

014.39

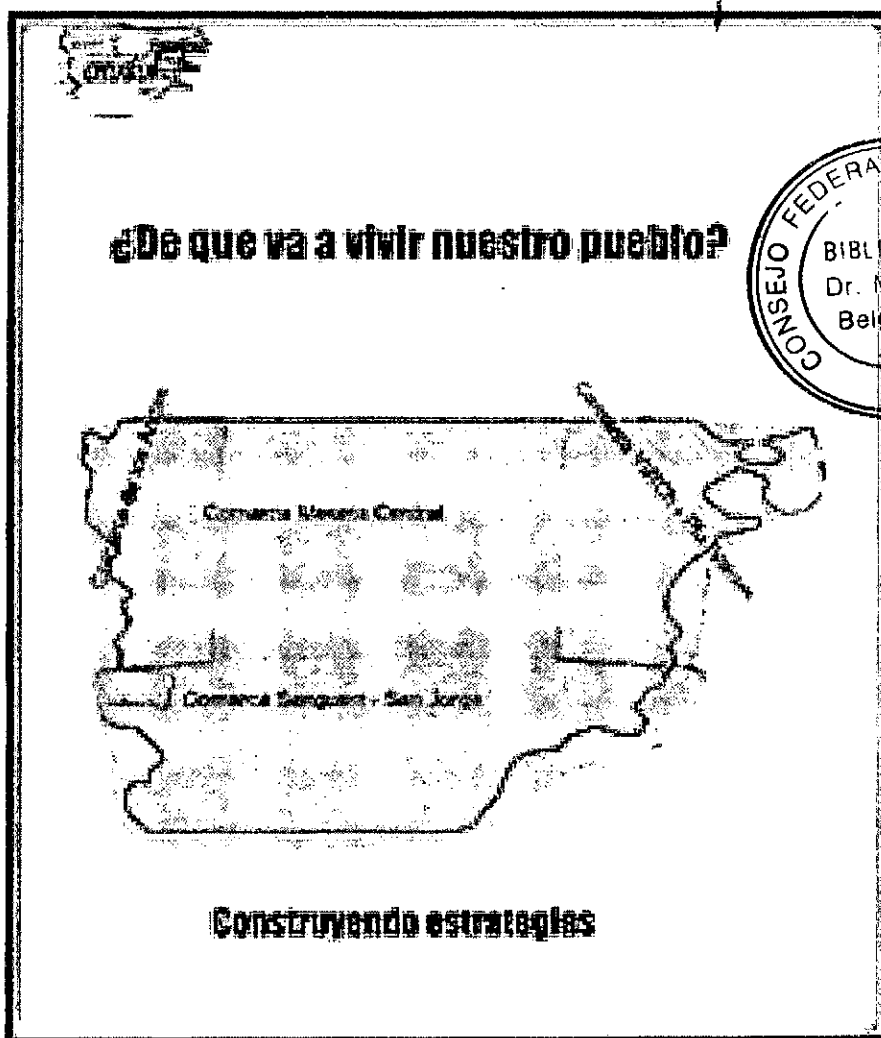
A 33d

45710

PROVINCIA DEL CHUBUT

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

# Programa de Desarrollo Comarcal del Chubut



## "Desarrollo y Puesta en Valor de Productos Turísticos Comarcales"

Comarca de la Meseta Central

Informe Final - Julio de 2006

Autor: Florencia Aversa

# AUTORIDADES

## PROVINCIA DE CHUBUT

## CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

### ***Gobernador de la Provincia***

Mario DAS NEVES

### ***Secretario General***

Ing. Juan José CIÁCERA

### **Ministro Producción**

Martín BUZZI

### **Directora de Coordinación**

Ing. Marta VALÁZQUES CAO

### **Director Unidad Ejecutora**

Hugo PLUNKETT

### **Jefa del Area Red de Información**

Lic. Alicia Noemí Rapaccini

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>PRIMERA PARTE.....</b>	<b>3</b>
<b>1 INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>3</b>
<b>SEGUNDA PARTE: ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO.....</b>	<b>6</b>
<b>2 EL DESTINO.....</b>	<b>6</b>
<b>2.1 Los actores, roles y políticas .....</b>	<b>9</b>
<b>2.2 Los componentes de la oferta.....</b>	<b>14</b>
<b>3 LA DEMANDA, EL DESPAZAMIENTO Y EL MARKETING .....</b>	<b>24</b>
<b>4 SITUACIÓN ACTUAL Y VISIÓN .....</b>	<b>26</b>
<b>TERCERA PARTE: LA PROPUESTA.....</b>	<b>31</b>
<b>5 OBJETIVOS.....</b>	<b>31</b>
<b>6 PLAN DE ACCIÓN .....</b>	<b>33</b>
<b>7 METAS.....</b>	<b>40</b>
<b>8 CONSIDERACIONES FINALES.....</b>	<b>42</b>
<b>APÉNDICE I: ACTIVIDADES, TAREAS Y RESULTADOS.....</b>	<b>43</b>
<b>APÉNDICE II: RECURSOS Y COSTOS DE EJECUCIÓN (AÑO 1).....</b>	<b>45</b>

---

# PRIMERA PARTE

---

## INTRODUCCIÓN

---

# Primera Parte

---

## 1 INTRODUCCIÓN

El presente documento corresponde al Informe Final del Proyecto "Desarrollo y Puesta en Valor de Productos Turísticos Comarcales" en el marco del Programa de Desarrollo Comarcal de la Provincia de Chubut.

En la primera etapa del proceso se llevó a cabo el relevamiento, análisis y evaluación del uso turístico actual de la *Comarca*.

En la segunda etapa la información obtenida fue compilada y analizada en profundidad y se comenzó con la elaboración de una propuesta para el desarrollo turístico de la *Comarca*.

Finalmente, en esta última etapa se presentan el análisis y diagnóstico del potencial turístico de la *Comarca* y, a modo de plan, la propuesta de desarrollo turístico posible para la región.

A lo largo del proceso se ha utilizado un mismo abordaje, el que considera al Turismo como un Sistema, en el cual un conjunto de elementos interdependientes se vinculan entre sí y funcionan simultáneamente para lograr un resultado en común. Estos elementos componentes del Sistema son: el Destino propiamente dicho, la Demanda, el Desplazamiento o Flujo y el Marketing. En líneas generales se propone entonces el avance en forma armonizada sobre los cuatro componentes del Sistema.

La propuesta contempla una serie de alternativas que apuntan al desarrollo turístico de la *Comarca* de manera planificada e integral, contemplando las particularidades de cada una de sus localidades o *centros* y de los *corredores* que los interconectan, con especial énfasis en los recursos naturales, arqueológicos y paleontológicos.

Asimismo, y considerando el escaso grado de desarrollo turístico de la región, las grandes distancias que separan el Destino-Meseta de los principales centros emisores, la inmensidad del territorio y la distancia de los *centros* entre

sí, se propone la inscripción de los *centros* y *atractivos* en distintas redes y rutas de acuerdo a sus atributos, generando así un nuevo contexto. Esta nueva situación permitirá re-jerarquizar los atractivos y construir una trama hasta ahora inexistente.

---

# SEGUNDA PARTE

---

## ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO

---

## **Segunda Parte: Análisis y Diagnóstico**

---

### **2 EL DESTINO**

La Provincia del Chubut presenta, de acuerdo su geografía, tres ejes principales: la Costa hacia el este, la Meseta en el centro y la Cordillera hacia el oeste. Este diagrama se repite en otros aspectos del territorio, tales como la distribución de la población, concentrándose los conglomerados urbanos principalmente sobre la franja costera, en menor escala en la cordillera, mientras que la meseta constituye una superficie de aproximadamente 100.000 km<sup>2</sup> con grandes extensiones despobladas o con parajes y localidades de muy pocos habitantes.

En el aspecto turístico también es posible distinguir los mismos tres ejes. En este caso, los principales destinos turísticos provinciales se encuentran en la costa y en la cordillera. Entre ambas, la Meseta Central, área de estudio de este trabajo, con un único corredor asfaltado, el más importante y transitado. Se trata de un camino que con dirección costa - cordillera atraviesa la región desde la ciudad capital de Rawson hasta la ciudad de Esquel. Comienza como Ruta Nacional (RN) 25, paralela en su primer tramo, al Río Chubut que, pocos kilómetros antes de la localidad de Paso de Indios toma dirección noroeste. Desde allí continúa como Ruta Provincial (RP) 62 hasta la localidad de Tecka y luego hasta Esquel como Ruta Nacional 40.

Otros caminos más o menos sinuosos, pero siempre de ripio, conectan los distintos centros de la región constituyendo una red que se ha trazado, en su mayor parte, sobre las huellas de los antiguos pobladores del territorio. Tehuelches, colonos galeses, mapuches, arrieros, troperos, bandoleros, rifleros, comerciantes y hasta los camiones y autobuses que circulan en la actualidad han contribuido a delinear esta red que, a manera de telaraña, atraviesa la gran Meseta Central del Chubut.

La zona de estudio comprende la porción oeste de los departamentos de Cushamen y Languiño, los departamentos de Gastre, Paso de Indios, Telsen y Mártires y limita al oeste con la Comarca de los Andes, al norte con la provincia



de Río Negro, al este con la Comarca VIRCH (Valle Inferior del Río Chubut)-Valdés y al sur con la Comarca Río Senguer- Golfo San Jorge.

La morfología característica de la Meseta Central es la de terrazas escalonadas sucesivas que descienden hacia el mar cortadas por valles, cañadones y sierras, distinguiéndose hacia el oeste una franja anticordillerana de sierras con orientación norte-sur conocidas con el nombre de Patagónides.

En general toda la superficie está sujeta a erosión fundamentalmente eólica. Esta erosión suele ser de tal magnitud que donde el viento ha encontrado relieves muy expuestos y sensibles a su acción, ha creado figuras desgastadas sobre sierras, colinas y lomadas, las que componen un paisaje único. Los vientos provienen del Pacífico, descargan su humedad en la cordillera, por lo que, llegan secos a la zona de la meseta, y siguen secos e intensos hacia el oeste.

El clima es semiárido en la franja oeste con 200 mm de precipitaciones anuales y 8 °C de temperatura media anual. En el resto del territorio el clima es árido patagónico con precipitaciones menores a los 200 mm por año y temperaturas medias anuales de 10 °C.

La región fitogeográfica corresponde a la estepa patagónica. Características de la estepa son especies tales como la jarilla y el calafate, pequeños arbustos xerófilos, con hojas pequeñas, espinas y cuyas profundas raíces buscan la humedad subterránea. Asimismo, es posible encontrar pastos duros y achaparrados como el neneo y el coirón. No hay árboles altos excepto aquellos introducidos por el hombre como álamos, eucaliptos, acacias y tamariscos. También exóticos, los sauces crecen a orillas de ríos y arroyos.

En cuanto a la fauna, es común ver a la vera de los caminos mamíferos como el guanaco y la liebre y aves como el ñandú o *choique*, avutardas, flamencos, garzas, cisnes de cuello negro, cóndores, martinetas, y muchas otras.

El río más importante es el Chubut. Pertenece a la cuenca del Atlántico y tiene una longitud de 810 km. Nace en el suroeste de Río Negro y en su curso superior recibe afluentes como los ríos Tecka, Gualjaina, Ñorquincó y Chico. En el resto de su curso se comporta como alóctono.

En cuanto a la población, la mayor parte de los habitantes habita en comunidades de tipo rural, en pequeños parajes o establecimientos rurales.

Es importante destacar que los departamentos que componen la Meseta son los de menor densidad en la provincia.

**Tabla 1 Población Departamentos Meseta Central**

<b>Departamento</b>	<b>Superficie (km<sup>2</sup>)</b>	<b>Población (censo 2001)</b>	<b>Densidad (habitantes/km<sup>2</sup>)</b>
<b>TOTAL PROVINCIAL</b>	224686	413240	1.84
Cushamen <sup>1</sup>	10800	8747	0.81
Gastre	16335	1510	0.09
Languiño <sup>2</sup>	15339	2069	0.13
Mártires	15445	975	0.06
Paso de Indios	22300	1836	0.08
Telsen	19893	1775	0.09
<b>TOTAL MESETA</b>	100.112	16912	0.17

Además de los datos de la Tabla 1, y también según información del censo 2001 es importante mencionar que hay sólo seis poblaciones con más de 500 habitantes: Paso de Indios con 1.018, Gualjaina con 648, Las Plumas con 620, Gan Gan con 589, Cushamen Centro con 580 y Gastre con 558.

La principal actividad económica de la región es la ganadería ovina, en tanto que la agricultura se practica en los valles y bajo riego. La zona es rica en minerales metalíferos, no metalíferos y rocas de aplicación que en su mayor parte aún no son explotados.

<sup>1</sup> Del total departamental se han restado las poblaciones correspondientes a El Maitén, Lago Puelo, Cholila y el Hoyo por pertenecer a la Comarca de los Andes. También se ha corregido la superficie.

<sup>2</sup> Del total departamental se han restado la población de la localidad de Tecka por pertenecer a la Comarca de los Andes.

En general la región presenta una gran heterogeneidad paisajística debido a sus llamativas geoformas. A esto se suman el paisaje cultural y zonas con bosques petrificados, flora fósil, dinosaurios fósiles e invertebrados fósiles.

Un caso particular lo constituye el paisaje en la zona de Piedra Parada donde las rocas se disponen formando una caldera volcánica. Esta gran estructura geológica tiene forma oval con dirección noreste sudoeste y su diámetro es de unos 25 km de diámetro. La Piedra Parada específicamente es la chimenea (neck) del volcán que "sobrevivió" a los avatares del tiempo y a las sucesivas erosiones.

En cuanto al sector turístico, la región en general se encuentra en una etapa *explorativa*. Algunos *centros* en particular han comenzado a involucrarse en la actividad turística y otros de hecho han funcionado históricamente como *centros de escala o abastecimiento*.

Varios de estos *centros* se sitúan sobre uno de los caminos más antiguos de la región, el cual sigue el curso del río Chubut. Esta ruta es la que en 1885 siguieron el Coronel Fontana y sus Rifleros junto a un grupo de colonos galeses que habían llegado a Chubut hacía veinte años. Los galeses decidieron emprender rumbo oeste y recorrer 700 km en busca de tierras fértiles, las que finalmente hallaron en el Valle 16 de Octubre. Esta es la razón por la cual el camino se conoce como "Ruta de los Rifleros" o "Ruta de Los Galeses" y, si bien en la mayoría de los casos se utiliza como corredor de traslado, en esta etapa de *exploración* algunos visitantes encuentran el recorrido muy atractivo tanto por su connotación histórica como por la posibilidad que brinda de apreciar la heterogeneidad paisajística de la Meseta.

## **2.1 Los actores, roles y políticas**

El turismo constituye una actividad multidisciplinaria en la que siempre es posible identificar un número de actores que, en mayor o menor medida, tienen interés o participación en la actividad.

Estos sectores pueden agruparse de la siguiente manera:

- El sector público
- El sector privado
- La comunidad

### **2.1.1 El sector público**

El sector público cumple un rol fundamental en la planificación y fijación de políticas, apoyando proyectos y realizando gestiones que propicien el desarrollo de la actividad turística a través de la promoción y difusión como así también mediante una legislación armónica.

A nivel provincial, el Estado, además de ser el gestor del Programa de Desarrollo Comarcal, apoya a través de otras instituciones la ejecución de los Proyectos Productivos Comarcales (PPC). En el caso particular del Eje Turismo, el Organismo Provincial de Turismo (OPT) es el encargado de trabajar en forma articulada con las distintas Comarcas para la puesta en valor y desarrollo de los posibles productos turísticos.

El interés del OPT, en el caso particular de la Meseta, es el de trabajar en el desarrollo de la *Ruta de los Galeses*.

Se trata de un proyecto que propiciaría la integración territorial ya que el itinerario de los *Galeses* atraviesa tres de las cuatro Comarcas de la Provincia : VIRCH-Valdés, de la Meseta Central y de los Andes. Así, se aprovecharía un corredor de traslado existente, que vincula los principales polos turísticos de la Provincia en la costa y la cordillera y que presenta un desarrollo turístico insipiente en el tramo de la meseta, A su vez, la temática "galesa" es un rasgo único y distintivo de la provincia.

Formalmente el OPT se ha comprometido a disponer de técnicos – en caso de ser necesarios – y a diseñar la cartelería y folletería de la *Ruta*.

Con respecto a los Municipios y Comunas Rurales, el grado de interés en el desarrollo turístico es alto aunque sólo en la localidad de Gualjaina existe un responsable oficial de Turismo.

En el caso de otros *centros* se ha percibido una gran aceptación del proyecto *Ruta de los Galeses*, asumiendo siempre la función de la ruta como “hilo conductor” que permitirá a los visitantes realizar un recorrido a lo largo del cual cada localidad deberá “tentar” al visitante con sus atractivos y actividades particulares.

Para aquellas localidades que pertenecen a la Comarca de la Meseta Central pero que no se encuentran exactamente sobre la Ruta se buscará una conexión que haciendo uso de la red caminera permita al visitante disfrutar de los atractivos particulares.

Ejemplo de ello es la localidad de *Cushamen* que se conecta con la *Ruta* a través de *Gualjaina* de la que la separan 75 km por la Ruta Provincial 35.

La Comuna de *Cushamen* respalda la actividad turística a través de la difusión, conservación y protección de sus atractivos naturales y culturales como así también alentando a los pobladores a involucrarse en la actividad turística como prestadores de distintos servicios. Por encontrarse en el límite con la Comarca de los Andes<sup>3</sup> y por la corta distancia que la separa de El Maitén (73 km), puede decirse que *Cushamen* constituye una de las puertas de entrada a la Comarca de la Meseta Central para aquellos visitantes que llegan desde la zona de El Bolsón y Bariloche. *Cushamen* cuenta con folletería propia que es posible encontrar en oficinas de turismo de la Comarca de los Andes.

*Gualjaina*, como ya se ha dicho, es el único Municipio que cuenta con una Oficina de Turismo (y Cultura) en la cual, además del encargado trabaja una Técnica en Turismo.

Las acciones llevadas a cabo por la Oficina, incluyen el dictado de cursos de capacitación para “guía baqueano” (año 2003) y el diseño de una serie de circuitos turísticos que difunde a través de un folleto propio.

Otras obras proyectadas – a cargo de la Unidad Ejecutora Provincial – son la Oficina de Informes y un Parador de Turismo y también se han iniciado

---

<sup>3</sup> La Comarca de los Andes engloba a su vez otras dos Comarcas: la de los Alerces y la Andina del Paralelo 42°, polos turísticos de la cordillera.

conversaciones con las autoridades de “La Trochita” para evaluar la posibilidad de extender el recorrido actual de este tren de trocha angosta hasta la estación de La Cancha. Actualmente el recorrido turístico del Tren desde Esquel, llega hasta la primera estación, Nahuel Pan. La Cancha, es la segunda estación y está ubicada sobre la RP 12 a 43 km de Gualjaina y 18 de la RN 40. El viaje en el tradicional Tren añadiría un atractivo más a esta zona.

A 95 km al oeste de Gualjaina, siguiendo la RP 12, se encuentra la localidad de *Paso del Sapo*. Equidistante de ambas localidades, el valle de Piedra Parada.

El Municipio de Gualjaina trabaja junto a la Dirección de Áreas Protegidas (dependiente del OPT) en la declaración de una porción del valle como *Área Natural Protegida de Piedra Parada* y como parte del plan de manejo propuesto aspira a emplazar un Centro de Interpretación y de Servicios en Gualjaina.

El Sistema de Áreas Protegidas de Chubut está regido por Ley 4617 que define como Área Protegida a “aquella comprendida dentro de ciertos límites bien definidos, especialmente consagrada a la protección y al mantenimiento de la diversidad biológica, así como de los recursos naturales y culturales asociados a ellos. La propiedad de las tierras podrá ser estatal o privada pero su manejo se ajustará a las normas que fije el Estado atendiendo a un fin primordial de conservación”. En el Plan de Manejo se contemplan áreas intangibles, de escaladas, circuito vehicular, circuitos peatonales y unidades operativas.

Hay, además otros lugares aledaños al Área para los cuales se contempla otro tipo de protección. Se trata de la figura de “custodio rural” que fue creada por Ley 4217. Esta Ley y su reglamentación autorizan al Organismo Provincial de Turismo a firmar convenios con los propietarios de predios rurales de toda la jurisdicción provincial, delegando responsabilidades de control y administración de atractivos naturales o culturales de interés turístico.

En el resto de las Comunas no se han encontrado ejemplos de una intervención tan activa del Estado pero sí un marcado interés y voluntad para brindar información, participar y facilitar el acceso a los atractivos y el contacto

con los posibles emprendedores. En Paso de Indios desean potenciar la zona de Cerro Cóndor, en Las Plumas embellecer el casco urbano y zona cercana al río al igual que en Los Altares donde también se buscan inversores.

### **2.1.2 El sector privado y la comunidad**

El sector privado aún no se encuentra realmente involucrado aunque sí aceptan y se entusiasman con la idea de formar parte de la actividad turística.

Es digno de mención el caso de Cushamen donde un grupo de diez pobladores se agruparon e iniciaron trámites para obtener financiamiento para desarrollar ciertos servicios mínimos para el turista: transporte, alojamiento y actividades como cabalgatas y bicicleta.

En lugares como Paso del Sapo y Las Plumas los pobladores que poseen hallazgos arqueológicos o paleontológicos en sus propiedades como pinturas rupestres o petroglifos, se mostraron interesados en la figura de “custodio rural” aunque expresaron el temor a no poder controlar la cantidad de visitantes una vez que se publique la existencia de estos atractivos.

En cuanto a la comunidad, se han percibido, por un lado, expectativas demasiado altas en cuanto a los beneficios del turismo *per se* y, por otro lado, cierta grado de desconfianza a “abrir la puerta a extraños”.

## **2.2 Los componentes de la oferta**

La oferta turística está compuesta por un conjunto de elementos destinados a brindar al visitante la oportunidad de disfrutar de su visita al lugar. Para lograr que la visita sea satisfactoria, no sólo deben estar presentes todos los elementos de la oferta sino que, además, debe existir una buena articulación entre los mismos.

### **2.2.1 Atractivos**

Los atractivos son el aspecto central del turismo ya que por definición tienen el poder de atraer visitantes hacia ellos.

Es en la zona de Cushamen probablemente donde se ha detectado la mayor cantidad de atractivos que ya funcionan como tales. En otros lugares, si bien existen, su uso turístico es escaso o inexistente.

A 28 km del casco urbano de Cushamen se encuentra el Saltillo al cual se llega por un camino vecinal. El Saltillo se forma cuando el Río Chico cae desde una altura de 40 m. Esta caída de agua está a su vez flanqueada por paredes rocosas de 200 m de altura.

También es posible visitar el Museo Regional e Indigenista que reúne elementos de distinto valor patrimonial: piezas petrificadas, herramientas y utensilios pertenecientes a culturas aborígenes.

En el Centro de Artesanos también se puede observar la confección de distintas piezas con materiales del lugar y la utilización de técnicas y diseños locales. En general los artesanos comercializan las piezas fuera de Cushamen preferentemente en Leleque o a través de la Secretaría de Cultura de la Provincia.

Otra interesante actividad es el lavado manual de oro con utensilios muy simples. La única finalidad de esta actividad es turística.



Saliendo de Cushamen rumbo a Gualjaina por la RP 35, una casa construida recientemente se ha transformado en un virtual atractivo turístico. Se trata de la primera vivienda bioclimática del país. El proyecto fue publicado en medios nacionales y desde ese momento varios visitantes se detienen a observarla.

En el caso de Gualjaina, la mayoría de los atractivos promocionados está fuera de la localidad. Piedra Parada es el más claro ejemplo y la Oficina de Turismo de esta localidad se ocupa de organizar las visitas haciendo el contacto entre el turista y el propietario del establecimiento La Buitrera, vecino a la Piedra. Una vez allí se pueden recorrer el cañadón La Buitrera y pinturas rupestres.

Otra opción es la visita a una familia de origen mapuche en su casa. Se puede trabajar la arcilla junto a ellos y ascender al cerro Bandera.

También desde Gualjaina se puede llegar al Cerro Ventana siguiendo la RP 14. En este tramo hay una placa histórica que recuerda el paso de los Galeses y está dedicada a John Daniel Evans y su caballo "El Malacara".

Como se ha dicho, saliendo de Gualjaina hacia Paso del Sapo, se atraviesa el Valle de Piedra Parada. Además de la Piedra propiamente dicha, el recorrido del valle permite disfrutar de un camino paisajístico de una belleza extraordinaria.

Es importante conocer su historia geológica para comprender los distintos elementos posibles de hallar. Las rocas más antiguas corresponden a episodios volcánicos ocurridos en el Jurásico. Posteriormente aparece una secuencia sedimentaria que comienza con sedimentitas de origen continental que representan una ingesión marina poco profunda que deposita sedimentos con una rica fauna de invertebrados y vertebrados. Hacia el final de la secuencia sedimentaria nuevamente la cuenca se continentaliza. Esta cuenca sedimentaria continental y marina se forma durante el Cretácico Superior – Terciario Inferior tiempo geológico en que irrumpe la actividad volcánica y se abre la Caldera Volcánica de Piedra Parada.

El paisaje se caracteriza por altos paredones que encajonan el valle. Hacia los laterales pueden observarse las bardas con vivos colores y entre ellos, las terrazas dejadas por un "antiguo río Chubut" durante los últimos miles de años. En esos tiempos la Cordillera se iba levantando hasta alcanzar su altura actual y posteriormente se cubriría de hielo formándose glaciares. Estos procesos junto con el derretimiento posterior de los glaciares dieron como resultado el paisaje final que hoy se observa.

Desde Piedra Parada se puede realizar un pequeño desvío para visitar el yacimiento de Thunder Eggs, donde fueron descubiertos los primeros Thunder eggs (también producto de la actividad volcánica<sup>4</sup>) y registrados bajo la Marca *Patagonian Eggs*.

El mismo tipo de paisaje continúa hasta Paso del Sapo. Aquí se suman un buen número de establecimientos agrícolas que se han incorporado al paisaje. En algunos es posible ver arte rupestre, restos paleontológicos. Actualmente no están abiertos al público en general. Los dueños se dedican exclusivamente a la producción agrícola y ganadera aprovechando el clima que es relativamente benigno de este lugar.

Algunos de los hallazgos también pueden ser vistos en el pequeño Museo local de propiedad privada.

Además de los atractivos descritos hasta aquí, se han detectado otros recorridos vinculados al área de influencia de la caldera que se considera de 200 km de radio. Estos circuitos se encuentran en una fase "experimental" ya que quienes los diseñaron, los han ofrecido a un público muy específico, compuesto en general por científicos y estudiosos o aficionados a ciencias tales como la geología, la biología o la paleontología.

El Mirador es una zona ideal para realizar recorridos en vehículo doble tracción. Se visitan pobladores de ascendencia mapuche y luego se toma el desvío a Fofó Cahuel desde donde parte la Ruta Provincial N° 4 que une El

---

<sup>4</sup> En el momento de la erupción del volcán se formaban estas piezas con forma de "huevos" producto de un ruido de "trueno" (en inglés: egg =huevo, thunder = trueno)

Mirador con Gastre. La ruta, de ripio también, recorre el borde norte de la Caldera Volcánica de Piedra Parada y a lo largo de ella se pueden observar las andesitas y basaltos que representan las últimas erupciones volcánicas emanadas de la Caldera.

Otra posibilidad para hacer en vehículo de doble tracción es la de travesías que recorren fundamentalmente rutas de ripio provinciales principales, secundarias y caminos vecinales.

Desde Paso del Sapo pasando por Taquetrén, Lagunita Salada, Yalalubad, El Escorial, Los Mirasoles, hasta la RN 25 asfaltada

Si, en cambio, se continúa por RP 12 siguiendo el curso del río Chubut es posible llegar a la RN 25 poco después de la localidad de Paso de Indios.

La zona de Cañadón de los Loros y el Gorro Frigio, en la margen izquierda del Chubut, tiene un importante contenido paleontológico en troncos Petrificados.

También en Cerro Cóndor en la margen derecha del río Chubut es posible encontrar peces fósiles, troncos petrificados, algas, bivalvos, y dinosaurios. De hecho el Museo Paleontológico Egidio Feruglio de Trelew realiza visitas a este sitio.

Una vez terminado el recorrido por RP 12 e ingresar en RN 25 es posible ir hacia el oeste, a 5 km se encuentra la localidad de Paso de Indios, la cual en un principio se llamaba "La Herrería" ya que en este lugar los viajeros hacían un alto en el camino para reparar sus carros y abastecerse. El edificio de La Herrería aún puede verse y su fachada se encuentra intacta. Al lado hay un hotel.

Si en lugar de ir hacia el oeste se continúa la Ruta hacia el este, retomando la mismo sentido del río Chubut, se pasa por el verdadero "Paso de los Indios" que es el lugar que los Tehuelches hallaban más adecuado para cruzar el río. Después de 50 km se llega a la Comuna de los Altares, zona donde las formaciones a uno y otro lado del camino toman un color rojizo.

El principal atractivo de Los Altares, que sin embargo no es fácil de visitar, lo constituyen las formaciones a las que el lugar debe su nombre. Para llegar a este sitio – sobre la margen izquierda del río – hay que recorrer a caballo un trayecto que toma aproximadamente dos horas de ida y dos de vuelta.

Siguiendo por la RN 25, a 100 km se encuentra la Comuna de Las Plumas. Muy cerca del casco urbano hay un establecimiento con un buen número de petroglifos.

Exactamente antes de ingresar a la Comuna hay un puente que cruza el río que, en este punto, toma dirección sur, quedando ahora al otro lado de la *Ruta*.

A lo largo esta segunda parte de la *Ruta* – la que coincide con al RN 25 hay muchos sitios que se relacionan no sólo con la primera expedición de los Galeses sino también con otros viajes sucesivos. De hecho la toponimia de la zona guarda relación con eventos o sucesos ocurridos en estos viajes de verdadera aventura o con nombres que ellos mismos dieron a los sitios: Carro Roto, Cañadón Carbón y más hacia el oeste Cajón de Ginebra Grande, Cajón de Ginebra Chico.

Otra actividad posible tanto en este lugar como a lo largo de todo el Río Chubut es la pesca. Sin embargo se presenta una dificultad dado que en la mayoría de los lugares el río se encuentra dentro de propiedad privada.

Como se ha dicho, la zona en general se encuentra en una etapa de exploración en la que hasta ahora sólo unos pocos “pioneros” la visitan en calidad de turistas sintiéndose atraídos por la calidad de los atractivos. Sin embargo, los atractivos no se convierten en verdaderos atractivos turísticos hasta que existe un cierto grado de desarrollo que facilite la accesibilidad a los mismos.

Sin duda la zona presenta una gran cantidad de Sitios Naturales que además están conectados por caminos paisajísticos que componen un entorno aún más espectacular. También es importante resaltar aquellos atractivos

denominados Manifestaciones Culturales Históricas que en este caso incluye la autenticidad de los pueblos originarios y el propio eje temático (y único) de la *Ruta de los Galeses*.

A pesar de esto, se ha detectado como característica general un grado de accesibilidad a los atractivos sumamente bajo. Si bien la calidad de los mismos en términos absolutos puede ser muy alta, la dificultad para encontrar los atractivos y llegar a ellos, y las grandes distancias entre unos y otros, disminuyen su poder de atracción.

Por esta razón una tipificación ordinaria carece de sentido. En todo caso podría decirse que algunos atractivos poseen atributos reales y potenciales, y otros solamente potenciales.

El área de Piedra Parada sirve como ejemplo ya que el sitio tiene indiscutibles atributos reales. Pero, una vez que las acciones en curso se concreten, la jerarquía aumentará ya que habrá vigilancia y el acceso a áreas únicas que hoy no se visitan estará reglamentado y la visita permitida.

El resto de los atractivos funcionan actualmente como atractivos secundarios y con un poder de atracción limitado por las razones que ya se han mencionado.

Sin embargo, la jerarquización podría cambiar si cambiara el contexto. Es decir que el hecho de formar parte de, por ejemplo, una ruta turística haría que los atractivos tuvieran un mayor alcance y aumentarían su poder de atracción.

### **2.2.2 Servicios**

Mientras que los atractivos constituyen la razón principal para que los visitantes concurren a un lugar determinado, los servicios están destinados a servir a los visitantes que se acerquen a dicho lugar.

En general los servicios tienden a desarrollarse en forma paralela al descubrimiento o puesta en valor de los atractivos ya que constituyen la estructura de apoyo para dichos atractivos.

Los dos grupos de servicios más importantes del sector turístico son el alojamiento y la gastronomía. Además de estos dos grandes grupos de servicios mencionados, existe una amplia gama de otros servicios con los que se provee al visitante tales como las agencias de viaje y otras accesorias como la comercialización de souvenirs, artesanías y servicios de guía. Estos últimos suelen tener un impacto altamente positivo en las pequeñas poblaciones.

Con respecto al alojamiento, las plazas en toda la zona no llegan a setenta. Ni siquiera en Gualjaina que aparece como el lugar más organizado. Actualmente hay inversores interesados en la construcción de un hotel y negocia con el Municipio la adjudicación de tierras.

La mayor cantidad de plazas está en Los Altares, es el hotel del Automóvil Club Argentino que cuenta con 28 plazas.

En el resto de las localidades las plazas no llegan a 10 y a excepción de Paso del Sapo, cuyo pequeño hotel está en buenas condiciones en cuanto a mantenimiento e higiene, la categoría del resto es baja en todo sentido. Sin embargo, se está construyendo un hotel de mayor categoría con vista al valle de Piedra Parada.

En todos los *centros* hay camping libre o pago con distinto tipo de servicios.

Con la gastronomía ocurre algo similar. Sin embargo en todos los lugares hay pequeños restaurantes o parrillas. En cuanto a la atención y calidad, hay una marcada diferencia entre los lugares que se encuentran sobre la RN 25 y los de la RP 12 ya que la primera es mucho más transitada.

Paso de Indios es un caso ejemplificador ya que por encontrarse a mitad de camino entre la costa y la cordillera recibe viajeros durante todo el año. En este caso el restaurante está al lado de la estación de servicio.

Con respecto a los servicios de apoyo, es importante destacar que dado que en la zona hay muchos descendientes de pueblos originarios que conservan tradiciones y técnicas ancestrales la posibilidad de vender su producción de

artesanías aumenta con la llegada de turistas. Sin embargo, como actualmente el número de turistas es escaso, ellos comercializan su producción en las ciudades más grandes.

En cuanto al resto de servicios tales como guías y agentes de viaje, sólo se cuentan los que realizaron el curso de “guía baqueno” en Gualjaina. Para las excursiones que ofrece Gualjaina es la misma Oficina de Turismo que funciona como agencia, haciendo el contacto entre el turista y los prestadores.

### **2.2.3 Infraestructura**

La infraestructura comprende aquellas obras que facilitan o hacen posible la accesibilidad a los atractivos. Normalmente el estado de rutas constituye el principal escollo para facilitar el uso turístico de una región en desarrollo y la Meseta no es la excepción.

No sólo el hecho de que parte de la *Ruta* esté asfaltada (el tramo en RN 25) y el resto sea de ripio, es un problema sino que las condiciones climáticas dificultan aún más el tránsito en la época invernal. Esto sumado a las grandes distancias entre un núcleo poblacional y otro y la falta de puentes (sólo hay tres) sobre el río Chubut no sólo es una barrera para el desarrollo del turismo sino que también lo ha sido históricamente para el desarrollo de la vida de la población local.

El mismo análisis se aplica a la dificultad para obtener agua potable y a las limitaciones en los servicios sanitarios y asistenciales.

Otra de las grandes carencias es la falta de una red de comunicaciones. Hay pocas líneas telefónicas. No hay señal para teléfonos celulares a lo largo de todo el camino, muy pocos teléfonos públicos y mucho menos servicio de internet.

Como es lógico, en las localidades más grandes como Paso de Indios y Gualjaina se concentran los principales servicios tales como Hospital y Escuela Polimodal. En el resto de los lugares hay centros asistenciales u hospitales de muy baja complejidad y el Polimodal funciona con un sistema semipresencial.

#### **2.2.4 Transporte**

Este ítem se encuentra en estrecha relación con la cantidad de habitantes y el uso actual de la *Ruta* como corredor de traslado.

Los aeropuertos más cercanos se encuentran en otras Comarcas: Esquel, a 90 km de Gualjaina, y Trelew, a 200 km de Las Plumas.

En cuanto al transporte terrestre, no hay ningún servicio que haga la *Ruta* completa. Hay dos líneas de transporte para el tramo por la RN 25 con distinta categoría de unidades: coche común, coche - semicama y coche cama. Esto se debe a que a excepción de dos frecuencias semanales, el recorrido se hace de noche.

El otro tramo tiene menos frecuencias y se trata de una línea de transporte con cabecera en Esquel que va tres veces por semana a Cushamen y Fofó Cahuel; una vez a Paso del Sapo y cinco veces a Gualjaina.

Es obvio que no es posible hacer la *Ruta* completa con transporte público y tampoco los traslados entre un *centro* y otro. De hecho, no hay ningún transporte que cubra el tramo Paso del Sapo – Paso de Indios.

#### **2.2.5 Recursos humanos y de hospitalidad**

Este punto se refiere a la sensación de bienvenida que experimenta un visitante al llegar al destino turístico y que es la resultante de factores tales como la forma en que los servicios son prestados y la calidez generada por la actitud o conducta de los residentes. Es una combinación de conocimientos y actitud positiva que no debe ir en desmedro de la autenticidad de la población local sino que por el contrario debe potenciar su orgullo y autoestima.

En la *Ruta* no se ha logrado detectar una sensación de rechazo hacia el turista aunque como se ha explicado en el punto "La comunidad", en algunos casos hay una especie de desconfianza hacia el forastero.

En cuanto a aquellos que trabajan directamente con el turista, la actitud en general es de amabilidad aunque en algunos casos se evidencian problemas en la comunicación o interpretación. Esto es habitual cuando no hay demasiadas



oportunidades de recibir gente con distintas costumbres e intereses. Se aprecia que no es común la actitud de ponerse “en el lugar de” y sí la suposición de que lo que a ellos les agrada le va a agradar al turista. Por lo demás, la autenticidad parece ser un valor intacto.

### 3 LA DEMANDA, EL DESPAZAMIENTO Y EL MARKETING

El hecho de que la región como destino turístico se encuentre en su etapa de exploración y de que este estudio se haya hecho fuera de la temporada turística, ha limitado las posibilidades de obtener información acerca de los visitantes que hoy llegan al menos a alguno de los *centros* a lo largo de la *Ruta*. Por otro lado, el escaso número de turistas y la identificación de informantes clave, ha permitido establecer ciertas apreciaciones acerca de la demanda real.

En el tramo correspondiente a la RP 12 el lugar más visitado es definitivamente la zona de Piedra Parada.

En su mayoría se trata de extranjeros europeos o norteamericanos, interesados en la naturaleza y en conocer la cultura del lugar. Llegan en vehículos alquilados y ha habido un caso en el que se trasladaban en un camión acondicionado como alojamiento. Sino, la mayoría se aloja en la vecina Comarca de los Andes.

En el caso de los turistas nacionales, estos llegan en vehículo propio, en familia o grupo de amigos y en general ya han recorrido varios lugares del país y de la Patagonia. La forma de alojamiento es camping.

Un segmento más especializado es el que realiza escalada. Esta actividad está permitida en una cara de la Piedra.

La mayoría retorna a la cordillera y no sigue más allá de Paso del Sapo por desconocimiento o incertidumbre acerca de las condiciones del camino y los servicios.

Distinto es el caso de los *centros* ubicados sobre la RN 25 que se utilizan como lugar de escala aunque algunos turistas preguntan por actividades para realizar al aire libre.

Además de el interés general en la naturaleza y la cultura del lugar, también visitan la zona pequeños grupos con intereses específicos como la

geología y la paleontología. Estas actividades se organizan desde Esquel o Trelew.

Otro segmento bien identificado es el de galeses que visitan familiares o los que gracias al intercambio cultural han sabido de la "colonia" y tienen especial interés en conocerla. En general son jóvenes que viajan solos o parejas en la etapa de "nido vacío". En general se alojan en casas de familia o pequeñas posadas de gente de la colectividad que además les organiza las actividades.

También desde Trelew, Puerto Madryn y Esquel algunas agencias comercializan distintos productos con algún punto de contacto con la cultura galesa. En general se trata del recorrido por las Capillas y el tradicional té galés y se visitan las ciudades de Gaiman, Dolavon y Trevelin.

Por no existir ningún producto que se ha desarrollado comercialmente, no es posible hablar de un desplazamiento o flujo específico hacia el lugar. En cambio, pueden considerarse – con las limitaciones del caso - y para una posterior planificación, los segmentos ya descriptos y los flujos que actualmente se desplazan a los principales destinos de la Provincia del Chubut.

Lo mismo se aplica para el Marketing y la Promoción aunque sin embargo en este caso ya existen al menos las acciones de los Municipios y Comunas que han comenzado a promocionar sus potenciales productos. Hasta ahora el único medio ha sido la folletería por lo que las acciones se limitan a la entrega de material al final del proceso de la toma de la decisión. No existe una influencia antes de que la persona tome la decisión de realizar el viaje.

## 4 SITUACIÓN ACTUAL Y VISIÓN

Como ya se ha dicho, la Meseta Central se encuentra en una etapa muy primitiva de desarrollo turístico. Esta situación es evidente en los diferentes planos de análisis:

1. **Organización de la actividad turística,**
2. **Concientización de la comunidad,**
3. **Actividades y servicios de apoyo,**
4. **Desarrollo,**
5. **Marketing.**

De acuerdo a estas características es posible tipificar a la Comarca como un Destino que se encuentra en un estadio de *exploración* con respecto a su desarrollo turístico. El modelo del *ciclo de vida del destino turístico*<sup>5</sup> sugiere que es posible seguir la evolución de cualquier destino ya que el destino atraviesa una serie de siete estadios sucesivos predecibles.

En el caso de la Comarca, se encontraría en el estadio de *exploración* que es el primero. Durante esta etapa el lugar recibe pequeños números de visitantes que en general para visitar atractivos naturales y culturales. La infraestructura es incipiente o inexistentes.

Esta tipificación, que en principio podría aparecer como un factor negativo, permite, por el contrario, elaborar una verdadera planificación con las ventajas que esto conlleva.

Varios son los argumentos que sustentan la necesidad de una planificación. Sin embargo es posible distinguir cinco razones principales<sup>6</sup>:

- El desarrollo turístico provoca impactos positivos y negativos.

---

<sup>5</sup> Butler, R.W. (1996). The concept of a tourist area cycle of evolution. *Canadian Geographer*, 24 (1), 5-12

<sup>6</sup> Gunn, C.A.(1994). *Tourism planning: Basic concepts, cases* (3rd ed.) Washington, D.C.: Taylor & Francis

- El Turismo es cada vez más competitivo y ha habido una proliferación en la promoción de destinos turísticos.
- El Turismo es hoy un fenómeno mucho más complicado que en un pasado no tan lejano.
- El Turismo ya ha producido importantes daños en recursos naturales y culturales.
- El Turismo afecta a todos los miembros de la comunidad y por ello todos aquellos involucrados en la actividad deberían participar en el proceso de planificación.

Como parte de este trabajo se han recogido distintas opiniones y expresiones de las partes involucradas e interesadas en el desarrollo turístico, y esto a su vez ha permitido obtener una **visión**, esto es una descripción de la situación deseada para el futuro.

Esta visión es entonces la síntesis de lo expresado por los distintos actores, quienes, en general, han coincidido en su deseo de *recibir visitantes que disfruten de los atractivos naturales y culturales, respetándolos y contribuyendo a su protección y conservación; generando un verdadero beneficio económico para los actuales pobladores de la región y sus descendientes.*

Para poder llevar ahora a un plano real esta visión de futuro, la planificación debe contemplar todos los posibles impactos, sean estos de tipo ambiental, económico o socio-cultural.

Considerando entonces aspectos tales como el grado de desarrollo, la visión y las características propias de la región se ha identificado al *Ecoturismo* como una alternativa viable para el desarrollo turístico de la Comarca.

*Ecoturismo* es una propuesta que supera un tipo de turismo, una modalidad o un conjunto de actividades ya que conlleva una filosofía que se explicita en la interacción del visitante con el medio por esta razón la *Asociación*

*Internacional de Ecoturismo (TIES)*<sup>7</sup> define Ecoturismo como la “visita responsable a áreas naturales en las cuales se privilegia la preservación del medio ambiente y el mejoramiento en la calidad de vida de su gente”.

Asimismo es importante destacar que el *Ecoturismo* es uno de los segmentos turísticos que más ha crecido en las dos últimas décadas y que cuenta entre sus características principales las de:

- Minimizar los impactos negativos del turismo;
- Crear conciencia sobre el medio ambiente y los valores culturales;
- Brindar experiencias positivas para visitantes y anfitriones;
- Generar beneficios financieros directos para la conservación;
- Generar beneficios financieros y control de la comunidad local sobre sus propia vida.

Es importante destacar, además, aquellos rasgos y circunstancias particulares de la Comarca que desde el otro ángulo sustentan la línea de trabajo propuesta:

- El Patrimonio natural y cultural constituye el principal atractivo de la región;
- La zona está expuesta a saqueos, tráfico y destrucción de su rico patrimonio arqueológico, paleontológico y geológico;
- Los pueblos originarios con sus saberes y tradiciones prácticamente intactos, son altamente vulnerables a un tipo de turismo que no pueda apreciar y respetar estos valores;
- La imagen que los visitantes tienen de la Meseta es la de “la verdadera Patagonia”.

En consecuencia se presenta un **plan** en el que subyace un fuerte componente de *Ecoturismo* en el sentido amplio y filosófico del concepto. El plan

---

<sup>7</sup> Según sus siglas en Inglés *The International Ecotourism Society*

funcionará como un “puente” que, partiendo de la situación actual permitirá alcanzar la visión deseada para el futuro.

### ***Condiciones Críticas para el Éxito***

Si bien es importante haber determinado una visión y una línea de trabajo que permita llegar a la situación deseada, se han identificado también ciertas condiciones que deben cumplirse para que el Plan resulte exitoso y sustentable en el tiempo.

**Articulación y Compromiso.** Una de las particularidades de la zona es la muy escasa gravitación de la actividad privada en el sector turístico. Paradójicamente, la mayoría de los atractivos se encuentra en propiedad privada. Es por esta razón que la articulación de ambos sectores público y privado es una condición indispensable para el éxito del Plan.

No menos importante es el trabajo conjunto entre los Municipios, las Comunas Rurales y el Estado Provincial a través de las instituciones que directa o indirectamente se vinculen con el Proyecto: Organismo Provincial de Turismo, Secretaría de Pesca, Subsecretaría de Trabajo, Secretaría de Cultura, Dirección de Minas, SEGEMAR, Ministerio de Educación y otros.

Asimismo, paulatinamente deberán incorporarse al proyecto actores del sector privado, técnicos y especialistas.

**Coordinación Técnica.** La coordinación del proyecto y la articulación de acciones entre las partes involucradas estará a cargo de un equipo técnico que deberá llevar adelante la implementación del plan y su permanente monitoreo.

---

# TERCERA PARTE

---

## LA PROPUESTA



---

## Tercera Parte: La Propuesta

---

### 5 OBJETIVOS

El desarrollo a la Comarca como un destino integral de *Ecoturismo* es la finalidad última del Proyecto. De este modo, será posible alcanzar la visión deseada de *“recibir visitantes que disfruten de los atractivos naturales y culturales, respetándolos y contribuyendo a su protección y conservación; generando un verdadero beneficio económico para los actuales pobladores de la región y sus descendientes”*.

***El desarrollo turístico deberá funcionar como una alternativa para la diversificación de la actividad productiva*** de la región que privilegiará el desarrollo humano y la preservación de los recursos.

El aislamiento provocado por las grandes distancias a los centros urbanos, las condiciones de los caminos y la crudeza del clima invernal han causado la postergación de gran parte de las comunidades que componen la Comarca, por lo cual ***el desarrollo turístico deberá actuar como una herramienta para el mejoramiento de las condiciones generales en la vida de los pobladores.***

Mucho se habla sobre los beneficios del turismo como un generador de empleo y de ingresos o de su efecto multiplicador pero lo cierto es, que cuando no existe una planificación acorde, estos beneficios no sólo no se verifican sino que los impactos pueden volverse negativos si sólo unos pocos participan del negocio.

Se buscará a través de este Plan preparar el destino para recibir una cantidad de visitantes que no sólo transiten sino que tengan la posibilidad de hacer sus gastos en el lugar, haciendo uso de los servicios principales como el alojamiento o la gastronomía, y de otras accesorias como la práctica de distintas actividades o la compra de artesanías y otros artículos locales.

***Será posible entonces verificar, por un lado, la generación de empleos directos, y por otro lado, el efecto multiplicador del Turismo, es decir la existencia de varias rondas de gasto: directo, indirecto e inducido. El impacto del ingreso generado por la actividad turística será la sumatoria de los gastos directo, indirecto e inducido y de manera similar, los beneficiarios serán todos aquellos que reciban un ingreso como consecuencia de dichos gastos.***

Asimismo, la puesta en valor del Patrimonio Cultural de la zona, estrechamente relacionado con los pueblos originarios y la llegada de inmigrantes pioneros a la zona, ***reforzará la identidad cultural, haciendo de ella una razón de orgullo para los pobladores de la Comarca.***

## **6 PLAN DE ACCIÓN**

Dado que los atractivos constituyen la materia prima de la actividad turística y que, como ya se ha dicho la Comarca posee una cantidad importante de atractivos que por distintas razones en la actualidad son poco visitados, el Plan se propone la acción sobre distintas áreas interdependientes para poner en valor dichos *atractivos, los centros y corredores* que los contienen y en definitiva la Comarca como Destino.

Así, al tiempo que se realizan las obras y mejoras correspondientes en el Destino y bajo la premisa de que no hay producto si no hay mercado, se trabajará también sobre la Demanda y se planificará una estrategia de Marketing que permita captar Flujos Turísticos.

La estrategia se basa en los mismos cinco planos que fueron sujeto de análisis:

### **6.1 Organización de la actividad turística.**

Durante la ejecución del proyecto, la organización de la actividad turística estará a cargo del equipo técnico. Como ya se ha dicho el equipo se ocupará de la coordinación en general de las distintas partes involucradas y tendrá además las siguientes funciones específicas:

- Diseñar circuitos a lo largo de los distintos corredores y caminos paisajísticos,
- Difundir las "Novedades de la Comarca" en los medios de prensa, nacionales en internacionales;
- Releva continuamente la existencia de posibles interesados en emprendimientos de turismo rural o ecoturismo;

- Elaborar junto a guías especializados y actores privados un número mínimo de actividades de ecoturismo;
- Diagramación de programas de concientización y capacitación;
- Combinar con el OPT la incorporación de becarios y pasantes para cubrir las necesidades que del proyecto surgieran;
- Combinar junto al OPT la incorporación paulatina de Custodios Rurales como nuevos prestadores de la región;
- Preparar los atractivos y centros del Destino para su incorporación a las distintas rutas, redes y sistemas.
- Diseñar y presentar “paquete turístico piloto” ante profesionales del sector y periodismo especializados.

Una vez finalizada la ejecución del proyecto, deberá existir una estructura organizativa básica que permita a los distintos *centros* de la Comarca operar independientemente.

## **6.2 Concientización de la comunidad**

Para poder cumplir con los objetivos del proyecto en términos de generar varias rondas de gasto y así incluir el mayor número de beneficiarios posible, es necesario que la comunidad en general esté plenamente conciente y preparada para recibir turistas.

El visitante aprecia una buena predisposición y sentirse comprendido no sólo por aquellos locales que prestan un servicio turístico sino por otros con los que ocasionalmente toma contacto durante su estadía. En este contexto es muy importante no perder la autenticidad, también muy apreciada por los visitantes.

En el caso particular de la Comarca y sus pobladores, hay otros aspectos sobre los cuales también es necesario trabajar ya que ciertas problemáticas como el robo de fósiles son inherentes a la región.

Por esta razón se han escogido las siguientes temáticas para los Programas de Concientización:

- Valor del Patrimonio Cultural,

- Patrimonio Arqueológico y Paleontológico,
- El Turismo como herramienta de Inclusión Social

Se espera con estos Programas no sólo crear conciencia acerca de los beneficios de la actividad turística sino fundamentalmente reforzar la autoestima y la identidad cultural de los pobladores.

### **6.3 Actividades y servicios de apoyo**

Se prepararán y organizarán tanto actividades y servicios en general, como los recursos humanos que los llevarán adelante.

- Se contratarán especialistas para la preevaluación del diseño de nuevos circuitos y actividades de ecoturismo tales como senderismo, avistaje de aves, de fauna, etc.
- Se organizarán programas de capacitación en Atención al Cliente, Informante Turístico, Técnicas de Guiado y en Actividades de Ecoturismo.
- Se gestionarán becas y pasantías ante el OPT para cumplir distintas funciones relacionadas con las actividades que se diseñen.

### **6.4 Desarrollo**

Debido a la carencia de infraestructura básica, en una primera etapa, el desarrollo estará basado principalmente en **obra física** cuya finalidad será facilitar el acceso a los atractivos o acondicionarlos para la visita.

Los lugares elegidos para la ejecución de las primeras obras son:

- El Saltillo en la localidad de Cushamen;
- Valle de Piedra Parada (futura Área Natural Protegida);
- Museo de Paso del Sapo,
- Museo de Cerro Cóndor,
- Valle de los Mártires en las Plumas;

- Camping en Los Altares.

Rukas: Se prevén además obras específicas para alojamiento en Paso del Sapo y Los Altares. En este caso se trata de una versión local del tipo “ecolodges” promovidos por la TIES denominado *Rukas del Chubut*.

*Rukas del Chubut* es un proyecto más amplio de la Subsecretaría de Trabajo de la Provincia del Chubut que contempla la diagramación de un “Circuito de Rukas” en toda la Provincia. Dada la escasez de plazas en la Comarca y la posibilidad, no sólo de ejecutar obra física, sino de hacerlo en el marco de un proyecto integral de desarrollo turístico, se ha incluido la construcción de las dos primeras Rukas del circuito, ya que básicamente el concepto de *Ruka* coincide con el de alojamiento ecoturístico.

Con tres o cuatro habitaciones, una sala para uso común, cocina completa, comedor y sanitarios, la *Ruka*, será también un espacio de comunicación, cultura, interacción social y servicios para el visitante. De hecho la palabra *Ruka* en lengua Mapuche no es sólo casa sino que representa su Cosmovisión.

Además de obra física, se buscará re-jerarquizar los atractivos a partir de la generación de un **nuevo contexto** derivado de la incorporación de los centros y atractivos a distintas redes. Ejemplo de ello son:

a) Ruta de los Galeses. El Organismo Provincial de Turismo trabaja en la señalización de esta Ruta Histórica que sigue el recorrido del Río Chubut atravesando la Comarca de la Meseta Central de este a oeste.

Por lo tanto, al igual que como se ha hecho para el relevamiento, la *Ruta de los Galeses* funcionará como el *corredor* principal de la región por donde ya transita un importante flujo turístico que se desplaza desde la costa a la cordillera y viceversa. Se impulsará el desarrollo de las localidades situadas a lo largo de esta *Ruta* como *centros turísticos*, los que cumplirán distintas funciones de acuerdo a su perfil y grado de desarrollo.

Aquellos *centros* no situados sobre la *Ruta* se conectarán a este corredor mediante la red vial provincial. Por ejemplo la localidad de Cushamen que con su riqueza cultural y con atractivos propios como *El Saltillo*, atrae visitantes del flujo turístico que transita la Ruta 40 en la vecina Comarca de Los Andes y en la Provincia de Río Negro.

b) Red Provincial de Custodios Rurales. Esta figura brinda a los propietarios de establecimientos con hallazgos paleontológicos o arqueológicos la posibilidad de recibir visitantes y obtener de ello un beneficio económico.

Dado que el potencial Custodio Rural debe elaborar un Plan de Manejo, el OPT a través de su Dirección de Áreas Protegidas junto con el Equipo Técnico, organizarán tanto una preevaluación como un Estudio Base a fin de que el propietario del predio pueda presentar el lugar como un sitio de interés turístico al tiempo que la preservación del recurso está garantizada.

c) Sistema Provincial de Áreas Protegidas (ANP). La incorporación a este sistema permite ejecutar un plan de manejo para la conservación y uso turístico de la zona.

Dada la importancia relativa del Valle de Piedra Parada como recurso turístico de la Comarca que ya posee una alta jerarquía se colaborará con la gestión emprendida por el Municipio de Gualjaina para la declaración de esta ANP y con su posterior manejo y protección.

d) Programa Geoparque (UNESCO). Un Geoparque es un territorio que comprende uno o más sitios de gran importancia científica, no solo por razones de tipo geológico sino en virtud de su valor arqueológico, ecológico y cultural.

Hay ejemplos de Geoparques en Europa y China. Estos territorios forman parte de una red global en la cual, se comparten las mejores prácticas relacionadas con la conservación del patrimonio geológico.

La pertenencia a esta red también aparece como una alternativa interesante y adecuada para promover la conservación y el manejo de los recursos naturales así como para la promoción e impulso de la educación ambiental.

Existen antecedentes de iniciativas similares para la zona emprendidas por la Secretaría de Geología y Minas de la Argentina e interés por parte de la Dirección de Geología y Minas de la Provincia por lo que el trabajo conjunto con estas instituciones será vital para llevar adelante la propuesta.

e) Sistema Meseta de Somuncurá: La Provincia de Río Negro trabaja en el Plan de Manejo del ANP de la Meseta de Somuncurá. Las localidades chubutenses de Gan Gan y Telsen se sitúan en sus estribaciones en forma perimetral.

Sin embargo, a través de la Dirección de Áreas Protegidas, la Provincia del Chubut participa en la elaboración del Plan de Manejo y lo hará en la etapa siguiente, es decir en el manejo y protección de la zona.

Estratégicamente, la zona es además interesante ya que existe la posibilidad de existencia de aguas termales en la localidad de Telsen. Para confirmar esta presunción se llevará a cabo un estudio de geotermia.

El vínculo con la Provincia de Río Negro mediante el ANP de Somuncurá y la cercanía de Telsen a la ciudad de Puerto Madryn (170 km), brindarían la posibilidad de captar visitantes provenientes de otro flujo turístico.

## **6.5 Marketing**

Paralelamente al trabajo en los otros planos y en esta fase preparatoria del Destino se avanzará en el diseño de una Estrategia de Marketing integral para la Comarca y en sintonía con las estrategias Provincial y Nacional.

Se generará un canal de contacto permanente entre la Secretaría de Turismo de la Nación, el OPT y las Oficinas de Turismo de los centros turísticos



vecinos o detectados como estratégicos con la finalidad de informar y recibir información actualizada acerca de los progresos de la Comarca.

De manera similar, se contactarán medios de comunicación para brindar información acerca del plan y el avance del mismo.

Se trabajará en investigación de campo, obteniendo información sobre el perfil del turista y se llevará a cabo un estudio de mercado. Estos serán los recursos principales y las fuentes que servirán para el diseño de una estrategia de marketing para la Comarca.

Se concurrirá a Ferias Nacionales y se arbitrarán los medios para que, una vez alcanzado un grado de desarrollo aceptable, el Destino pueda ser promocionado en aquellos los mercados detectados como estratégicos.

## **7 METAS**

Para alcanzar el éxito definitivo del Plan, es necesario el cumplimiento de ciertas metas a lo largo de la ejecución.

Para tal fin, el primer Año ha sido dividido en tres etapas:

- Etapa 1: meses 1 y 2
- Etapa 2: meses 3, 4, 5 y 6
- Etapa 3: meses 7,8,9,10,11 y 12

Nuevamente, las metas se distribuyen de acuerdo a los cinco planos ya analizados, y sobre los cuales se ha considerado considera necesario intervenir.

### **7.1 Organización de la actividad turística**

#### Etapa 1

- Conformar un equipo de trabajo compuesto por un Coordinador y dos colaboradores técnicos;
- Gestionar los recursos necesarios para el funcionamiento del equipo;
- Articular y coordinar las acciones necesarias para la Ejecución del Proyecto con las Instituciones de los Estado Provincial, con los Municipios y Comunas Rurales, con otros Ejes Productivos de la Comarca de la Meseta Central y con otras Comarcas;
- Zonificar la región de acuerdo a las necesidades operativas convenidas con los colaboradores e Instituciones;
- Gestionar la Declaración del Área Natural Protegida (ANP) de Piedra Parada;

#### Etapa 2

- Realizar el censo de prestadores potenciales de Agroturismo, etc.
- Gestionar becas y pasantías;

## **7.2 Concientización de la Comunidad**

### Etapa 1

- Organizar los Programas de Concientización sobre Patrimonio y Turismo

### Etapa 2

- Iniciar los Programas de Concientización sobre Patrimonio y Turismo

## **7.3 Actividades y servicios de apoyo**

### Etapa 1

Organizar Programas de Capacitación específicos;

### Etapa 2

- Dictar capacitaciones;
- Organizar venta de productos artesanales *in situ*.

## **7.4 Desarrollo**

### Etapa 1

- Coordinar con las Instituciones pertinentes la ejecución de obras;
- Contratar una consultora privada para realizar planes de manejo;

### Etapa 2

- Ejecutar obras físicas;
- Iniciar los planes de manejo en las áreas correspondientes;
- Contratar especialistas para la planificación de actividades de Ecoturismo;
- Organizar actividades en las ANP.

## **7.5 Marketing**

### Etapas 1 y 2

- Colaborar con las acciones de Marketing existentes;
- Trabajar en el Desarrollo de un Concepto acorde al desarrollo de nuevos productos;
- Realizar encuestas en puntos estratégicos de la Comarca;
- Contratar una consultora para realizar un estudio de mercado.

### Etapa 3

- Determinar y coordinar una estrategia de marketing.

## **8 CONSIDERACIONES FINALES**

Finalizado el AÑO 1, se efectuará una Evaluación del Proyecto, se continuará con las acciones emprendidas y se emprenderán nuevas de acuerdo a las necesidades que surgieran de la evaluación.

Es importante tener en cuenta que tanto el Cronograma de Tareas (Apéndice I) como la ejecución del Presupuesto (Apéndice II) fueron elaborados teniendo en cuenta la veda invernal para la obra física y la estacionalidad turística. Por esta razón, una demora significativa en la puesta en marcha del plan podría implicar un demora de al menos un año en el cumplimiento de las metas, comprometiendo por lo tanto la viabilidad del Proyecto.

Sin embargo, ante esta eventualidad, podrá contemplarse la posibilidad de reducir el área de trabajo en una primera instancia para que las acciones puedan tener la continuidad necesaria y lograr así una mayor efectividad.

## APÉNDICE I: Actividades, Tareas Y Resultados

<b>Actividad</b>	<b>Tarea</b>	<b>Descripción</b>	<b>Resultado</b>
Conformar un Equipo de Trabajo	Designar un coordinador		Formación de un Equipo de Trabajo con tareas asignadas
	Designar colaboradores técnicos	- Gestión de Becas y Pasantías	
	Firmar convenios y actas con las Instituciones vinculadas al proyecto	- Contacto con Instituciones locales, provinciales, nacionales e internacionales	
Diseñar Programas de Concientización	Distribución de tareas		Población más conciente sobre el valor del Patrimonio y los Beneficios del Turismo
	Establecer lugar y temario de los talleres	- Coordinación con Intendentes - Contacto con posibles disertantes - Contratación de disertantes	
Incorporar nuevos Componentes al Destino	Incorporación de atractivos	- Gestión Ley ANP Piedra Parada - Gestión atractivos ubicados en propiedad privada - Relevamiento sitios para nuevas actividades	Aumento en la cantidad de Componentes de la Comarca como Destino de Ecoturismo
	Relevamiento de potenciales prestadores turísticos	- Preevaluación Custodios Rurales - Evaluación posibles establecimientos de Agroturismo - Evaluación y canalización de las necesidades de prestadores actuales	

	Preparación de prestadores identificados para Custodio Rural	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contratación de una consultora para llevar a cabo Planes de Manejo;</li> <li>- Ejecución Planes de Manejo;</li> <li>- Organización capacitaciones</li> </ul>	
	Preparación de prestadores identificados para Agroturismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinación necesidades específicas de capacitación</li> <li>- Organización capacitaciones</li> </ul>	
	Construcción de obra física: Rukas, Centros de Interpretación, Pórticos y mejoras / construcción de Museos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinar sitios exactos para la construcción</li> <li>- Organizar ejecución de la obra</li> <li>- Ejecución de la obra</li> </ul>	
	Preparación Recursos Humanos y de Hospitalidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinar necesidades específicas</li> <li>- Organizar Programas de Capacitación</li> <li>- Gestionar becas y pasantías</li> <li>- Gestionar dictado de Tecnicatura en Turismo ISFD 804</li> </ul>	
	Seguimiento del avances de obras de infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contacto con Organismos encargados de obras provinciales</li> </ul>	
Realizar Acciones de Marketing	Colaborar con las acciones existentes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Adquirir información por parte del OPT</li> </ul>	Posicionamiento de la Comarca como Destino de Ecoturismo
	Elaborar una estrategia de Marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar encuestas</li> <li>- Contratar una consultora para un estudio de mercado</li> <li>- Realizar un estudio de mercado</li> <li>- Trabajar en el desarrollo de un concepto de acuerdo a la información obtenida</li> <li>- Identificar intermediarios para la distribución de productos</li> <li>- Concurrir a Ferias Nacionales</li> </ul>	

## APÉNDICE II: Recursos y Costos de Ejecución (Año 1)

Actividad	Tarea	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Formación Equipo Técnico	Contrato coordinador	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	30000
	Contrato (2) colaboradores técnicos (medio tiempo)	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	12000
	Viáticos Equipo Técnico	3600	3600	3600	3600	3600	3600	3600	3600	3600	3600	3600	3600	43200
	Servicios Generales	400	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2600
	Equipamiento (PC, Impresora)	7000												7000
Talleres de concientización	Valor del Patrimonio Cultural				3500									3500
	Patrimonio Arqueológico y Paleontológico					3500								3500
	El Turismo como herramienta de Inclusión Social						3500							3500
	El Saltillo			2040										2040
Estudio de Base Equipo Técnico OPT	Paso del Sapo (Ruka)				2040									2040
	Los Altares (Ruka)					2040								2040
	Telsen (incluye estudio de Geotermia)						30240							30240
	Costa de río Las Plumas			2040										2040
Preevaluación Custodio Rural - OPT	Paso del Sapo (x3), Paso de Indios (x1), Pocitos de Quichaura (x1), Los Altares (x1), Las Plumas (x1)				2040	1360	1360							4760
	Previsión de acuerdo a Preevaluación (x7)					6120	6120	2040						14280





