la demanda potencial y detectar distintos segmentos para eventos de gastronomía típicas de mar. ◆ Identificar otros posibles eventos programados.

SITUACION	ESTRATEGIA	ACCION
<p>Fines de semana largos No existe suficiente información para evaluar el comportamiento del segmento ni la magnitud del mismo.</p> <p>Turismo de deportes/ recreativo/aventura Buceo: Trabaja el segmento un solo prestador durante todo el año en fines de semanas largos, mayormente opera con escuelas de Bs As. Pesca: Se produce espontáneamente la pesca de costa y la embarcada tiene un desarrollo incipiente. Se realizan otros deportes en menor medida como la náutico, competencia de parapentes, golf, mountainbike y ruggby. El lugar funciona como sede de una de las etapas del Safari Transpatagónico que se realiza anualmente</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Posicionar el producto como centro de escala y de distribución. ◆ Promover subproductos complementarios utilizando, en las distintas épocas del año, los deportes que se realizan en el lugar. ◆ Incentivar a los operadores de receptivo a incluir las distintas actividades deportivas en los paquetes tradicionales. ◆ Lograr mecanismos de control, para las actividades de aventura, que garanticen la conservación del espacio natural. 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Conocer el comportamiento y los requerimientos de la demanda. ◆ Aprovechar la ruta para promocionar. ◆ Aplicar una estrategia de precios. ◆ Planificar actividades recreativas. ◆ Diseñar un circuito de trekking, mountainbike, cabalgatas, cuatriciclos y otros evaluando la compatibilidad y el impacto (utilizar el Cerro Bandera). ◆ Realizar un programa de fomento para el turismo náutico y promocionar en medios nacionales específicos. ◆ Dictar cursos de especialización a los guías universitarios y a otros niveles educativos para actividades específicas.

2.3 Estrategia de Mercados

Prioritariamente se debe identificar el mercado sobre el que se desea trabajar y en dicho mercado definir una estrategia de presencia. Dentro de este mercado elegido "Mercado de Referencia" implica una partición del total en subconjuntos homogéneos en términos de necesidades y motivaciones. Esta estrategia de segmentación tiene como punto de partida la investigación que caracteriza el mercado de referencia.

Para el presente estudio se tomaron los relevamientos preexistentes que permitieron la definición de estrategias y acciones coyunturales siendo de vital importancia la realización de un Plan Estratégico de Marketing que establece decisiones y planes de acción para asegurar el desarrollo a medio y largo plazo incluyendo como una herramienta el Marketing Operativo

SITUACION

El turismo de la zona ha ido creciendo en torno al producto sol y playa lo cual ha determinado una marcada estacionalidad y una demanda de tipo regional y nacional, con un importante número de turismo cautivo.

La mayoría de los turistas viene por su cuenta por lo que el producto no se vende dentro de los canales de comercialización tradicionales.

El estar ubicado en la costa Patagónica proyecta la posibilidad de captar en el futuro en forma itinerante o a través de atractivos propios de naturaleza, a otros segmentos de turismo o incrementar los existentes.

ESTRATEGIA

- ◆ Identificar el mercado de referencia para los distintos productos detectados buscando acondicionar los mismos a las necesidades de la demanda
- ◆ Conformar una asociación entre el sector público y privado con el fin de realizar acciones de comunicación y promoción con un fondo especial durante todo el año.
- ◆ Estructurar un programa de promoción para los meses de menor ocupación del segmento sol y playa.

ACCION

- ◆ Realizar un estudio de mercado en el marco del Marketing Estratégico incluyendo un análisis de la percepción.
- ◆ Confeccionar un plan promocional anual incluyendo actividades provinciales, nacionales y del corredor.
- ◆ Realizar un programa de difusión sostenida para la baja temporada.
- ◆ Reforzar la presencia en los centros emisores.
- ◆ Invitar a las productoras a realizar programas en baja temporada.
- ◆ Comprobar la eficacia de los medios y métodos empleados de promoción.
- ◆ Reforzamiento de la capacidad operativa de la casa de Río negro en buenos aires. Participación activa.
- ◆ Utilizar las cadenas de comercialización nacional, a través de las empresas de turismo receptivo.
- ◆ Elevar el nivel de calidad en la prestación del servicio, para captar un mercado de mayor poder adquisitivo.
- ◆ Presentar el producto sol y playa, conformando paquetes para los operadores de los centros de distribución ya detectados (Alto Valle de Río Negro y Neuquén, Buenos Aires y Córdoba).

2.4 Competitividad

Competitividad es la capacidad de una industria de alcanzar sus objetivos de forma superior al promedio del sector de referencia, en forma sostenible, obteniendo una rentabilidad de sus inversiones superior al promedio y provocando un bajo costo social.

La ventaja competitiva, se puede evaluar a partir de la situación y posicionamiento de los competidores inmediatos. Las claves de la ventaja competitiva en turismo son la productividad, la diferenciación y la especialización.

- ◆ La productividad depende de la eficiencia económica sobre la calidad y características de lo producido.

- ◆ La diferenciación genera fidelidad del cliente por el producto y reduce su sensibilidad al precio

La especialización implica concentrarse en satisfacer a un segmento específico de usuarios, lo que permite reducir los costos.

Para el producto “Sol y Playa” se detectó la importancia de mejorar la competitividad a través del aumento en la calidad de la servucción, asimismo las restantes líneas de productos están en su fase de desarrollo siendo de gran importancia la evaluación de los posibles competidores para cada producto mercado.

SITUACION	ESTRATEGIA	ACCION
<p>Accesibilidad: La zona posee los principales medios de acceso como lo son las rutas, ferrocarril, aeropuerto y puerto. El acceso terrestre actualmente se realiza por seis lugares distintos de arribos lo cual provoca confusión en los usuarios, brindando un mal servicio de trasbordos, esperas e información. Si bien existen dos puertos ninguno de ellos está adaptado como refugio y amarre de embarcaciones a vela y deportivas, perdiendo de captar un segmento de mercado que podría aportar nuevos condimentos para el producto sol y playas y un atractivo el resto del año.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Promover, dentro del actual estudio de Reordenamiento Urbano y Territorial, la accesibilidad desde un enfoque turístico que posibilite definir una estrategia que potencie los distintos medios de arribo y organice el servicio y la información. ◆ Motivar al turismo en tránsito a realizar una escala en Las Grutas 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Gestionar ante las autoridades competentes, la reparación y mantenimiento de la ruta 3 desde Bahía Blanca hasta Comodoro Rivadavia. ◆ Realizar un plan de señalización e interpretación en toda la zona , incluyendo la señalización en ruta. ◆ Gestionar con la empresa LADE otras combinaciones dentro de las frecuencias existentes que permitan realizar opciones de tres y cuatro días en forma de paquetes para la baja temporada.

SITUACION	ESTRATEGIA	ACCION
<p>Tanto el acceso aéreo como el ferrocarril tienen una proyección de crecimiento, siendo actualmente utilizado ocasionalmente en forma turística.</p> <p>Infraestructura urbana: En cuanto a lo arquitectónico, la zona no presenta grandes impactos y la población está de acuerdo con los estilos adoptados. El estilo implantado "casapueblo" de los años ochenta se incorporó finalmente al paisaje pasando a ser en la actualidad un atractivo a potencializar en los recorridos turísticos y se mantiene como la imagen característica de Las Grutas</p> <p>Desde el punto de vista ambiental las situaciones conflictivas de mayor envergadura son: en Las Grutas, los líquidos cloacales solo son colectados en un 60% y la planta de impulsión suele saturarse en períodos de máxima ocupación con el consecuente desborde. SAO carece de red cloacal. Los residuos sólidos, son concentrados a cielo abierto. Y para los tres centros urbanos se presentan deficiencia en asfalto, veredas y forestación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Lograr mecanismos de revalorización de obras costeras y estructuras de ferrocarril y puerto. ◆ Procurar forestación y veredas en la zona para generar espacios de sombra, paseo y recreación. ◆ Identificar y desarrollar sistemas de tratamiento de residuos sólidos y líquidos. <p>Concientizar sobre la importancia de aumentar la calidad y mantener el precio y en algunos casos bajarlo, para ir incorporando nuevos mercados sobre todo en las bajas temporadas.</p> <p>Los compradores son menos sensibles a los precios cuando el producto tiene cualidades distintivas únicas y cuando el producto está asociado a imágenes fuertes de calidad y prestigio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Realizar un proyecto para definir los puntos de arribo de pasajeros terrestres y la interconexión con los otros medios y servicios. ◆ Estudiar la factibilidad de una dársena náutico/deportiva y el lugar indicado para su emplazamiento de acuerdo a las disposiciones internacionales. ◆ Incorporar, dentro del plan Territorial Urbano, la planificación de las costaneras y el diseño de rambas manteniendo pautas de uso turístico a nivel internacional y de armonía con el ambiente. ◆ Recuperar los actuales espacios de camping urbanos y reformular su objetivo. ◆ Mayor control en la prestación de los distintos servicios. Bromatología. Inspecciones alojamientos, camping. Reservas de alojamiento. ◆ .

SITUACION

Servicios turísticos:

En general se registra un bajo nivel de satisfacción y falta de especialización y diversidad en los servicios en alta temporada, como así también se observa la no correspondencia calidad-precio.

Durante todo el año el centro turístico funciona con pocas actividades, las cuales están muy orientada al Sol y Playa.

ESTRATEGIA

- ◆ Asegurar un nivel de excelencia en la calidad de los servicios, entendiéndolo por excelente no lo caro y lujoso, si no adecuado para su uso.
- ◆ Aplicar normas de aseguramiento de calidad internacional (sello de Calidad).
- ◆ Mejorar la satisfacción de la demanda.

ACCION

- ◆ Establecer precios en concordancia con la calidad.
- ◆ Concientizar a los prestadores de servicios sobre la importancia de la calidad total.
- ◆ Implementar planes e incentivos para mejorar la calidad de los servicios.
- ◆ Categorizar los servicios
- ◆ Adherir a la política de incentivos a las PYMES como herramienta para generar empleos.
- ◆ Adherir al nuevo sistema de categorización proyectado por Secretaría de Turismo de la Provincia.
- ◆ Implementar sistemas de fiscalización para los distintos servicios. (Bromatología. Inspecciones alojamientos, camping, Reservas de alojamiento, otros).
- ◆ Aumentar los beneficios simbólicos y vivenciales.

SITUACION

Capacitación:

La capacitación ha aumentado en los últimos años para el sector turismo. No obstante se observa la necesidad de ampliar la misma en cada una de las unidades operativas que suministran productos y/o servicios "cliente interno".

ESTRATEGIA

- ◆ Jerarquizar la actividad turística.
- ◆ Propender al profesionalismo como herramienta para la calidad Total.

ACCION

- ◆ Realización de cursos y seminarios de especialización profesional.
- ◆ Implementación de cursos para niveles de gestión sobre calidad total.
- ◆ Cursos de calidad de servicio al cliente (para el personal en contacto).
- ◆ Adherir a los talleres ocupacionales como herramienta de capacitación para las personas involucradas efectivamente en el sector.
- ◆ Gestionar instancias de entrenamiento para los distintos empleados.
- ◆ Desarrollar un sistema de cursos por el canal local de televisión e internet.
- ◆ Generar espacios de capacitación para la realización de productos típicos y artesanías.
- ◆ Incorporar capacitación sobre aspectos legales del turismo.

SITUACION	ESTRATEGIA	ACCION
<p>Imagen: La imagen está constituida en el mercado regional y en menor medida en el nacional como destino de Sol y Playa. En los últimos años se ha ido consolidado la imagen a nivel nacional resaltando atributos como tranquilidad y seguridad dentro de la imagen Patagonia. El destino no tiene presencia dentro del mercado internacional.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Lograr constituir una imagen global que incluya las distintas líneas de productos identificando el destino dentro de la marca Patagonia. ◆ Consolidar a "Las Grutas" como centro de Sol y Playas. 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Realizar una difusión sostenida que procure una mayor presencia en el mercado. ◆ Lograr mantener los atributos tranquilidad y seguridad. ◆ Reforzar la identidad. ◆ Estructurar programas de identificación de la imagen por línea de producto.

2.5 Definición de los principales ejes para una Estrategia de Desarrollo Turístico

Planes y Programas

- ◆ Gestionar la realización de un Plan de Manejo Costero ampliando los límites del plan maestro establecido por la creación del área protegida Bahía de San Antonio y realizar un estudio de la capacidad del soporte del recurso incluyendo la óptica turística.
- ◆ Implementar los programas resultante del Plan de Manejo.
- ◆ Diseñar e implementar medidas de control y gestión ambiental.
- ◆ Favorecer el turismo ecológico y desalentar el turismo masivo (conjunto numérico) para procurar la conservación del ambiente.
- ◆ Realizar un Plan de Marketing Estratégico.
- ◆ Articular con el Plan de Reordenamiento Territorial Urbano la integración de los tres centros urbanos con un eje turístico.
- ◆ Estructurar un Programa de puesta en valor del Atractivo histórico/cultural en San Antonio Este , Oeste y Las Grutas.
- ◆ Adherir a los planes propuestos en el Proyecto Río Negro.

ANEXOS

ANEXO I
LEGAL

LEY NUMERO 2669

SANCIONADA: 29/07/93
PROMULGADA: 26/08/93 - DECRETO NUMERO 1257
BOLETIN OFICIAL: NUMERO 3091

LA LEGISLATURA DE LA PROVINCIA DE RIO NEGRO

SANCIONA CON FUERZA DE LEY

SUMARIO

TITULO I

- Capítulo 1 Sistema Provincial de Areas Naturales Protegidas
- Capítulo 2 Custodia de los Recursos Naturales Provinciales
- Capítulo 3 Creación
- Capítulo 4 Derecho de los pobladores
- Capítulo 5 Afectación de Tierras Fiscales en Areas Intangibles
- Capítulo 6 Banco de Datos sobre Areas Naturales Protegidas
- Capítulo 7 Red Provincial de Recuperación, Promoción y Conservación de Areas Naturales Protegidas
- Capítulo 8 Régimen de Promoción Fiscal y Económica

TITULO II

- Capítulo 1 Areas Naturales Protegidas
- Capítulo 2 Plan de Manejo
- Capítulo 3 De los Agentes de Conservación
- Capítulo 4 Refugios de Vida Silvestre

TITULO III DE LA AUTORIDAD DE APLICACION

- Capítulo 1 Del Servicio Provincial de Areas Naturales Protegidas
- Capítulo 2 De las obligaciones y funciones
- Capítulo 3 De las Autoridades Locales
- Capítulo 4 Del Consejo Consultor

TITULO IV

- Capítulo 1 Cuerpo Provincial de Guardias Ambientales
- Capítulo 2 Jurisdicción y Competencia

**TITULO V DEL FONDO PROVINCIAL DE AREAS NATURALES
PROTEGIDAS**

- Capítulo Unico

TITULO VI REGIMEN SANCIONATORIO Y ACCIONES LEGALES

- Capítulo 1 Sanciones
- Capítulo 2 Resarcimiento - Daños y Perjuicios
- Capítulo 3 De la Persecución Fiscal

TITULO VII DISPOSICION TRANSITORIA

TITULO I

Capítulo 1

Sistema Provincial de Areas Naturales Protegidas

Artículo 1º. -Institúyese en el ámbito continental, marítimo y aéreo de la Provincia de Río Negro, el Sistema Provincial de Areas Naturales Protegidas, estableciéndose por la presente las normas que regirán su manejo.

Artículo 2º. - A los efectos de la presente ley, se entenderá por: AREAS NATURALES PROTEGIDAS: Son territorios naturales o seminaturales, comprendidos dentro de ciertos límites bien definidos, afectados a protección legal y manejo especial para lograr uno o varios objetivos de conservación. Pueden pertenecer al Estado o ser de propiedad privada, pero siempre

manejadas de acuerdo a normas fijadas por autoridades estatales. Se las denomina también como Unidades de Conservación.

SISTEMAS DE AREAS NATURALES PROTEGIDAS:

Es un conjunto de Areas Naturales Protegidas, que ordenadamente relacionadas entre sí y a través de su protección y manejo conservacionista, contribuyen al logro de determinados objetivos de conservación preestablecidos. Se lo conoce también Como Sistema de Unidades de Conservación.

CATEGORIA DE MANEJO:

Es el nombre genérico que se asigna a las Areas Naturales Protegidas para clasificarlas según el tipo de gestión, manejo o administración que vayan a recibir. Este se debe realizar de acuerdo a una determinada forma preestablecida. Cada Categoría de Manejo tiene sus propios objetivos y normas.

PLAN DE MANEJO:

Es un documento conceptual y dinámico de planificación, que establece las pautas para el manejo y desarrollo general de una Unidad de Conservación. Incluye, entre otros contenidos, un Mapa Base (descripción espacio-temporal de los recursos ambientales, el uso actual y potencial de los mismos y sus relaciones con los alrededores), las necesidades humanas que debería satisfacer, una Zonificación y un Plan General Conceptual de Acción, guía la preparación de Planes o Programas de Manejo para cada Uso. Se lo conoce también como Plan Maestro.

ZONIFICACION:

Es la clasificación y subsiguiente división de los recursos ambientales de cada Unidad de Conservación en Zonas de Manejo, para las cuales se establecen objetivos y normas de manejo específicos, dentro del marco general pautado por el Plan Maestro.

MANEJO:

Es un conjunto de decisiones políticas e implementación de acciones, sobre una base científica ecológica, para la compatibilización de intereses y la resolución de conflictos, que tiendan a lograr un equilibrio dinámico en la interacción entre el sistema universal conformado por el complejo sociotecnológico y económico del hombre y el Ecosistema Recurso Natural.

ECOSISTEMA RECURSO NATURAL:

Es un sistema ecológico en el que algunos elementos o procesos son utilizados o utilizables para satisfacer necesidades humanas.

CONSERVACION:

Es la gestión de utilización de la biosfera (la fina cubierta del planeta que contiene y sustenta la vida), de modo que produzca el mayor y sostenido beneficio para las generaciones actuales, pero asegurando su potencialidad, para satisfacer las necesidades y aspiraciones de las generaciones futuras. Esta forma de manejo incluye Protección, Preservación y Uso Sostenido y Sustentable.

PROTECCION:

Es el amparo de cualquier unidad natural, se interviene en ésta sólo en el caso de que fuera necesario para evitar la destrucción o alteración irreversible de aquellas especies consideradas irremplazables.

PRESERVACION:

Es el mantenimiento del estado actual en cualquier unidad natural, perpetuando la etapa en que se encuentra, a través de un manejo por el hombre que adopte las medidas pertinentes para este propósito.

DESARROLLO SUSTENTABLE:

Es el uso adecuado y racional de los ecosistemas con aplicación de técnicas ambientalmente apropiadas y formas de organización social concentradas con los pobladores-actores sociales, en procura de la satisfacción de las necesidades humanas, generando y promoviendo un desarrollo económico y social, sostenido y sostenible, que mejore la calidad de vida de la comunidad.

USO RACIONAL Y SOSTENIDO:

Es la planificación e implementación de acciones para el uso de los recursos naturales y/o artificiales, conforme a técnicas que aseguren un aprovechamiento sostenido y permanente de los mismos. Los Usos pueden ser de tipo Consuntivo (aquellos que alteran temporal o permanentemente a los ecosistemas, en forma total o parcial, tales como los usos agropecuarios, extractivos, urbanos, etc.) o No Consuntivos (los que no alteran los ecosistemas, tales como los usos educacionales, recreativos, etc.).

IMPACTO AMBIENTAL:

Son las alteraciones, modificaciones o cambios en el medio ambiente o en alguno de los componentes del sistema ambiental (recursos naturales y culturales) que se producen como respuesta a una acción o actividad aplicada al mismo.

PAISAJE:

Porción de la superficie terrestre, provista de límites naturales, en donde los componentes naturales (rocas, relieve, clima, aguas, suelos, vegetación, fauna) forma un conjunto de interrelación e interdependencia.

EDUCACION AMBIENTAL:

Actividad educativa, formal o informal, cuyo objetivo es ayudar al hombre a comprender que él es parte del mecanismo ecológico del mundo.

INTERPRETACION AMBIENTAL:

Es un aspecto de la Educación Ambiental cuyo objetivo es explicar a los visitantes las características de los recursos naturales y culturales de un área. Se realiza en forma atractiva y sugerente, usando diferentes medios y técnicas para lograr de una manera informal el conocimiento, respeto y aprecio a los valores del área, incentivando el contacto con la naturaleza, mejorando la experiencia personal y promoviendo cambios positivos de sus actividades.

RECREACION:

Conjunto de actividades de esparcimiento que el hombre realiza en su tiempo libre, dentro de su lugar de residencia habitual o en sus cercanías (en un radio de influencia

que no exceda las dos horas de distancia-tiempo), por períodos inferiores a veinticuatro horas.

ECOTURISMO:

Ejecución de un viaje a áreas naturales que están relativamente sin perturbar o contaminar, con el objetivo específico de estudiar, admirar y gozar el panorama junto con sus plantas y animales silvestres y asimismo, cualquier manifestación cultural (pasada y presente) que se encuentre en las mismas.

ESPARCIMIENTO TURISTICO:

Es la realización de actividades, en forma libre u organizada, que permite al visitante ocupar su tiempo libre en forma activa o pasiva en contacto directo con la naturaleza, a fin de "re-crear" la psiquis y el estado de bienestar.

ACTIVIDAD TURISTICA:

Son aquellos actos que realiza el consumidor para que acontezca el turismo. Son objetivos de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios.

ATRATIVOS TURISTICOS:

Es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico.

Artículo 3º. - Son objetivos generales de conservación del Sistema Provincial de Areas Naturales Protegidas en el ámbito de su competencia:

- a) Conservar muestras representativas de las unidades biogeográficas presentes en la provincia.
- b) Conservar ecosistemas, ambientes y hábitats terrestres y acuáticos que alberguen especies silvestres autóctonas, migratorias, endémicas, raras y amenazadas.
- c) Propiciar y realizar investigaciones en Areas Naturales Protegidas, y promover toda acción que coadyuve a la participación de la comunidad.
- d) Conservar, preferentemente, en su lugar de origen los recursos genéticos.
- e) Proteger los ambientes que circundan las nacientes de cursos de agua, garantizando su subsistencia a perpetuidad.
- f) Preservar el paisaje natural.
- g) Garantizar el mantenimiento de la diversidad biológica, genética y los procesos ecológicos y evolutivos naturales.
- h) Propiciar la creación de Areas Naturales Protegidas Municipales y Privadas.
- i) Conservar el patrimonio cultural, arqueológico, paleontológico, espeleológico y antropológico.

Capítulo 2

Custodia de los Recursos Naturales Provinciales

Artículo 4º. - Los Recursos Naturales existentes en la superficie, subsuelo y espacio aéreo de las Areas Naturales Protegidas, ya sea en territorio continental o marítimo, son del dominio del Estado Provincial y estarán bajo la custodia y control de la autoridad de aplicación de la presente ley. Cuando concurrieran diferentes competencias en razón de leyes específicas sobre un Area Protegida, la autoridad de aplicación de la presente ley establecerá las pautas de uso racional y sostenido de los recursos, conviniendo con las otras autoridades de aplicación, las modalidades de implementación de cada norma definiendo los ámbitos de acción que correspondan.

Capítulo 3

Creación

Artículo 5º. - La creación de Áreas Naturales Protegidas se efectuará por ley de la Provincia, previa intervención de la autoridad de aplicación, con precisa delimitación de su perímetro. Excepcionalmente y frente a la posibilidad cierta de producción de un daño irreparable en un área determinada, se podrá declarar por decreto provincial a la misma, Área Natural Protegida, siempre y cuando se encuentre fehacientemente fundamentada la necesidad de dicho acto administrativo. En tal caso la autoridad de aplicación tendrá un plazo máximo de un (1) año para presentar a la Legislatura de la Provincia el proyecto de ley respectivo.

Capítulo 4

Derecho de los pobladores

Artículo 6º. - En los ámbitos geográficos determinados como Áreas Naturales Protegidas y en aquellas que se establezcan, la autoridad de aplicación formalizará y elaborará sus planes de manejo resguardando el derecho de los legítimos ocupantes, compatibilizando los objetivos y fines de la presente ley, con las previsiones de las leyes nro. 279 y 2287, conforme a o normado en el artículo 4o. Mediante la promoción, apoyo técnico, económico y aquellas formas que la reglamentación establezca, se inducirá a los pobladores a ejercitar un manejo de los recursos que garantice un desarrollo compatible con el área protegida y sostenible en el tiempo.

Capítulo 5

Afectación de Tierras Fiscales en Áreas Intangibles

Artículo 7º. - En los casos en que fuere imprescindible declarar en Unidades de Conservación existentes o futuras, Áreas Intangibles, en las que fuere improcedente explotación o uso alguno de los recursos en ella protegidos, la autoridad de aplicación deberá proceder a intentar en primera instancia convenios de avenimiento con los particulares, a fin de adquirir los bienes y derechos que en esas zonas detenten. En caso de no poder arribar a acuerdos de conformidad a la normativa vigente, podrá solicitar la declaración de utilidad pública del área que correspondiere fundando los criterios de selección y explicitando los resguardos instrumentados, a fin de atender los derechos consagrados por el artículo 6o. de la presente.

Capítulo 6

Banco de Datos sobre Áreas Naturales Protegidas

Artículo 8º. - En el ámbito del Centro Provincial de Documentación se constituirá un banco de datos sobre Áreas Naturales Protegidas en el cual se acumulará toda la información difundida y a difundir por cualquier medio, referidos a la temática en cuestión. El Centro Provincial de Documentación administrará el banco de datos, para lo cual recopilará, centralizará, procesará, recuperará, difundirá, requerirá e intercambiará toda la información existente vinculada a la problemática de las Áreas Naturales Protegidas a nivel provincial, nacional e internacional.

Capítulo 7

Red Provincial de Recuperación, Promoción y Conservación de Áreas Naturales Protegidas

Artículo 9º. - Promuévese la creación de la Red Provincial de Recuperación, Promoción y Conservación de Areas Naturales Protegidas que consistirá en una trama informal y permanente de comunicación, enlace y desarrollo de las acciones de promoción y difusión que la presente ley establece. Integran la red, las autoridades que esta ley crea para su implementación y los organismos del Estado Provincial vinculados o involucrados temáticamente. Los municipios, las organizaciones intermedias de carácter ambientalista, universidades, centros académicos, particulares, asociaciones civiles y demás interesados en formar parte de esta red, podrán integrarla a su sola solicitud. La reglamentación establecerá la metodología de operación de la red sobre la base de criterios de informalidad, celeridad y continuidad de los contactos entre sus miembros, evitando la generación de organismos o mecanismos de burocratización y tendrá presente la necesidad de horizontalizar su funcionamiento.

Capítulo 8

Régimen de Promoción Fiscal y Económica

Artículo 10º. - Por la vía reglamentaria, se establecerá un régimen de promoción fiscal y económico, que signifique un estímulo concreto a particulares para que promuevan por sí o por intermedio del Sistema Provincial de Areas Protegidas, las formas de conservación que esta ley establece, para los casos de convenios de constitución de Refugios de Vida Silvestre y/o colocación de inmuebles particulares bajo la jurisdicción y competencia de la autoridad de aplicación de la presente ley.

La promoción podrá consistir en diferimiento o eximición de parte o el total de las cargas impositivas que graven estos inmuebles; créditos de promoción, fomento, asesoramiento técnico, científico o de otro carácter, diseño y realización de Planes de Manejo, señalización y toda otra acción que facilite la sustitución de la renta potencial del bien o derechos cedidos a la autoridad de aplicación o colocados en el marco de los subsistemas y conservación conforme a lo establecido en el Título III - artículo 22.

TITULO II

Capítulo 1

Areas Naturales Protegidas

Artículo 11º. - La autoridad de aplicación redactará un Manual General de Operaciones. Este contendrá los antecedentes legales, políticos, reglamentarios, administrativos y técnicos a aplicarse en el Sistema Provincial de Areas Naturales Protegidas, reglando y difundiendo las normas operativas y procedimientos vigentes, a fin de coordinar y homogeneizar las acciones en las Unidades de Conservación que componen el Sistema. El Manual de Operaciones será puesto en vigencia por decreto en un plazo no mayor a dos (2) años.

Capítulo 2

Plan de Manejo

Artículo 12º. - Cada Unidad de Conservación deberá contar con un plan de manejo y una zonificación adecuada a sus objetivos particulares de conservación. La autoridad de aplicación realizará y pondrá en vigencia el plan de manejo de cada una de las áreas preexistentes a la presente ley dentro de los dos (2) años de su promulgación.

Artículo 13º. - La autoridad de aplicación asignará categorías de manejo a las unidades de conservación, de acuerdo a las definidas en el artículo 14, independientemente de la denominación que reciban. La categoría de manejo se especificará en el Plan de Manejo.

Artículo 14º. - A los fines de la presente ley, la autoridad de aplicación categorizará las áreas protegidas existentes y propondrá la creación de otras, que formarán parte del Sistema Provincial de Areas Naturales Protegidas.

Cuando así correspondiera podrán superponerse diferentes categorías de manejo sobre una misma área geográfica. Las categorías de manejo serán las siguientes

CATEGORIA I - Reserva Científica/Reserva Natural Estricta:

Esta categoría comprende áreas significativas por la excepcionalidad de sus ecosistemas acuáticos o terrestres, de sus comunidades naturales o de sus especies de flora y fauna, cuya protección resulte necesaria para fines científicos de interés nacional. Tales áreas suelen contener ecosistemas o formas de vida frágiles y de especial importancia por los recursos genéticos que albergan. En ellas los procesos naturales se desarrollan sin interferencia humana directa, aún cuando pueden darse fenómenos de alteración naturales, como incendios espontáneos, terremotos, invasión de plagas endémicas, etc. Su función es servir de objeto de estudio con fines científicos y educativos. El tamaño del área depende de la superficie necesaria para lograr los objetivos de protección y gestión científica. En esta categoría no se deberá permitir:

- a) El uso de zonas para fines económicos, extractivos y/o recreativos.
- b) La introducción de especies de flora y fauna exótica, así como cualquier otra modificación del ecosistema.
- c) La pesca, la caza y la recolección de flora o de cualquier objeto de interés geológico y biológico, a menos que sea expresamente autorizado con un fin científico o de manejo.
- d) El uso o dispersión de sustancias contaminantes (tóxicas o no), salvo que sea expresamente autorizado con un fin científico o de manejo.
- e) Ningún tipo de asentamiento humano.
- f) El acceso del público en general. El ingreso de grupos limitados de personas, con propósito científico o educativo, se realizará mediante autorización previa.
- g) La construcción de edificios, caminos y otras obras de desarrollo físico, con la excepción de aquellas mínimas necesarias para la administración y la observación científica.

CATEGORIA II: Parque Provincial:

Esta categoría comprende áreas no afectadas por la actividad humana, que gozan de representatividad biogeográficas y/o que contengan ecosistemas acuáticos o terrestres, especies de flora y fauna, elementos geomórficos o paisajes naturales de belleza o interés excepcionales, cuya protección es necesaria para fines científicos, educativos y recreativos. Dada su función, deben ser áreas relativamente extensas. En esta categoría no se deberá permitir:

- a) Asentamientos humanos, salvo los indispensables para la administración de la unidad.
- b) La exploración y explotación minera, salvo excepcionalmente - y con los recaudos que se establezcan la de canteras destinadas a obras de mantenimiento de caminos existentes, cuando los yacimientos situados fuera de la zona fueran inaccesibles por distantes.
- c) La instalación de industrias; la explotación agropecuaria, forestal y cualquier otro tipo de aprovechamiento de los recursos naturales.
- d) La caza, la pesca y cualquier otro tipo de acción sobre la fauna, salvo que fuese necesario por razones de orden biológico, técnico, científico o recreativo la captura o reducción de ejemplares de determinadas especies.
- e) La introducción, trasplante y propagación de fauna y flora exótica.

CATEGORIA III: Monumento Natural:

Las áreas comprendidas en esta categoría contienen uno o varios elementos naturales de notable importancia nacional o provincial: hábitat, especies animales o vegetales, sitios naturales únicos, formaciones geológicas, yacimientos arqueológicos o paleontológicos, etc., cuya singularidad hace necesario ponerlos a resguardo de la intervención humana, garantizando su protección, además de la función educativa y turística a perpetuidad.

La superficie no es significativa dado que se protegen elementos específicos con su entorno inmediato.

En esta categoría no se deberá permitir actividad humana alguna y el acceso al público deberá ser controlado.

CATEGORIA IV: Reserva Natural Manejada/Santuario de Fauna y Flora:

Un área será incluida en esta categoría cuando la protección de lugares o hábitats específicos resulten indispensables para mantener la existencia o mejorar la condición de especies o variedades silvestres individuales, expresas destinatarias de la protección ejercida. Puede tratarse de áreas relativamente reducidas, mientras cumplan con el objetivo formulado, como en el caso de los lugares de nidificación o desove, de alimentación o asentamiento estacional (especies migratorias), lagos, estuarios, ríos, cerros, etc. Pueden estar sujetos a algún tipo de manipulación del ambiente, que apunte a crear condiciones óptimas de vida para las especies destinatarias de la protección, como por ejemplo, regulación de los cursos de agua, implantación de vegetales que sirvan de alimentos, control de depredadores o plagas, etc.

Se podrán permitir en estas áreas actividades y usos colaterales - en condiciones controladas- inocuos y no perjudiciales para las especies destinatarias de la protección o el ambiente en general.

CATEGORIA V: Paisaje Protegido:

El carácter de las zonas que forman parte de esta categoría será muy diverso, debido a la gran variedad de paisajes naturales, seminaturales y culturales existentes en la Provincia, dignos de ser preservados en su condición tradicional o actual. Se pueden diferenciar dos tipos de áreas dentro de esta categoría:

- a) Zonas aprovechadas por el hombre de manera intensiva para esparcimiento y turismo. Aquí se incluirán zonas naturales o modificadas, situadas a lo largo de costas marinas, lacustres o fluviales, de rutas, en zonas de montañas o periurbanas, que presenten panoramas atractivos, siempre que no sean netamente urbanas.
- b) Paisajes que por ser el resultado de la interacción entre el hombre y la naturaleza, reflejan manifestaciones culturales específicas (costumbres, técnicas de uso y manejo de la tierra, organización social, infraestructura o construcciones típicas). Dadas las características de estas áreas, los esfuerzos deberían estar dirigidos a mantener la calidad del paisaje mediante prácticas de ordenamiento adecuadas.

CATEGORIA VI: Reserva de Recursos:

En general se trata de regiones extensas, deshabitadas, poco estudiadas, que al no poderse evaluar los efectos de su transformación en tierras de agricultura, ganadería, explotación forestal, asentamiento urbano u otros usos, se ha resuelto conservar sin utilización. No se debe permitir ningún nuevo tipo de uso, salvo el aprovechamiento tradicional de los recursos por la población local. El objetivo principal de esta categoría es mantener las condiciones existentes, para permitir la realización de estudios y planes sobre las posibles formas de aprovechamiento.

Pueden incluirse en esta categoría reas protegidas cuyos objetivos de conservación y formas de manejo aún no estuvieran explicitadas en los instrumentos legales que las involucran.

CATEGORIA VII: Ambientes Artificialmente Generados:

Se consideran como tales a los ambientes y hábitats generados por el hombre como consecuencia de obras que modifican la naturaleza de un sitio o rea en particular.

Los objetivos básicos serán la investigación, seguimiento y monitoreo de los procesos evolutivos, orientados a la búsqueda de conocimientos y técnicas apropiadas para el manejo de estos nuevos recursos. La autoridad de aplicación podrá prohibir la introducción de especies exóticas; actividades recreativas y asentamiento humanos, si atentan contra los objetivos de conservación, siempre que no estén vinculados a la función técnica y objetivos propios de la obra u obras que modificaron el área. Si el Estado Provincial no detenta el dominio del área, realizar convenios para dictar pauta conjunta de manejo, en la búsqueda de permitir la continuidad de los procesos evolutivos naturales.

De la misma manera, para aquellos casos en que la generación de éstos ambientes artificiales originaron daños irreparables sobre grandes espacios naturales, la autoridad de aplicación podrá obligar a los responsables a crear a su costo Areas Naturales Protegidas de la misma superficie afectada o su equivalente ecológico.

CATEGORIA VIII: Reserva de Uso Múltiple:

Esta categoría define áreas donde se privilegian la convivencia armónica entre las actividades productivas del hombre y el mantenimiento de ambientes naturales con sus recursos silvestres. La autoridad de aplicación podrá imponer prohibiciones, restricciones y normas de uso, así como establecer incentivos a fin de mantener a perpetuidad el área y sus recursos.- Se trata en general de zonas extensas, apropiadas para la producción ganadera, forestal, de fauna de valor comercial, etc. La administración de Reserva de Uso Múltiple deber:

- a) Establecer planes y medidas de ordenamiento tendientes a obtener una explotación sostenida de productos de la flora y fauna autóctonas, en el marco de un enfoque conservativo para determinadas especies y comunidades nativas.
- b) Prever la existencia de zonas diferenciadas en función del grado de artificialización que se admita. Un porcentaje sustantivamente alto de la superficie de la Reserva deber destinarse a actividades primarias de aprovechamiento de la flora y fauna autóctonas, manteniendo básicamente su condición de área natural, mientras que en la superficie mínima restante se concentra en los asentamientos humanos y las actividades intensivas. En estas zonas se permitirá la introducción de especies de flora y fauna exóticas cuyo Impacto ecológico sea admisible y controlable con fines de complementación económica o mejora del rendimiento de la producción global de la reserva. Pueden considerarse en ésta categoría áreas de ecosistemas degradados, con el fin de ser restituidos a un estado natural estable.

CATEGORIA IX: Reserva de Biosfera:

Esta categoría comprende uno o más de los siguientes componentes:

- a) Ejemplos representativos de biomas naturales.
- b) Comunidades únicas o territorios con características naturales no habituales de Interés excepcional.
- b) Ejemplos de paisajes armónicos, resultantes de las modalidades tradicionales de aprovechamiento de la tierra.
- c) Ecosistemas modificados o deteriorados que se puedan restituir a un estado más natural. Tras la creación de un Area Protegida con esta categoría, se notificará al

Consejo Internacional de Coordinación del Programa sobre el Hombre y la Biósfera (MAB-UNESCO) a fin de lograr su reconocimiento.

CATEGORIA X: Sitio de Patrimonio Mundial (Natural):

La lista del Patrimonio Mundial Natural y Cultural incluye sitios y monumentos que por "su valor universal excepcional" merezcan ser conservados a perpetuidad. Sólo pueden integrar esta nómina aquellos bienes propuestos por los países adheridos a la Convención del Patrimonio Mundial, cuya secretaría ejerce la UNESCO. Los sitios naturales son examinados por la U-NC para comprobar que se ajusta a los siguientes criterios establecidos por el Comité del Patrimonio Mundial:

- a) Ser ejemplos excepcionales de las principales etapas de la evolución histórica del planeta.
- b) Ser ejemplos excepcionales de importantes procesos geológicos en curso, de la evolución biológica y de la interacción del hombre con su medio ambiente natural.
- c) Abarcar fenómenos naturales únicos o extraordinarios y formaciones, accidentes o áreas de belleza natural excepcional.
- d) Abarcar hábitats donde aún sobreviven especies animales y vegetales escasas o amenazadas; para los lugares propuestos únicamente en función de este criterio, conviene cerciorarse de que los elementos fundamentales del hábitat de las especies se den en la extensión necesaria para la supervivencia de las mismas.

Capítulo 3

De los Agentes de Conservación

Artículo 15°. - Los municipios, entidades civiles, organizaciones ambientalistas o particulares dueños o tenedores legítimos de áreas, para las que soliciten y obtengan de la autoridad de aplicación autorización para funcionar como Refugios de Vida Silvestres, se denominarán "Agentes de Conservación" y formarán parte de la Red Provincial de Recuperación, Promoción y Conservación de las Áreas Naturales Protegidas.

Capítulo 4

Refugios de Vida Silvestre

Artículo 16°. - Previa determinación de la procedencia de las solicitudes, la autoridad de aplicación podrá declarar Refugios de Vida Silvestre, a las áreas del dominio de los peticionantes, asignando en cada caso la categoría de manejo al área que corresponda, aprobando o sugiriendo las modificaciones que requieran los planes de manejo a que se someterán estos refugios, los cuales se integrarán al Sistema Provincial de Áreas Naturales Protegidas.

Artículo 17°.- La autoridad de aplicación está facultada para supervisar en el lugar las condiciones de desarrollo y funcionamiento de los refugios que autorice pudiendo, en caso comprobado de apartamiento de las normas de esta ley, plan de las operaciones, categorización o plan de manejo, revocar la autorización concedida. La reglamentación establecerá el procedimiento garantizando el derecho a defensa de los particulares.

TITULO III

DE LA AUTORIDAD DE APLICACION

Capítulo 1

Del Servicio Provincial de Areas Naturales Protegidas

Artículo 18º. - Créase el Servicio Provincial de Areas Naturales Protegidas en el ámbito del Ministerio de Economía y dependiente del área ambiental que corresponda.

Artículo 19º. - Como organismo de gobierno y autoridad de aplicación de la presente ley, actuar con la capacidad y competencia que a estos fines le asigne el ministerio respectivo, facultándose por la presente al Poder Ejecutivo para que asigne las mayores responsabilidades y competencias. Previéndose la desconcentración y descentralización futura de ésta autoridad del ámbito ministerial.

Capítulo 2

De las obligaciones y funciones

Artículo 20º. - El Servicio de Areas Naturales Protegidas de Río Negro resolver las cuestiones que se generen en la tutela, administración, uso y goce de las áreas protegidas, sin perjuicio del ejercicio de las acciones correspondientes ante la autoridad judicial o policial según el caso planteado. Oralmente y en actas circunstanciadas, tramitar las actuaciones administrativas o policiales a que hubiere lugar en el ámbito de las áreas naturales protegidas. Son sus funciones o deberes:

- a) Elaborar y aprobar el plan general de operaciones.
- b) Elaborar el plan de manejo y asignar a las unidades de conservación existentes o futuras las categorías de manejo que correspondan.
- c) Elaborar un mapa biogeográfico del territorio Provincial.
- d) Realizar y/o aprobar los estudios de prefactibilidad necesarios para la creación de nuevas áreas protegidas.
- e) Realizar investigación técnica y científica por sí o por convenio con terceros en ambientes naturales protegidos, buscando conocimiento u opciones para el uso sostenido y sostenible de los recursos naturales. Asimismo, profundizar la investigación de los campos de las ciencias biológicas, sociales y humanas, en especial los aspectos de la economía, legislación y políticas orientadas a integrar las áreas protegidas al desarrollo socioeconómico regional.
- f) Promover la educación y concientización comunitaria.
- g) Colaborar en programas nacionales e internacionales de conservación de espacios naturales y de vida silvestre de los que la Nación y la Provincia de Río Negro sean parte.
- h) Contribuir y participar en la preservación del patrimonio natural y cultural de la Nación conservando el provincial.
- i) Autorizar, controlar y regular, con acuerdo de los municipios competentes la urbanización de las áreas protegidas y zonas de amortiguación, cuyo manejo lo requiera.
- j) Promover la participación de municipios, particulares y entidades intermedias, en la práctica del conservacionismo, formulando y concretando convenios de mutua colaboración.
- k) Regular las actividades humanas para conservar los recursos naturales y culturales, en el ámbito territorial de las unidades de conservación.
- l) Realizar obras y prestar servicios públicos y otros que sean necesarios para el funcionamiento de las áreas protegidas.

- m) Establecer y percibir, con destino al Fondo Provincial de Areas Naturales Protegidas, las tasas, aranceles y derechos que se determinen por el uso y el goce de las Unidades de Conservación.
- n) Autorizar y reglamentar la construcción y funcionamiento de hoteles, hosterías, refugios, confiterías, grupos sanitarios, campamentos, autocamping, estaciones de servicio y otras instalaciones, así como el otorgamiento de sus respectivas concesiones y/o permisos, la determinación de su ubicación y complejidad, implementando la infraestructura y protección adecuada, promocionando el turismo ecológico.
- o) Intervenir, aprobar y supervisar los Refugios de Vida Silvestre.
- p) Revocar ante incumplimiento de las obligaciones e infracciones, todo tipo de autorización que se hubiere otorgado.
- q) Requerir el auxilio de la fuerza pública toda vez que fuere necesario para el ejercicio de sus funciones.
- r) Disponer la adecuación, reforma o distribución de obras y/o elementos que se encuentren en las áreas protegidas y no se ajusten a los parámetros de esta ley y su reglamentación. Promover la declaración de utilidad pública de las tierras y bienes necesarios para el cumplimiento de sus fines.
- s) Las resoluciones que dicte la autoridad de aplicación causarán estado, siendo recusables ante el Poder Ejecutivo por los medios y en los términos del decreto no. 819/80.
- t) Cumplir y hacer cumplir lo dispuesto por la presente ley.

Capítulo 3

De las Autoridades Locales

Artículo 21°. - Las Autoridades Locales de Conservación, se constituirán por resolución de la autoridad de aplicación de Areas Naturales Protegidas en cada una de las regiones involucradas necesariamente en el desarrollo y concreción de las unidades de conservación del sistema. En cada caso de establecer el ámbito geográfico de su competencia, número mínimo de miembros, sede de funcionamiento y metodología de trabajo. En su constitución se preservará y promocionará la participación de las autoridades municipales, organizaciones no gubernamentales ambientalistas, centros académicos, universidades, organizaciones intermedias afines con la preservación de la naturaleza y los habitantes de las Unidades de Conservación.

Artículo 22°. - La Autoridad Local asesorar en la mejor y plena aplicación de la presente ley, participando en la elaboración de los planes de manejo del área de su incumbencia, proponiendo las metodologías apropiadas para el armónico desarrollo del área circundante a la unidad de conservación y promoviendo nuevas formas de turismo ecológico, desarrollo de tecnologías sociales y ambientalmente apropiadas, coadyuvando a la consolidación de una conciencia ambientalista que promueva la integración armónica del hombre y la naturaleza para la obtención de un sostenido y sustentable desarrollo económico social mejorando la calidad de vida de la comunidad.

Artículo 23. - Las Autoridades Locales, tendrán carácter deliberativo y de asesoramiento; serán presididas por el delegado de la autoridad de aplicación que se encuentre al frente de la Unidad de Conservación que las involucre. Sus miembros propuestos por la propia comunidad serán designados por la autoridad de aplicación. Las designaciones tendrán carácter honorario y no rentado. La reglamentación establecerá periodicidad y renovación del mandato, número mínimo de miembros que varíen a criterio de la autoridad de aplicación, según el caso.

Los gastos que demande su funcionamiento serán atendidos con los fondos que presupuestariamente tenga asignada la autoridad de aplicación.

Capítulo 4

Del Consejo Consultor

Artículo 24°. - Créase el Consejo Consultor del Servicio de Areas Naturales Protegidas como órgano de asesoramiento del Estado Provincial, para el mejor cumplimiento de los fines de esta ley y para proponer las reformas y correcciones que el sistema requiera. Estar constituido por representantes de universidades, instituciones académicas, organizaciones no gubernamentales ambientalistas y demás entidades integrantes de la Red Provincial de Recuperación y Conservación de las Areas Naturales Protegidas, las que pondrán la nominación de sus respectivos representantes.

Artículo 25°. - El Poder Ejecutivo, a iniciativa de la autoridad de aplicación, nombrar por decreto a los representantes propuestos y a quienes considere calificados para integrar este Consejo. Las designaciones tendrán carácter honorífico y no rentados, conformándose el cuerpo por un mínimo de cinco (5) miembros, los que durarán tres (3) años en sus funciones pudiendo ser renovados y designados sin limitación alguna. El carácter consultivo del cuerpo lo exime de regularidad en sus reuniones; su consejo o asesoramiento ser orientativo para la autoridad de aplicación.

TITULO IV

Capítulo 1

Cuerpo Provincial de Guardias Ambientales

Artículo 26°. - Créase el Cuerpo Provincial de Guardias Ambientales dependientes del Servicio Provincial de Areas Naturales Protegidas. Tendrá su propio estatuto y escalafón, sin perjuicio de las funciones regulares que éste y la reglamentación le asigne. Tendrá las siguientes atribuciones y deberes:

- a) Cumplir y hacer cumplir las normas de la presente ley.
- b) Atender y promover la transferencia de conocimientos, la educación ambiental, colaborando y ejecutando la planificación y monitoreo ambiental. Ser parte como miembro técnico en los diversos programas de investigación, programación, planificación y desarrollo que se efectúen por parte del Estado o por terceros en las áreas sujetas a su jurisdicción, integrado a equipos multidisciplinarios.
- c) Ejercer tareas de seguridad, control y vigilancia en el ámbito geográfico de las unidades de conservación del Sistema Provincial de Areas Protegidas.
- d) Realizar la gestión operativa de las Unidades de Conservación, de conformidad con los criterios de los respectivos manuales de manejo, entender en las actuaciones sumariales, procedimientos administrativos y formulación de denuncias penales cuando así correspondiere y de acuerdo a sus funciones específicas.

Artículo 27°. - El Cuerpo Provincial de Guardias Ambientales se compondrá con personal que acredite previamente formación técnica habilitante o idoneidad suficiente. Ingresar por concurso de oposición y antecedentes y cumplimentar los diversos programas de entrenamiento y capacitación periódica que la reglamentación determine. La misma establecerá un estatuto y escalafón específico que determinará obligaciones y derechos, nomenclatura funcional y demás elementos necesarios para la instrumentación de un ciclo de carrera basado en las cualidades, antigüedad y curriculum de los miembros del servicio.

Capítulo 2

Jurisdicción y Competencia

Artículo 28°. - El ejercicio de las funciones del Cuerpo Provincial de Guardias Ambientales de las Areas Naturales Protegidas, ser concurrente con los límites geográficos de las Unidades de Conservación y Refugios de Vida Silvestre.

Artículo 29°. - La Competencia y atribuciones que la presente asigne al Cuerpo Provincial de Guardias Ambientales le confiere a sus agentes la representación del Estado Provincial. Actuarán en tal carácter, dentro del ámbito específico de los territorios de las reas protegidas o en aquéllas sometidas a su jurisdicción y competencia por convenio con particulares.

Artículo 30°. - Siendo la acción preferencial del Cuerpo Provincial de Guardias Ambientales de carácter preventivo y promocional, en el caso que fuere necesario aplicar medidas de coacción directa requerir el auxilio inmediato de la Policía Provincial, de conformidad a la potestad que le confiere el artículo 20, inciso p) de la presente.

Artículo 31°. - Cuando se estuvieren cometiendo actos que de cualquier forma afecten las zonas protegidas por esta ley y por las circunstancias del caso resulte necesario impedir su prosecución, podrán aplicarse medidas de acción directa acordes a la finalidad perseguida y hasta tanto tome intervención la autoridad policial que al efecto deber ser requerida. De todo lo actuado informarán sumariamente y en el perentorio plazo de veinticuatro (24) horas a la autoridad de aplicación.

TITULO V

DEL FONDO PROVINCIAL DE AREAS NATURALES PROTEGIDAS

Capítulo Unico

Artículo 32°. - Créase con destino al Servicio Provincial de Areas Naturales Protegidas, el Fondo Provincial de Areas Protegidas, que se afectar prioritariamente al desarrollo y efectiva preservación del patrimonio natural y genético abarcado por las diversas Unidades de Conservación creadas y a crearse en el ámbito provincial.

Artículo 33°. - El Fondo tendrá una asignación anual de créditos presupuestarios no inferior a la recaudación estimada de los recursos afectados al mismo. El sistema del fondo operar en base al ingreso de sus recursos a una cuenta bancaria que ser administrada por el Servicio Provincial de Areas Naturales Protegidas en la forma que fije la reglamentación y se integrará con:

- a) Los fondos que le asigne el presupuesto general de la provincia de Río Negro y leyes especiales.
- b) Los fondos o aportes que pudiere asignarle el presupuesto general de la Nación o municipios que coparticipen o cogestionen la administración de Areas Protegidas en el ámbito del territorio rionegrino.
- c) Los montos que perciba por derechos de concesiones, autorizaciones, permisos o de cualquier carácter que se establezca con relación al uso y goce de las Areas Naturales Protegidas.
- d) Los fondos procedentes de multas, operaciones de venta, remates que se produzcan como consecuencia de decomisos u otros procedimientos efectuados en las áreas.
- e) Los fondos provenientes de subsidios, donaciones o aportes de particulares, organizaciones gubernamentales, no gubernamentales, nacionales o internacionales.

que tengan Interés en la defensa del ambiente y la propiedad provincial de los recursos naturales.

- f) Cualquier otro recurso no especificado.

TITULO VI

REGIMEN SANCIONATORIO Y ACCIONES LEGALES

Capítulo 1

Sanciones

Artículo 34. - Las infracciones que pudieren cometerse con relación a lo dispuesto por la presente Ley, su reglamentación y las disposiciones que por vía resolutive adoptare la autoridad de aplicación, se sancionarán con las penalidades que a continuación se expresan, teniendo siempre en cuenta la gravedad de la infracción.

- a) Apercibimiento verbal o escrito.
- b) Inhabilitación de uno (1) a cinco (5) años, prohibición de ingreso, expulsión de las Areas Naturales Protegidas.
- c) Suspensión de hasta noventa (90) días de permisos u otras formas de actividades autorizadas.
- d) Cancelación de permisos u otras formas de actividades autorizadas, clausura transitoria o definitiva.
- e) Decomiso de bienes muebles, semovientes y de todo elemento que hubiere participado en el acto sancionado. Multas: de valor equivalente de veinte a veinte mil litros de nafta común, precio promedio en la Provincia de Río Negro, graduable conforme la gravedad de la acción sancionada y/o el carácter de reincidente del o los involucrados.

Artículo 35. - Las sanciones previstas podrán aplicarse de modo acumulativo, accesorio o independiente, fundando la autoridad de aplicación, las razones que encuentre para acumular o aplicar accesoriamente las mismas.

Artículo 36. - Las acciones por infracciones a la presente ley, su reglamentación y disposiciones de la autoridad de aplicación, prescriben a los tres (3) años de la medianoche del día de la infracción y para la pena, a los tres (3) años desde la medianoche del día en que quedó firme la resolución sancionatoria.

Artículo 37. - El procedimiento especial que por la reglamentación se determina, garantizar en un todo el derecho de la defensa de los presuntos infractores. Las resoluciones que establezcan sanciones serán apelables ante el Poder Ejecutivo en los términos del decreto N°. 819/80.

Capítulo 2

Resarcimiento - Daños y Perjuicios

Artículo 38. - La aplicación de cualquier otro tipo de sanción sea ésta de carácter económico o no, ser sin perjuicio del derecho del Estado al resarcimiento por los costos de la reposición de las cosas al estado anterior al evento que diera origen a la sanción, como así también a la percepción de los gastos que tal reposición signifique y los daños y perjuicios que procedan.

Capítulo 3

De la Persecución Fiscal

Artículo 39. - El cobro por vía judicial de derechos de cualquier carácter, multas y demás deudas económicas que se generen en la aplicación directa de la presente ley, se efectúa por la vía de la ejecución fiscal prevista por el Código de Procedimiento Civil y Comercial de la provincia, sirviendo de suficiente título ejecutivo la certificación de deuda expedida por la autoridad de aplicación.

TITULO VII

DISPOSICION TRANSITORIA

Artículo 40. - Sin perjuicio de las Áreas Naturales Protegidas que en el futuro se establezcan, integran a partir de la sanción de la presente las establecidas con anterioridad, las que se administrarán en forma conjunta e integral.

Artículo 41. - Comuníquese al Poder Ejecutivo y archívese.

SECRETARIA DE ESTADO DE PRODUCCIÓN
CONSEJO DE ECOLOGÍA Y MEDIO AMBIENTE
PROVINCIA DE RÍO NEGRO
VIEDMA 18 DE SEPTIEMBRE DEL 2000.

VISTO:

La vigencia de la Ley Nro. 2669 de Áreas Protegidas y Nro. 2670 de Creación del Área Natural Protegida Bahía de San Antonio y Resolución Nro. 01/99 del Consejo de Ecología y Medio Ambiente, la Resolución Nro. 0251/97 del Ministerio de Economía y la Ley Nro. 3266 y su modificatoria 3335 de Impacto Ambiental,

Que la Resolución Nro. 0251/97 designa al Consejo de Ecología y Medio Ambiente Autoridad de Aplicación de la Ley Nro. 2669 del Sistema Provincial de Áreas Protegidas,

Que la Ley Nro. 2670/93 crea el Área Natural Protegida Bahía de San Antonio,

(falta una parte) Áreas restringidas para el acceso de público en ciertos sectores del Área Natural Protegida Bahía de San Antonio, entre ellos la denominada Playa del Itmas desde esta hasta el inicio de los acantilados situados al oeste de la misma por se un (no se entiende)

Que en todo el territorio provincial a las Áreas restringidas según la ley Nro. 3266 y su modificatoria 3335 de Evaluación de Impacto Ambiental,

POR ELLO:

EL PRESIDENTE DEL CONSEJO DE ECOLOGÍA Y MEDIO AMBIENTE RESUELVE

1º. - Comunicar a la Dirección de Tierras que por la vigencia de las normativas mencionadas, Ley Nro. 2670 y Resolución Nro. 01/99 del CODEMA, deberá notificar fehacientemente a todos los permisionarios de obligación de la presente resolución y la vigencia de la Ley Nro. 3266 y su modificatoria Nro. 3335 de los Estudios de Impacto Ambiental, previa a la ejecución de cualquier obra, emprendimiento o acción que afecte o pueda afectar un ecosistema, a fin de ser aprobado por este Consejo.

2º. - Las infracciones con relación a lo dispuesto en esta resolución se sancionarán de acuerdo a lo previsto en las leyes Nro. 2669 del Sistema Provincial de Áreas Protegidas y Nro. 3266 de Evaluación de Impacto Ambiental.

3º. - Regístrese, comuníquese a la Dirección de Tierras, publíquese en el Boletín Oficial y archívese.

RESOLUCIÓN NRO. 41 ORDENANZAS MUNICIPALES VIGENTES

ORD. N° 800 Año 1997

Autorizar al P.E.M. a contraer un endeudamiento de \$5.660,96 con Casa Rionegrina, en materiales. Dicho monto podrá ser abonado en 36 cuotas.

ORD.N° 801 Año 1997-1998

El Consejo Deliberante de S.A.O. con la finalidad de lograr el beneficio de la comunidad mejorando la cobertura de bienes, servicios y obras públicas a cargo tradicionalmente del municipio podría otorgar concesiones de bienes, servicios y obras, dentro de los plazos y mayoría previstos por la C.O.M., a personas físicas, jurídicas, empresas privadas, mixtas, uniones transitorias de empresas o a entes públicos, mediante el sistema de tarifas, peaje u otro modo de compensación económica, conforme a los procedimientos que esta ordenanza establece. A esta forma de contratación se la denominara INICIATIVA PRIVADA.

La concesión podrá ser:

A título oneroso: imponiendo al concesionario una contribución en dinero.

A título gratuito.

Subvencionado: con aportes de recursos de la municipalidad durante la construcción.

Los proyectos de iniciativas privadas deberán ser presentados al P.E.M., con notificación al consejo deliberante cumpliendo con los siguientes requisitos.

- 1- Estar subscriptos por profesionales competentes en la materia.
- 2- Acreditar fehacientemente la identidad de las personas físicas.
- 3- Demostrar fehacientemente solvencia económica para encarar la iniciativa.
- 4- Documentación del proyecto.
- 5- Presentar el programa técnico para la ejecución del servicio o construcción.
- 6- Presentar un análisis de la viabilidad técnica, jurídica y económica de la propuesta.
- 7- Presentar todo elemento adecuado al objeto de la presentación.
- 8- Acompañar toda la documentación adicional que corresponda por medio de la municipalidad.

El poder ejecutivo analizará el proyecto presentado. Luego el Consejo Deliberante recibido el proyecto por parte del P.E. autorizará el mismo. Declarándolo de interés público.

ORD.N° 831. Año 1997-1998

Obra cordón cuneta: La construcción de cada frentista es de tres bolsas y media de cemento por metro lineal de frente.

ORD.N° 837. Año 1997-1998

Se abonarán las tasas que fije la ordenanza tarifaria anual, por los servicios de recolección de residuos, barrido, limpieza, riego de calles, conservación de arbolados y espacios públicos.

Multa por incumplimiento de pago en término.

El impuesto al baldío según ley provincial n°1074/75 se liquidará conjuntamente con la tasa retributiva de servicios en el mismo recibo.

ORD.N° 845. Año 1997-1998

Declarar de interés público la iniciativa privada "Proyecto Inversión para el Desarrollo de Actividades de Esparcimiento, Culturales, Promocionales y Deportivas. Complejo Polideportivo Municipal Las Grutas".

ORD.N° 867. Año 1997-1998

Declarar de interés público la iniciativa privada "Emprendimiento Turístico en la séptima bajada. Las Grutas".

ORD.Nº 954. Año 1997-1998

Otorgar permisos de ocupación con carácter precario del sector, ubicado en la primer bajada de Las Grutas destinado al funcionamiento de la feria de artesanos " Victor Menjoulou ".

Los permisos se concederán desde el inicio de cada temporada hasta el ultimo día de semana santa.

Se establece un canon de un pago diario de \$5 que deberá ser abonado semanalmente por adelantado.

Los artesanos que tengan su residencia permanente en el ejido municipal contarán con un descuento de un 40% del canon. Los importes recaudados por el canon serán ingresados a Rentas.

El órgano de aplicación en la presente ordenanza deberá asignar personal de inspección y control permanente de la feria.

Crear la comisión fiscalizadora de Artesanías que se exponen en la feria. Esta comisión se conformara el día 27 de diciembre de cada año. Duraran un año pudiendo ser reelectos.

Será órgano de aplicación de la presente ordenanza la Delegación Municipal de Las Grutas.

ORD.Nº 1571. Año 1999

Prohibir el deposito de los efluentes y residuos químicos producidos por el proceso solway de fabricación de carbonato de sodio en un radio de 20 Km. a la redonda con centro en la plaza Centenario de esta ciudad y más allá de dicho espacio en la franja costera delimitada por la línea de baja marea y la ruta nacional nº 3 hacia el norte y hacia el sur hasta los límites territoriales del ejido fijado por la ley 900.

ORD.Nº 1635. Año 1999

Prohibir el alquiler por horas y fracción de tiempos, de vehículos autopropulsados tales como cuatriciclos, fourtrax y motos en circuitos no autorizados por la municipalidad de S.A.O.

Los comercios habilitados para alquiler de cuatriciclos y las futuras habilitaciones que se soliciten deberán encuadrarse únicamente bajo la modalidad de excursiones guiadas por personal autorizado por la municipalidad.

ORD.Nº1651. Año 1999

Crear el servicio de guardavidas de la municipalidad de S.A.O. que funcionara en el ámbito de la secretaria de Turismo y producción de la municipalidad de S.A.O. y se registrá por lo establecido por la presente ordenanza.

ORD. Nº 1718. Año 2000

Creando en el acceso de S.A.O. una cabina para dar cumplimiento a la inspección sanitaria de productos que ingresen para el consumo humano local a los fines de verificar el estado de los mismos, mediante el control directo que realiza el personal afectado a dicha tarea, debiendo tomar muestras en caso de que fuera necesario.

ORD. Nº 1722. Año 2000

Crear en el ámbito de la oficina de inspección general una oficina de recepción de denuncias por infracciones a la ley de defensa del consumidor.

ORD. Nº1035. Año 1998

Los comercios en el rubro whisqueña y/o confiterías con alternadores deberán abonar al contado en concepto de habilitación comercial la suma de \$3000, los comercios temporarios del mismo rubro abonaran la suma de \$4500 por el mismo concepto.

ORD. Nº1266. Año 1999

Se cobrara un canon de \$500 como requisito previo para autorizar la circulación y venta de vendedores ambulantes. Prohibiendo el uso de auto parlantes, bocinas y/o cualquier elemento que produzca ruidos molestos.

ORD.Nº1405. Año 1999

Prohibir el consumo de bebidas alcohólicas en la vía publica. Prohibiendo también el expendio de las mismas en envases cerrados para consumo fuera del local entre las 00:00hs. y las 8:00hs.

ORD.Nº1449. Año 1999

Establecer reglamentaciones de audiencias publicas para S.A.O., que podrá ser puesta en practica como paso previo a normalizar o efectuar acciones que afecten el medio ambiente o la calidad de vida de los habitantes del ejido municipal.

ORD.Nº1514. Año 1999

Prohibir la realización de juegos organizados y la practica de fútbol en la playa durante la temporada estival en el sector delimitado entre la primera y quinta bajada que no hayan sido autorizados por el consejo deliberante.

ORD.Nº1517. Año 1999

Prohíbese el expendio de bebidas en envases de vidrio en pubs, boliches, discotecas o comercios similares.

Los locales bailables, deberán contar con personal de seguridad policial.

ORD.Nº 1550.

Se prohíbe producir, causar, estimular o provocar ruidos, cualquiera sea su origen:

- a) Superiores a 65 decibeles de 6 a 22 hs.
- b) Superiores a 35 decibeles de 22 a 6 hs.

La presente norma rige para los ruidos producidos en la vía pública, plazas, parques, paseos, sala de espectáculos, centros de reunión, así como también en las casas-habitación individuales o colectivas.

Quedan prohibidos dentro del radio urbano y centros urbanizados:

- a) Las transmisiones radiotelefónicas o fonográficas de toda clase hacia la vía pública.
- b) La circulación de rodados y el sobre vuelo de aviones con altavoces para propaganda comercial.
- c) La habilitación o circulación de vehículos automotores que no utilicen silenciadores de escape.
- d) El uso o la tenencia en los vehículos automotores, de bocinas estridentes y de cualquier mecanismo o aparato de la misma índole para la producción de sonidos.
- e) El uso de sirenas, silbatos, campanas u otros aparatos semejantes para los establecimientos industriales o comerciales de cualquier naturaleza, salvo en los casos de fuerza mayor debidamente comprobados.
- f) Las ventas por pregón con amplificadores.
- g) La circulación de camiones o carros, así como de cualquier vehículo que, por la distribución o importancia de la carga, produzca oscilaciones de las estructuras de los edificios, susceptibles de transformarse en sonidos.-
- h) Los centro de diversión cualquiera sea su naturaleza, salones de baile, clubes nocturnos, cabarets, casinos, círculos sociales y los edificios en general, en que se celebren reuniones o bailes públicos, deberán aislar sus locales con material apropiado para evitar que los ruidos trasciendan al exterior, de tal manera que a 0,50m de distancia de las paredes limítrofes de esos lugares, no se registren ruidos o sonidos superiores a 20 decibeles.

ORD.Nº 1222. Año 1998

El museo municipal de San Antonio Oeste dependerá del P.E.M. y funcionará en el área de la dirección de Cultura. Se incluirá un fondo de mantenimiento en el presunto municipal.

Se elegirá un coordinador para el mismo donde su cargo será ad-honorem. A su vez una comisión de amigos del museo, integrada por vecinos de la localidad.

ORD.Nº 1513. Año 1999

Se establece las presentes disposiciones que deberán tener cumplimiento a partir del 1º de noviembre de 1999 los establecimientos comerciales denominados campamentos turísticos (o campings) en el ejido municipal, que regirán las habilitaciones municipales y las inspecciones de seguridad e higiene.

Al inicio de cada temporada, la inspección ocular y con la exigencia de exhibición de certificados correspondientes a la salubridad de los depósitos de agua potable, el correcto funcionamiento de los servicios sanitarios de agua corriente e instalaciones eléctricas, seguridad contra incendios se extenderá la correspondiente certificación de seguridad e higiene, sin perjuicio de las inspecciones durante el funcionamiento de los mismos que determine la autoridad competente.

Estos campamentos deberán contar con un cerco perimetral que impida el libre acceso a las instalaciones, excepto en los casos que las características naturales del lugar impidan

dicho acceso. Destinarán un 20% de su superficie a sendas peatonales, lugares de esparcimiento y/o juegos.

La superficie destinada a la instalación de carpas deberá subdividirse y numerarse la unidad de alojamiento, que es la superficie destinada a albergar a cada acampante, que comprende un área de uso individual, un área para instalar su carpa, remolque o elemento similar, más aquella destinada al estacionamiento de su automotor, no podrá ser inferior a 10 metros cuadrados por persona, debiendo calcular como mínimo para la determinación de cada uno de los boxes una superficie de 40 metros cuadrados.

- Tendrá que contar en cada unidad de alojamiento con un fogón con parrilla, un depósito de residuos e instalaciones de electricidad. Además tendrá que incluir con las siguientes instalaciones que guardan absoluta armonía con el medio ambiente:
 - A) Oficina de administración y recepción con guardia permanente en temporada.
 - B) Locales sanitarios para los distintos sexos con instalación eléctrica y agua corriente a razón de una unidad sanitaria para cada sexo cada cuatro boxes.
 - C) Iluminación en el predio; en las sendas peatonales cada 50 m.
 - D) Lavadero de vajillas y ropa con instalación eléctrica y agua corriente a razón de 1 cada 8 boxes.
 - E) Reservorios de agua potable a razón de 100 litros por cada acampante.
 - F) Buzones.
 - G) Deberá estar asentado en un espacio salubre y que posea evacuación de aguas pluviales y de residuos.
 - H) Deberá estar señalizado convenientemente de acuerdo con las normas campamentales internacionales

Los campamentos que brinden otros servicios tales como proveeduría, confitería, restaurante, kiosco, etc., deberán habilitar dichos comercios separadamente de la actividad de campamento.

ORD.Nº 1714. Año 2000

Las zonas de reserva histórica municipal están comprendida entre la proyección de la calle Lavalle hasta la línea de más alta marea al NO, la línea de más alta marea, al NE; la calle Belgrano al sur y las calles Dorrego e Irigoyen al Oeste y SO. ; y la delimitada por las calles Costanera, al N.; Ramos Mejía al O., Guemes, al sur y 6 de Enero al Este.

La creación de zonas de reserva histórica municipal tiene por finalidad preservar las mismas, evitar alteraciones sustanciales y someterlas a estudios que determinen la conveniencia de declaradas monumentos históricos municipales. Estos estudios serán realizados por la comisión de asuntos históricos.

El poder Ejecutivo, a través de la Secretaría de Obras y Servicios Públicos y la Dirección de Cultura; firmarán convenios con los propietarios de casas que la Comisión de Asuntos Históricos considere que son de interés histórico, cultural y turístico, dichos convenios establecerán el compromiso de los propietarios de refaccionar el frente de sus casas conservando la fachada original, quedando exceptuados de pagar tasas municipales.

ORD.Nº 1735. Año 2000

Los loteos que se autoricen a particulares tendrán que contar con los servicios que resulten imprescindibles.

- a) Red de distribución domiciliar de agua potable.
- b) Alumbrado público a base de columnas metálicas no inferiores a 9m. de altura y luminarias a presión de sodio de 250 wats de potencia como mínimo.
- c) Calles debidamente enripiadas o con tratamiento similar, con niveles y desagües pluviales aprobados por la autoridad de aplicación.
- d) Cordón cuneta.
- e) Sistemas de cloacas, red colectora domiciliar de líquidos cloacales conectada al servicio existente o mediante un sistema depurador propio cuyas características y demás condiciones será establecido por vía reglamentaria.
- f) El 5% del área loteada, debe estar destinada a espacios verdes.

- g) Vías de acceso pavimentadas cuando existan vías principales también pavimentadas y se acceda directamente desde estas.

Sin estos servicios que serán aprobados por la autoridad de aplicación, (Secretaría de Obras y Servicios Públicos), no se aprobarán los planos de mensura para el fraccionamiento o loteos de particulares.

ANEXO II
AMBIENTAL

EVALUACIÓN DE LA CONTAMINACIÓN POR METALES PESADOS EN LA BAHÍA DE SAN ANTONIO INFORME FINAL

Departamento Provincial de Aguas

Antecedentes históricos:

La mina "Gonzalito" está situada en la Colonia Chilavert, departamento de San Antonio, Provincia de Río Negro, a aproximadamente 107 Km de la localidad de SAO. Esta mina fue explotada por la Empresa GEOTECNICA S.A, la cual extraía minerales de plomo, cinc, plata y vanadio.

En el año 1951 una Comisión de explotación de GEOTECNICA S.A. dio con las primeras manifestaciones del mineral de plomo, que en forma de nódulos aparecía en algún afloramiento.

Si bien se explotó prácticamente a partir de su descubrimiento, los primeros estudios geológicos datan del año 1955. A partir de este año los trabajos se realizaron sistemáticamente en simultáneo con la explotación, tareas de estudio y de reconocimiento del yacimiento.

En la década del 60 el yacimiento pasó a ocupar un lugar preponderante entre los productores del plomo en el país. Paralizada la explotación en Castaño Viejo (San Juan) se coloca a GEOTECNICA S.A como segunda firma productora de concentrados de plomo, tras la compañía minera Aguilar S.A (Pcia. De Jujuy), que explotaba los yacimientos más importantes de Sudamérica.

En el año 1961 la empresa puso en funcionamiento en la mina, una planta de concentración por el método de flotación con capacidad de 120 toneladas día, en reemplazo de la planta gravimétrica usada por muchos años. Además inició la construcción de una planta de fundición en la localidad de San Antonio Oeste para la obtención de lingotes, sobre 2 hectáreas en el ejido de SAO.

Los concentrados de plomo obtenidos en la mina "Gonzalito" se fundían en esta planta. La producción de lingotes comenzó aproximadamente en el año 1963. Desde 1953 a 1979 se produjeron 61.807 toneladas de concentrado de Pb y 12.725 toneladas de concentrado de Zn.

Los residuos sólido provenientes del proceso que se desarrollaba en San Antonio Oeste sobre el mineral, fueron transportados mientras esta empresa estuvo activa, por vía terrestre y depositados a cielo abierto, en diferentes sectores en los alrededores de la ciudad, muy próximos a la Bahía de San Antonio, especialmente en el sector ubicado en las cercanías del acceso al balneario Las Grutas.

Los remanentes de algunas de estas "pilas, se encuentran en la actualidad dentro del radio urbano, existiendo viviendas construidas sobre las mismas.

En diciembre de 1994 y Octubre de 1995, técnicos de la Fundación Patagonia Natural de Puerto Madryn, en el marco de los trabajos del Plan Integrado de la Zona Costera Patagónica, realizaron una evaluación de metales pesados en esta zona, detectando calores importantes de Cd, Cu, Pb y Zn.

Posteriormente el Departamento Provincial de Aguas realiza un muestreo de sedimentos biota acuática para la determinación de metales, cuyos resultados, realizados por otro

método, resultaron muy inferiores a los informados por la Fundación Patagonia Natural, atribuyéndose esa diferencia y según se desprende de un informe elaborado por el DPA y enviado al Defensor de Pueblo en el año 1998, a la posibilidad de haberse tomado las muestras en diferentes sitios.

Con el fin de unificar y/o corroborar resultados anteriores y de conocer la situación actual desde el punto de vista ambiental y la posible contaminación con metales pesados procedente de la actividad minera desarrollada durante las décadas del 60 y 70. Se llevó a cabo durante el año 1999 muestreos de distintas matrices (suelo, sedimentos marinos, biota acuática, pelo humano).

La ejecución del Proyecto de "Evaluación de la Contaminación por Metales Pesados en la Bahía de San Antonio", fue acordada en febrero de 1999, entre la legislatura de la Provincia de Río Negro, el Consejo de Ecología y Medio Ambiente y la Fundación Inalafquen de San Antonio Oeste.

En el plan de actividades propuestas en el marco del mencionado proyecto, el Departamento Provincial de Aguas asumió conjuntamente con la Dirección de Minería y el Consejo de Ecología y Medio Ambiente, la responsabilidad de la caracterización de los residuos de GEOTECNICA S.A., el análisis de la movilización de metales pesado hacia la ría por medio del agua subterránea, la determinación de metales pesados en sedimentos de la Bahía de San Antonio, cuyos resultados se presentan y analizan a continuación.

Asimismo, por los resultados obtenidos de metales en biota acuática y pelo humano el DPA realizó un breve análisis sobre estas matrices.

Tabla 7: Comparación entre las concentraciones medias de metales lixiviados en el suelo de la "pila" y las concentraciones límites por la Ley Nacional de Residuos Peligrosos (Ley Nro. 24.051) [10].

ELEMENTO	METALES LIXIVIADOS mg/L	LEY Nro. 24.051 [10] Mg/L
Cinc	763	500
Cobre	42.07	100
Plomo	6.2	1
Plata	<0.1	5
Cromo	<0.1	5
Arsénico	<0.0015	1
Mercurio	<0.005	0.1
Níquel	0.64	1.34

Considerando que los principales agentes de transporte de contaminantes hacia la ría son los vientos y las lluvias, por escurrimiento superficial, es posible que la pila haya alcanzado con el transcurso del tiempo, un cierto grado de "estabilidad" frente a estos factores de movilización de materiales y actualmente sea una fuente de escasa emisión de metales, en las condiciones naturales del ambiente. No obstante, la pila contiene una importante cantidad de metales constituyendo un sector no apto para las actividades en contacto con ella.

(*) Este ítem fue elaborado conjuntamente con el Lic. Pablo Gettino de la Dirección de Minería de Río Negro.

CONSIDERACIONES FINALES

- ◆ Los valores de metales pesados encontrados en los moluscos bivalvos están por debajo de los hallados por Colombo et al [3], para moluscos del estuario del Río de la Plata, ambiente considerado medianamente polucionado.
- ◆ Los valores de Cu hallados en los organismos bénticos abalizados, se encuentran entre los normales para estos invertebrados.
- ◆ No se observó bioacumulación de Pb, ni en los organismos marinos, ni en el pelo humano.
- ◆ Se descarta la posibilidad de movilización de metales a partir del fenómeno de lixiviación, y su transporte hacia la ría por medio del agua subterránea dado que en la perforación practicada en el centro de la “pila”, coincidente con la calicata Nro. 35, no se detectó ninguna capara saturada de agua.
- ◆ La presencia de metales en el sedimento de la costa de la Bahía de San Antonio es una característica que debe tenerse presente en el planteamiento de nuevas actividades o modificaciones que puedan alterar las condiciones actuales del ambiente.
- ◆ Considerando que los principales agentes de transporte de contaminantes hacia la ría son los vientos y las lluvias, por escurrimiento superficial, es posible que la “pila” haya alcanzado con el transcurso del tiempo, un cierto grado de “estabilidad” frente a estos factores de movilización de materiales y actualmente sea una fuente de escasa emisión de metales, en las condiciones naturales del ambiente. No obstante, la pila contiene una importante cantidad de metales constituyendo un sector no apto para las actividades en contacto con ella.

ANEXOIII
SÍNTESIS DEL DIAGNÓSTICO

PUNTIOS DESARROLLADOS

- Antecedentes
- Recursos turísticos
- Infraestructura
- Oferta de Servicios Turísticos
- Situación urbana
- Corredor Patagonia de las Playas
- Demanda actual
- Entorno competitivo
- Demanda potencial
- Marketing AUDIT
- Imagen
- Sugerencias de la población local

ANTECEDENTES

- Plan de Ordenamiento ambiental, territorial y urbanístico San Antonio – Las Grutas
- Proyecto Río Negro
- Plan Operativo para impulsar la actividad turística de Las Grutas en la baja temporada
- Plan maestro para el Área Natural Protegida “Bahía San Antonio”
- Diagnóstico de los componentes primarios del producto y la demanda de Las Grutas
- Área Natural Protegida “Bahía San Antonio”
- Prefectura Naval Argentina
- Propuesta de creación de una reserva de eointerpretación turística educacional
- Problemáticas detectadas – Temporada 1998
- Efecto de la temporada en el ambiente
- Programa de orientación para el sector privado
- Información sobre la oferta turística
- Perfil de la demanda turística temporada alta

- Seis años después, turismo en Río Negro
- Estudio de la demanda turística en las ciudades de la costa patagónica
- Las tortugas terrestres de Argentina
- Jornadas Nacionales de Ciencias del Mar
- Los humedales de la Argentina
- Workshop Patagonia Total
- FIT Octubre 1997
- Salina El Gualicho
- Soda Solvay en San Antonio Oeste
- La pesca en nuestra zona
- Primer Foro de ideas sobre el crecimiento urbano de Las Grutas
- Lo que el hombre se llevó
- Evaluación de contaminación por metales pesados en la Bahía de San Antonio
- Compatibilidad de usos de un ambiente costero norpatagónico
- La fauna íctica en el litoral de la Bahía de San Antonio

- Mediciones de corrientes en San Antonio Oeste
- Circulación en el Golfo San Matías
- Parámetros hidrobiológicos durante un ciclo anual en la Bahía de San Antonio Oeste
- Puerto de San Antonio Este
- Corporación de turismo, comercio e industria de Las Grutas
- Plan de trabajo a desarrollar. Propuesta de trabajo
- Temporada turística 1997 – 1998
- Terminal de servicios portuarios Patagonia Norte S.A.
- San Antonio Oeste y el mar... Origen y destino
- Características geográficas del área comprometida entre Bahía Creek hasta zonas adyacentes al Cerro Argentino
- Plan de desarrollo turístico-recreativo Sierra Grande
- Proyecto de cartelería Las Grutas
- Cultivo de moluscos

PUNTOS FUERTES

- Área Protegida Provincial. Sitio Internacional (Aves migratorias)
- Calidad de las aguas (calidez, transparencia)
- Alta disponibilidad de horas de sol
- Clima óptimo para actividades en contacto con la naturaleza en otoño y primavera
- Alta calidad ambiental
- Gran amplitud de mareas
- Seguridad resultante del suave declive y de un mar calmado
- Diversidad de atractivos muy poco explotados
 - Ambiente intermareal (restingas, biodiversidad)
 - Ambiente litoral (suave pendiente, playa de conchillas y de arena fina, acantilados)
 - Ambiente submareal (parque submarino natural con gran variedad de fauna, restingas, concentración de bivalvos)
 - Monte (flora y fauna típicas)

PUNTOS DÉBILES

- Falta de puesta en valor de los recursos culturales históricos
- Falta de fiscalización de los efectos negativos en el ambiente
 - Poco efectivo tratamiento de residuos y efluentes
 - Prácticas inadecuadas de manejo de dunas y médanos
 - Falta protección del acantilado
 - Circulación de vehículos 4 x 4
- Inexistencia de instalaciones adecuadas para el aprovechamiento de algunos recursos naturales
- Ausencia de un plan de manejo del Área Natural Protegida

INFRAESTRUCTURA

- Rutas
- Comunicaciones
- Urbanizaciones: - Ordenanza
- Desmonte y escombros
- Señalización
- Seguridad: Policía (aumento de móviles, incremento de personal, encuesta)
- Servicios – Las Grutas alta temporada (sistema de bombeo, recolección de residuos, provisión de agua)
- SAO (cloacas)

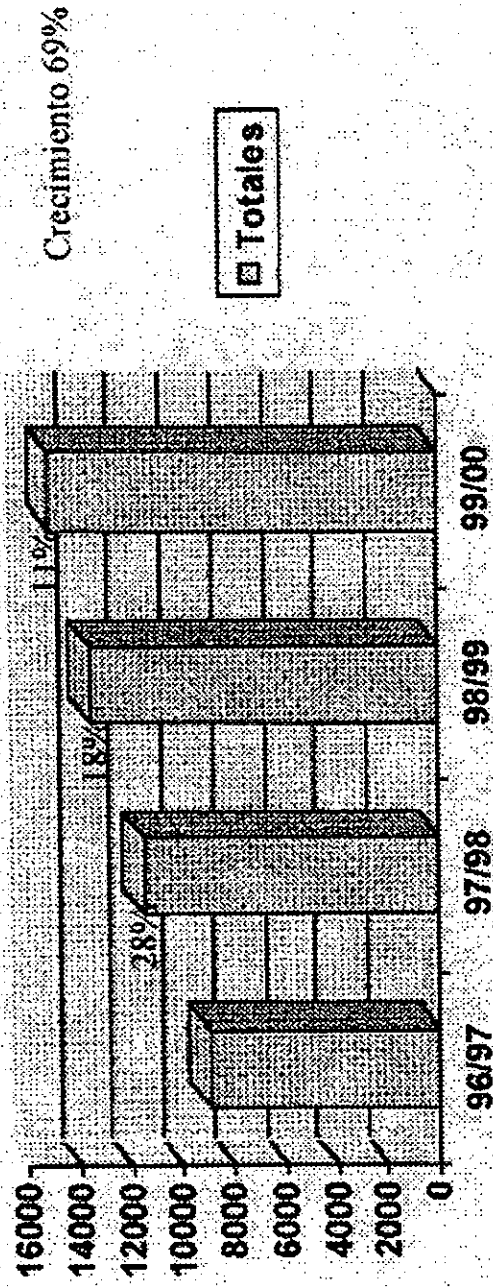
LAS GRUTAS – ALOJAMIENTO

EVALUACION CUANTITATIVA TEMPORADA ALTA

Total de plazas ofrecidas por tipo de alojamiento:

- Hotelero: hoteles y residenciales..... 5%
- Extrahotelero: complejos de departamentos (19%), casas de alquiler por inmobiliaria (8%), casas de alquiler particulares (25%), campings (30%) 82%
- Segundas residencias 13%

Evolución de las plazas ofrecidas- periodo 96-00



Fuente: elaboración propia

TEMPORADA BAJA

- Alojamiento hotelero, complejos de departamentos y casas de alquiler por Inmobiliaria2000 plazas
- Establecimientos correspondientes a las categorías más altas

EVALUACIÓN CUALITATIVA

Alojamiento hotelero:

- Inexistencia de categorías de 4 y 5 estrellas
- 35 % corresponde a 1 y 2 estrellas
- 14% corresponde a 3 estrellas

Alojamiento extrahotelero

- 26% categoría 1 y 2 estrellas
- 11% corresponde a 3 estrellas
- 9% corresponde a categorías inferiores a 1 estrella
- Campings: la calidad no se ajusta a la reglamentación provincial y municipal existente

SAN ANTONIO OESTE Y SAN ANTONIO ESTE

- 142 plazas hoteleras y 5 casas de alquiler particular (SAO)
- 28 plazas hoteleras y 48 plazas en campings (SAE)

OFERTA COMPLEMENTARIA

- Gastronomía
Especialización
- Casas de comidas
- Esparcimiento
Para adultos en espacios cerrados
- Excursiones
En temporada baja
- Náutica
- Actividades deportivas
- Actividades recreativas
- Transporte
- Terrestre y ferroviario
Aéreo

SITUACIÓN URBANA

Participación	San Antonio Este	San Antonio Oeste	Las Grutas
Primer Foro de Ideas año 1993	Alternativas de Playa para Las Grutas	<ul style="list-style-type: none"> • Identidad propia • Rescatar la historia ferroviaria • Es un satélite de servicios de Las Grutas 	<ul style="list-style-type: none"> • Rediseñar la costanera • Rescatar barrios históricos • Centro juvenil patagónico
Jornadas para delinear el perfil turístico 1997			<ul style="list-style-type: none"> • Plan urbanístico • Redimensionar campings • Reversión de la planta urbana • Rediseñar la costanera – Producto turístico • Manejo de espacios naturales • Espacios urbanos
Taller de Participación-Accesibilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Accesibilidad • Propiedad de las tierras 	<ul style="list-style-type: none"> • Deficiente ubicación del parque industrial • Contaminación • Sobredimensionamiento infraestructura ferroviaria • Dispersión de la planta urbana 	<ul style="list-style-type: none"> • Faltan pautas de calidad total • Ordenamiento vial • Crecimiento de la planta urbana de acuerdo a presiones y contingencias

El marco para la sostenibilidad

Rehabilitación
Revitalización
Compromiso

Sentimos parte de la solución del problema

Elegir nuestros destinos como ciudad → Identidad

ANTECEDENTES

- En 1979 se pone en funcionamiento la figura integradora de los Corredores
- En 1992 la Secretaría de Turismo de Río Negro trabaja las Jornadas Patagónicas en el contexto del Corredor, puntualizando la puesta en valor, las ventajas comparativas, la propuesta ecológica, las actividades de buceo, pesca y náutica y elementos puntuales como captura de pulpos y talasoterapia como atractivos, complementando el producto con souvenirs regionales.
- En 1994 las provincias del Chubut y Río Negro firman un convenio para coordinar las acciones del Corredor
- En 1996 se genera un movimiento de trabajo conjunto por parte de los municipios y algunos representantes del sector privado
- En 1997 se conforma el Ente Corredor Patagonia de la Playas que asignó una alícuota para reunir fondos con el fin de realizar acciones promocionales
- El Ente continúa funcionando actualmente con presidencia en Puerto Pirámides
- Las acciones de marketing realizadas están representadas por el logotipo institucional, la folletería turística informativa, merchandising (calcos, bolsas, remeras, gorras y banderas) y las salidas promocionales (1996 Neuquén y Bariloche; 1997 salida al norte y al sur; 1998 Bariloche, El Bolsón y Esquel), eventos promocionales (presentaciones fotográficas en Bariloche en 1998 y stand FIT en 1999) y acciones de prensa

SITUACIÓN ACTUAL

- La actual situación económica afecta los aportes de las alícuotas
- El sector privado no presenta demasiado interés
- Coincidencia de las problemáticas y necesidades
- En los seminarios de Turismo Receptivo del CFI, se realizó un aporte interesante a tener en cuenta: legislación homogénea, oferta de turismo activo, solución a los problemas de accesibilidad de la ruta nacional N° 3, investigación de mercados, promoción y comercialización conjunta, educación y capacitación y unificación de los criterios de categorización implementando un sello de Calidad Patagónico.
- La Secretaría de Turismo Provincial de Río Negro pone de manifiesto que los destinos que integran los corredores, se complementan para determinadas acciones y tareas de información pero también compiten en ciertas franjas del mercado

CUALITATIVOS

Las Grutas ALTA

Procedencia – Único destino del viaje – Estadía – Motivación

Medio por el cual se informó – Tipo de alojamiento – Tipo de grupo

Frecuencia de visita – Gasto

Las Grutas BAJA

Procedencia – Único destino del viaje – Estadía – Motivación

Medio por el cual se informó – Tipo de alojamiento – Tipo de grupo

Otros destinos de la Provincia (forma de organización del viaje)

Otros destinos del Corredor

- Coincidencias: transporte, organización del viaje, medio de información, motivación, procedencia
- Diferencias: destino único, estadía, motivación, excursiones

ENTORNO COMPETITIVO

- El mercado de referencia geográfico ya no es el país o continente, sino el conjunto de grandes países industrializados
- Esto exige a los destinos innovación y creatividad en el diseño de sus estrategias
- Las claves de las ventajas competitivas son: la productividad, la diferenciación y la especialización. La diferenciación genera fidelidad del cliente por el producto y reduce su sensibilidad al precio y la especialización facilita la creación de imagen
- Dentro del mercado nacional y en cuanto a sus ventajas defendibles (sol y playa) sus principales destinos competidores son los correspondientes al Corredor Patagonia de las Playas y Corredor Atlántico Bonaerense

PRODUCTO TURÍSTICO BASE “SOL Y PLAYA”

FORTALEZAS

- Calidad de agua y arenas
- Amplitud de mareas, extensión de las playas
- Limpieza natural cíclica de sus playas
- Seguridad resultante de su suave declive
- Alta disponibilidad de horas de sol
- Protección natural de las playas de los vientos provenientes del norte
- Calidez de las aguas

DEBILIDADES

- Falta de facilidades turísticas que obstaculizan el desarrollo de actividades

OFERTA DE SERVICIOS BÁSICA Y COMPLEMENTARIA

FORTALEZAS

- Infraestructura existente
- Existencia de una estructura básica de servicios
- Posibilidad de desarrollo de una oferta de excursiones no tradicionales que complementen las actividades marítimas y ecológicas actuales
- Tranquilidad y seguridad social
- Fidelidad de la demanda

DEBILIDADES

- Falta calidad en la prestación de los servicios
- Falta de adecuación entre los componentes costo/calidad
- Oferta limitada e insuficiente de servicios turísticos complementarios
- Oferta insuficiente de actividades de esparcimiento diurno y nocturno
- Ausencia de canales de comercialización

COMPARATIVO ENTRE LAS GRUTAS Y SU PRINCIPAL COMPETIDOR DENTRO DEL CORREDOR

LAS GRUTAS		PUERTO MADRYN
Principales atractivos	<ul style="list-style-type: none"> • Playas 	<ul style="list-style-type: none"> • Fauna • Ecoturismo • Playas
Recursos naturales	<ul style="list-style-type: none"> • Humedales • Fósiles 	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema de Península de Valdés
El equipamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Alojamiento: 15.000 plazas • Agencias receptoras: 2 • Gastronomía: 15 establecim. • Operadoras de buceo: 1 • Servicios básicos 	<ul style="list-style-type: none"> • Alojamiento: 10.000 plazas • Agencias receptoras: 22 • Gastronomía: 30 establecim. • Operadoras de buceo: 7 • Servicios básicos
Infraestructura de servicios Actividades opcionales	<ul style="list-style-type: none"> • Ecoturismo (en crecimiento) • Náutica (incipiente) • Buceo (en crecimiento) • Cultural (incipiente) 	<ul style="list-style-type: none"> • Ecoturismo • Náutica • Buceo • Ecocentro • Turismo cultural (en desarrollo) • Turismo rural
Estacionalidad de temporadas	<ul style="list-style-type: none"> • Diciembre a marzo 	<ul style="list-style-type: none"> • Junio a diciembre • Diciembre a marzo
Accesibilidad al destino	<ul style="list-style-type: none"> • Terrestre • Aéreo (LADE) • Viedma (A. Argentinas, Southern Winds) 	<ul style="list-style-type: none"> • Terrestre • Aéreo (El Tehuelche – DINAR) • Trelew (LAPA / A. Argentinas) • Destino de cruceros
Mercados reales	<ul style="list-style-type: none"> • Buenos Aires • Río Negro 	<ul style="list-style-type: none"> • Buenos Aires / Capital Federal • Europa

DEMANDA POTENCIAL

- Principales tendencias turísticas a nivel mundial
- Turismo activo, étnico, naturaleza, especializado, religioso, de salud, de negocios y congresos
- Vacaciones más cortas y frecuentes
- Personas retiradas activas y discapacitados
- Turistas especificados y exigentes
- Visitantes con sensibilidad ambiental
- Preferencia por el turismo sustentable
- Análisis del Marketing Turístico para el área en estudio
- Posicionamiento de la Patagonia

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	PÚBLICO OBJETIVO	MERCADOS	ÉPOCA DE CONSUMO
<p>Turismo de Aventura Las Grutas</p>	<p>Mesetas que posibilitan la práctica de trekking, aladeltismo, parapente, esquí acuático y buceo</p>	<p>Jóvenes entre 16 y 24 años, ambos sexos. Nivel socio- económico medio y medio alto. Educación secundaria y superior. Participa el mercado regional, europeo y de América del Norte</p>	<p>Nacional: Buenos Aires, Capital Federal, La Plata, Bahía Blanca, Córdoba, Santa Fe, Mendoza, Alto Valle. Regional: Brasil, Chile Europeo: España, Italia, Gran Bretaña, Alemania. América del Norte: USA</p>	<p>Todo el año</p>
<p>Naturaleza Las Grutas</p>	<p>Proporciona el ámbito ideal para el descanso. El turista interactúa con la naturaleza permaneciendo en el lugar. Muchos interesados en conocer la Patagonia, que es sinónimo de naturaleza, realizan circuitos por la costa y la cordillera atravesando vales y mesetas. Turismo didáctico</p>	<p>Adultos ambos sexos. Matrimonios con y sin hijos. Nivel socio- económico medio y medio alto, con educación primaria, secundaria y superior. Mochileros ambos sexos, entre 18 y 26 años. Nivel socio- económico medio, medio bajo. Educación primaria y secundaria. De origen nacional y regional. Niños en edad escolar: 10 a 16 años.</p>	<p>Nacional: Buenos Aires, Capital Federal, La Plata, Bahía Blanca, Córdoba, Santa Fe, Mendoza, Alto Valle. Regional: Brasil, Chile Europeo: España, Italia, Gran Bretaña, Alemania. América del Norte: USA. Medio Oriente: Israel</p>	<p>Otoño y primavera</p>

<p>Pesca de Mar SAO/Las Grutas</p>	<p>La oferta del litoral atlántico ofrece variedad y gran riqueza de especies: pejerrey, róbalo, congrio, anchoa, salmón, cazón, tiburón.</p>	<p>Varones jóvenes y adultos. Nivel socio- económico medio y medio bajo. Educación primaria y secundaria.</p>	<p>Nacional: Capital Federal, Gran Buenos Aires, La Plata, Córdoba, Santa Fe/Paraná, Mendoza, Resistencia/Corrientes, Alto Valle/Neuquén</p>	<p>Prácticamente todo el año</p>
<p>Playas Las Grutas</p>	<p>Turismo fijo, recreativo en el comienzo y al finalizar la temporada estival (con el objetivo de extender el ciclo) Objetivo: estimular los arribos de comienzo y fin de temporada</p>	<p>Jubilados ambos sexos, matrimonios sin hijos o con hijos pequeños. Solos y solas entre 18 y 24 años. Nivel socio- económico medio, medio bajo con educación primaria y secundaria</p>	<p>Alto Valle Neuquén Viedma Bariloche Bahía Blanca Comodoro Rivadavia Ushuaia</p>	<p>Meses de diciembre, febrero y marzo</p>

Fuente: Secretaría de Turismo Provincial 1989-95

MARKETING AUDIT

ACCIONES

- Publicaciones
- Internet
- Ferias y Workshops
- Salidas promocionales y Eventos
- Oficinas de información
- Señalización turística
- Audiovisuales
- Disquettes y CD

RESULTADOS

- Boca a oreja
- Medios Gráficos (La Voz del Interior, Clarín, La Nueva Provincia, Río Negro, Weekend y El Catalejo
- Publicaciones electrónicas
- Ferias y Workshops nacionales
- Caravanas de promoción

DUPLICIDAD

ANÁLISIS DE LA IMAGEN

1993 → Estudio de imagen de PRODUCTOS TURÍSTICOS

Patagonia

- Naturaleza
- Agreste
- Comodidad y confort

Playas patagónicas

- Alejadas
- Áridas
- Escasamente pobladas
- Frías y ventosas

Grandes
Centros
Urbanos

- Azules, transparentes
- Aguas cálidas
- Playas extensas
- Buceo
- Avistaje de fauna marina

Patagonia Sur
Visitaron otros
destinos patagónicos

1997/98

- Medición del desarrollo turístico en Río Negro, San Antonio – Las Grutas
- En Patagonia TOTAL y FIT
- 78% poseían cierto grado de conocimiento del destino
- Imagen de paisaje y tranquilidad

Sol y Playa

- Grado de madurez

Desafío 2000

- UNA IMAGEN DEL DESTINO PARA TODO EL AÑO

SUGERENCIAS PARA LA PLANIFICACIÓN JURÍSTICA

- Se sugirió que se realicen acciones que cumplan las expectativas de los pobladores
 - Que se tengan en cuenta los resultados de la encuesta
 - Que se consideren los tres centros urbanos y sus necesidades
 - Que contribuya a mejorar la calidad de los servicios
 - Realizar un estudio de impacto ambiental
 - Ocupar mano de obra local y capacitarla
 - Que tengan difusión los resultados
- Que se proyecten actividades recreativas y más servicios
 - Que se respete la idiosincrasia del lugar
 - Integración y coordinación con otros planes

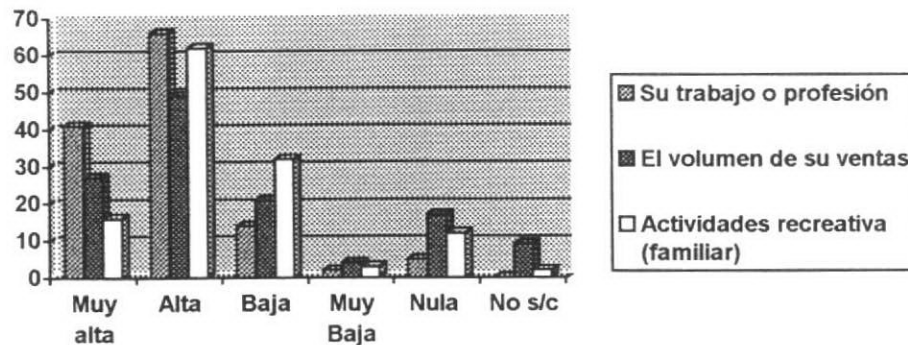
ANEXO IV
RESULTADOS DE LA ENCUESTA A LA
POBLACIÓN LOCAL

Resultados

En el presente informe se presentan en forma descriptiva los resultados muestrales de la encuesta realizada en los tres centros urbanos del área en estudio. La muestra fue de un total de 130 unidades relevadas lo que constituye el 1% de la población total. Se realizó en forma estratificada y dentro de cada estrato se utilizó para la selección el método simple al azar. En informes posteriores se realizará los cruces de variables de acuerdo a las necesidades que se planteen. Asimismo se expondrán las sugerencias y opiniones personales recopiladas en la misma.

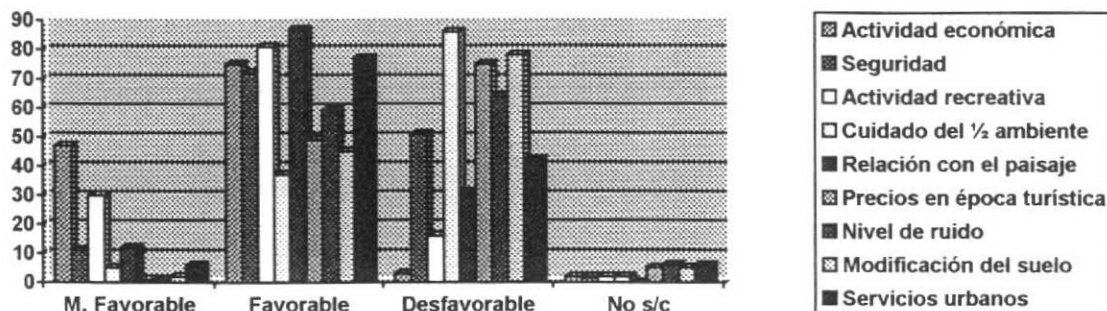
1) ¿Cual es la incidencia que tiene la actividad turística en

	Muy alta	Alta	Baja	Muy Baja	Nula	No s/c
Su trabajo o profesión	41	66	14	2	5	0
El volumen de su ventas	27	49	21	4	17	9
Actividades recreativa (familiar)	16	62	32	3	12	2



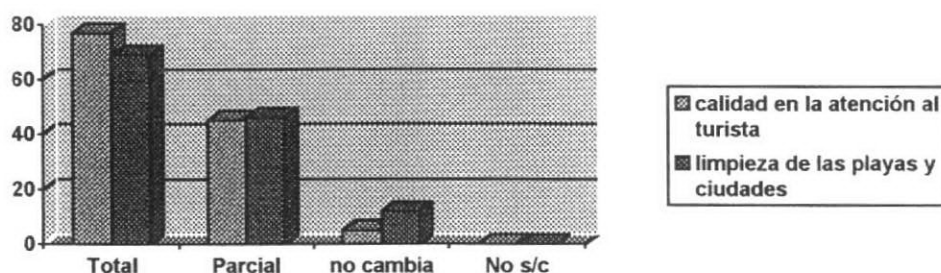
2) Como cree ud. que incide el turismo receptivo en la calidad de vida de la población según...

	M. Favorable	Favorable	Desfavorable	No s/c
Actividad económica	47	75	3	2
Seguridad	11	72	51	2
Actividad recreativa	30	81	16	2
Cuidado del ½ ambiente	5	37	86	2
Relación con el paisaje	12	87	31	0
Precios en época turística	1	49	75	5
Nivel de ruido	1	59	64	6
Modificación del suelo	2	45	78	5
Servicios urbanos	6	77	42	6



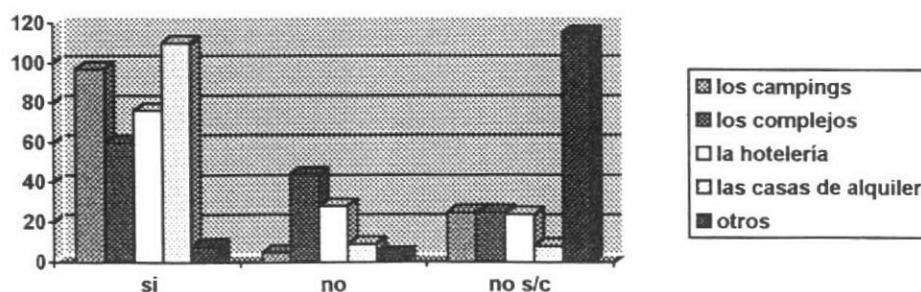
3) ¿Que cree ud que habría que modificar en el lugar en pos de un desarrollo turístico sustentable?

	Total	Parcial	no cambia	No s/c
calidad en la atención al turista	77	45	5	0
limpieza de las playas y ciudades	69	46	12	0



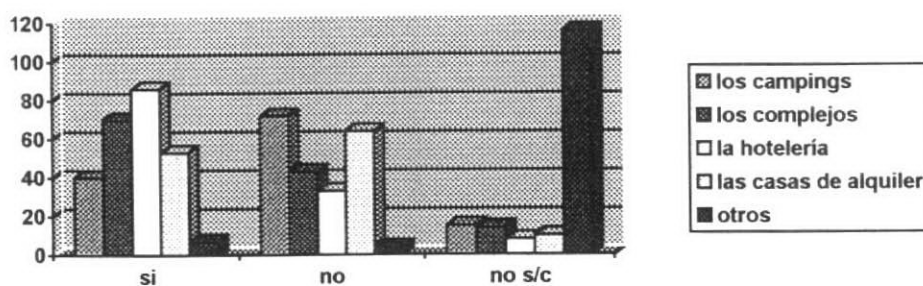
Mejoraría la calidad de :

	si	no	no s/c
los campings	97	5	25
los complejos	60	44	25
la hotelería	76	28	24
las casas de alquiler	110	9	8
Otros	8	4	115



Aumentaría la cantidad de:

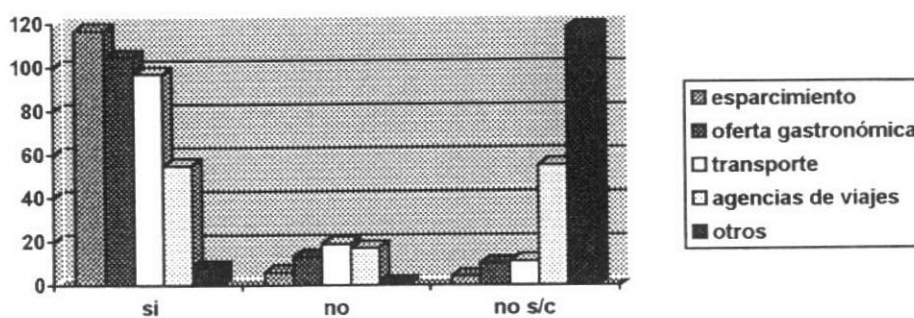
	Si	no	no s/c
los campings	40	72	15
los complejos	70	43	14
la hotelería	86	33	8
las casas de alquiler	53	64	10
otros	7	4	116



Nota: del total de respuesta 79 propusieron reubiar los campings

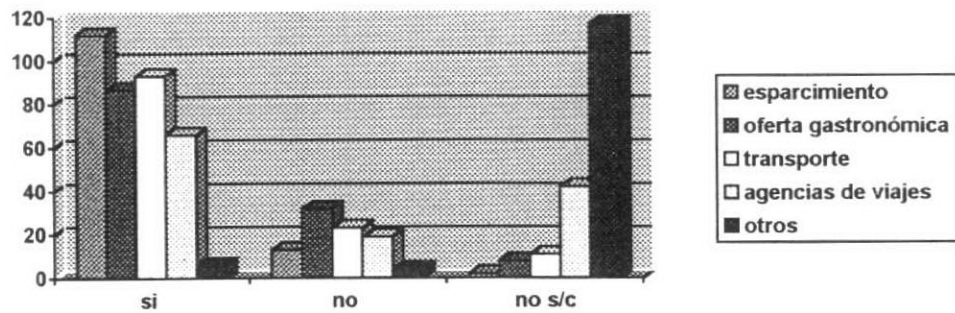
Mejoraría la calidad de:

	si	no	no s/c
esparcimiento	117	6	4
oferta gastronómica	105	13	10
transporte	97	19	11
agencias de viajes	55	17	55
otros	8	1	118



Aumentaría la cantidad de:

	si	no	no s/c
esparcimiento	112	13	2
oferta gastronómica	87	32	8
transporte	93	23	11
agencias de viajes	66	19	42
otros	6	4	117



¿Cree ud que habría que modificar la relación calidad/precio en la oferta turística?

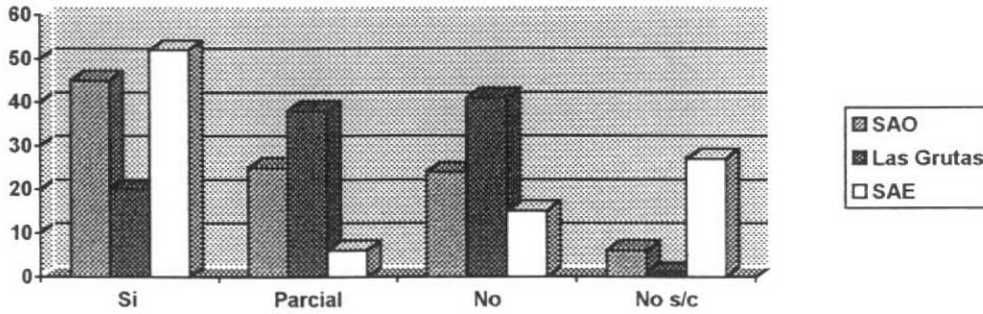
Mantiene precio mantiene calidad	35
Mantiene precio baja calidad	0
Mantiene precio aumenta calidad	37
Aumenta precio aumenta calidad	8
Aumenta precio baja calidad	0
Aumenta precio mantiene calidad	0
Baja precio baja calidad	1
Baja precio mantiene calidad	21
Baja precio aumenta calidad	39

- 4) Con relación al estilo, paisaje y desarrollo urbano, considera conveniente:

Modificar el estilo edilicio actual de:

	Si	Parcial	No	No s/c
SAO	57	32	30	8
Las Grutas	26	48	52	1
SAE	66	8	19	34

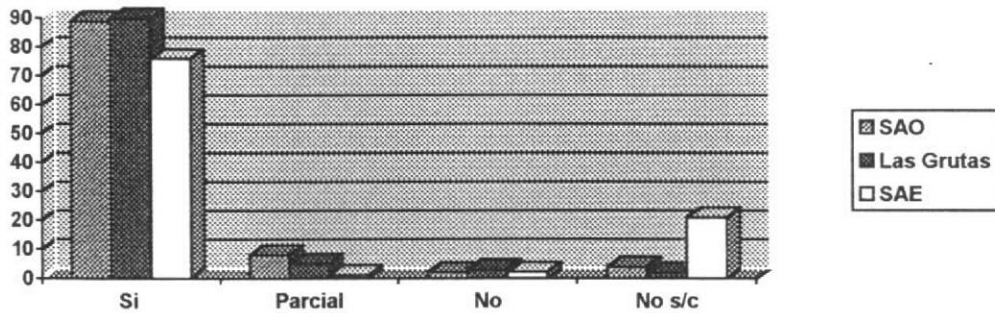
	Si	Parcial	No	No s/c
SAO	45%	25%	24%	6%
Las Grutas	20%	38%	41%	1%
SAE	52%	6%	15%	27%



Construir más veredas en:

	Si	Parcial	No	No s/c
SAO	109	10	3	5
Las Grutas	114	6	4	3
SAE	96	1	3	27

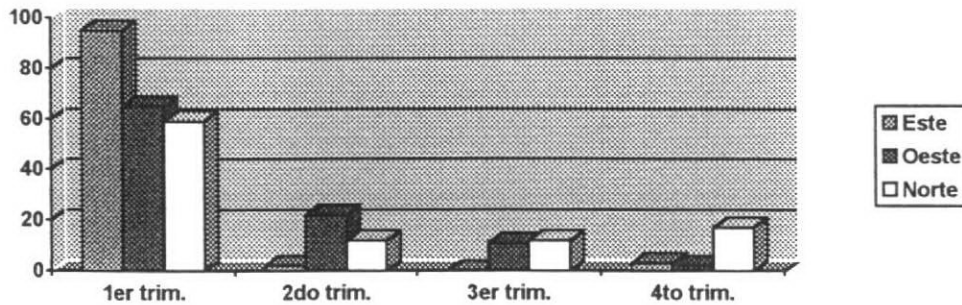
	Si	Parcial	No	No s/c
SAO	86%	8%	2%	4%
Las Grutas	90%	5%	3%	2%
SAE	76%	1%	2%	21%



Asfaltar más calles en:

	Si	Parcial	No	No s/c
SAO	121	2	0	4
Las Grutas	83	28	14	2
SAE	75	15	15	22

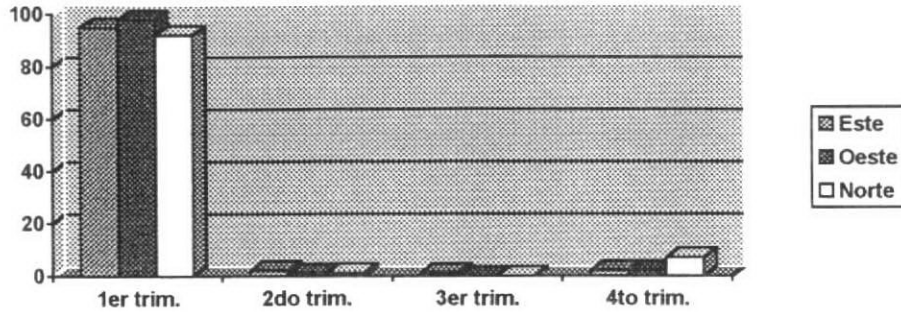
	Si	Parcial	No	No s/c
SAO	95%	2%	0%	3%
Las Grutas	65%	22%	11%	2%
SAE	59%	12%	12%	17%



Aumentar la forestación en:

	Si	Parcial	No	No s/c
SAO	121	2	1	3
Las Grutas	124	1	0	2
SAE	117	1	0	9

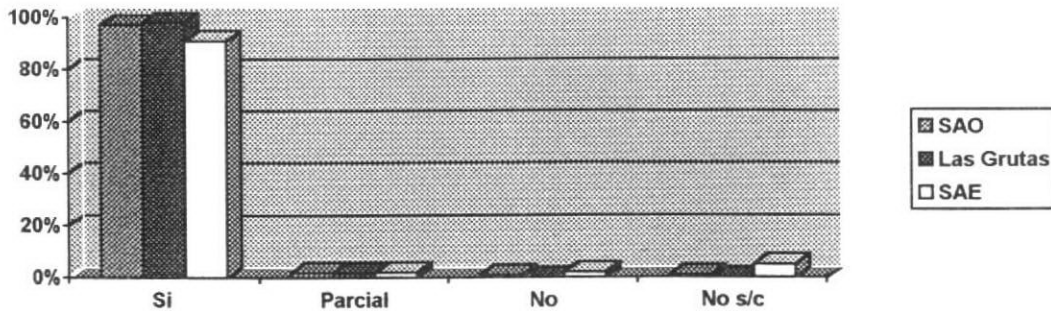
	Si	Parcial	No	No s/c
SAO	95%	2%	1%	2%
Las Grutas	98%	1%	0%	2%
SAE	92%	1%	0%	7%



Preservar la costa en:

	Si	Parcial	No	No s/c
SAO	123	2	1	1
Las Grutas	125	2	0	0
SAE	116	2	3	6

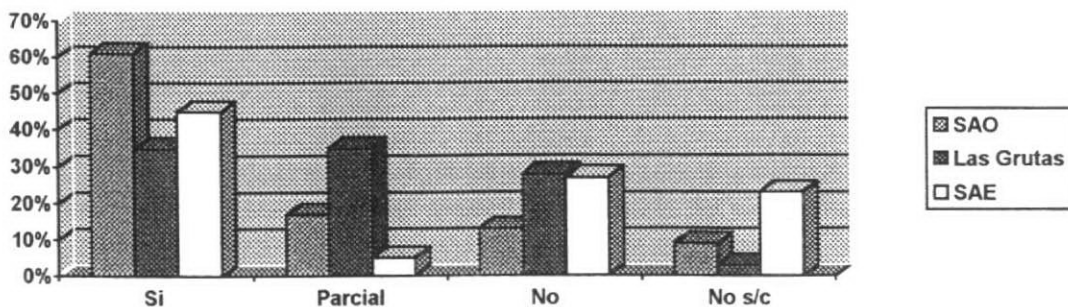
	Si	Parcial	No	No s/c
SAO	97%	2%	1%	1%
Las Grutas	98%	2%	0%	0%
SAE	91%	2%	2%	5%



Modificar la costanera en:

	Si	Parcial	No	No s/c
SAO	78	21	17	11
Las Grutas	44	44	35	4
SAE	58	7	34	29

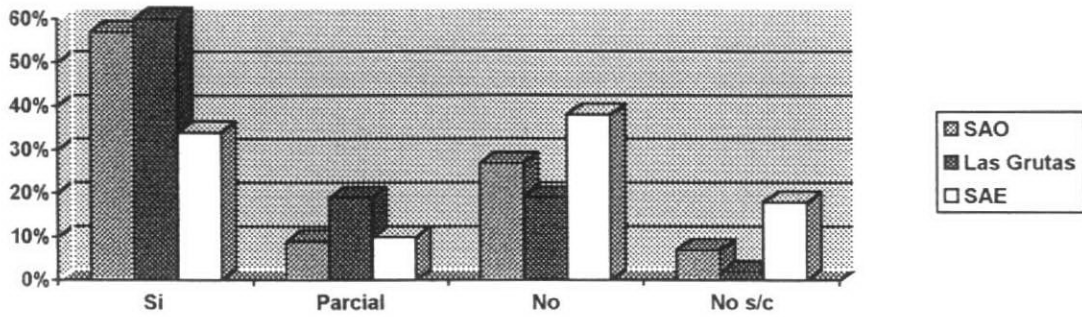
	Si	Parcial	No	No s/c
SAO	61%	17%	13%	9%
Las Grutas	35%	35%	28%	3%
SAE	45%	5%	27%	23%



Regular/limitar el crecimiento inmobiliario en:

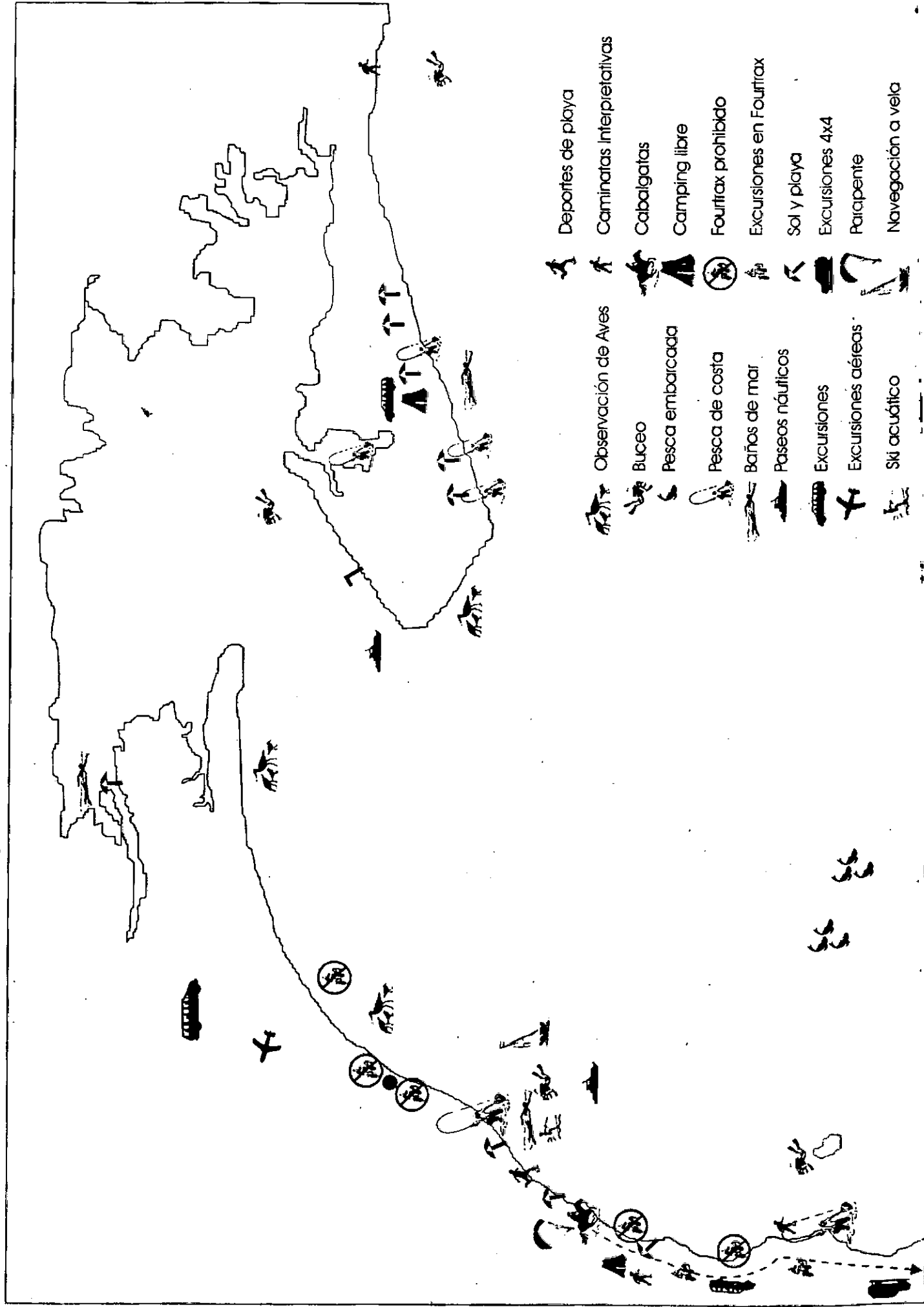
	Si	Parcial	No	No s/c
SAO	73	11	34	9
Las Grutas	76	24	24	3
SAE	43	13	48	23

	Si	Parcial	No	No s/c
SAO	57%	9%	27%	7%
Las Grutas	60%	19%	19%	2%
SAE	34%	10%	38%	18%

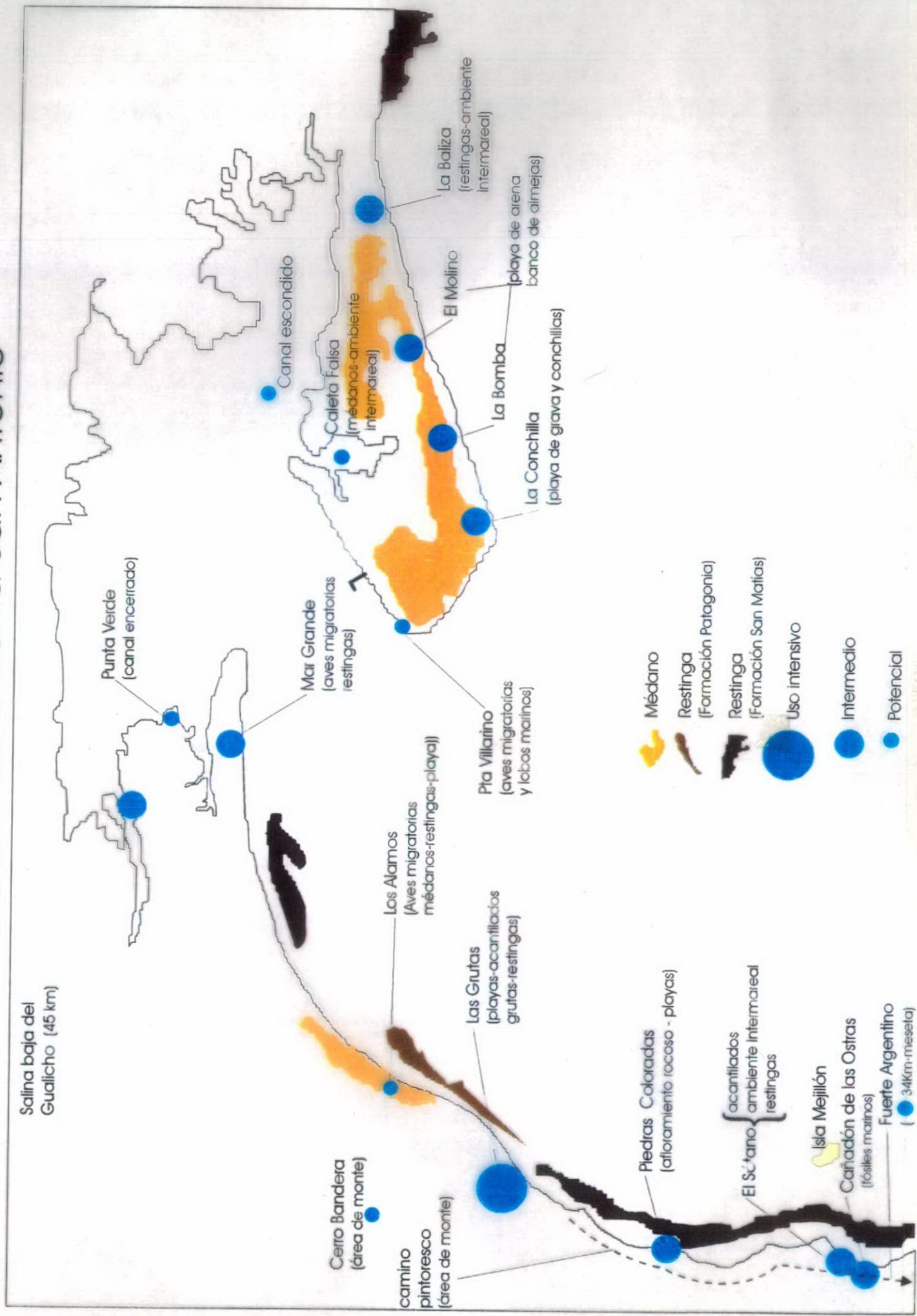


ANEXO V
GRÁFICOS Y MAPAS

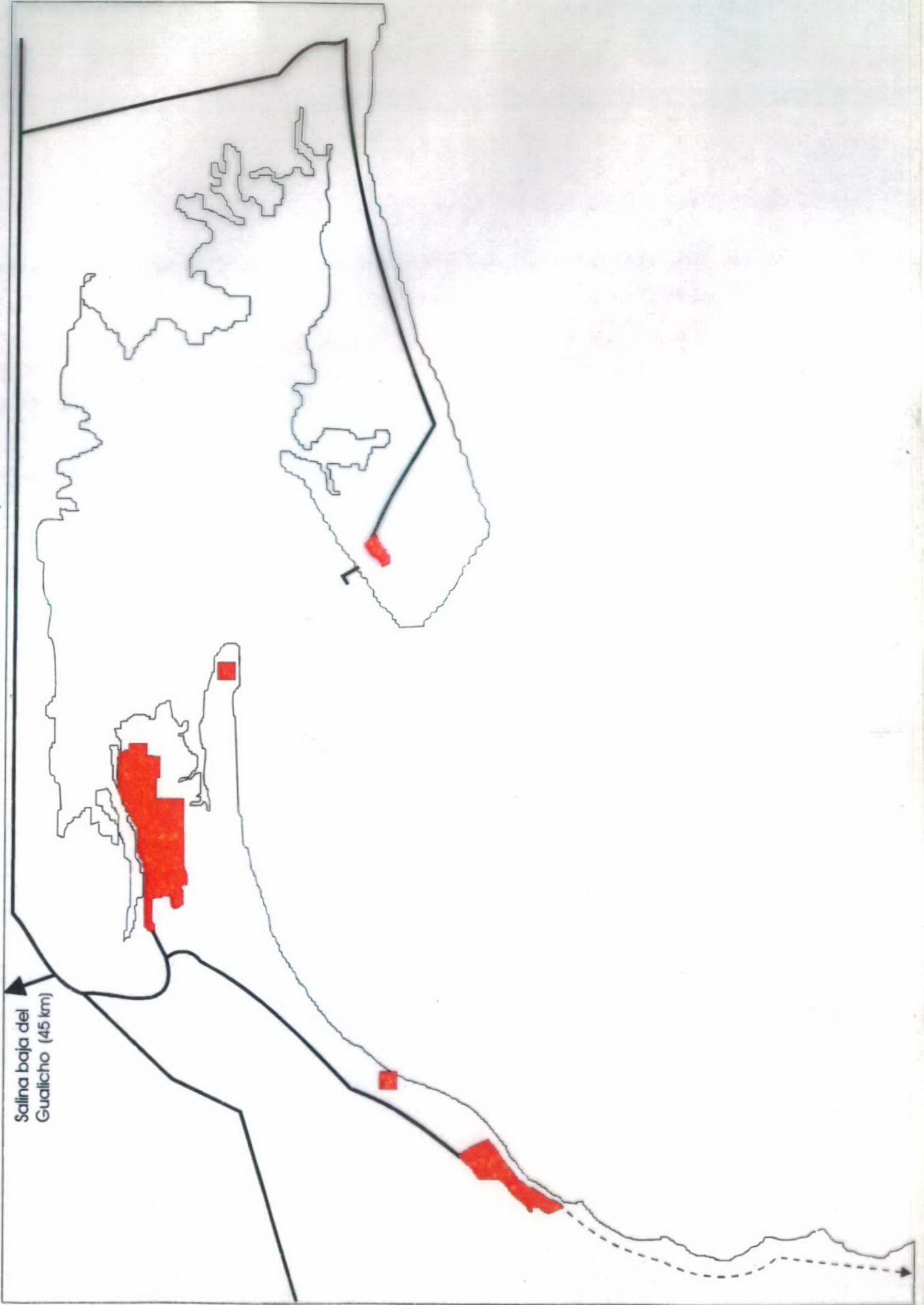
Actividades temporada alta



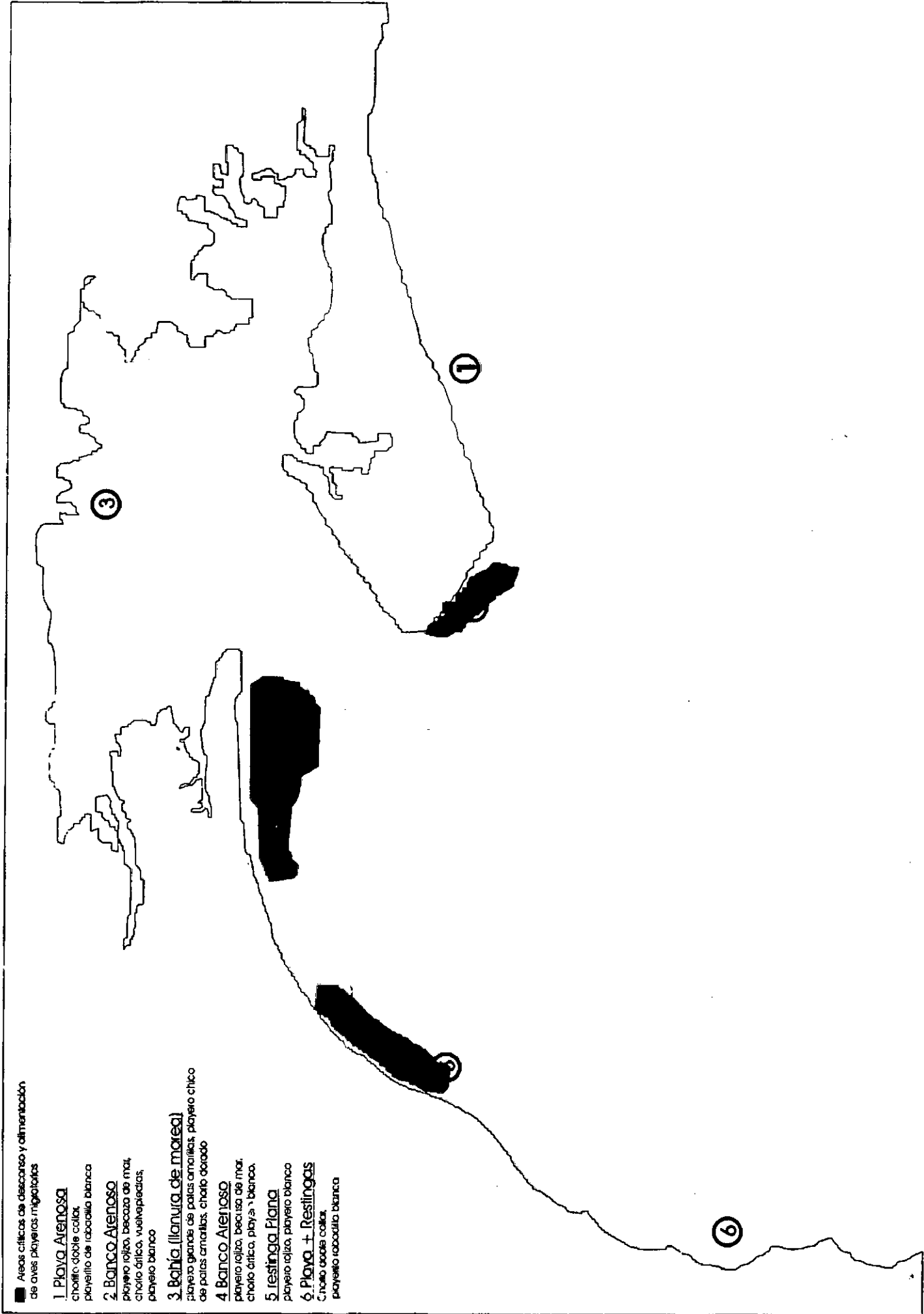
Atractivos Naturales de la Bahía San Antonio



Centros Turísticos (SAO-SAE-LG) - ALPAT - ITMA



Distribución de aves playeras y Areas críticas



Límites del Area Natural Protegida Bahía San Antonio



Más gente elige el país para viajar

Continuación de la Pág. 1, Col. 4

... puntos. Estamos ante una obvia diversificación de la oferta, luego de una fuerte acción gubernamental en combinación con los privados", expresó el secretario de Turismo, Hernán Lombardi.

Durante el primer mes de la temporada, 5.625.282 personas recorrieron el país. La cifra supera en un 6,79 por ciento el movimiento registrado en igual período de 2000.

Los favoritos

De ese total, el 64,7 por ciento (3.640.605 viajeros, 124.415 más que el año último) pasó sus vacaciones en los balnearios de la costa atlántica.

Sin embargo, las sierras argentinas fueron la sorpresa de este recuento estival no en función de la cantidad absoluta de turistas que recibieron, sino por el salto de 123% en relación con el verano anterior: 161.784 visitantes, contra 938.801.

Según la Agencia Córdoba Turismo, del gobierno provincial, en enero llegaron a la provincia 1.250.000 viajeros. Constituyen el 22,22 por ciento del total de argentinos que optaron por destinos nacionales para descansar.

La ciudad de Villa Carlos Paz congregó la mayor cantidad de voluntades, pero la principal recuperación se notó en la zona de Traslasierra.

Los pintorescos paisajes mendocinos atraparon un 60,5 por ciento más de gente que en enero de 2000. En el primer mes de este año ingresaron 55.000 personas en la provincia cuyana.

San Rafael, Gran Mendoza, Malargüe, Valle de Uco y la alta montaña fueron -según informó la Subsecretaría de Turismo provincial- los centros turísticos más convocantes.

El éxito como polo de atracción veraniega también se instaló en Villa La Angostura, provincia de Neuquén.

En este paraje patagónico, los viajeros dijeron presente en cantidad récord. Nunca antes se había alcanzado la cifra de 46.258 personas alojadas en hospedajes de la ciudad y campamentos de la zona.

Respecto de enero del año último, el incremento fue del 7,8 por ciento, según el intendente, Roberto Caualt.

"El movimiento se vio claramente reflejado en las calles y comercios, que experimentan una afluencia importante de turistas. Los sitios de excursión también estuvieron colmados de visitantes", informaron las autoridades.

En el extremo sur del país, la permanencia de las bajas temperaturas invitó a los argentinos a disfrutar una vez más las bondades de Ushuaia.

Durante el primer mes del año, pasaron allí sus vacaciones 19.218 personas: un 31 por ciento más que el nivel de concurrencia anotado en enero del último año.

El promedio de ocupación de hoteles -según datos del secretario de Turismo local, Guillermo Torre- registró un aumento del 11 por ciento comparado con igual período de 2000.

La seducción del glaciar

Tal como anticipó LA NACION en ediciones anteriores, el imponente Perito Moreno se transformó este verano en un destino privilegiado por el turismo interno.

En el pueblo de El Calafate, punto de partida obligado para recorrer la masa de hielo, la llegada de visitantes creció un 40 por ciento en este primer mes de la temporada, respecto de enero del año último.

¿La novedad? La elección de destinos no tradicionales. Prefirió Merlo, San Luis, un 23,3% más de turistas (37.000) que en 2000; Las Crutas, Río Negro, un 15% más (62.862), y Tucumán, preferentemente Tafi del Valle, un 18% más.

Más gente eligió pasar en el país las vacaciones

El turismo interno creció un 6,8%

• Aunque Brasil salió favorito, más argentinos optaron por destinos locales que en 2000, según datos del Gobierno • Se notó en Córdoba, Mendoza y el Sur

Brasil se llevó la mejor parte de la torta, pero el turismo interno argentino no se quedó atrás esta temporada: el movimiento de viajeros que eligieron el país aumentó en enero un 6,8 por ciento respecto del mismo mes del año último.

Los datos de la Secretaría de Turismo de la Nación revelan que las sierras, la montaña y los lagos resultaron, en proporción, más atractivos que la playa. Los destinos que más crecieron en afluencia de viajeros y en ocupación hotelera fueron Córdoba, El Calafate, Ushuaia, Mendoza y Villa La Angostura.

En la costa atlántica, el incremento de visitantes benefició principalmente a Villa Gesell, donde el

promedio de ocupación subió un 12 por ciento.

Las autoridades destacaron además la marcada preferencia de los argentinos por centros turísticos no tradicionales: Tafi del Valle (Tucumán), Merlo (San Luis) y Las Crutas, El Cóndor y Playas Doradas (Río Negro).

Pero mucha gente apostó a los clásicos: en la segunda mitad de enero, pasó por Mar del Plata un 50 por ciento más de gente que durante los primeros 15 días.

Esta circunstancia confirma la tendencia histórica que coloca como favorita del verano a la segunda quincena del mes. Así lo confirmó el Ente Municipal de Turismo (Emtur).

Y en Pinamar la llegada de viajeros superó durante enero las expectativas de operadores y autoridades del sector en un 30 por ciento.

"En síntesis, podemos decir que hay más turistas recorriendo más

Continúa en la Pág. 13, Col. 1

LA NACIÓN
Buenos Aires, jueves 1º de febrero de 2001

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
BIBLIOTECA

