

014.39
B14C
II

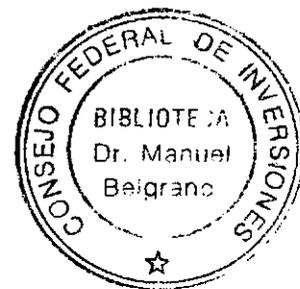
**CONSEJO FEDERAL DE
INVERSIONES**

PROVINCIA DE SANTA CRUZ

SUBSECRETARIA DE TURISMO

**“Campaña de Concientización Turística
para las Localidades Costeras”**

**Informe Final
Tarea 3**



**Autor: Lic. Nora Lilian Babruskis
Buenos Aires, Agosto de 2006**

Autoridades Intervinientes

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Lic. Juan José Ciáccera
Secretario General

Representante en la Provincia de Santa Cruz
Dr. Alejandro León Ramos

SUBSECRETARÍA DE TURISMO DE SANTA CRUZ

Erico Kahlke
Subsecretario de Turismo

Resumen del Trabajo

El trabajo se desarrollo mediante un diagnóstico inicial, basado en los FODA realizados por la Subsecretaría de Turismo de la Provincia, una encuesta de opinión en la población común, reuniones con Prestadores, Organizaciones No Gubernamentales, Autoridades y miembros de la comunidad ocupados en temas de concientización.

Se armó luego un Plan de Acción que incluía reuniones y talleres en cada localidad divididos en grupos de afinidad, por un lado y Directores y personal de Turismo por otro.

Los Talleres se llevaron a cabo en todas las localidades quedando planteado un trabajo futuro que deberá ser sostenido en el tiempo, aprovechando las capacidades de cada uno y los ámbitos en los que se mueven o las actividades que realizan.

La idea es que cada uno desde su posición en la sociedad pueda aportar un granito de arena sin sentir que hace un sacrificio o que debe dedicar tiempo y esfuerzo extra en tareas que no le son del todo atractivas.

Con los Directores de Turismo y su personal se trató de armar un grupo de trabajo conjunto, que trabaje en común para resolver situaciones similares.

El pertenecer todos a la Costa Santacruceña, les brinda el marco necesario para gestionar, elevar solicitudes, planificar acciones y coordinar eventos que generen un movimiento interno en la costa aprovechando al máximo el turismo que pasa por la Ruta Nacional N° 3 como el que se puede generar desde y hacia cada una de las localidades internamente.

Posteriormente se evaluaron los avances en cada localidad y se realizó un Plan de Acciones sugerido, para el futuro.

Acompaña también el trabajo un documento conteniendo la sistematización adecuada sugerida para efectuar mediciones reales de resultado y una serie de recomendaciones que podrían ser de utilidad para quienes coordinan las acciones.

INDICE GENERAL

1. Introducción	Pag. 05
2. Diagnóstico de la Zona	Pag. 07
3. Diagnóstico por Localidad	Pag. 18
4. Plan de Acción	Pag 22
5. Cronograma de Acciones	Pag. 35
6. Desarrollo de los Talleres	Pag. 38
7. Talleres en Río Gallegos	Pag. 40
8. Talleres en Puerto Santa Cruz	Pag. 43
9. Talleres en Cdte. Luis Piedra Buena	Pag. 46
10. Talleres en Puerto Deseado	Pag. 51
11. Talleres en Caleta Olivia	Pag. 55
12. Organización de Actividades con Directores de Turismo	Pag. 59
13. Evaluación Parcial	Pag. 62
14. Talleres en Puerto San Julián	Pag. 64
15. Evaluación Final de las Acciones	Pag 75
16. Sistematización de Tareas	Pag. 76
17. Cronograma de Acciones Sugeridas	Pag. 80
18. Recomendaciones para las Autoridades	Pag. 81
19. Notas Periodísticas	Pag. 82
20. Bibliografía	Pag. 84

Introducción

Cuando se planteó el trabajo nos propusimos en primera instancia recolectar la opinión de personas comunes en sus ámbitos cotidianos, a fin de determinar que entendían por concientización, que pensaban que se estaba haciendo en este concepto y si les interesaba que este tema se tratara en las escuelas y organizaciones.

La respuesta teórica es en general que le interesa que haya planes de concientización, que hay que graves falencias en estos temas derivados en general de falta de ocupación de las autoridades.

La puesta en marcha de la Campaña de Concientización nos reveló que la gran mayoría de los habitantes considera que las acciones las deben tomar sólo las autoridades, derivando toda la responsabilidad en ellos.

La falta de participación se manifiesta en desgano ante las acciones y esfuerzos que la mayoría de las veces realizan las personas a quienes se les encarga estas acciones.

El asedio en cuanto a reuniones que en general son largas, con poco resolutivas y nada prácticas, han hecho de la participación una gimnasia que pocos realizan y en general son los mismos los que asisten a todas las convocatorias.

Consideramos concientizar como una forma de tomar contacto con los problemas existentes, que modifican la calidad de vida y deterioran nuestro espacio físico.

Los problemas pueden estar instalados en la comunidad, pueden estar comenzando a aparecer o podrían surgir por comparación u observación de otros lugares.

Los problemas que ya están instalados generalmente no se perciben o el acostumbramiento los hace invisibles a los ojos.

Este mismo mecanismo sucede con las costumbres, los lugares históricos o de valor cultural y los espacios naturales que nos rodean.

Volver a descubrir nuestras potencialidades, nuestras bellezas y nuestros valores humanos, es una tarea que no se realiza en poco tiempo.

Destruir los mecanismos del acostumbramiento y transformarlos nuevamente en asombro es una tarea minuciosa que requiere paciencia, continuidad y mucha energía.

Educar para producir un cambio, primero desde uno mismo, es la herramienta fundamental que puede marcar la diferencia entre el dejar todo como está o ver que puedo hacer para cambiarlo.

Una vez que entendemos desde nosotros mismos que debemos operar un cambio, podemos trasladarlo a nuestros pares, grupos de afinidad y grupos de pertenencia.

Realizar acciones concretas, pequeñas y cotidianas es el comienzo del cambio que casi todos anhelan pero que en general se ve como imposible.

Evitar las grandes obras, las comisiones faraónicas y los eventos multitudinarios es necesario para no sentir frustración.

Si comenzamos a hacer pequeños cambios desde nuestras propias capacidades, actitudes, conductas y posibilidades los logros aunque mas lentos y pequeños, serán firmes y no habrá sensación de fracaso.

Muchas personas consideran que el Turismo es una actividad que puede mejorar sus ingresos, pero, para esto habrá que operar algunos cambios que a veces, a las localidades pequeñas, les cuesta implementar.

El turismo como servicio requiere de una atención intensa. Habrá pues momentos en que las poblaciones casi no tendrán descanso, pero seguramente si se organizan podrán desarrollar la actividad en forma constante durante los períodos de mayor afluencia de visitantes y tendrán las épocas de baja para descansar o realizar actividades de mantenimiento.

Todo esto implica adecuar el lugar y adecuarse a los cambios que la actividad turística requiere y exige.

Tomar conciencia de estos parámetros nos darán la posibilidad de ir operando los cambios que necesites ser hechos en forma paulatina y planificada, dándole mayor celeridad a aquellos que lo requieran.

Formar y educar para una cultura de servicio como es la actividad turística, es algo que necesita ser realizado desde la infancia, poniendo énfasis en esta etapa de aprendizaje para que cuando lleguen a la adultez, estén preparados no sólo para el desarrollo de la actividad sino para generar los cambios que la vida moderna requiere a cada instante.

1. DIAGNÓSTICO GENERAL DE LA ZONA

1. Diagnóstico General de la Zona

Si bien la Costa Santacruceña brinda un importante caudal de posibilidades turísticas, hay dos que se destacan en la importancia y requerimiento de los viajeros.

El aspecto natural y poco invadido de sus paisajes, fauna y flora, como la rica historia de cada localidad, hacen de la Costa Santacruceña un lugar con un potencial poco común para quienes recorren estas rutas.

La cordialidad del habitante santacruceño es destacada en casi todos los ámbitos, pero hay pequeños detalles que escapan al trabajo profesional con que hoy se debe brindar el servicio turístico y al cual, el viajero está en general, acostumbrado en otros destinos del país o del exterior.

No olvidemos que desde hace unos años la Patagonia es visitada por habitantes de casi todo el mundo y esto hace que se deban habitar ciertos servicios para que logren ser más efectivos y gratificantes.

Llegar a mantener una conciencia conservacionista de los recursos, que permita la utilización de estos en forma comercial para mejorar el nivel y calidad de vida de sus habitantes, es el propósito de este trabajo, que emana principalmente de los trabajos de investigación realizados por la Subsecretaría de Turismo en talleres que determinaron el FODA de cada lugar.

Analizando específicamente estos trabajos, que son herramientas de base, se determinan algunos puntos de preocupación común entre todas las localidades:

- La falta de encuentro y discusión entre ciudades del circuito costero, a fin de elaborar estrategias comunes que tiendan al mayor aprovechamiento de los recursos, aparece como uno de los puntos más solicitados
- La necesidad de actuar en la conciencia de la población en relación al manejo de la basura, áreas naturales y públicas y embellecimiento de las localidades.
- Puesta en valor y aprovechamiento de la historia, monumentos, museos y hechos particulares.
- Capacitación y concientización en la necesidad de manejar al menos una segunda lengua, en especial el idioma Inglés.
- Conocer los recursos, actividades, programas y calendarios de las demás localidades
- Conformar circuitos entre localidades afines, cercanas o complementarias
- Tomar conciencia de la necesidad de contar con una eficiente información para el viajero y donde cada habitante se transforme en un anfitrión de la Costa Santacruceña.
- Armado de campañas de concientización, información y capacitación, aprovechando los recursos radiales y televisivos de cada localidad y los medios de comunicación y gráficos oficiales.
- Capacitación de Artesanos en comercialización de sus productos y presentación de los mismos.
- Compartir experiencias de las diferentes localidades que sirvan como ejemplos a tomar para fines determinados, como campañas de limpieza

comunitarias, legislación de fomento local, aprovechamiento de recursos histórico, culturales, naturales, etc.

- Concientización sobre la importancia de la participación comunitaria en la toma de decisiones
- Necesidad de capacitación del sector privado a fin de mejorar la calidad de los servicios prestados.
- Interacción del sector público con el privado para la toma de decisiones y armado de estrategias específicas y generales.
- Contar con adecuada información al viajero del circuito “Costa Santacruceña”.
- Aprovechamiento de escuelas, centros vecinales, Universidades y Fundaciones para organizar campañas de concientización en temas específicos y que sean de divulgación general.
- Falta de integración e interacción entre prestadores, localidades y el sector público.
- Necesidad de unificar criterios de cartelería dentro de las localidades y entre las localidades, capacitando a quienes las confeccionan.
- Continuidad en las campañas televisivas, radiales y gráficas.
- Falla en la utilización del recurso INTERNET para comunicarse entre localidades.
- Interrelación entre autoridades y comunidad.
- Todas las localidades de la Costa están dentro del Proyecto de la Fundación Patagonia Natural Consolidación e implementación del Plan de Manejo de la Zona Costera Patagónica.

Se trabajará en un programa integrado, basados en datos recopilados en forma institucional y personal. En antecedentes de realización de una campaña anterior en la localidad de Puerto Deseado, que ha sido evaluada en esta oportunidad y que nos da como resultado, la corrección, ampliación e incorporación de acciones que tiendan a la incorporación de hábitos mediante acciones sostenidas en el tiempo.

Si bien en visitas anteriores no me contacté con la totalidad de las autoridades, esto tuvo una explicación ya que se buscó contar con un trabajo de campo directo manteniéndose entrevistas y contactos con personas involucradas directa o indirectamente en la actividad turística.

Estos contactos tuvieron la intención de no darse a conocer a fin de que aquellos que desempeñan alguna actividad que tenga algún punto de conexión con el turismo, no se sintieran presionados o dirigidos a una respuesta específica.

Es por ello que se tomaron personas independientes (estudiantes, prestadores, comerciantes, amas de casa), que mediante un cuestionario sencillo y sin que mediara formulario alguno, fueron requiriendo la información que detallaremos más abajo. Luego del cuestionario, se llenaba la encuesta que no involucra opinión sino una respuesta de por SI (S), por NO(N) o No sabe / No contesta (NS).

En base a estas respuestas, a los trabajos realizados por la Subsecretaría de Turismo de la Provincia, a las entrevistas abiertas mantenidas con autoridades y prestadores de Puerto Deseado, teniendo en cuenta que esta localidad desarrollará la segunda etapa de un plan de concientización turística, es que se elaboro el anterior informe.

Por lo tanto, el plan de acción que se llevará a cabo de ahora en más, tendrá como referentes a las distintas autoridades del sector, a los actores directos e indirectos, a los niños y adolescentes y a la población en general de acuerdo a lo que ellos mismos manifestaron como necesario.

Cabe destacar que se mantuvieron entrevistas con miembros de Asociaciones y entidades tales como Fundación Patagonia Natural, miembros del sector Educación del Área Natural Protegida Península Valdés, y de la Universidad Tecnológica Nacional con sede en Puerto Madryn, en su carrera de Tecnicatura en Gestión de Empresas Turísticas.

A fin de tener un panorama más claro y conciso del pensamiento de las poblaciones involucradas, se realizó en forma directa y a través de distintos miembros de la comunidad una pequeña encuesta que a continuación detallamos:

1. Cree necesario contar con capacitación turística para prestadores? SI NO
2. Cree necesario contar con programas específicos de información y capacitación turística en las escuelas? SI NO
3. Cree beneficioso contar con información turística en los medios? SI NO
4. Cree necesario contar con programas de concientización ambiental en los medios? SI NO
5. Cree necesario contar con programas de concientización ambiental en las escuelas? SI NO
6. Cree importante contar con capacitación en empaque y presentación de productos artesanales? SI NO
7. Cree importante contar con campañas de limpieza comunitaria en las localidades? SI NO
8. Considera que las autoridades locales están comprometidas con la concientización turística? SI NO

Esta encuesta se realizó para tener la opinión de distintos estratos de la sociedad y de acuerdo a su evaluación arrojó datos similares a los resultados que se obtuvieron de los Talleres que se hicieran en las distintas localidades, por la Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Santa Cruz

Se consideró importante hacer un trabajo de campo directo, por lo cual fueron llevadas a cabo en cada localidad y sus resultados procesados en nuestras oficinas.

Tanto las encuestas como las entrevistas realizadas en Puerto Deseado, fueron evaluadas y utilizadas para la elaboración del Plan de Acción primario.

Se desprende de las encuestas en general, que las poblaciones cuentan en su gran mayoría, con un concepto previo, en cuanto a lo que el turismo significa, en términos de diversificación económica, pero a la vez las poblaciones reconocen que falta conocimiento, capacitación y cuidados sobre sus recursos y como manejarlos.

En casi todas las localidad hay o ha habido acciones tendientes a la concientización y conocimiento para el cuidado, puesta en valor y utilización de los recursos, tendientes a un mejor uso en el plano turístico. Muchas de estas acciones no cuentan con recursos necesarios, apoyo o continuidad, por lo que se hace imprescindible que las acciones se

arraiguen en la comunidad de manera que tomen vida propia y se continúen y regeneren en el tiempo y de acuerdo a la problemática que vaya surgiendo en cada lugar

Los trabajos que está llevando a cabo la Fundación Patagonia Natural a través del Proyecto “Consolidación e Implementación del Plan de Manejo de la Zona Costera Patagónica para la Conservación de la Biodiversidad, y los trabajos conjuntos con la Secretaría de Turismo y las oficinas de Turismo locales son en muchos lugares la única acción directa y efectiva que se haya realizado.

Cabe acotar que, las entrevistas mantenidas a miembros de la sociedad involucrados directa e indirectamente en el turismo, como a profesionales de Universidades y Organizaciones No Gubernamentales, arrojan dos bases fundamentales de trabajo: Niños y Adolescentes y Medios de comunicación, como principales acciones de resultados seguros.

Se detalla a continuación la cantidad de encuestas realizadas en cada localidad:

CALETA OLIVIA: 450 Encuestas

PUERTO DESEADO: 120 Encuestas y 47 Entrevistas

PUERTO SAN JULIAN: 98 Encuestas

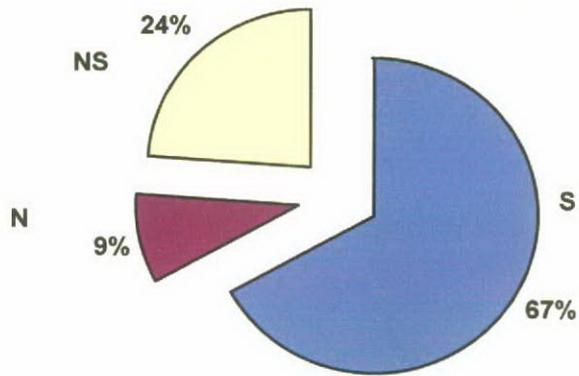
PUERTO SANTA CRUZ: 75 Encuestas

COMANDANTE LUIS PIEDRA BUENA: 45 Encuestas

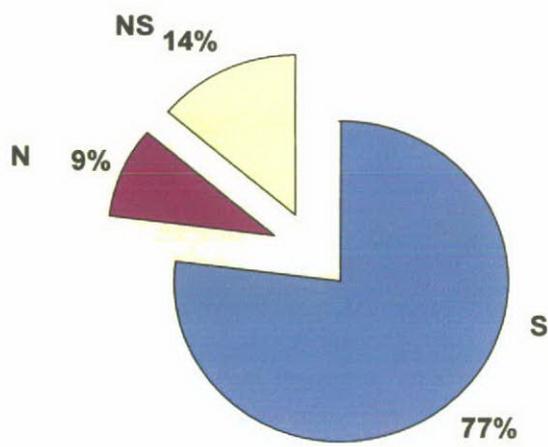
RIO GALLEGOS: 600 Encuestas

RESUMEN ENCUESTA REALIZADA DURANTE DICIEMBRE ENERO Y FEBRERO																									
Pregunta	1			2			3			4			5			6			7			8			totales n/localidad
	S	N	NS	S	N	NS	S	N	NS	S	N	NS	S	N	NS	S	N	NS	S	N	NS	S	N	NS	
CALETA OLIVIA	322	27	101	364	38	48	307	103	40	295	120	35	278	12	160	189	82	179	372	47	31	121	314	15	450
PTO. DESEADO	103	5	12	108	10	2	106	8	6	108	10	2	108	10	2	85	18	17	109	11	0	95	14	11	120
PTO. SAN JULIAN	75	12	11	83	5	10	79	6	13	76	7	15	85	3	10	63	15	20	69	6	23	65	25	8	98
PTO. SANTA CRUZ	62	2	11	66	1	8	59	3	13	66	2	7	67	0	8	43	28	4	53	13	9	48	12	15	75
CDTE PIEDRA BUENA	28	12	5	32	13	0	31	8	6	37	2	6	38	1	6	21	23	1	32	5	8	23	10	12	45
RÍO GALLEGOS	340	63	197	383	70	147	390	89	121	392	70	138	390	61	149	280	241	79	419	76	105	393	125	82	600
TOTALES	930	121	337	1036	137	215	972	217	199	974	211	203	966	87	335	681	407	300	1054	158	176	745	500	143	1388
Porcentajes %	67	9	24	77	9	14	68	17	15	77	9	14	78	7	15	49	30	21	76	11	13	54	36	10	

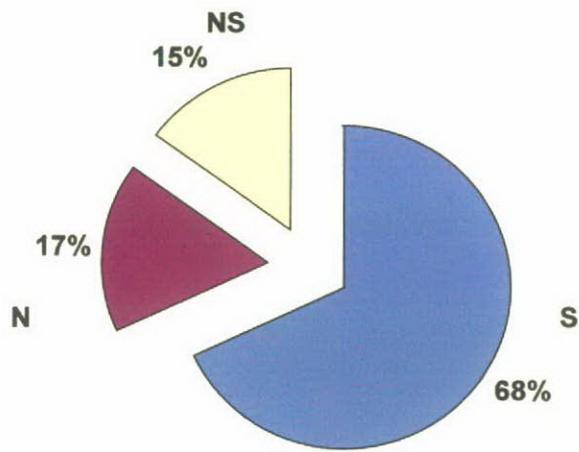
PREGUNTA 1



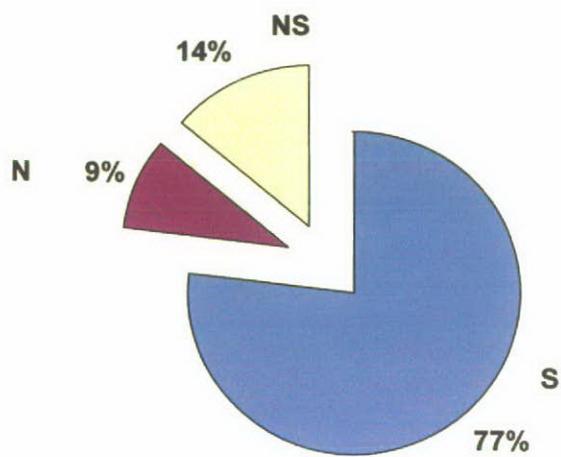
PREGUNTA 2



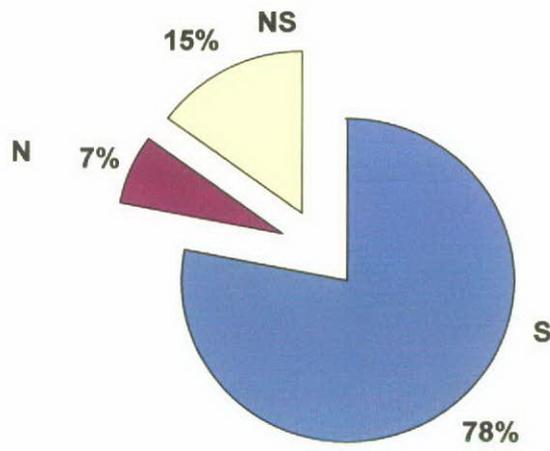
PREGUNTA 3



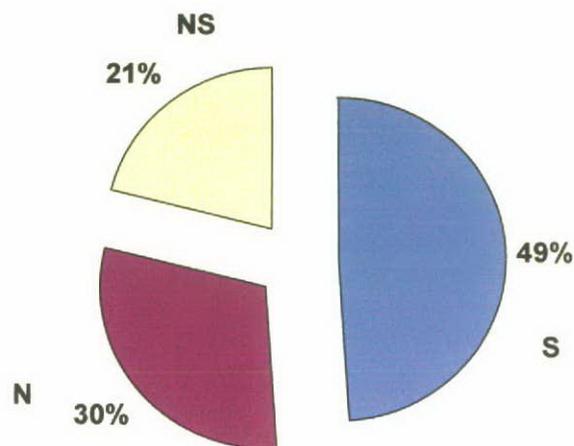
PREGUNTA 4



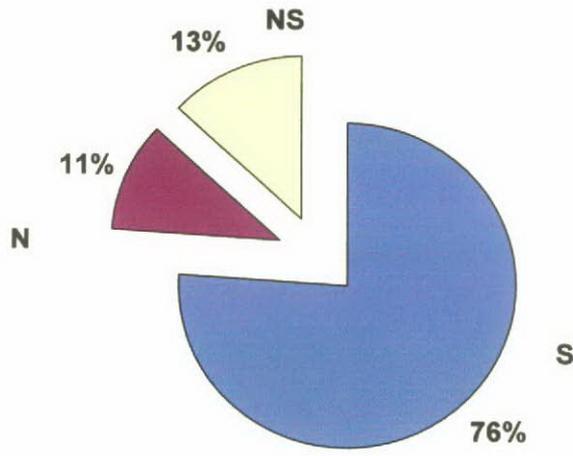
PREGUNTA 5



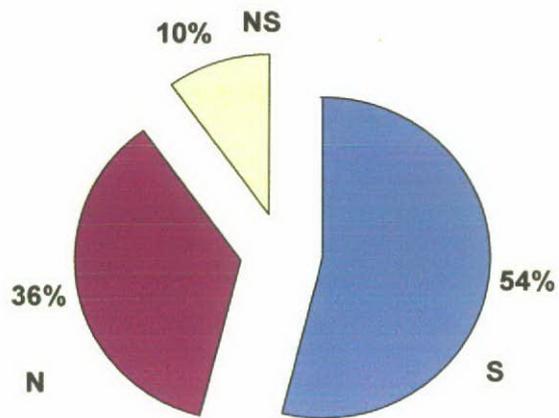
PREGUNTA 6



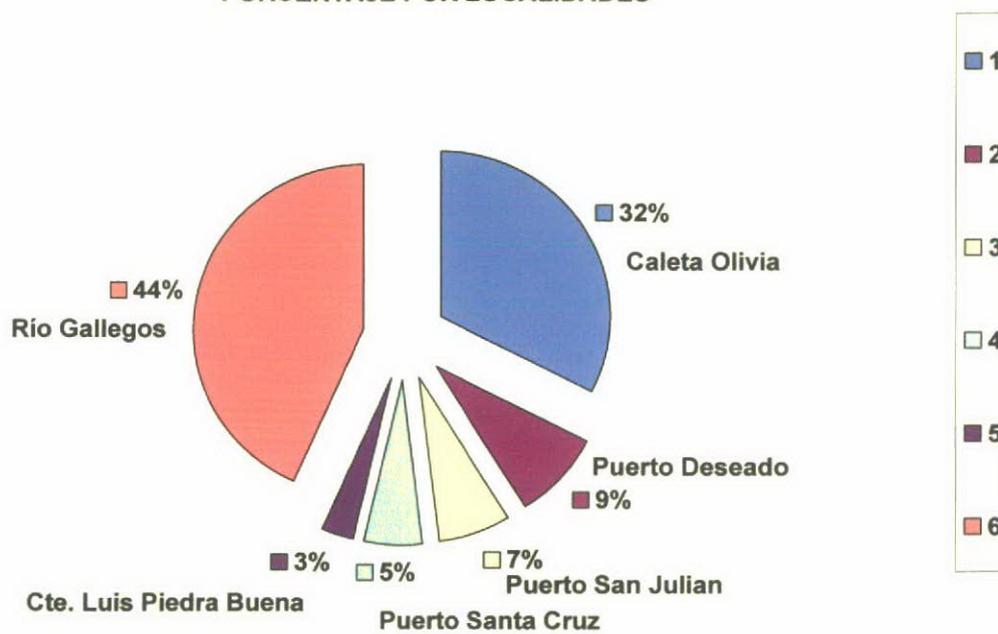
PREGUNTA 7



PREGUNTA 8



PORCENTAJE POR LOCALIDADES



2. DIAGNÓSTICO POR LOCALIDAD

2. Diagnóstico por localidad

Del análisis de situación de cada localidad podemos especificar los siguientes puntos:

2.1. Caleta Olivia

- Puesta en valor de la importancia que la localidad tiene como entrada de turistas a la Provincia, desde el Norte y desde el Oeste.
- Importancia de contar con una Universidad y ONG para colaborar en el armado de material para la campaña.
- Necesidad de formar conciencia en relación al cuidado del medio ambiente y tratamiento de la basura.
- Si bien se han realizado hechos aislados, la ciudad carece de una identidad propia donde el ciudadano se arraigue y con el cual se pueda identificar.

2.2. Puerto Deseado

El caso de Puerto deseado, es particular, dado que ya se ha realizado una Campaña de Concientización previa, la cual necesita fortificarse y continuarse en el tiempo.

Es importante tomar esta campaña anterior, como modelo para aplicar a las demás localidades, corrigiendo errores y falencias.

Los problemas y programas mas importantes que tiene esta localidad y sobre los que hay que insistir especialmente son los siguientes.

- Grave problema de control de la limpieza de espacios públicos, áreas naturales y basural (municipal y clandestinos)
- Falta de control, conocimiento y manejo de las 5 áreas Naturales que existen cercanas a la localidad.
- Dar continuidad a los proyectos comenzados y que pueden ser de utilización provincial para micros televisivos y radiales de concientización ambiental e información general turística.
- Concientización sobre la importancia de la participación comunitaria en la toma de decisiones a través de mesas de discusión, investigación de programas y legislación que puedan ser útiles a los fines necesarios.
- Actualmente se está desarrollando una campaña anual de limpieza, apertura y remodelación del Museo Mario Brozoski (con alto contenido afectivo para la localidad), y una campaña televisiva apoyada por el canal provincial para promocionarla
- Continúa trabajando el programa “Conociendo Nuestra Casa”, a cargo del Dr. Marcos Oliva Day y la Prof. María Laura Gaona. Este Proyecto tiene mas de 15 años, es totalmente independiente y Ad Honores y es conocido en toda la Provincia, intercambiando actividades en muchas localidades en especial en la costa Santacruceña.
- Grupo de Ex Ferroviarios, quienes se hicieron cargo de la muestra en la Ex Estación del Ferrocarril, lugar de especial importancia histórica, edilicia, cultural y afectiva para los habitantes de Puerto Deseado.

2.3. Puerto San Julián

- Falta de concientización turística y ambiental en la comunidad.
- Falta de capacitación adecuada para prestadores.
- Falta de integración de los prestadores de servicios entre sí
- Falta de concientización ambiental
- Insuficiente valoración de los recursos históricos y ambientales.
- Falta de integración de las Fundaciones, Universidad y recursos humanos existentes a la capacitación local y provincial en forma sostenida.
- La localidad tiene trabajos realizados en cuanto a concientización y puesta en valor de su patrimonio histórico, cultural y natural, siendo la construcción de la Nao Victoria un hecho de relevancia, persistencia e investigación muy importante a tomar como modelo.

2.4 Comandante Luís Piedra Buena

- Falta de concientización, control y cuidado del medio ambiente, en especial basural, costa del río y espacios verdes.
- Falta de oficina de información de Turismo local y mayor capacitación para su personal.
- Necesidad de realización de cursos de capacitación ambiental y de toma de conciencia para formar capacitadores locales que actúen como agentes multiplicadores.
- La Localidad ha trabajado participativamente en la puesta en valor de su historia, sus raíces y su cultura como el reconocimiento de su ámbito, quedando plasmado en los murales que realizaron en paredones y que dan un marco de identidad a la misma

2.5 Puerto Santa Cruz

- Problema serio de manejo de residuos, conservación y concientización sobre el valor de cuidado ambiental.
- Necesidad de asesoramiento sobre manejo de Internet para utilizarla como publicidad, en especial página Web.
- Necesidad de concientización sobre la buena atención al visitante
- Concientización sobre la importancia de los recursos naturales a través de campañas sostenidas dirigidas a la totalidad de la población en especial en las escuelas.
- Falta de utilización de los medios de comunicación local y aprovechamiento integral de la Biblioteca local y su personal, en programas coordinados en conjunto con la Dirección de Turismo y la comunidad

2.6 Río Gallegos

- Como en el caso de Caleta Olivia es necesaria la puesta en valor de la importancia que la localidad tiene como entrada de turistas a la Provincia, desde el Sur y desde el Oeste.

- Aprovechamiento de los recursos existentes como Universidad (UNPA; ISES), medios de comunicación, sede del Gobierno Provincial, para actuar como agentes capacitadores para las demás localidades.
- Importancia de la localidad para actuar como agentes gestores de estrategias que se diagramen en forma conjunta con las demás ciudades participantes de esta campaña.
- La Dirección de Turismo trabajó el año pasado en una campaña propia, y es importante insertarse dentro a fin de proseguir con el hilo conductor de la misma. La misma no está siendo aprovechada en su total potencialidad por falta de fondos.

3. PLAN DE ACCIÓN

3. Plan de Acción

En esta primera etapa se analizará el presente informe con los Directores de Turismo y autoridades Provinciales del sector, en reuniones conjuntas e individuales, que permitan ajustar el presente Plan de Acciones a los tiempos, posibilidades y aportes que cada uno esté en condiciones de realizar.

Bajo el precepto de que no puede haber una verdadera toma de conciencia sin la participación mayoritaria de la población, es que se intentará que cada uno, desde su lugar de acción (prestadores, profesionales, niños, autoridades, etc.) participen en forma activa con alguna acción que otro miembro de la comunidad tome para su conocimiento o acción.

Las Acciones se dividirán en:

3.1 Comunicación y Medios

Teniendo en cuenta que la problemática planteada en cuanto a la toma de conciencia sobre la necesidad de contar con una adecuada calidad de servicios, cuidado de los recursos naturales y puesta en valor de los históricos es común a todas las localidades, y que las campañas televisivas, radiales y gráficas son prioritarias y de muy buenos resultados, se requerirá la colaboración del canal provincial como así también de los canales privados que deseen participar en esta campaña para difundir flashes informativos, educativos y recreativos que se armarán como resultado de consultas con Universidades, Investigadores, Organizaciones No Gubernamentales y Concursos en Instituciones Educativas de las localidades participantes. Estos Flashes podrán ser utilizados por todas las localidades ya que tendrán un formato acorde a la problemática común y general planteada y que a la vez podrán ser incluidos en las emisiones de cualquier localidad de la provincia a la que le resulte útil.

Serán programadas conjuntamente entrevistas con los responsables de medios, Organizaciones No Gubernamentales, Investigadores, Universidades y los Directores de Turismo, a fin de dar forma en conjunto del material que se podría procesar, aportar y emitir o publicar cada uno.

3.2 Capacitación y Concientización

Se dividirá en varios frentes:

3.2.1 Población en General

La campaña tendrá como fin el conocimiento del lugar propio y el circuito costero integral, como así también la preservación y cuidado que se debe tener sobre este, en especial áreas naturales y reservas.

Se solicitará a especialistas y conocedores que ayuden a redactar gacetillas, afiches y slogans que puedan ser distribuidos y utilizados en diferentes circunstancias.

3.2.2 Niños y Adolescentes

Se anexa Plan de Acción específico de **Formador de Líderes**

3.2.3 Prestadores de Servicios

Se implementará un registro de posibles capacitadores que puedan aportar sus conocimientos dentro del circuito costero, a fin de optimizar los recursos humanos, sobre todo teniendo en cuenta la existencia de una carrera terciaria en Río Gallegos donde hay profesionales, así como los staff de la Subsecretaría de Turismo y otros profesionales que desarrollen su actividad dentro de la provincia y que puedan ser

convocados a participar en forma especial con esta Campaña y su posterior continuidad en el tiempo.

Cada localidad relevará sus recursos con las disponibilidades de los mismos y el mismo se distribuirá y quedará a disposición de las localidades y las autoridades de la provincia.

El mismo formará parte del Informe Final.

3.3 Campaña de limpieza.

El problema de la basura y el descuido que sobre este tema tienen en general todas las poblaciones es muy serio.

Cada uno de los pobladores debe convertirse en un “cuidador de su lugar” y para esto es imprescindible la participación y compromiso que se pueda inculcar en cada uno de los habitantes ya sean adultos o niños.

Varias localidades han implementado de alguna manera campañas de limpieza comunitaria, pero es necesario hacer un trabajo más intensivo, efectivo y que tenga duración en su resultado final.

La idea principal sería armar una campaña de limpieza comunitaria, tomando como modelo las realizadas en otras poblaciones como Puerto Deseado, que se realice el mismo día en todas las localidades, que tenga cobertura en los medios y que sea de amplia participación, sobre todo en niños y adolescentes.

Esta campaña deberá estar apoyada desde el ámbito gubernamental local y provincial y deberá tener una difusión pre y post realización.

Se anexa Plan de Acción específico “**Campaña de Limpieza**”

3.4 Aprovechamiento de los recursos Humanos.

Muchos son los recursos humanos con los que cuenta la provincia en diferentes ámbitos y que no siempre están bien aprovechados.

Las acciones que la mayoría de estas personas realizan, se pierden en el tiempo, no tienen trascendencia fuera de sus lugares o no son aprovechadas integralmente.

Bajo el lema, que se sugerirá: “Todos somos profetas en nuestra tierra”, se intentará revalorizar, resaltar y aprovechar los conocimientos, trabajos, experiencias o acciones que la propia gente del lugar tiene.

Se expondrán sólo dos ejemplos. El Ferrocarril el Puerto deseado, y la construcción de la Nave Victoria en Puerto san Julián. Los ejemplos sólo se toman a fin de considerar no sólo los hechos en sí (creación de museos), sino todo el trabajo, tiempo y esfuerzo que requirió su puesta en marcha.

De la misma manera se podrán aprovechar conocimientos de artesanos, científicos e investigadores que puedan aportar, sobre todo actitudes además de conocimientos.

Se confeccionará un registro entre las localidades, a fin de conocer los datos y actividades de estas personas y así poder armar conjuntamente ciclos de charlas, talleres, narración de experiencias y asesorías, con invitaciones especiales.

3.5 Creación de una red de información rápida a través de Internet.

Mediante la simple utilización de la red epatagonia de Internet, se sugerirá a todas las Direcciones de Turismo locales, constantemente conectadas, puedan difundir actividades, dar a conocer acciones, coordinar actividades y dar participación a personas o entidades que crean importante que participen.

Aprender a usar esta herramienta será un factor fundamental para que el trabajo de cada localidad tenga una fuerza sumatoria, multiplicadora y modificadora de la actividad que desarrollan y los proyectos que se puedan elaborar en forma conjunta o aislada.

3.6 Cooperación y Colaboración entre localidades

Reuniones periódicas, comunicación constante, cooperación en actividades. Acciones, proyectos y decisiones y colaboración para llevarlos a cabo, es una de las tareas más importantes que se implementará en este trabajo.

Si se logra vencer el localismo general y se pasa a pensar como región, se estará dando el primer gran paso de la integración y fuerza necesaria para modificar conductas.

La continuidad de este ítem en el tiempo, será el siguiente desafío a llevar a cabo, para que las acciones traspasen la barrera de los nombres personales y se transformen en acciones continuas que se ganen su espacio en el tiempo.

3.7 Acciones específicas para cada localidad

El Plan de Trabajo General, podrá ser adaptado o modificado de acuerdo a las necesidades específicas de coyuntura que tenga cada localidad, tratando de no perder el hilo conductor o ejes temáticos a fin de quebrar ese localismo del cual hablamos en el comienzo de este trabajo y que sin perder la individualidad se pueda llegar a hablar un mismo idioma entre todos los componentes de la sociedad que forman los distintos pueblos de la costa.

**ACTIVIDADES CON NIÑOS Y
ADOLESCENTES**

FORMACIÓN DE LIDERES

CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN.

El turismo es una de las actividades económicas que más divisas genera en el mundo, consistente en el desplazamiento de personas fuera del lugar de residencia habitual, hacia un destino seleccionado, provocando de esta forma un intercambio cultural entre ambas sociedades.

Para lograr lo enunciado arriba, es necesario y primordial que la comuna reconozca el valor de los recursos con los que cuenta la localidad; esto será la base para que se fije un sentimiento de arraigo y pertenencia, estableciendo así criterios de responsabilidad en los residentes locales y poder interrelacionar el turismo, el ambiente y los recursos naturales y culturales.

Para satisfacer al turista, la comunidad deberá desarrollar el rol de buena anfitriona, caracterizándose por su hospitalidad y buen trato hacia quienes la visitan, como así también conociendo los recursos y atractivos con que cuenta; formando así lazos perdurables en el tiempo entre producto y consumidor, favoreciendo así el crecimiento turístico y tornándolo sustentable y continuado en el tiempo.-

Para que la toma conciencia de estos preceptos es necesario comenzar a edades tempranas, de manera que las premisas se internalicen en niños y adolescentes haciendo que no sólo crezcan con un criterio hospitalario y conservacionista, sino que además participen a sus mayores en el conocimiento, el sentido de propiedad, afectividad y cuidado de sus propios lugares.

DESTINATARIOS DE LA CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN

- Se tomó como base el trabajo realizado en la Primer Campaña de Concientización en la localidad de Puerto Deseado, reformulando su modalidad a fin de que la misma sea mas participativa en forma directa por los destinatarios.

- Dentro del desarrollo de la Campaña de Concientización Turística, se tomarán los niños y adolescentes ya que los mismos constituyen un segmento determinado dentro de la comuna. Este fue seleccionado teniendo en cuenta quienes serían fieles receptores y a la vez transmisores de los valores y objetivos que persigue la misma.

- Se trabajará con niños insertos en Instituciones Educativas, de EGB 2 y EGB 3, debido a que se encuentran en una etapa de constante aprendizaje, donde interrelacionan conocimientos, valores y experiencias, y a la vez los transmiten a su entorno.

- Se plantearán dos niveles primarios de participación. Alumnos de EGB3 como **Líderes**, creando un grupo de formadores de formadores (a cargo de las Direcciones de Turismo) y EGB2 como **Receptores**, creando un grupo, que luego de su capacitación y con el correr del tiempo pueda ocupar el lugar de Líderes. De esta manera los miembros de las Direcciones no verán recargado su trabajo con el desarrollo directo del programa, sino que serán capacitadores y supervisores del mismo, creando de esta manera la responsabilidad en los adolescentes que transmitirán los conocimientos a los más pequeños.

OBJETIVOS

- Promover en el segmento seleccionado la identificación, conocimiento y valorización de los recursos naturales, históricos y culturales internalizándolos como propios, como así también el concepto de calidad en la atención al turista y la condición de buen anfitrión. Es imprescindible que se desarrolle en los niños y adolescentes un verdadero sentido de protagonismo, ya que de esta forma serán verdaderos agentes multiplicadores y responsables del lugar que les toca desempeñar en la sociedad.

- Provocar el desarrollo de una conciencia conservacionista, dentro de su etapa de aprendizaje.

DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS

ETAPA DE FORMACIÓN DE LÍDERES

- Dictado de talleres teóricos y prácticos por parte de miembros de las Direcciones de Turismo, Cultura, docentes a grupos voluntarios de EGB3 (**Líderes**), en donde recibirán conocimientos mediante fichas que en forma sintética, sirvan de guía para ser usadas luego con el nivel inferior. Es importante que los **Líderes** reciban conocimientos teóricos, prácticos y salidas de campo que fortalezcan el aprendizaje y los motiven
- Los talleres a los líderes podrán dictarse en las instituciones Educativas, Centros Vecinales, Direcciones de Turismo, Sindicatos y todo aquel lugar que lo requiera o que sea de interés para los coordinadores locales de la campaña.
- Adaptación del material seleccionado para una correcta interpretación por parte de los alumnos los cuales serán expuesto en los respectivos talleres.

ETAPA DE ARMADO DE TALLERES PARA NIÑOS DE EGB2

- Los talleres a niños de EGB2, serán dictados por los **Líderes**, que fueron previamente capacitados.
- Los talleres con niños de EGB2 serán dictados como con los líderes en Institutos Educativos, Centros Vecinales, Direcciones de Turismo, Sindicatos y todo aquel lugar que lo requiera o que sea de interés para los coordinadores locales de la campaña.

DESARROLLO DE LOS TALLERES

TALLERES TEORICOS:

- **Historia y Arqueología.**
- **Recursos y atractivos Naturales**
- **Recursos Culturales**
- **Conceptos de Anfitrión y calidad de atención al turista**

TALLERES PRACTICOS:

- **Salidas de Campo.**
- **Reconocimiento de especies**
- **Charlas con artesanos, personajes, científicos o investigadores**
- **Visitas a Museos, Casas de Cultura**

INFORMACIÓN PARA EL FORMADOR DE LÍDERES:

Es necesario un acercamiento de los niños con respecto a su entorno natural, cultural, histórico y social.

Para CONOCERLO, COMPRENDERLO, RESPETARLO y afianzar valores que conlleven a una conciencia conservacionista.

A través de esta guía, buscamos que el adolescente, siguiendo las pautas de trabajo de su formador, se transforme en una agente multiplicador de lo aprendido, un ser ocupado por su entorno, su cultura y la importancia que el turismo tiene como medio de vida y desarrollo. El protagonismo que irán adquiriendo será quizá, la forma más contundente para que se sientan valorados y a la vez que valoren las tareas de otros.

OBJETIVOS:

- Desarrollar la capacidad de observación, el espíritu de investigación y las aptitudes críticas frente a las relaciones entre el hombre y el medio ambiente.
- Informar sobre diferentes aspectos de su comunidad.
- Valorar la importancia de la preservación de los recursos, sensibilizando y orientando intereses hacia la conservación de los mismos.

TAREA:

- Desarrollar las actividades propuestas, durante los talleres teóricos.
- Llevar a la práctica lo expuesto en los talleres teóricos en coordinación con otras instituciones, personas o profesionales.
- Intercambiar propuestas, opiniones y sugerencias al final de los talleres. Se considera de suma importancia aportar datos concretos, pero también escuchar que dicen, opinan o aportan quienes serán luego líderes.
- Llevar registros de las distintas tareas, cantidad de líderes formados, participantes de talleres y miembros de la comunidad involucrados en las diferentes instancias.
- Armar un informe final sintético con los resultados y evaluación del programa

EVALUACION

Será indispensable realizar diferentes evaluaciones, según cada etapa cumplida:

- ❖ Evaluación de la Etapa de formación de Líderes
 - Por los formadores
 - Por los participantes.

- ❖ Evaluación de la Etapa de capacitación a niños de EGB2
 - Por los Formadores y Supervisores
 - Por los Líderes
 - Por los participantes

- ❖ Evaluación final del Programa

Es muy importante que al finalizar este programa se entreguen certificados de participación a los niños de EGB2 y Certificados de Líderes a los de EGB3

ACCIÓN ESPECÍFICA “CAMPAÑA COMUNITARIA DE LIMPEZA”

SLOGAN(ejemplo): “ Si todos participamos es mas fácil”

FUNDAMENTOS

La necesidad de realizar una limpieza profunda no solo de las áreas naturales sino también de la localidad toda, es un hecho en casi todas las localidades de la costa santacruceña. Se propone una campaña donde participen todos los habitantes del pueblo y no solo la municipalidad, como medio de ir concientizando a la gente (adulto y niño) sobre la importancia de mantener el pueblo en condiciones de higiene y habitabilidad. Por otro lado sería un golpe de efecto, movilizar a toda la población en pos de un objetivo común.

DESARROLLO

- La campaña debería llevarse a cabo el mismo día en todas las localidades para tener verdadera fuerza e impacto. A fin de mantener un esquema práctico, la misma se dividirá en dos áreas específicas
- Limpieza del ejido urbano. Estará a cargo de cada frentista y del Municipio en las áreas comunes (plazas, calles, espacios abiertos etc.)
- Limpieza de áreas naturales y comunes. Estará a cargo de brigadas formadas por un grupo de mayores y menores a su cargo. Las personas deberán ser convocadas de las escuelas, organizaciones intermedias, partidos políticos, instituciones de la localidad. A instancia de cada localidad se podrá tomar una zona determinada, un área natural o un predio que sea de importancia para localidad.
- Para ello se deberá armar una pequeña coordinación y organización basada en los siguientes puntos por orden de realización:
 1. Nombrar un coordinador general (Dirección de Turismo)
 2. Convocar a todos los miembros de las distintas secretarías municipales a fin de armar el plan de trabajo que tendrá cada uno a cargo

Obras Públicas (si fuera necesario):

- sectorización de las diferentes áreas naturales, con planos para poder entregar a las brigadas de campo que harán la limpieza.
- Coordinación de todos los móviles para el retiro de residuos, ramas, basura etc. Que los habitantes y brigadas realicen.

Gobierno:

- ❖ Turismo, Coordinación General
- ❖ Tránsito: Campaña de concientización (folleto) y entrega de bolsas de residuos
- ❖ Bromatología: informe a empresas y comercios y concientización sobre la necesidad de mantener el cuidado de predios, tachos de basura, contenedores, dar a conocer ordenanza de cestos para la basura (si la hubiere), concienciar sobre la necesidad del cuidado de animales domésticos. contar con personal para dar charlas en las escuelas, centros comunitarios etc., sobre la necesidad de mantener limpio el pueblo.
- ❖ Cultura y Deportes: aporte de los talleres para las brigadas de limpieza, acompañar la campaña de concientización con charlas en cada taller o

grupo deportivo. Las mismas pueden ser solicitadas a la dirección de turismo, o coordinadas por cada taller o escuela con nuestro asesoramiento.

- ❖ Personal: Hacer una circular a todo el personal sobre la necesidad de participar en la campaña en forma efectiva en cada casa.

Acción Social:

Colaborar en la campaña de concientización a través de los comedores escolares, las personas que se presentan en la Secretaría y todo aquel accionar que ayude a la difusión y concientización del tema.

Hacienda:

Agilizar todos los trámites necesarios para la adquisición de los materiales necesarios como son guantes, bolsas de residuos, combustible, etc.

- **Convocatoria General**

Se sugiere una reunión general con todas las fuerzas vivas, instituciones y organizaciones intermedias y no gubernamentales, donde el Sr. Intendente, presentará la campaña y nombrará a la persona que coordinará la misma, la cual quedará a cargo del desarrollo de todo el operativo.

Se llevará a cabo una conferencia de prensa donde el Sr. Intendente solicitará la colaboración de toda la población y se solicitará a los medios una amplia difusión con un mes de anticipación de dicha campaña, a fin de que se instale el tema en la localidad.

- **Acciones Secundarias**

Se filmará un video con todo el movimiento previo y durante la campaña y se tomarán documentos gráficos, con los cuales se elaborará una charla informativa para mostrar en otras localidades. Por otro lado sería interesante establecer un contacto con TN ecológica a fin de pasar dicho video como una forma de difundir un programa piloto de limpieza comunitaria y concientización.

- **RECURSOS NECESARIOS**

Recursos Disponibles

- Humanos (Municipales, comunitarios, instituciones, etc.)
- Vehículos (Municipales, Vialidad, Ejército, Armada, Prefectura, Privados que se ofrezcan)
- Técnicos (cámaras, videos, fotografías) (Canales de TV, Radios, Biblioteca).

- **EVALUACION DE LA ACTIVIDAD**

TALLER DE SENSIBILIZACIÓN

Se realizará en cada localidad a fin de dar marco al trabajo de Formación de Líderes.

Esta actividad tiene como objetivo sensibilizar y liberar los mecanismos internos de cada uno y de un grupo, a fin de redescubrir el significado de “cambio”, planteándolo como una modificación de actitudes que impliquen adquirir hábitos perdidos desde el propio yo y hacia mi grupo.

Destinatarios: Alumnos y Docentes de EGB3; Personal de las Direcciones de Turismo.

Modalidad: Taller Participativo

TALLER PARTICIPATIVO

Grupo: Nombres, apellido, Institución, Actividad (docente / alumno)

1. Qué conozco de mi Pueblo / Ciudad y que me gustaría que los visitantes vean?
(Enumerar lugares, personas, actividades, hechos importantes)
2. Qué cosas me desagradan de mi Pueblo / Ciudad?
3. Qué podría hacer yo para cambiar aquellas cosas que me desagradan?

Contestar en forma grupal.

Discusión de los temas

Elaborar una conclusión sintética con los resultados de la misma

Si hubiera varios grupos, se hará una discusión general, luego de que cada grupo, a través de un delegado, exponga sus propias conclusiones y se elaborará una general como punto de partida del trabajo de Formación de Líderes.

4. CRONOGRAMA DE ACCIONES

Tarea 3

Implementación del Plan de acciones elaborado y evaluación de los resultados de esta implementación

Si bien los resultados de una Campaña de Concientización, no pueden verse en el corto plazo, se comenzó con un trabajo de sensibilización y revalorización de los recursos propios, la importancia del trabajo en conjunto y la detección de la problemática que ya está instalada y de la que se puede prevenir desde las acciones concretas de protección de los recursos que sirvan al desarrollo turístico de la localidad y la zona costera.

En este sentido se implementó el plan de acciones planificado en cada una de las localidades participantes, exceptuando Puerto San Julián, que por razones de organización local, no pudo desarrollarlas en el momento previsto y se hará durante la próxima reunión de Directores de Turismo de la Costa, los días 22 y 23 de Agosto, por lo que el informe de las mismas acompañará el informe final.

En esta reunión se terminará de coordinar la campaña conjunta de todas las localidades, que por meteorología y tiempo de organización se realizará en el marco de la semana de la primavera en el mes de Septiembre próximo.

El resultado de esta implementación estará detallado en el informe final que se presentará en Septiembre.

Esta implementación tuvo dos pilares fundamentales:

- 1. Directores de Turismo y sus colaboradores.**
- 2. Comunidad local según la organización que cada Dirección de Turismo creyó conveniente para la implementación.**

En el marco de la Campaña de Concientización Turística, se trabajó en conjunto con la totalidad de las Direcciones de Turismo, a fin de fortificar una integración, tendiente a crear una conciencia de circuito Norte Sur – Sur Norte con sus dos cabeceras (Río Gallegos y Caleta Olivia), utilizando las afinidades y resolviendo problemáticas comunes con el objetivo de optimizar recursos, medios y políticas de integración y desarrollo.

CRONOGRAMA DE ACCIONES

RÍO GALLEGOS	CDTE. LUIS PIEDRA BUENA	PUERTO SANTA CRUZ	PUERTO SAN JULIAN	PUERTO DESEADO	CALETA OLIVIA
24/04	26/04	28/04	02/05	04/05	08/05
Taller Participativo	Taller Participativo	Taller Participativo	Taller Participativo	Taller Participativo	Taller Participativo
con alumnos de	con alumnos de	con alumnos de	con alumnos de	con alumnos de	con alumnos de EGB3
EGB3 y docentes	EGB3 y docentes	EGB3 y docentes	EGB3 y docentes	EGB3 y docentes	y docentes
Reunión con	Reunión con	Reunión con	Reunión con	Reunión con	Reunión con
Universidades					
medios de					
comunicación	Autoridades	Autoridades	Autoridades	Autoridades	Autoridades
Reunión con	Reunión con	Reunión con	Reunión con	Reunión con	Reunión con
autoridades de					
Turismo, Mujer,					
Educación	Prestadores	Prestadores	Prestadores	Prestadores	Prestadores
Reunión con					
Prestadores					

Fines de Mayo Reunión con todos los directores de Turismo a fin de organizar la Campaña de Limpieza

de la Costa

30 de Julio Evaluación de las Acciones programadas en todas las localidades

DESARROLLO DE LOS TALLERES DE SENSIBILIZACIÓN

Generalidades

Los talleres se realizaron con un mismo perfil, pero haciendo hincapié en las necesidades que cada localidad manifestara.

Apoyándonos en el concepto de que los cambios deben comenzar por uno mismo, se trabajó en los talleres desde la propia modificación de hábitos perjudiciales para el individuo, que repercuten en la comunidad.

La Conciencia de la importancia del desarrollo turístico como medio de subsistencia, actividad económica y mejoramiento de la calidad de vida debe estar basada en el respeto y puesta en valor de las fortalezas y recursos tanto naturales, históricos, culturales y personales de la sociedad en que se llevan a cabo.

Objetivos Generales

- Tomar contacto con los problemas. Reconocerlos.
- Discriminar los Problemas en:
 - ❖ Problemas instalados
 - ❖ Problemas incipientes
 - ❖ Problemas que pudieran surgir por comparación y observación de otros lugares
- Reconocer que las soluciones que dependen de la concientización son lentas.
- Reconocer la necesidad de la continuidad de todas las tareas de concientización
- Educar en la conciencia
- Producir cambios en lo personal
- Modificar hábitos instalados.
- Producir pequeños hechos continuados en el tiempo.
- Reconocer las capacidades propias y respetar las de los demás, aún en el disenso.
- Asociación con pares para producir hechos.
- Aprender a discutir, confrontar y plantear opiniones, ejerciendo la participación personal y de grupos.

Metodología de Trabajo

Talleres participativos con un moderador, formados por grupos de no más de 6 personas, discutiendo los temas que surgen como importantes para los integrantes.

Elaboración de conclusiones y exposición en plenario para el armado del resumen general del Taller.

Pautas para el desarrollo de los talleres

- Respetar la opinión de los demás
- Respetar el tiempo del otro para hablar sin interrumpirlo.
- Dirigirse con cordialidad al otro aunque no estemos de acuerdo
- Darle tiempo a cada participante para expresarse.
- Trabajar desde las coincidencias dejando las diferencias de lado.
- No intentar cambiar la forma de ver de los demás, sino tratar de entender desde que punto de vista habla el otro.

TALLER PARTICIPATIVO DE SENSIBILIZACIÓN Y ACTIVIDADES

RIO GALLEGOS

Grupos de Afinidad

- 1. Dirección de Turismo – Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Sta. Cruz**
- 2. Medios de Comunicación**
- 3. Alumnos del ISSES**
- 4. Docente y Alumnos EGB N° 33 - Prestadores Turísticos – Docentes – UNPA – Organismos - Instituciones**

1. Dirección de Turismo – Subsecretaría de Turismo Provincial

La Dirección de Turismo Municipal, cuenta con un programa armado desde el año 2005 llamado “El Turismo es Riqueza”. El mismo se estaba desarrollando con la colaboración de los alumnos de la carrera de Turismo del ISSES.

En una primera etapa está dirigido a prestadores turísticos y tiene programado continuar hacia otros sectores de la comunidad.

El trabajo se encontraba suspendido por falta de medios, pero a partir de septiembre se reiniciará con auspiciantes privados.

Es importante poder reactivar este proyecto nacido en el seno de la comunidad y enriquecerlo con alternativas tales como los formadores de líderes, incluyendo como participantes activos a los alumnos de los ciclos medio y final de la escuela secundaria.

La Directora de Turismo, María Fernanda Concepción juntamente con su personal, desarrollan y coordinan las actividades que involucran a los grupos con los cuales trabajarán directamente.

El programa que implementa desde la Secretaría de Turismo está dirigido en su primer etapa a los prestadores y comercio en general y consta de cartillas con recomendaciones para la atención del turista, como asesoramiento personalizado a quienes lo requieran y una oblea de identificación con la campaña.

Este trabajo se bajó de la Organización Mundial de Turismo y fue adaptado para la ciudad y sus necesidades.

En una segunda etapa se irán ampliando los sectores a los cuales llegar, completando la idea de hacer de la concientización turística un trabajo constante y sostenido en el tiempo

2. Medios de Comunicación

Se entrevistaron los siguientes medios:

- Canal 2 de Río Gallegos – Marisa Merele
- Canal 9 de Río Gallegos – Amalia Gómez
- Radio Libertad – Karina Ojeda
- Radio Universidad – Regina Apud

Las entrevistas fueron personales a fin de incentivar a cada uno de los medios a armar su propia campaña de concientización a través del medio en el que trabajan. Esta es una tarea que se deberá apoyar desde la Subsecretaría y la Municipalidad.

Las radios y canales participantes, en especial Radio Universidad, han incorporado slogans y recomendaciones en sus tandas habituales sobre calidad de servicio, atención al turista, consejos y sugerencias.

3. Alumnos del ISES

Los alumnos del ISES presentes (9 personas) están promediando o terminando su carrera. Algunos de ellos participaron el año anterior en el proyecto de la Municipalidad.

Del trabajo realizado durante el taller, se mostraron muy interesados en armar una serie de recomendaciones y cartillas que puedan ser difundidas tanto en los medios de comunicación, como así también en los diferentes sectores de prestaciones turísticas, especialmente con el tema “calidad de servicio” y “cuidado de la localidad”.

También se los conectará con los alumnos participantes de la escuela EGB 33, a fin de dar charlas, y colaborar con los niños que armarán su propia acción en el barrio de pertenencia.

Los alumnos siguen participando en la campaña con la Dirección de Turismo local y se encuentran armando material de distribución para distintas entidades

4. Docente y Alumnos EGB N° 33 - Prestadores Turísticos – Docentes – UNPA – Organismos – Instituciones (25 personas)

Estuvieron presentes en el taller:

- Consejo Agrario Provincial
- Docentes de EGB
- Subsecretaria de Medio ambiente
- Supervisión de Escuelas Rurales
- UNPA
- Dirección de Turismo Municipal
- Docentes y autoridades del ISES
- Delegación de la Comisión Nacional de Monumentos y Sitios en la Pcia. de Santa Cruz

Se presentó el programa de Formadores de líderes a fin de que cada institución pueda ejecutarlo y adaptarlo a su propia necesidad.

Se busca que exista en las escuelas un canal de discusión y participación directa de los alumnos, actuando el resto de las instituciones como apoyo en asesoramiento, formación y capacitación.

El taller de Sensibilización se realizó con los docentes y alumnos presentes con las siguientes consignas:

TALLER PARTICIPATIVO

Grupo: Nombres, apellido, Institución, Actividad (docente / alumno)

4. Qué conozco de mi Pueblo / Ciudad y que me gustaría que los visitantes vean?
(Enumerar lugares, personas, actividades, hechos importantes)
5. Qué cosas me desagradan de mi Pueblo / Ciudad?
6. Qué podría hacer yo para cambiar aquellas cosas que me desagradan?

Contestar en forma grupal.

Discusión de los temas

Elaborar una conclusión sintética con los resultados de la misma

Resultado del Taller de Sensibilización:

Resumen del taller

El grupo distinguió como aquello que le gusta de su pueblo:

- Museo
- Costanera
- Artesanos y artesanías locales
- Artistas Plásticos locales
- Edificios antiguos e históricos
- Los personales populares locales
- La flora y la fauna de los alrededores

El grupo distinguió como aquello que le desagrada de su pueblo:

- La contaminación
- La falta de cuidado con el medio ambiente
- La Caza
- El descuido que se tiene con los animales domésticos y los envenenamientos
- El descuido de los habitantes para con su ciudad (basura en las calles, pintadas de paredes, rotura de edificios y monumentos)

El grupo determinó las acciones que podrían llevar a cabo para ayudar a la concientización:

- Armar un grupo para trabajar en conjunto desde la escuela
- Armar carteles para poner en la escuela y lugares del barrio (comercios, clubes, uniones vecinales) con frases que ayuden al cuidado del barrio y el medio ambiente
- Armar slogans para pasar en la radio
- Tener más participación personal y compromiso.
- Mantener mi espacio limpio y cuidado (casa, jardín, aula).
- Aprender a elaborar ordenanza y leyes para presentar a las autoridades.

Avances

El grupo participante se encuentra armando y distribuyendo en el barrio cartillas con recomendaciones y dibujos que reflejen la necesidad de cuidar el lugar donde habitan y como tratar al turista cordialmente.

TALLER PARTICIPATIVO DE SENSIBILIZACIÓN Y ACTIVIDADES

PUERTO SANTA CRUZ

Grupos de Afinidad

Dirección de Turismo
Prestadores Turísticos
Biblioteca
Prefectura
Policía
Museo
Guías de Sitio
EDJA EGB N° 17
Municipalidad
Radios Locales

Dado que es una comunidad pequeña se trabajo en un mismo grupo de afinidad y 4 subgrupos trabajaron en base a las consignas elaboradas con anterioridad. Participaron 30 personas

Las mismas sirvieron como disparadoras de temas que están vigentes en la comunidad y que requieren discusión

TALLER PARTICIPATIVO

Grupo: Nombres, apellido, Institución, Actividad (docente / alumno)

7. Qué conozco de mi Pueblo / Ciudad y que me gustaría que los visitantes vean?
(Enumerar lugares, personas, actividades, hechos importantes)
8. Qué cosas me desagradan de mi Pueblo / Ciudad?
9. Qué podría hacer yo para cambiar aquellas cosas que me desagradan?

Contestar en forma grupal.

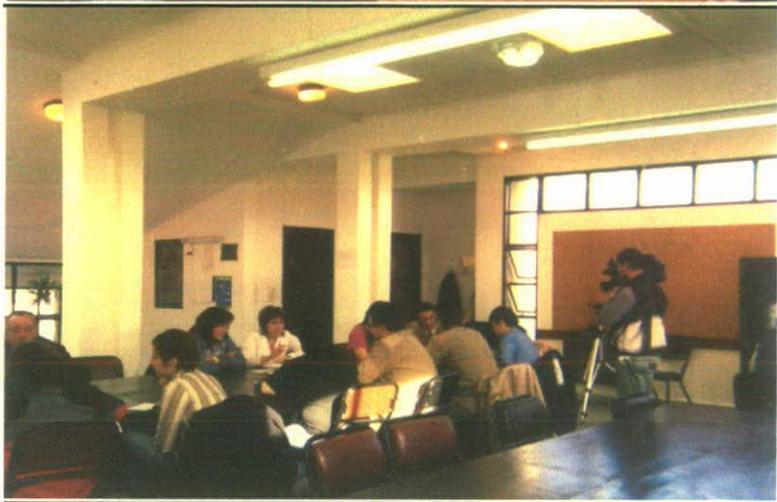
Discusión de los temas

Elaborar una conclusión sintética con los resultados de la misma

Resumen del taller

El grupo distinguió como aquello que le gusta de su pueblo:

- Museo
- Costanera
- Cañadón Misioneros
- Cañadón El Quemado
- Ciudad actual
- Edificios antiguos
- Cristo articulado
- Flora y fauna en especial toninas y delfines
- Punta Quilla
- Monumentos
- Banda de Música



TALLER PARTICIPATIVO DE SENSIBILIZACIÓN Y ACTIVIDADES

COMANDANTE LUIS PIEDRA BUENA

Grupos de Afinidad

- 1. Personal de la Dirección de Turismo**
- 2. Prestadores Turísticos y Alumnos de Polimodal**

1. Personal de la Dirección de Turismo

Participó la totalidad del personal de la Dirección de Turismo.
Las consignas fueron las siguientes:

TALLER PARTICIPATIVO

Grupo: Nombres, apellido, Institución, Actividad (docente / alumno)

10. Qué conozco de mi Pueblo / Ciudad y que me gustaría que los visitantes vean?
(Enumerar lugares, personas, actividades, hechos importantes)
11. Qué cosas me desagradan de mi Pueblo / Ciudad?
12. Qué podría hacer yo para cambiar aquellas cosas que me desagradan?

Contestar en forma grupal.

Discusión de los temas

Elaborar una conclusión sintética con los resultados de la misma

Resumen del taller

El grupo distinguió como aquello que le gusta de su pueblo:

- Orden y limpieza de la Ciudad
- Arquitectura local
- La Belleza de sus paisajes
- La Naturaleza de los alrededores
- La riqueza de su Historia
- El movimiento cultural
- El Río y su costa
- El Vasco de la Carretilla (Personaje local)
- La Pesca
- El Comandante Luis Piedra Buena
- Los murales que ahora representan a la ciudad
- Isla Pavón
- Artesanos locales

El grupo distinguió como aquello que le desagrada de su pueblo:

- La falta de limpieza en la costa del Río
- La Falta de visión del Turismo como una actividad económica en la localidad
- Los animales sueltos
- La falta de puesta en valor del Patrimonio Histórico.

El grupo determinó las acciones que podrían llevar a cabo para ayudar a la concientización:

- Realización de una cartilla con una reseña histórica de la ciudad
- Reiniciar las caminatas guiadas para la gente del lugar
- Continuar con la organización de una Paseo para los Artesanos del lugar

Avances

La Dirección de Turismo está fortificando su colaboración y coordinación con el grupo de Artesanos locales a fin de mejorar la calidad, presentación y venta de sus productos. Por otro lado comenzando la temporada de primavera - verano realizarán visitas guiadas a los diferentes lugares de la localidad a fin de familiarizar a los habitantes con su naturaleza, historia y cultura.

El personal de esta Dirección está muy motivado para la implementación de programas que ayuden a la comunidad a reconocerse como un destino turístico y el significado económico que esto significa.

2. Prestadores Turísticos y Alumnos de Polimodal

La participación de dieciséis alumnos de polimodal, un docente y 6 prestadores turísticos pertenecientes al Complejo de la Isla Pavón, Agencia de Turismo local mas la Dirección de Turismo desencadenó una discusión muy rica y con muchos temas subyacentes.

Se trabajó en 3 grupos donde se mezclaron los adultos con los adolescentes

Las consignas fueron las siguientes:

TALLER PARTICIPATIVO

Grupo: Nombres, apellido, Institución, Actividad (docente / alumno)

13. Qué conozco de mi Pueblo / Ciudad y que me gustaría que los visitantes vean?
(Enumerar lugares, personas, actividades, hechos importantes)
14. Qué cosas me desagradan de mi Pueblo / Ciudad?
15. Qué podría hacer yo para cambiar aquellas cosas que me desagradan?

Contestar en forma grupal.

Discusión de los temas

Elaborar una conclusión sintética con los resultados de la misma

Resumen del taller

La conclusión de los grupos distinguió como aquello que le gusta de su pueblo:

- Murales
- Isla Pavón
- Segovia (personaje local)
- Adelina García (personaje local)
- Historia local
- Río
- Teatro y su movimiento
- El Gimnasio local
- El Puente
- La arboleda
- Los Monumentos
- Cementerio Indio
- Casa Luis Piedra Buena
- Movimiento folclórico
- Naturaleza del lugar
- El Jardín Botánico
- El antiguo Frigorífico
- La torre de agua

La conclusión de los grupos distinguió como aquello que le desagrada de su pueblo:

- La costumbre de algunos ciudadanos de sacar la basura fuera del horario previsto
- Contaminación y basura en la COSAT del Río
- Falta de actividades recreativas para adolescentes
- Falta de cuidados en el Monumento a las Madres.
- Falta de limpieza y arreglo del patio del Colegio Secundario
- Establecimiento del barrio militar en un espacio a la vera del Río que se usa para esparcimiento.
- Horarios reducidos en la oficina de informes de turismo
- Falta de cartelería y señalización
- Falta de infraestructura en la costa del Río
- Falta de cuidado de los edificios antiguos.
- Carteles luminosos. Se considera más atractivos los de madera.

La conclusión de los grupos las acciones que podrían llevar a cabo para ayudar a la concientización:

- Fomentar el cuidado del medio ambiente, en especial su fauna.
- Compromiso de los presentes para no arrojar mas papeles y residuos en la vía pública
- Organizar un grupo que limpie y embellezca el patio del colegio

- Armar charlas con otros a fin de comentar lo que no nos gusta y ver como podemos cambiarlo
- Difundir los proyectos existentes como el de recolección y reciclado de papel
- Organizar espacios de discusión con otros adolescentes y mayores
- Solicitar la limpieza del campo militar que está minado
- Proponer a las autoridades actividades recreativas
- Utilización para la difusión de slogans los medios de comunicación
- Solicitar mayor capacitación en idiomas

El taller se realizó justo cuando se planteó en la ciudad el otorgamiento de terrenos al ejército en un lugar emblemático en la costa del Río y que es usado para esparcimiento por la comunidad.

Los jóvenes presentes tuvieron la oportunidad de discutir distintas ponencias sobre el tema, haciendo un verdadero ejercicio de participación y opinión.

Avances

Los jóvenes integrantes de los grupos, juntamente con una de las participantes adultas, están trabajando en el mejoramiento del patio de su escuela. Esta actividad está siendo apoyada por la Sra. Directora Bety Knoop y todo el personal de la Dirección.





TALLER PARTICIPATIVO Y ACTIVIDADES

PUERTO DESEADO

Grupos de Afinidad

- 1. Personal de la Dirección de Turismo**
- 2. Prestadores Turísticos, Alumnos de Polimodal, Grupo Conociendo nuestra Casa, Biblioteca, vecinos**
- 3. Prestadores Turísticos, Subsecretario de Turismo de la Provincia de Santa cruz Eric Kahlke**

1. Personal de la Dirección de Turismo

Participó la totalidad del personal de la Dirección de Turismo.
Las consignas fueron las siguientes:

TALLER PARTICIPATIVO

Grupo: Nombres, apellido, Institución, Actividad (docente / alumno)

16. Qué conozco de mi Pueblo / Ciudad y que me gustaría que los visitantes vean?
(Enumerar lugares, personas, actividades, hechos importantes)
17. Qué cosas me desagradan de mi Pueblo / Ciudad?
18. Qué podría hacer yo para cambiar aquellas cosas que me desagradan?

Contestar en forma grupal.

Discusión de los temas

Elaborar una conclusión sintética con los resultados de la misma

Resumen del taller

El grupo distinguió como aquello que le gusta de su pueblo:

- La Belleza de sus paisajes
- La Naturaleza de los alrededores
- La riqueza de su Historia
- La tranquilidad
- El estilo de vida donde se convive con la naturaleza
- Su arquitectura original, en especial la realizada en piedra y en chapa
- El Museo Mario Brozoski en la actualidad
- La costa, la Ría, los cañadones
- La fauna local
- El Vagón R 502
- La estación del Ferrocarril y sus adyacencias
- El Puerto

El grupo distinguió como aquello que le desagradaba de su pueblo:

- La falta de cuidado de la ciudad por sus habitantes.
- La basura y el manejo de la misma (basural a cielo abierto)
- Las Plantas pesqueras en la costanera
- La falta de cuidado del recurso (falta de concientización)
- La contaminación
- La falta de agua
- La deforestación
- La Falta de visión del Turismo como una actividad económica en la localidad
- Los animales sueltos
- Lugares de relleno
- Los monumentos a los muertos en lugares turísticos.
- Los monumentos a ídolos populares como el Gauchito Gil y la Difunta Correa.
- Falta de respeto por la fauna y flora
- Proyecto del puente para cruce de la Ría
- Falta de conexión con la ruta 3 y medios de transporte para trasladarse a otras localidades

El grupo determinó las acciones que podrían llevar a cabo para ayudar a la concientización:

- Continuar con las campañas de limpieza
- Insistir ante las autoridades por transportes directos
- Limpiar nuestros espacios
- Limpiar los espacios por donde transitamos
- Continuar con las campañas de concientización con niños y adolescentes

Avances

La Dirección de Turismo de Puerto Deseado, hace varios años que viene trabajando en tareas de concientización, abiertas a la comunidad.

Actualmente está desarrollando en los colegios la etapa participativa de los alumnos en la formación de líderes.

2. Prestadores Turísticos, Alumnos de Polimodal, Grupo Conociendo nuestra Casa, Biblioteca, vecinos

La participación del grupo Conociendo nuestra casa, liderado por el Dr. Marcos Oliva Day y la Sra. María Laura Gaona, produjo un buen nivel de discusión. Es importante recordar que este proyecto, transformado en Fundación tiene más de 20 años en marcha y cuenta con una organización interna, que contiene a los niños y jóvenes, forma líderes y difunde su accionar en los más variados puntos de nuestro país y el extranjero.

Se trabajó en 3 grupos donde se mezclaron los adultos con los adolescentes

Las consignas fueron las siguientes:

TALLER PARTICIPATIVO

Grupo: Nombres, apellido, Institución, Actividad (docente / alumno)

19. Qué conozco de mi Pueblo / Ciudad y que me gustaría que los visitantes vean?
(Enumerar lugares, personas, actividades, hechos importantes)
20. Qué cosas me desagradan de mi Pueblo / Ciudad?
21. Qué podría hacer yo para cambiar aquellas cosas que me desagradan?

Contestar en forma grupal.

Discusión de los temas

Elaborar una conclusión sintética con los resultados de la misma

Resumen del taller

La conclusión de los grupos distinguió como aquello que le gusta de su pueblo:

- La Ría
- La riqueza de su Historia
- La tranquilidad
- El estilo de vida donde se convive con la naturaleza
- Su arquitectura original, en especial la realizada en piedra y en chapa
- El Museo Mario Brozoski en la actualidad
- La costa, los cañadones
- La Belleza de sus paisajes
- La Naturaleza de los alrededores
- Su arquitectura original, en especial la realizada en piedra y en chapa
- El Museo Mario Brozoski en la actualidad
- La costa, la Ría, los cañadones
- La fauna local
- El Vagón R 502
- La estación del Ferrocarril y sus adyacencias
- El Puerto
- Las actividades deportivas en la Ría

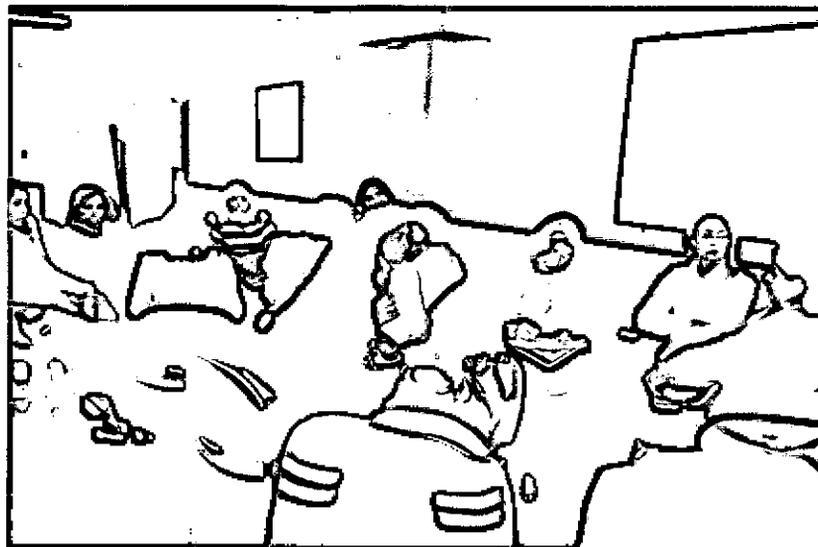
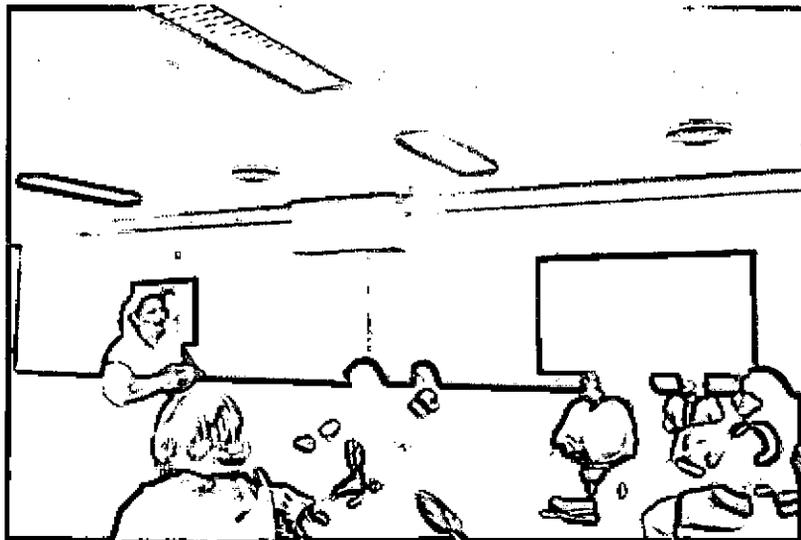
La conclusión de los grupos distinguió como aquello que le desagrada de su pueblo:

- La basura
- La falta de conexión con otras ciudades
- La falta de cartelería
- El poco cuidado que hay en el pueblo por la imagen
- Que rompan las casas, escriban las paredes, ensucien los monumentos o plazas
- La deforestación y la poda indiscriminada de los árboles
- Las pesqueras en la costanera

La conclusión de los grupos las acciones que podrían llevar a cabo para ayudar a la concientización:

- Fomentar el cuidado del medio ambiente, en especial su fauna.
- Compromiso de los presentes para no arrojar mas papeles y residuos en la vía pública

- Organizar grupos de concientización en las escuelas, clubes etc.
- Armar charlas con otros a fin de comentar lo que no nos gusta y ver como podemos cambiarlo
- Organizar espacios de discusión con otros adolescentes y mayores
- Mantener nuestros espacios, casas, patios ordenados y limpios.



2. Reunión con Prestadores Turísticos y el Subsecretario de Turismo Eric Kahlke

En la reunión se trataron temas concernientes al significado de la concientización dentro del sector de prestadores. Los mismos formularon inquietudes largamente esperadas como la cartelería en la ruta, la obra de un parador

TALLER PARTICIPATIVO Y ACTIVIDADES CALETA OLIVIA

Grupos de Afinidad

1. **Personal de la Dirección de Turismo, Prestadores Turísticos, Docentes, Medio Ambiente, UNPA, Concejo Deliberante, Prefectura, Dirección Turismo de Jaramillo, vecinos. Estuvo presente el Subsecretario de Turismo de la provincia de Santa Cruz Eric Kahlke**

Participaron 42 personas divididas en 4 grupos.

Las consignas fueron las siguientes:

TALLER PARTICIPATIVO

Grupo: Nombres, apellido, Institución, Actividad (docente / alumno)

22. Qué conozco de mi Pueblo / Ciudad y que me gustaría que los visitantes vean?
(Enumerar lugares, personas, actividades, hechos importantes)
23. Qué cosas me desagradan de mi Pueblo / Ciudad?
24. Qué podría hacer yo para cambiar aquellas cosas que me desagradan?

Contestar en forma grupal.

Discusión de los temas

Elaborar una conclusión sintética con los resultados de la misma

Resumen del taller

Las conclusiones del grupo distinguieron como aquello que le gusta de su pueblo:

- El Mar
- El Paseo Costero
- La lobería
- Las viviendas antiguas
- El Puerto
- El viento
- El Paisaje y sus puntos panorámicos
- La pesca
- Los eventos (Festival de Títeres, Feria del Libro etc.)
- El Museo (en formación)
- Las Artesanías y Artesanos
- El Gorosito
- El Centro Cultural
- El parque temático petrolero
- El complejo deportivo
- El Barrio parque
- La Reserva arqueológica
- Cañadón Seco
- La Procesión anual
- Las aves de la zona

- El muelle viejo
- Los monumentos y plazas
- El clima en el verano

Las conclusiones del grupo distinguieron como aquello que le desagrada de su pueblo:

- Lugar donde está asentada la planta harinera por los olores que produce.
- La falta de planificación local
- La falta de cuidado de los espacios verdes
- La basura
- Los animales sueltos
- La falta de hábitos de limpieza en los pobladores respecto de su ciudad.
- La falta de arraigo de las familias y personas que llegan a la ciudad
- El mal estado de las veredas
- El olor que llega del puerto y el basural
- La falta de accesibilidad para personas con capacidades diferentes (rampas, baños, señalización)
- La poca forestación y vegetación en la localidad
- El impacto ambiental negativo que provocan las petroleras
- La falta de respeto por los no fumadores en los espacios comunes

Los grupos determinaron las acciones que podrían llevar a cabo para ayudar a la concientización:

- Insistir en el Concejo Deliberante por el tema de la harinera
- Los presentes se comprometen a plantar un árbol y cuidar su jardín
- Difundir propagandas para educar y concientizar
- Lema en los espacios verdes y áreas naturales: “yo me llevo mi basura”
- Poner carteles en nuestros lugares de trabajo con frases que sensibilicen a las personas que allí trabajan
- Campaña en uniones vecinales y escuelas para forestara y cuidar de esos árboles
- Promover con los vecinos la creación de espacios verdes en cada barrio
- Arreglar nuestras veredas.
- Inculcar cambios de actitudes frente a lo que nos preocupa en nuestro círculo (familia, amigos, allegados)
- Retomar la realización de visitas guiadas y caminatas para reconocimiento y observación de lugares con valor histórico, cultural, arquitectónico o natural a fin de que los nuevos habitantes se reconozcan en el lugar y lo empiecen a querer y apreciar.

Avances

La Secretaría de Turismo está implementando salidas guiadas abiertas a la comunidad para sensibilizarlos con los recursos naturales, cultura e historia del lugar, sobre todo a la gran cantidad de habitantes nuevos que no lo conocen.

Por otro lado está implementado charlas y salidas con alumnos de las escuelas, quedando pendiente aún la tarea de formadores de líderes.





ORGANIZACIÓN DE ACTIVIDADES CON DIRECCIONES DE TURISMO

En el marco de la presente Campaña de Concientización, se formularon varias propuestas para las Direcciones de Turismo de la Costa Santacruceña.

Dentro del Cronograma de Acciones figura la Campaña de Limpieza, la que se comenzó a organizar en la reunión de Caleta Olivia de principios de Junio y se terminará de diagramar en San Julián el día 22 de Agosto en la próxima reunión de Direcciones de Turismo.

Tanto en las distintas reuniones individuales, como en el diagnóstico previo al comienzo de la campaña, se vió la necesidad de conformar con las distintas Direcciones de Turismo un grupo de trabajo unificado, que actuando en forma independiente para lograr resultados a problemáticas particulares, encuentre la vía de discutir asuntos comunes, planificar acciones y políticas que favorezcan a todas.

Marcar rumbos unificados en temas como cartelera a lo largo de la Ruta 3, folletería informativa básica de la provincia, continuidad de campañas de concientización, Capacitación de Informantes en las distintas localidades del circuito costero, son algunos de los temas que quedaron planteados como proyectos a concretar en el corto plazo.

Lograr la integración de las diferentes localidades que tienen puntos en común tanto en sus recursos como en su problemática, independientemente de la convocatoria de la Subsecretaría de Turismo Provincial, es una ambición de esta campaña, a fin de que las Localidades vayan tomando protagonismo en su propio desarrollo siendo en definitiva, esto, concientizar para el crecimiento de la actividad Turística y la mejor calidad de vida de los habitantes.

1. Campaña de Limpieza y embellecimiento de la Costa

- Con el fin de llevar a cabo una actividad que agrupe a todos los participantes y viendo que cada uno de ellos realiza acciones tendientes al mejoramiento de su propio lugar es que se convino elegir la semana de la primavera como fecha para que en cada localidad se seleccione, a modo emblemático un espacio físico, caro al lugar para reacondicionarlo, ponerlo en valor y tomarlo como modelo para futuras campañas.
- La actividad que en la mayoría de las localidades se hará en un lugar al aire libre, no se pudo realizar con anterioridad por razones climáticas, y de organización general de las localidades.
- Cada Localidad elegirá el sitio, y producirá en él, un cambio visible a los ojos de la comunidad.
- Se hará en una fecha determinada por las localidades participantes siendo esta la semana de la primavera.
- La campaña tendrá un slogan el cual se decidirá de acuerdo a las propuestas, en la reunión del 22/08
- Cada Dirección se encargará de tomar imágenes ya sea filmicas o gráficas del “antes”, “durante” y “después” del hecho.
- Las imágenes serán enviadas a la Subsecretaría de Turismo de la Provincia quien se encargará con el canal provincial de hacer un video clip que pueda utilizarse en campañas, promociones y divulgación a nivel local, regional o nacional.

2. Campaña “El Turismo es Riqueza” de la OMT

Teniendo en cuenta la campaña que realiza la Dirección de Turismo de Río Gallegos, basada en la Campaña de la Organización Mundial de Turismo, las localidades de la costa acordaron en la reunión de Caleta Olivia, implementarla adaptada a su ciudad.

Esta campaña tiene como lema:

EL TURISMO ES RIQUEZA" Campaña mundial sobre las comunicaciones en el turismo.

"El turismo es riqueza para la persona, para la familia, para la comunidad y para el mundo entero".

Esta campaña se llevará a cabo en cada localidad de acuerdo al tiempo que se necesite para su implementación.

Esto implica:

- Preparación de los responsables de llevar las cartillas y dar asesoramiento.
- Preparación del material (cartillas, etiquetas, etc.)
- Promoción de la Campaña
- Implementación efectiva.

Las localidades participantes evaluarán en el tiempo, en conjunto los resultados de esta acción.

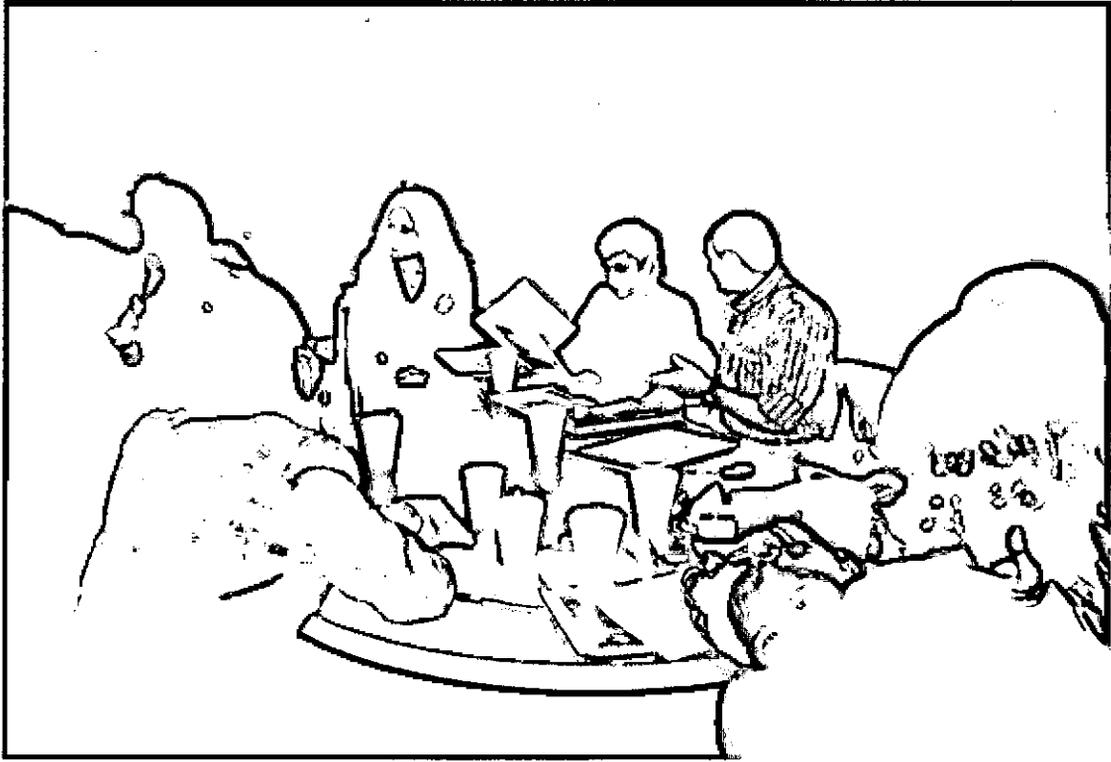
3. Conformación de un grupo de Trabajo y Planificación

La reunión de San Julián convocó a todas las Direcciones de Turismo de la Costa para trabajar en conjunto por consignas concretas.

El encuentro de los representantes y discusión de temas comunes dio el puntapié inicial para la conformación de este grupo de trabajo que independientemente de problemáticas particulares tienen muchas en común que podrían ser solucionadas, tratadas o planificadas para unificar las acciones y optimizar los recursos.

En esta primera reunión se acordó trabajar en los siguientes puntos:

- Solicitud a las autoridades de la Subsecretaría de Turismo Provincial de folletería institucional básica para las localidades como Planos Operativos.
- Tratamiento con la Subsecretaría de Turismo de la Provincia de un plan integrado para desarrollar la cartelería a lo largo de la Ruta Nacional N° 3
- Armado de un calendario de gira de informantes turísticos a las localidades de la costa, a fin de que se interioricen de los recursos y posibilidades de la totalidad del circuito de la costa. Para esto cada Dirección de Turismo se hará cargo de alojamiento y comida de los informantes, quedando los traslados a cargo de las Direcciones a donde corresponden
- Elaboración de un calendario básico de reuniones de Directores de Turismo con temario previo.



EVALUACIÓN PARCIAL DE LA CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN

Poner en marcha una campaña de concientización es relativamente sencillo.

Diagnosticar y procesar la información administrativamente, armar un Plan de Trabajo, un cronograma de acciones y fechas tentativas para su implementación son elementos claros con los que podemos trabajar en forma tangible.

Evaluar los resultados es algo más difícil; sobre todo entendiendo que la concientización es algo sumamente lento, que se produce cuando se modifican hábitos y costumbres que muchas veces están instaladas profundamente en los individuos.

Se realizaron los Talleres en casi todas las localidades, quedando pendiente San Julián.

Se coordinaron las tareas de las próximas acciones a seguir con todas las Direcciones de Turismo de la Costa y con la Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Santa Cruz.

Las acciones de la comunidad basadas en los talleres, se están implementado en forma progresiva. Se deberá hacer un seguimiento de apoyo en tal sentido.

Las acciones que se realizarán durante el mes de Agosto y Septiembre se evaluarán en el informe final.

Se puede decir que en general la participación de la gente es escasa, pero aquellos que lo hacen tienen realmente intención de apoyar las acciones de concientización. Queda en los responsables de las Direcciones la posibilidad de que estas personas se transformen en verdaderos agentes multiplicadores.

En el caso de **Comandante Luis Piedra Buena**, el grupo de jóvenes que está participando de las actividades es muy entusiasta y pueden ser buenos representantes y colaboradores en estos temas.

En el Caso de **Río Gallegos**, los alumnos de ISES, conjuntamente con la gente de los medios de comunicación en especial, Radio Universidad tienen formación, disposición y medios para poder generar acciones concretas de difusión de gran importancia.

En el Caso de **Puerto Santa Cruz**, las actividades que vienen realizando juntamente con la buena predisposición de los medios y la Biblioteca Pública, son los espacios más apropiados y dispuestos a dar continuidad en el tiempo a la Concientización Turística.

Puerto Deseado, viene trabajando hace bastante tiempo y si bien los resultados no son masivos, hay grandes progresos en cuanto a actitud con respecto a los jóvenes especialmente. La Fundación "Conociendo nuestra Casa", el grupo de alumnos de la Prof. Chantal Torlaschi y acciones independientes como el grupo de familias que salen todos los fines de semana a limpiar las playas y zonas aledañas de la ciudad, merecen mayor apoyo y difusión de sus acciones

Caleta Olivia es una localidad difícil ya que buena parte de sus habitantes han sufrido el desarraigo de sus lugares habituales y debe trabajar mucho para logara revertir esta situación. El seguimiento del trabajo que se comenzó en los talleres y el apoyo a la gente que está dispuesta a revertir problemas existentes para hacer de su lugar un espacio bello y conocido que luego podrán mostrar al visitante es un verdadero desafío para quienes están comprometidos en la tarea.

TAREA 4

- 1. Resultado de los Talleres de Sensibilización en Puerto San Julián.**
- 2. Evaluación de las Acciones programadas en todas las localidades (según Cronograma de Acciones)**
- 3. Confección de un Plan de Acciones sugerido para el futuro y realización de un documento conteniendo la sistematización adecuada para efectuar mediciones reales de resultados.**

1. Resultado de los Talleres de Sensibilización en Puerto San Julián

El trabajo en la localidad de San Julián fue realizado durante los días posteriores a la reunión con los Directores de Turismo de las distintas localidades.

Estos talleres se llevaron a cabo en esta época ya que la localidad había tenido actividades programadas con anterioridad y que involucraban a todos los organismos, entidades y empresas, por lo que se hacía imposible desarrollarlas con anterioridad.

El trabajo que la Dirección de Turismo local viene realizando es de suma importancia y muy activo, haciendo de la implementación de este Plan de Concientización un complemento que suma herramientas y alternativas al movimiento propio del área.

TALLER PARTICIPATIVO Y ACTIVIDADES

PUERTO SAN JULIÁN

Grupos de Afinidad

1. Instituciones
2. Prestadores y Población en general
3. Casa de la Juventud

1. Instituciones

Participaron 15 personas de Biblioteca, Centro de Informes, Dirección de Turismo, Hostería Municipal, Guía de la Nao Victoria, Jardín Maternal, Museo

Las consignas fueron las siguientes:

TALLER PARTICIPATIVO

Grupo: Nombres, apellido, Institución, Actividad (docente / alumno)

25. Qué conozco de mi Pueblo / Ciudad y que me gustaría que los visitantes vean?
(Enumerar lugares, personas, actividades, hechos importantes)
26. Qué cosas me desagradan de mi Pueblo / Ciudad, actividad?
27. Qué podría hacer yo para cambiar aquellas cosas que me desagradan?

Contestar en forma grupal.

Discusión de los temas

Elaborar una conclusión sintética con los resultados de la misma

Resumen del taller

El grupo distinguió como aquello que le gusta de su pueblo:

- Museo
- Costanera
- Flora y fauna en especial toninas y delfines
- Nao Victoria
- Estancia La María
- Florida Blanca
- Cerro Vanguardia
- Monumento a Malvinas
- Monumento a la Primera Misa
- La cascada

El grupo distinguió como aquello que le desagrada de su pueblo:

- La basura que no se procesa (proyecto sin terminación pero en marcha)
- Limpieza insuficiente en las calles.
- Falta intercambio Turístico con otras localidades

- Falta de comunicación entre las diferentes instituciones
- Falta integración entre localidades.
- Falta de información sobre rutas provinciales y comunales
- Falta de baños en la Nao Victoria
- Falta de conocimientos de los informantes de la Casa de la Provincia de Santa Cruz en Buenos Aires
- Falta de cumplimiento de los horarios de visita de la Nao Victoria
- Vandalismo
- Basura en las áreas naturales.
- Que las estaciones de servicio cierren por la noche.

El grupo determinó las acciones que podrían llevar a cabo para ayudar a la concientización:

- Lograr una mayor conexión con las diferentes entidades locales y provinciales
- Lograr una mayor conexión con otras localidades
- Trabajos de concientización con los niños y adolescentes
- Reuniones regulares y pedidos de información interinstitucionales a fin de coordinar y actualizar, datos, horarios y programas.





2. Prestadores y Población en general

Participaron 23 personas divididas en 3 grupos. El grupo estaba compuesto por prestadores directos (Hoteles, Restaurantes, Prestadores de Servicios Turísticos, Informantes Turísticos, Alumnos de Polimodal, Transportes Privados, Prestadores de servicios indirectos (comerciantes en general)

Las consignas fueron las siguientes:

TALLER PARTICIPATIVO

Grupo: Nombres, apellido, Institución, Actividad (docente / alumno)

28. Qué conozco de mi Pueblo / Ciudad y que me gustaría que los visitantes vean?
(Enumerar lugares, personas, actividades, hechos importantes)
29. Qué cosas me desagradan de mi Pueblo / Ciudad, actividad?
30. Qué podría hacer yo para cambiar aquellas cosas que me desagradan?

Contestar en forma grupal.

Discusión de los temas

Elaborar una conclusión sintética con los resultados de la misma

Resumen del taller

El grupo distinguió como aquello que le gusta de su pueblo:

- Nao Victoria

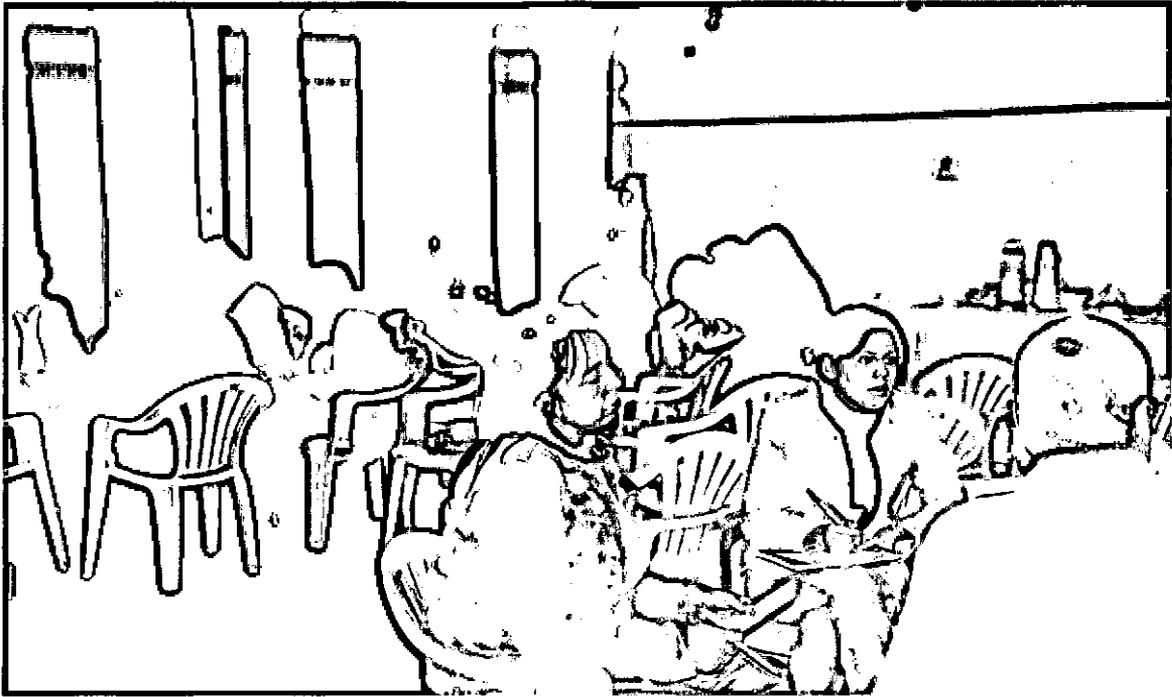
- Monumentos (Casas históricas, Monumento a Malvinas, Primera Misa)
- Circuito Costero
- Florida Blanca
- Parroquia Sagrado Corazón de Jesús
- Reserva Natural.
- Bajo San Julián
- Estancias “Los Nachos”, “La Colmena” y “La María”
- Cerro Vanguardia
- El Monte Whood
- Personajes como Magallanes, Drake, Darwing.
- Actividades: Pesca, Náutica, Trekking, Moto Cross, Parapente.

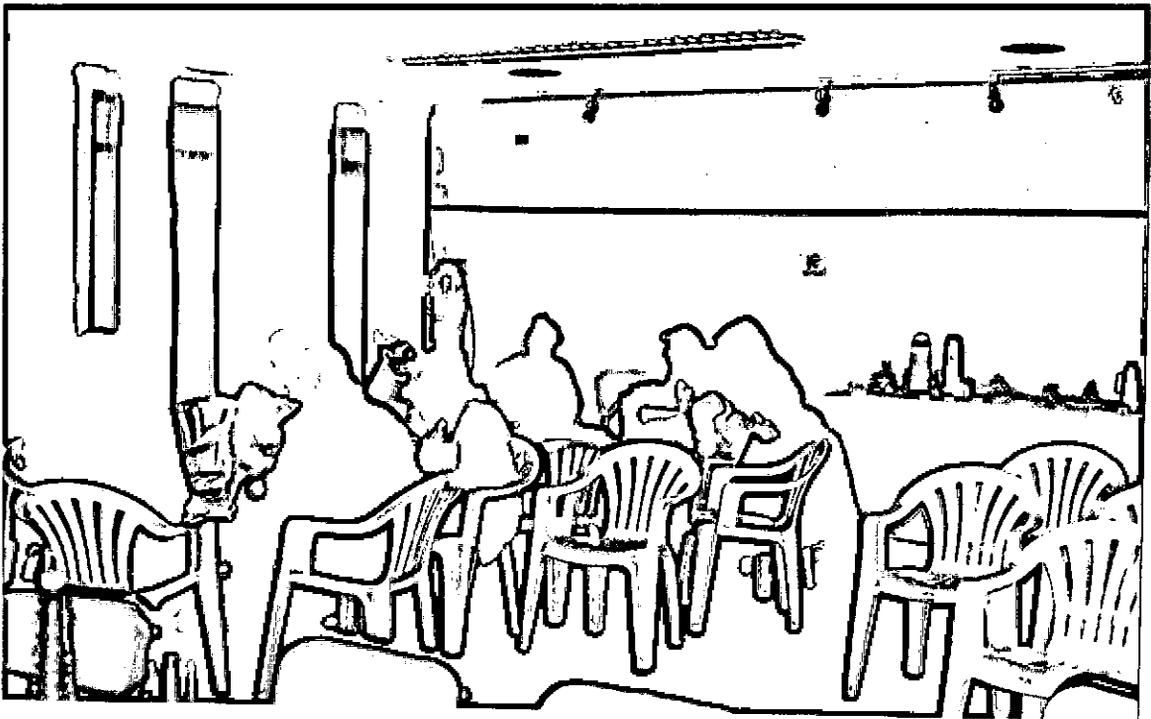
El grupo distinguió como aquello que le desagrada de su pueblo:

- El Basural a cielo abierto y la basura en general que hay en el pueblo.
- Calles en mal estado
- Desechos cloacales. (la planta depuradora no está funcionando correctamente)
- Falta de urbanización (cuidado a la propiedad privada)
- Actos de vandalismo contra la propiedad privada y contra los espacios públicos
- Canes en la vía pública.
- Erosión de caminos
- Falta de conciencia pública.
- Falta de centro comercial.
- Falta de proyecto de urbanización y diseño

El grupo determinó las acciones que podrían llevar a cabo para ayudar a la concientización:

- Trabajos de concientización con niños en las escuelas.
- Trabajo constante de concientización a la población
- Limpieza y arreglo de cada participante de su propiedad
- Plantar un árbol en la entrada a la ciudad y hacerse responsable de él (regarlo)





3. Casa de la Juventud

Es importante destacar, que San Julián es la única localidad costera donde funciona un espacio específico para la juventud.

El lugar no sólo que es independiente y de uso exclusivo de los jóvenes sino que además es utilizado para actividades como recitales, ensayos, aprendizaje de música, reuniones para discusión de temas y armado de actividades.

La sensación que da es de un lugar donde los jóvenes se sienten libre, pero controlados, ayudados y contenidos.

Participaron 15 jóvenes divididos en 2 grupos, incluyendo el coordinador del área. Las consignas fueron las siguientes:

TALLER PARTICIPATIVO

Grupo: Nombres, apellido, Institución, Actividad (docente / alumno)

31. Qué conozco de mi Pueblo / Ciudad y que me gustaría que los visitantes vean?
(Enumerar lugares, personas, actividades, hechos importantes)
32. Qué cosas me desagradan de mi Pueblo / Ciudad, actividad?
33. Qué podría hacer yo para cambiar aquellas cosas que me desagradan?

Contestar en forma grupal.

Discusión de los temas

Elaborar una conclusión sintética con los resultados de la misma

Resumen del taller

El grupo distinguió como aquello que le gusta de su pueblo:

- La Nao Victoria
- Las Playas y circuito costero.
- Los monumentos
- El Museo regional
- Grupos musicales
- El gran acervo histórico que es un recurso para el turismo.

El grupo distinguió como aquello que le desagrada de su pueblo:

- La falta de cuidado continuo y permanente tanto a la propiedad privada como a los lugares públicos.
- La basura
- Falta de iniciativa propia para cuidar nuestro pueblo.

El grupo determinó las acciones que podrían llevar a cabo para ayudar a la concientización:

- Cambiar actitudes y hábitos personales en cuanto a la basura. (no tirar papeles, pedir a nuestros pares que no lo hagan), mejorar y cuidar nuestros propios espacios, (personales, familiares o comunitarios).

- Organizar charlas y encuentros donde los jóvenes puedan aportar ideas para realizar acciones de concientización en colaboración con la Dirección de Turismo.
- Dado que el día del taller uno de los canales locales estaba presente, los jóvenes participantes acordaron trabajar en conjunto con la Secretaría de Turismo para grabar pequeños clips con frases que ayuden a la Campaña de Concientización. Harán también slogans grabados para las radios locales.





Avances

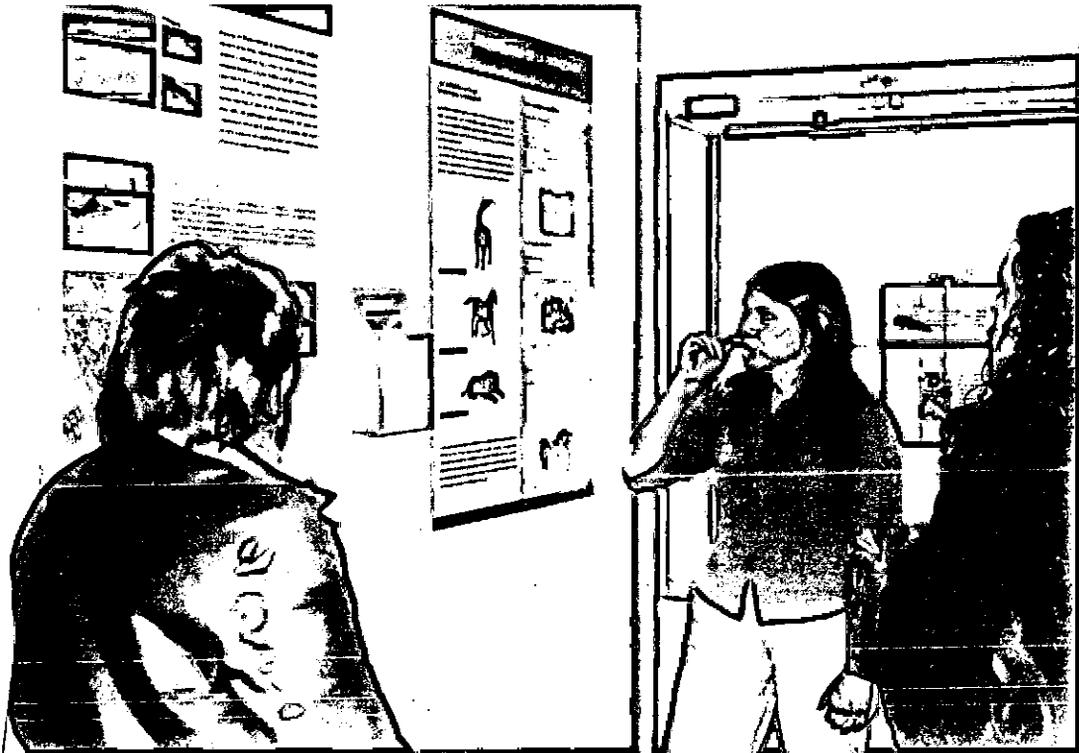
Al cierre de este informe, la Localidad ya había realizado la Campaña de limpieza en la zona costera con un excelente resultado y participación.

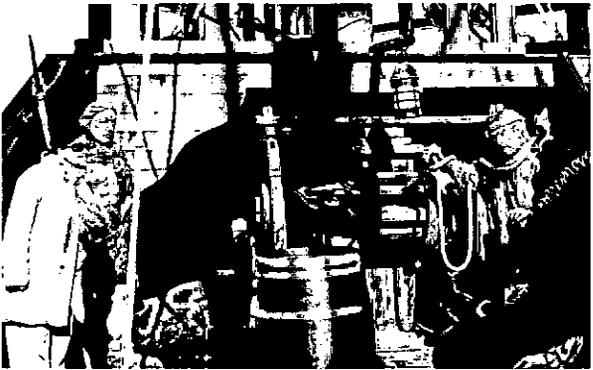
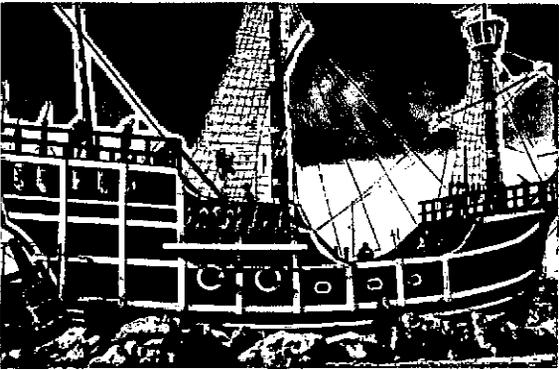
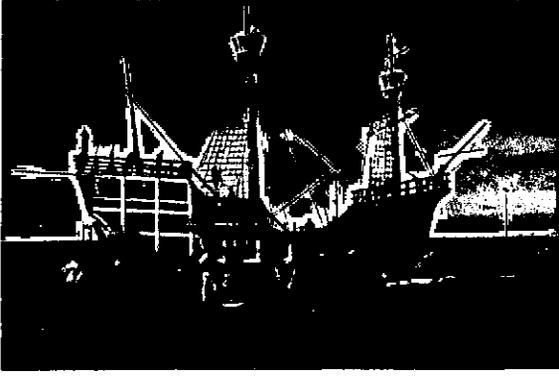
Medios de Comunicación

- Se Realizaron notas con los dos canales de televisión

Instituciones

- Se visitaron El Museo regional y la Nao Victoria, donde se mantuvieron charlas personales con las encargadas.





2. Evaluación de las Acciones programadas en todas las localidades (según Cronograma de Acciones)

En la segunda reunión con Directores de Turismo, se evaluó la marcha de la campaña y se programaron acciones a futuro.

En el marco de la decisión de las localidades costeras de organizarse como circuito, contemplando la modalidad de trabajo conjunto en temas que son de común desarrollo se realizaron las siguientes acciones

Acciones conjuntas:

- Se presentó Nota a la Subsecretaría de Turismo solicitando material gráfico, específicamente Planos Operativos de la Provincia. fue entregado a la representante de la Subsecretaría de Turismo, Silvia Andrade, en la reunión de Directores de Turismo.
- Se decidió que cada localidad realizará la campaña de limpieza simbólica entre Septiembre y Diciembre, de acuerdo a sus posibilidades y disponibilidad de tiempo, enviándose una vez finalizada, el material gráfico y filmico a las Subsecretaria de Turismo para su Edición en formato de Video Clip, el cual se utilizará para apoyar futuras campañas. Todas las localidades seleccionaron un sector Costero como acción simbólica unificada y que representa al circuito todo.
- Se comenzará con el intercambio de informantes a las distintas localidades de la costa. Se acordó que cada municipio receptor de pasantes se hará cargo del alojamiento y comida y los municipios emisores se harán cargo del traslado.

Se proponen las siguientes fechas:

Caleta Olivia 17/18/19 de Noviembre ó 10/11/12 de Diciembre.

Puerto Deseado propone: Fines de Octubre.

Puerto santa Cruz: Fines de Noviembre o Principios de Diciembre.

Al cierre del presente informe se aguardaba la comunicación del resto de las localidades para el intercambio de informantes.

- Se acordó entre todas las localidades costeras desarrollar durante la temporada baja, de acuerdo a la necesidad de cada lugar, una campaña continuada y sostenida teniendo como base la de la OMT "El Turismo es Riqueza.

3. Confección de un Plan de Acciones sugerido para el futuro y realización de un documento conteniendo la sistematización adecuada para efectuar mediciones reales de resultados.

El trabajo realizado durante estos primeros 9 meses, es simplemente el comienzo de una tarea que no debería cesar nunca.

El resultado positivo en materia de concientización depende más de la continuidad que de los recursos que se aporten.

Es por ello que las personas involucradas deberán tener un compromiso, seguimiento, tenacidad y predisposición constante.

Si bien sería mucho más fácil desarrollar un plan de concientización con recursos económicos altos, no siempre esto implica mejores resultados.

La realidad nos indica que debemos utilizar la imaginación, la buena predisposición y los recursos que tengamos al alcance para provocar los cambios que las localidades necesitan.

Sistematización de Tareas a realizar para efectuar mediciones reales de resultado

Análisis General

- 1. Detectar los problemas y falencias que hay en la localidad**
- 2. Insertar el tema en la localidad**
- 3. Producir la discusión en la sociedad**
- 4. Consensuar acciones para modificar hábitos**
- 5. Despersonalizar las acciones**
- 6. Promover la participación**
- 7. Llevar a cabo las acciones planificadas**
- 8. Evaluar los resultados de las acciones**
- 9. Corregir posibles errores**
- 10. Contar con material documentado de las acciones realizadas para mostrar el antes, durante y después de una acción**
- 11. Reconocer el trabajo y la participación**
- 12. Planificar acciones a mediano y largo plazo**

1. Detectar los Problemas y Falencias que hay en la localidad.

Detectar los problemas existentes en buena medida es comenzar a reconocer que hay que cambiar hábitos y costumbres que se han instalado en la sociedad y que por ser comunes y cotidianos dejamos de verlos.

Poder detectar a tiempo y estar alerta ante probables deterioros, contingencias, saturación de servicios, etc., pueden ayudar a encontrar caminos que minimicen las experiencias negativas para la gente que vive en la localidad y para la que llega al lugar.

Todas las localidades tiene la expectativa de crecer con el turismo, pero muchas veces ese crecimiento debe ir acompañado de cambios de actitud hacia lo que significa la palabra "Servicio".

Poder dialogar, discutir las necesidades y encontrar caminos alternativos para que, sin perder del todo la calidad de vida, se brinden buenos servicios, es una de las metas que deberán proponerse todos aquellos que trabajen directa o indirectamente. Sean Organismos Públicos o privados.

2. Insertar el tema en la localidad.

Una vez detectados los problemas y falencias, será necesario que esos temas tomen estado público.

Inútil sería querer modificar algo que nadie ve, porque si nadie lo ve sencillamente, no existe.

Poder poner en la mente y la cotidianeidad de los habitantes algo que simplemente no veían como problemático, es comenzar a encontrar un camino de solución de problemas o de prevención de ellos.

3. Producir la discusión en la sociedad

Reconocido el problema como tal, o la amenaza de la existencia de un problema, se deberá generar una discusión en la sociedad a fin de que se pueda tener la mayor cantidad de opiniones posibles y a partir de allí materializar una acción concreta ya sea en forma comunitaria o en forma sectorizada.

4. Consensuar acciones para modificar hábitos

Toda acción tendiente a modificar hábitos debe ser consensuada, discutida, y generada en común entre las partes involucradas.

Aquellas acciones que se impongan desde algún ámbito en forma arbitraria o mediática, están condenadas al fracaso desde el inicio.

5. Despersonalizar las Acciones

Las acciones tendientes a modificar hábitos negativos, a mejorar el nivel de calidad de servicio o calidad de vida, deben ser despersonalizadas de toda figura que pudiera tomarse como propaganda, sea política, pública, privada o personal.

La mejor manera de llegar a todos los sectores es enviar consignas limpias, de las que nadie dude su proveniencia.

6. Promover la Participación

Parte de los problemas que tenemos en nuestras ciudades proviene de la falta de participación de los habitantes.

A las personas no sólo se les hace difícil participar sino que además ya no les interesa y muchas veces son apáticas y poco confiadas.

Una forma de promover la participación es solicitarles opinión sobre temas puntuales por sector.

Hacer reuniones que no generan ninguna acción concreta es una de las causas de la falta de participación de la gente.

Cuando se realice una reunión, deberá ser concisa, puntual, planificada con un tema definido y una propuesta concreta.

Esto hará que los participantes se sientan más confiados y predispuestos a colaborar o dar opiniones.

7. Llevar a cabo las Acciones Planificadas

Concretar las acciones que se planificaron parece algo obvio, pero muchas veces por falta de recursos, tiempo, u otra contingencia, se dejan las acciones relegadas en el tiempo y la gente pierde interés y es muy difícil, al dejar pasar el tiempo, que vuelva a participar nuevamente.

Es necesario tener en claro que las acciones que se planifiquen deben ser factibles de realizarse. Es preferible organizar acciones menos pretenciosas pero que sepamos que se pueden llevar a cabo.

8. Evaluar los resultados de las acciones

Una vez realizadas las acciones, se deberá hacer una evaluación de las mismas. Es importante que esta evaluación sea en conjunto y por sector, a fin de conocer la opinión de todos aquellos que participaron.

9. Corregir posibles errores

Ninguna tarea de concientización alcanza con realizarla una sola vez. Para que la concientización sea efectiva, deberá necesariamente tomar un período de tiempo prolongado y las acciones podrán sufrir cambios o correcciones que indiquen las circunstancias.

10. Contar con material documentado de las acciones realizadas para mostrar el antes, durante y después de una acción

Es importante ir documentando las acciones y los cambios que se vayan operando. Poder mostrar el antes, durante y después crea confianza en la gente y satisfacción en quienes participan.

11. Reconocer el trabajo y la participación

El reconocimiento de la participación, trabajo y entrega de quienes participan, deberá ser reconocido.

Es satisfactorio y los participantes se sienten gratificados, cuando son nombrados por las autoridades, se los documenta o se les entrega un recordatorio del tipo de un diploma.

Estos hechos también marcan la diferencia entre quienes ofrecen su tiempo y su esfuerzo y quienes se quedan sólo en la crítica.

12. Planificar acciones a mediano y largo plazo

Los logros que se vayan cosechando no deben quedarse en hechos definitivos. Recordar siempre que el trabajo de concientización deberá llevarse a cabo a lo largo del tiempo en forma sostenida y continua es una de las premisas fundamentales.

Planificar, organizar y pautar nuevas acciones, proyectos y necesidades dará un marco de seguridad en la gente que participa y seguramente hará que otros se unan poco a poco a alguno de los temas por los que sienta interés.

Pautas sugeridas para las Direcciones de Turismo

- 1. Contar con un responsable en el área de Turismo que esté a cargo de la Concientización y la coordinación de actividades**
- 2. Planificar acciones con 6 meses de anticipación**
- 3. Utilizar los períodos de temporada baja para el desarrollo de campañas específicas**
- 4. Trabajo sostenido y continuo con niños, jóvenes y adolescentes.**

1. Contar con un responsable en el área de Turismo que esté a cargo de la Concientización y la coordinación de actividades

Contar con una persona que coordine actividades y planifique las acciones de la concientización será de suma importancia para poder llevar un orden y seguimiento en las tareas que se proponga.

Esta persona podrá dedicarse de lleno a estas actividades durante los períodos de temporada baja organizando, planificando y llevando a cabo las pautas fijadas desde la Dirección.

2. Planificar acciones con 6 meses de anticipación

No improvisar. Mantener un sistema y método de trabajo, organizar las acciones y los proyectos con al menos 6 meses de anticipación, permitirán ser prolijos y dar imagen de seriedad ante la tarea requerida y la participación solicitada.

3. Utilizar los períodos de temporada baja para el desarrollo de campañas específicas

Muchas de las campañas fallan porque no se organizan en tiempo de receso de actividades específicas de temporada alta.

Tener un plan de acción en momentos de temporada baja permite poder realizar las tareas en forma coordinada, sin apuros y con la organización necesaria para que no fallen.

4. Trabajo sostenido y continuo con niños, jóvenes y adolescentes.

Mantener un programa de actividades en las escuelas, clubes o sedes de la juventud es tal vez la forma más eficaz de avanzar en la toma de conciencia.

Los niños son los seres mas permeables a estas actividades y absorben y se trasforman inmediatamente en agentes multiplicadores.

Los jóvenes y adolescentes necesitan en cambio ser protagonistas. Poder tomar decisiones, dar opinión y que sean aceptadas pese a que nos parezca que no es del todo formal.

Aprovechar la predisposición que algunos tienen, es fundamental para poder infiltrar en ellos la conciencia de la participación y modificación de hábitos molestos y a veces peligrosos.

Es muy importante no ignorar a los adolescentes. Generalmente tienen una carga de creatividad fresca que puede ser utilizada para que sus pares entiendan el mensaje que queremos darles, en el idioma que ellos hablan

Fecha Sugerida	CRONOGRAMA DE ACCIONES SUGERIDAS
Dic/06	Reunión de Directores para evaluar temporada y posibles acciones conjuntas
Mar/07	Planificación y Organización de la continuidad de la Campaña de Concientización
Abril/Mayo/Jun	Trabajo con escuelas, Jardines de Infantes, Colegios Secundarios, ONG, Clubes etc.
	Comienzo de la Campaña "El Turismo es Riqueza"
Agosto/Sept	Trabajo con Prestadores de Servicios, Organización de cursos y actividades conjuntas de concientización
	Reunión de Directores para evaluar acciones conjuntas
	Comienzo de viaje de Informantes a las distintas localidades para su capacitación
	Campaña de Limpieza Simbólica en la Costa
Nov/Diciembre	Reunión de Directores para evaluar acciones conjuntas



Recomendaciones para las Autoridades

En el tiempo de desarrollo de la presente campaña, hemos visto como las diferentes Direcciones de Turismo planifican acciones, establecen programas y convocan a la participación y consideran el tema de la concientización más que como un trabajo en sí, como una herramienta para maximizar la calidad del servicio turístico que se presta en cada localidad.

Muchas veces la falta de recursos, la falta de apoyo hacen que sus esfuerzos se transformen en cansancio al ver que los logros no son los esperados.

Es importante que las autoridades, que invierten en capacitación externa, también consideren la posibilidad de acompañar con recursos las inquietudes y programas que preparan las diferentes Direcciones de Turismo.

Es necesario que comprendan que la tarea de concientización no se agota en una campaña aislada sino que debe tener un marco de continuidad para que los resultados sean positivos y las personas que participan activamente se sientan reconfortadas y reconocidas.

Apostar a la Capacitación, Educación y Concientización participativa de la comunidad, no sólo ayudará a conservar una mejor calidad de vida sino que además ahorrará recursos en subsanar problemas e inconvenientes que puedan surgir del mal uso de los recursos.



Tapa Locales Noticias

Tiempo estimado de lectura (por 51 minutos)

Publicación: 27/04/2015

Política

Locales

Deportes

Nacionales

Interior

Policiales

Info. General

Ediciones Anteriores

Arte y Cultura

Documentos

El Calafate

Punta Arenas

Editorial

Río Turbio

Clasificados

Tapa de papel

Chat

Teléfonos útiles

Contáctenos

38 lectores en línea

Iniciaron campaña de Concientización Turística

Como parte de la campaña de Concientización Turística a realizarse en la costa provincial, la Subsecretaría de Turismo de Santa Cruz inició ayer en esta capital una serie de reuniones que tendrán su correlato en cada una de las localidades involucradas.

El emprendimiento cuenta con la asistencia técnica del Consejo Federal de Inversiones (C.F.I.) y el proyecto es responsabilidad de la licenciada Nora Babruskis, con el apoyo de personal del organismo provincial de Turismo.

El objetivo general de la iniciativa apunta a que las poblaciones participantes adquieran una verdadera conciencia de la necesidad de contar con un conocimiento de su identidad cultural, su realidad social y sus valores naturales, a fin de cuidarlos y ponerlos en valor, con el propósito final de generar, con la actividad turística, un medio para alcanzar una mejor calidad de vida, preservar el patrimonio a través del tiempo y fomentar la capacidad de los niños y jóvenes como agentes multiplicadores.

Fueron convocados a participar las direcciones de Turismo, establecimientos educativos, medios de comunicación social, prestadores de servicios turísticos, reparticiones oficiales involucradas, organizaciones no gubernamentales y representantes de la comunidad en general que deseen sumarse a la campaña de concientización.

Se prevé que las reuniones continúen, hoy en Río Gallegos; mañana en Puerto Santa Cruz, y el jueves 27 en Comandante Luis Piedra Buena; el dos de mayo en Puerto Deseado y el tres en Caleta Olivia.

Los interesados en participar deberán dirigirse al área de Capacitación de la Subsecretaría de Turismo de Santa Cruz, Roca 863, primer piso, de esta capital, los días hábiles, de 11 a 18.

El día 27 de mayo se celebrará el Día del Libro

- A 16 años de la creación del primer sacerdote oriundo de Santa Cruz
- Persona en su val catedral con la "Impieza del terreno"
- El Formidat 1 presenta su experiencia en la Zona Patrimonial del Libro
- El Municipio realizó honores a la Fundación "Vieja de Puerto"

Actualizado a las 03:52 hs. con la nota: Asfixiaron a su hermana en el cuarto de al lado sin que se diera cuenta - Todas las Noticias

el Periódico austral



PERIÓDICO AUSTRAL - PUBLICADO POR LA COMUNIDAD AUSTRAL

La Columna

Opinion

Deportes

Espectáculo

Archivo

Año: V Nro. 1188

VIERNES | 5 de Mayo
2006

Buscador

"El artista es el creador de cosas bellas".

21/4/2006 | 03:37 | Locales | infogeneral
SUBSECRETARIA DE TURISMO

Con apoyo del CFI, el lunes comienza el taller para la campaña de concientización



el Periódico
Conozca austral
Nuestras
Nuevas
instalaciones



La coordinadora de capacitación de la Subsecretaría de Turismo, Silvia Andrade en diálogo con "El Periódico Austral" mencionó que los días 25 de abril se llevará a cabo en la ciudad el primer taller de concientización turística y que esta dirigida a las localidades costeeras mediante la asistencia técnica del Consejo Federal de Inversión

cambiar tamaño de fuente

dic aquí

Temas

- Política
- Turismo
- Parlamentarias
- Cultura
- Policiales
- Educación
- Gremiales
- Deportes
- Info Gral.

Secciones

- Locales
- Provinciales
- Regionales
- Nacionales
- Internacionales

Más noticias

Asfixiaron a su hermana en el cuarto de al lado sin que se diera cuenta

Robaron beta y, tras la persecución de vecinos, la tiraron de una moto

Los jueños afectados por la falta de agua no pagarán la factura

Declaro el asesino de San Miguel y dijo que no recuerda nada de su "día de furia"

Como propuesta de la Subsecretaria de Turismo se contrató a la experta Nora Babruskis, licenciada en turismo para la elaboración de este plan de campaña de concientización turística que se desarrollará la semana que viene. En este sentido, la coordinadora Silvia Andrade mencionó que en este momento el proyecto se encuentra en la etapa 2 y que son las reuniones con diferentes sectores de la comunidad y de todas las localidades costeras que abarcan, Río Gallegos, Santa Cruz, Piedra Buena, San Julián, Puerto Deseado y Caleta Olivia. Asimismo señaló que se hizo la convocatoria para el día lunes, y la licenciada Nora Babruski estará llegando al mediodía, por ello se realizará una reunión con la directora de Turismo de la Municipalidad, María Fernanda Concepción. Posteriormente darán inicio los talleres y a las 14.30 se invitó a los medios de Comunicación, a las juntas vecinales, a los clubes, a los centros, a la asociación amigos del tren, es decir a un sector de la comunidad que podrían trabajar en este taller. A las 16.30 se congregó a gente que ha estado en actividad con la campana de concientización a docentes de la UNPA y al Instituto Salesiano que tienen la carrera de Turismo Personal del Consejo Agrario de Medio Ambiente, que también han trabajado en lo que son las campañas de concientización.

El día martes 25 a partir de las 9.30 se invitó a docentes, directivos y alumnos de EGB de 2º y 3º ciclo que son parte importante en esta campaña donde se realizará un trabajo para que más adelante formen una especie de líderes de futuros capacitadores. A las 14.30 se reunirán los estudiantes de la UNPA, y del Instituto Salesiano. Consultada sobre el objetivo fundamental de esta campaña, Andrade comentó que aún se está en el armado para la elaboración del plan final, aunque el objetivo sería que cada uno desde su lugar se involucre en este proyecto y pueda iniciar la campaña de concientización que se sabe que lleva mucho tiempo y continuidad sobre todo. La idea es recabar datos, ver la situación de las localidades para realizar un FODA que la licenciada conoce y que se tomará como base los talleres anteriores para continuar con el plan de trabajo que se ha programado.

Estos talleres tienen una duración de dos horas, aunque eso lo irá manejando la licenciada con un trabajo en equipo para ir viendo que aporta cada uno desde su lugar que considera o que sería lo más importante, agregó Andrade. Además esta campana tiene una continuidad porque se mantendrá un contacto virtual y dentro de tres meses se realizará otra reunión en una de las localidades para la congregación de los principales participantes.

Por lo tanto remarcó que el proyecto tiene una duración de 8 meses que es lo que se ha estipulado y se continuará con las acciones. Aquí en la ciudad son dos días y comienza en toda la costa hasta llegar a Caleta Olivia y los directores de turismo de cada localidad están en el armado del cronograma para saber en que localidad continuará y desarrollará la reunión. Por otro lado la coordinadora explicó que se

BBLIOGRAFÍA

“Talleres de Qué hacemos con el Turismo?”, desarrollados por la Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Santa Cruz.

Robert McIntosh, Shashikant Gupta, “Turismo, Planeación, Administración y Perspectivas”, Noriega Editores, México, Febrero 1987

Sergio E. Molina, Sergio Rodríguez Abitia, “Planificación Integral del Turismo, Un enfoque para Latinoamérica”, Trillas Turismo Editores, México 1987

Edgar Alfonso Hernández Díaz, “Planificación Turística, un enfoque metodológico” Trillas Turismo Editores, Julio 1985

Primera Campaña de Concientización Turística para Puerto Deseado

Fundación Patagonia Natural Consolidación e implementación del Plan de Manejo de la Zona Costera Patagónica.

Congreso virtual Iberoamericano y II Congreso Argentino sobre competitividad de empresas y destinos turísticos

Universidad Nacional de Quilmes y Fundación Turismo para Todos
OCTUBRE de 2003

Campaña “El Turismo es Riqueza”. Organización Mundial del Turismo.
<http://www.world-tourism.org/espanol/index.htm>

El turismo como industria cultural.

Hacia una nueva estrategia de desarrollo turístico en América Latina y el Caribe
Oficina Regional de Cultura para América Latina y el Caribe de la UNESCO
Septiembre del 2002

El uso del potencial natural de los paisajes como recurso turístico. Implicaciones medio ambientales, Helena Giné Abad

AMADASI E. (Comp.). Política Turística Argentina: Bases para su reformulación.
Buenos Aires: Editorial Ladevi. 1999.

Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism, Smith, Valene L. (compilador),
University of Pennsylvania Press, 1989

Los nuevos lugares en el territorio. Los espacios del turismo, Revista BARBA,
Rosa, Geometría, Madrid, 2do semestre, 1988, No. 12, págs. 12-27

Entrevistas:

Miembros de la Universidad Tecnológica Nacional, Carrera de Gestión de Empresas Turísticas, sede Puerto Madryn

Fundación Patagonia Natural

Administradora de Área Natural Protegida Península Valdés

Directora de Turismo de Puerto Deseado Luz Ahumada

Lic. Carlos Alberto Ferrari Biblioteca Popular F. Ameghino Puerto Deseado

Lic. María Cristina García Biblioteca Popular F. Ameghino Puerto Deseado

Dra. Alicia Castro Docente e Investigadora en Arqueología de la Universidad Nacional de La Plata