2144

46877

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

PROVINCIA de SANTA CRUZ

PLAN DE TURISMO SUSTENTABLE PARA LA PROVINCIA DE SANTA CRUZ 2008 - 2016

INFORME FINAL

BIBLIOTECA
Dr. Manuel
Belgrano

Autor: Lic. Alicia Gemelli

Colaboradores: Lic. Eleonor Fernández
Lic. Pablo Fichera

Buenos Aires, 15 de octubre de 2007

Índice de contenidos *Página*

Presentación

Capítulo 1: El turismo 1

1.1. Entorno mundial y nacional
1.2. El turismo en la provincia
1.2.1. Importancia económica del turismo en la provincia
1.2.2. Antecedentes de la Actividad en la provincia
1.2.4. Perspectivas de la actividad

Capitulo 2. La oferta turística provincial 8

2.1. Comarcas y localidades turísticas de la provincia
2.2. Principales recursos turísticos de la Provincia
2.3. Principales productos turísticos de la provincia.
2.3.1. Segmentación del mercado
2.3.2. Las líneas de producto
2.3.3. Principales productos y subproductos, actuales y potenciales, de la oferta turística de la Provincia de Santa Cruz
2.4. La planta de alojamiento de la provincia
2.4.1. Evolución de las plazas de alojamiento por Comarca y localidad
2. 5. Profundización del análisis de datos en Calafate y Chaltén
2.5.1. Capacidad de alojamiento en El Calafate
2.5.2. Estructura del alojamiento hotelero
2.5.3. Cantidad de pernoctes en El Calafate
2.5.4. Estacionalidad de la oferta de camas en El Calafate
2.5.5. Evolución de la estructura del alojamiento en el Chaltén
2.5.6. Evolución de la inversión en Hotelería
2 .6. Planta de alojamiento en estancias y hosterías de campo

Capitulo 3. La Demanda Turística en la provincia 49

3.1. Comparación de la demanda turística en los principales destinos
3.2. La demanda en Calafate y Chaltén, indicadores de la dinámica de la actividad turística en Santa Cruz
3.2.1. El Calafate
3.2.1.2. Distribución mensual de turistas. Estacionalidad
3.2.2.2. Procedencia de los turistas que arriban a Calafate
3.2.2. El Chalten
3.2.2.1. Evolución de la demanda turística en El Chaltén.
3.2.2.2. Estacionalidad
3.2.2.3. Procedencia de los turistas
3.3. Ingreso de turistas al Parque Nacional Los Glaciares
3.3.1. Volumen de ingresos por Calafate
3.3.2. Volumen de Ingresos por Chalten
3.4. Ingreso de turistas a la Cueva de las manos

63

Capitulo 4: Marco Institucional y legal del turismo en la provincia

4.1. Organismos con competencia en aspectos relacionados con la actividad turística
4.1.1. Subsecretaría de turismo de la provincia
4.1.2. Consejo Agrario Provincial
4.1.3. Subsecretaría de Medio Ambiente
4.1.4. Vialidad provincial
4.1.5. Organismos regionales
4.1.6. Organismos Nacionales
4.2. Planificación y Organización del turismo a nivel Nacional
4.3. Marco Legal de la actividad turística 81

Capitulo 5: Infraestructura básica y redes

5.1 Conectividad aérea
5.2. Red vial
5.3. Infraestructura básica 91

Capítulo 6: Diagnóstico de la actividad turística en la provincia

6.1. Situación sociodemográfica y productiva
6.1.1. Historia del poblamiento en Santa Cruz
6.1.2. Evolución de la población según localidades
6.1.2.1. Dinámica de Población del Calafate
6.1.2.2. Dinámica de la población del Chaltén
6.2. Evaluación de la potencialidad turística de la provincia
6.2.1. Evaluación de los atractivos turísticos
6.2.2. Evaluación de los productos
6.2.3. Evaluación de la oferta de alojamiento en la provincia
6.2.4. Evaluación de la demanda
6.2.5. Evaluación de los aspectos Institucionales y legales
6.2.6. Problemas Identificados en las Comarcas 108

Capítulo 7 : Marco de referencia para la planificación

7. 1. Ordenamiento espacial del turismo
7. 1.1. Delimitación territorial actual
7. 1.2. ¿A que llamaremos unidad de planificación?
7. 1.3. Propuesta de unidades de planificación turística por Comarca
7.1.4. Propuesta metodológica para trabajar con las unidades de Planificación.
7.2. Corredores Turísticos
7. 2.1. Longitudinales
7.2.2. Corredores Transversales
7. 3. Circuitos trans fronterizos 126

Capitulo 8: Planificación estratégica

8.1. Temas claves para el desarrollo del turismo en la provincia

8.2. Definición de escenarios de futuro

8.2.1. Escenario de mínima
8.2.2. Escenario de máxima
8.3. Visión de futuro
8.3.1. Consideraciones que conlleva la Visión:
8. 4. Misión
8. 5. Principios orientadores para el desarrollo del turismo
8. 6. Objetivos generales para el desarrollo del turismo en Santa Cruz
8.6. 1 Objetivos específicos

Capitulo 9: Propuestas de acción del Plan 138
9. 1. Ejes estratégicos
9.1.1. Ejes de desarrollo prioritario
9.1.2. Ejes instrumentales
9.2. Priorización y programación de acciones estratégicas del plan 166

Capitulo 10: Recomendaciones para la puesta en marcha del plan 177
Bibliografía

Presentación

El turismo, como actividad económica, significa una magnífica oportunidad para reactivar y diversificar la economía provincial, con un modelo de desarrollo sustentable cuya distribución territorial, social, y productiva asegura un desarrollo más equitativo que el que proponen las fuentes tradicionales de ingreso.

Que el Turismo se transforme en un instrumento eficaz para el desarrollo, requiere de una decidida acción del gobierno provincial que implica brindarle una adecuada institucionalidad pública, una sólida infraestructura turística, un desarrollo del mercado interno equilibrado, con normas claras de funcionamiento y una amplia visión acerca de las tendencias de los mercados internacionales.

El reconocimiento de la complejidad del objetivo propuesto, llevó a las autoridades de turismo de la Provincia a solicitar a través del Consejo Federal de Inversiones la elaboración del presente Plan de Turismo Sustentable, que establece un conjunto de acciones prioritarias e instrumentales, de impacto en el corto, mediano y largo plazo.

El presente Plan, que se encuadra en las disposiciones para el sector definidas por las leyes de Turismo Nacional y Provincial y por los lineamientos establecidos en el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016, ha fijado como su horizonte de aplicación el período comprendido entre los años 2008 - 2016 debido a que coincide con las elección de autoridades nacionales y provinciales correspondientes a dos periodos de gobierno.

La experiencia nos indica que, más allá de las declaraciones expuestas en las leyes, sin una clara voluntad política en cada período de gobierno del Gobernador de la Provincia y de su Gabinete de Ministros, el contenido de este plan, puede con facilidad transformarse en letra muerta.

Esto se debe a que, el turismo, por su carácter transversal, necesita de la participación coordinada y sistemática de agentes económicos ubicados en las diferentes fases de la cadena productiva, así como de un conjunto de organismos públicos que intervienen directa o indirectamente en el sector. Lo anterior cobra

especial importancia en materia de inversión, de tal modo de focalizar esfuerzos y lograr un mayor impacto en la economía, especialmente en el ámbito regional, por lo que se hace imperativa una buena coordinación dentro del sector público.

Hay suficientes elementos, para que las autoridades de turismo de la Provincia, así como de sus principales municipios turísticos y los respectivos equipos técnicos fundamenten la prioridad de encarar una Política de Turismo Provincial basada en el desarrollo sustentable.

Estos elementos surgen de los antecedentes sobre los que se ha trabajado en la elaboración de este plan, que se detallan en la bibliografía y que incluyen varias rondas de consulta en las que participaron no sólo miembros de la comunidad sino también, autoridades y referentes clave del sector privado. Como resultado se ha obtenido un panorama de los principales problemas identificados como obstáculos al desarrollo sustentable del turismo así como las soluciones que se vislumbran desde cada uno de los sistemas locales, entre las que se identifica la necesidad de una presencia activa del estado, a través de sus funciones de ordenamiento, planificación y control para garantizar un modelo de crecimiento del turismo que permita el desarrollo local y garantice la sustentabilidad. [1]

[1] Es necesario aquí recordar la distinción entre crecimiento y desarrollo. El crecimiento es cuantitativo, no garantiza entonces, equilibrio, escalas, calidades ni singularidades, generalmente es descontrolado y caótico, pues responde a decisiones individuales en busca de la rentabilidad, que no necesariamente miran hacia el conjunto. El desarrollo por el contrario es organizado buscando un modelo que responda a las características locales, lo que genera armonía con el paisaje y la belleza que proviene de una escala de crecimiento acorde con el entorno natural, económico y social. Hecha esta distinción, no queda duda de cual es la opción que las localidades de la provincia eligen para su corto, mediano y largo plazo.

Resumen del contenido del Plan.

Capitulo 1: El turismo

En este capítulo se describe y evalúa el entorno turístico mundial y nacional en el que se encuadra el turismo de la provincia; para continuar con una caracterización breve de las características del turismo en la provincia su importancia económica, sus antecedentes históricos y sus perspectivas futuras.

Capítulo 2: La Oferta turística provincial

En este capítulo se describen la oferta turística provincial en las tres comarcas en las que se divide la provincia y las localidades que la componen, detallando los principales atractivos y productos turísticos actuales y potenciales discriminados por Comarca. Se particulariza además la oferta de alojamiento en todas las localidades de la provincia y se profundiza en las características que esta tiene en las localidades de El Calafate y El Chaltén, destinos turísticos sobre los que se posee mayor grado de información

Capítulo 3: La demanda turística provincial

En este capítulo se describe la demanda turística en todas las comarcas y localidades turísticas de la provincia según los datos disponibles y los que se han podido reconstruir. Se profundiza en las características que esta tiene en las localidades de El Calafate y El Chaltén, destinos turísticos sobre los que se registra mayor cantidad de información.

Capitulo 4: Marco Institucional y legal del turismo en la provincia

En este capítulo se pasa revista a la situación institucional y legal que encuadra el turismo a nivel nacional y provincial, describiendo las principales leyes y detallando las disposiciones del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable de la Nación, con las que se puede coordinar políticas desde la provincia.

Capitulo 5: Infraestructura básica y redes

Dada la importancia que las redes de comunicación tanto aérea como terrestre tienen para el turismo de la provincia así como la provisión de servicios de infraestructura básica se destina un capítulo específico para estos temas.

Capítulo 6: Diagnóstico de la actividad turística en la provincia

En este capítulo se hace un diagnóstico de la situación sociodemográfica y productiva de la provincia, y la historia de su poblamiento, hasta la irrupción de el hecho turístico que explica la dinámica poblacional que adquirieron los destinos turísticos de El Calafate y El Chaltén .Posteriormente se evalúan las potencialidades turísticas de la provincia a partir de la síntesis de los aspectos señalados en los capítulos 1 a 5.

Capítulo 7: Marco de referencia para la planificación

En este capítulo se describe el marco de referencia metodológico adoptado para el plan que tendrá en cuenta dos dimensiones principales que interactúan estrechamente en la actividad turística: El manejo del espacio turístico y el ordenamiento del territorio y el Planeamiento estratégico. En este capítulo se aborda la dimensión espacial y en el siguiente la estratégica.

Capitulo 8: Planificación estratégica

En este capítulo luego de sintetizar los aspectos claves para el desarrollo del turismo en la provincia, se definen los escenarios de futuro del turismo en la provincia y se selecciona el más conveniente, desagregando desde allí la Visión, Misión, Principios rectores para el desarrollo del turismo y los objetivos generales y específicos del Plan .

Capitulo 9: Propuestas de acción del Plan

En este capítulo se describen las propuestas de acción del plan, en Ejes estratégicos que responden a los problemas identificados en el plan y se clasifican en Ejes de desarrollo prioritario y Ejes instrumentales. Posteriormente se presenta un cuadro de síntesis que programa las acciones propuestas en el corto mediano y largo plazo.

Capitulo 10: Recomendaciones para la puesta en marcha del plan

En este capítulo se brindan recomendaciones para la puesta en marcha del plan, su seguimiento y ajustes de acuerdo a la evolución de la actividad.

Capítulo 1: El turismo

1.1. El Entorno mundial y nacional

El crecimiento del turismo en el mundo, en el año 2006 ha continuado superando la media, con un récord de 842 millones de llegadas y un crecimiento del 4,5 % de los turistas. Las últimas cifras del Barómetro de la Organización Mundial del Turismo indican que en el corriente año 2007 se consolidará esa evolución, convirtiéndose en el cuarto año consecutivo de crecimiento sostenido.

Una de las características destacadas del incremento de la actividad en estos años, es la mayor importancia relativa que han cobrado los destinos turísticos emergentes, lo que evidencia que el turismo puede convertirse, en una herramienta primordial para el desarrollo sustentable de estos países.

Las previsiones para el año 2020[1] son muy favorables, estimándose que las llegadas turísticas internacionales se ubicarán por encima de 1.560 millones, es decir más del doble del nivel actual lo que lo convierte en un sector que ha crecido en un 25% en los últimos diez años. En este contexto las perspectivas del turismo para la región sudamericana y particularmente para la Argentina se ven fortalecidas por las condiciones de seguridad y estabilidad socioeconómica que han generado una creciente oportunidad para su posicionamiento internacional como destino turístico con inmensos paisajes de naturaleza aún prístina.

En la Argentina, el turismo ha demostrado ser uno de los sectores más dinámicos de la economía, por su valioso aporte a la generación de empleos directos e indirectos y dado que por su carácter federal contribuye al desarrollo de las economías regionales, logrando una mejor distribución del ingreso nacional, al promover inversiones públicas y privadas que elevan la calidad de vida de la población.

La situación actual de la actividad turística es la de una consolidación creciente de su presencia en los mercados seleccionados del mundo, a partir del desarrollo de nuevos productos adecuados a las preferencias de la demanda y a las ventajas comparativas que ostenta el país por la jerarquía y variedad de sus atractivos

[1] O.M.T. "Turismo, Panorama 2020"

naturales y culturales y por los precios relativos que compensan el mayor precio que se debe pagar por el millaje aéreo.

Respecto a la importancia del turismo en la Argentina, podemos señalar que el aumento de los ingresos por turismo durante el período 1990-2001 fue superior en un 82,4 % al incremento del turismo a nivel mundial, y que se espera que durante esta década la diferencia sea aún mayor. Estas cifras se explican tanto por el aumento del turismo receptivo como por el del turismo interno.

1.2. El turismo en la provincia

Santa Cruz es una provincia cuya localización geográfica, en el extremo sur de la Patagonia, periférica con relación a los principales centros de demanda, determina un fuerte condicionamiento para el desarrollo del turismo, no sólo en términos de accesibilidad, y costos por el traslado, sino por la rigurosidad de su clima que restringe considerablemente el acceso de los turistas durante los meses de invierno, en los que hay menos horas de exposición solar.

Esto se compensa por la armónica unión entre la perfección de la naturaleza y el esfuerzo del hombre, que nos conduce, desde los 900 km. del litoral marítimo atravesando la estepa patagónica, barrida por los vientos, hasta los picos cordilleranos cuya morfología, marcada por las glaciaciones, alberga la inmensidad del Hielo Continental Patagónico que desciende a través de extensos glaciares para formar lagos de diferentes formas y colores, bordeados de espesos bosques de ñires lengas y cohíues.

Pero hay otras características que hacen de Santa Cruz un desafío para el turismo, ya que con 243.943 kilómetros cuadrados, es la segunda provincia en superficie del país, pero también la menos poblada, con una densidad 0,78 habitantes por km2. Si bien hay registros etnográficos de la presencia del hombre en estos parajes que se remontan a los 10.000 años antes del presente, y una rica cultura relacionada con los tehuelches hasta mediados del siglo veinte, Santa Cruz fue pisada por primera vez por un miembro de la expedición de Magallanes en el año 1.520 el primer pueblo se funda en 1.878 y recién en 1957 es declarada provincia.

El desarrollo turístico actual de Santa Cruz, está basada en la espectacularidad de su atractivo turístico más conocido, El Parque Nacional los Glaciares, con el Glaciar Perito Moreno, que ha generado en los últimos 20 años una fuerte y sostenida demanda turística y el consecuente aumento de la infraestructura y la oferta turística del Calafate, su centro turístico más próximo y posteriormente la del Chaltén, como centro base para acceder a los Cerros Torre y Fitz Roy.

La importancia que han adquirido estos recursos como motivadores de la llegada de los turistas, ha generado un desequilibrio espacial en el desarrollo turístico de la provincia, que demasiado dependiente del lago Argentino y el Glaciar Perito Moreno ha opacado otros recursos turísticos de la provincia de excelente valor potencial.

1.2.1. Importancia económica del turismo en la provincia

La economía de la provincia de Santa Cruz está basada en actividades de producción primaria y extractivas, organizadas en enclaves de alta productividad pero con escaso valor agregado, y en la destacada participación del sector terciario, donde predomina el rol del estado provincial como empleador, acompañado en la última década por el crecimiento de actividades formales e informales ligadas principalmente al desarrollo del turismo.

La actividad turística tanto en el país como en la provincia ha presentado una tendencia favorable, especialmente por las condiciones del contexto económico actual. Si bien en la década de los 90, la tasa de crecimiento de ingresos por turismo se mantuvo dentro de los niveles promedio (aproximadamente 7% anual), a partir del año 2002 esta tasa tiende a duplicarse, debido a la modificación del tipo de cambio, que además de ser un incentivo para el turismo extranjero, causó una modificación en los hábitos de consumo del turismo interno que retornó a los destinos turísticos nacionales.

El mayor dinamismo de la actividad turística en los últimos años en la provincia, ha tenido su epicentro en la ciudad de El Calafate, en el Departamento Lago Argentino, vinculado a los Glaciares de la región, cuya consolidación como destino turístico nacional e internacional, ha obedeciendo a una política deliberada nacional y provincial en la difusión del recurso. Por consecuencia se originó un incremento de

inversiones en la región, tanto en el sector hotelería como en el de comercio y servicios, observándose actividades que comienzan a procurar sostenerse más allá de los picos estacionales, extendiendo su presencia durante todo el año.

Vale recordar que la actividad turística tiene una marcada estacionalidad, desarrollándose principalmente entre los ocho meses que van desde septiembre hasta abril, sin embargo se observa esta tendencia que procura revertir tal situación.

También ha habido un cambio en la estructura empresarial, por la aparición de nuevos actores vinculados a la actividad con capitales extra regionales y mayor experiencia, dispuestos a aprovechar las nuevas oportunidades que ofrece en el futuro este destino turístico.

1.2.2. Antecedentes de la actividad en la provincia

El asentamiento de población en la provincia, data de poco más de un siglo y medio, y estuvo notoriamente condicionado por factores geográficos, económicos, políticos y hasta históricos. La población provincial creció a un ritmo inferior a la media nacional en el último siglo y durante esos años recibió diferentes procesos inmigratorios, tanto de extranjeros, como nacional y hasta interna, es decir, dentro de la propia provincia.

La hotelería es una actividad intensamente relacionada con estos movimientos de población en el territorio, es así que el registro de patentes de la provincia consigna que en 1921 existían 17 hoteles y 178 despachos de bebidas en toda la provincia. Uno de los primeros hoteles en Río Gallegos fue el gran hotel Español inaugurado en 1898, le siguieron el Hotel Argentino fundado en 1901, el Gran Hotel (1906) y el gran Hotel Colón en la década del 20. De esa época datan también los primeros hoteles, erigidos en Puerto Santa Cruz, Puerto Deseado y Puerto San Julián, destinados en su mayoría a recibir a la población inmigrante y de paso hacia el interior de la provincia. A 25 km. de Río Gallegos se emplazaba el Hotel Guer Aike famoso luego, por ser el lugar en el que Butch y Casiday cambiaron sus caballos en su huida luego del asalto al banco de la provincia.

Los comienzos del turismo en la Argentina están asociados a las actividades del Touring Club Argentino y el Automóvil Club Argentino, fundados en 1907 para

promocionar la utilización del automóvil, lo que los llevó a publicar planos camineros del país, a fin de incentivar los recorridos fuera de las áreas urbanas. Ambas instituciones compartían el interés y el esfuerzo por el mejoramiento y extensión de la red vial y la señalización de las carreteras.

La creación en 1934 de la Dirección Nacional de Parques Nacionales dio un fuerte impulso a la creación de Parques, localizados sobre todo en zonas de frontera, con el objeto de una re- apropiación del espacio nacional y una revalorización de regiones aun no plenamente ocupadas a través de la presencia del estado..

La promoción del turismo se convirtió, en el caso del Automóvil Club Argentino, en una actividad central, paralelamente al desarrollo del automovilismo deportivo. Desde mediados de 1920 existió una sección "Turismo" entre los miembros de la dirección de la entidad, que se ocupaba de orientar a socios y público en general en esta materia, a la vez que organizaba paseos por zonas pintorescas. En los boletines institucionales se publicaron numerosos artículos comentando estos recorridos y destacando sus alcances e importancia.

Asimismo el Automóvil Club comenzó a construir Hosterías, cabañas y camping en lugares turísticos destacados, entre ellos El Calafate, que luego de haber sido un parador para aprovisionar a las estancias cercanas, fue adoptando sus características urbanas actuales hacia el año 1950, a partir de la instalación de la Intendencia de Parques Nacionales y de varios hoteles y el incipiente movimiento turístico que comienza a generarse a partir de esto.

Según el estudio realizado para Puerto Deseado por Boguetti[2], ya en 1928 el Touring Club Argentino solicitaba datos e información relacionados con el turismo, y en 1929 enviaba folletos con indicadores de caminos a la vez que requería se le indique una persona de la localidad para designarla como delegada.

El primer grupo organizado compuesto por 17 turistas procedentes de Capital Federal. llegó a Deseado en el verano de 1944, viajando en tren hasta San Antonio Oeste y de allí en ómnibus, continuaban luego hacia Río Gallegos , Lago Argentino, y Punta Arenas

[2] Boguetti, Ricardo, Politica Ecoturística para la localidad de Puerto deseado, 1998

A partir de 1965 comienzan a arribar contingentes de profesores y maestros procedentes de Córdoba, Rosario y Buenos Aires, como resultado de un proyecto llevado a cabo por Don Livio Gador, a la sazón Director de Turismo de la Provincia que, con dos micros que poseía la Dirección a su cargo, los moteles de la Provincia y la promoción de la Administración de Parques Nacionales, pudo concretar estas excursiones que comenzaban en Comodoro Rivadavia (un micro llevaba a los turistas y el otro iba de apoyo). En Caleta Olivia visitaban un pozo petrolífero; en Pico Truncado pozos gasíferos y en Puerto Deseado, paseaban por la ciudad y llegaban hasta Cueva de los Leones Desde aquí los grupos continuaban al Bosque Petrificado, San Julián, Tres Lagos, El Calafate, Río Turbio y Río Gallegos. En la temporada 66/67 estos viajes se extendieron hasta Ushuaia por el sur y a Trelew por el norte.

La Patagonia fue pionera en detectar la necesidad de regionalizarse para trabajar en conjunto para promover el turismo, como factor de desarrollo de las economías provinciales. En el año 1969 se definió el Circuito Regional de la Patagonia Norte, al cual se incorpora Chubut y más adelante Santa Cruz y Tierra del Fuego, conformando así el Ente que es se denomina "Comahue Turístico", hasta que en 1974 adquiere el nombre de "Patagonia Turística", predecesor del actual Ente. "Patagonia Turística".

Etapas del desarrollo del turismo en la Provincia de Santa Cruz

Década	Etapa
1960s	Turismo de exploradores, en viajes individuales
1970s	Grupos pioneros, organizados en itinerarios recorriendo la Patagonia en tren y ómnibus
1980s	Turismo nacional, en paquetes organizados viajando por tierra o en avión
1990s	Comienzo del turismo activo de naturaleza, despegue del Calafate e inicio de actividades en El Chalten
2000s	Desarrollo acelerado del turismo internacional, y comienzo de la masificación de los servicios turísticos en Calafate.
2010/ 2016	Necesidad de pensar en un nuevo modelo de desarrollo turístico sustentable que ponga el acento en el desarrollo cualitativo de los destinos turísticos Provinciales

1.2.3. Perspectivas de la actividad

Si bien el desarrollo del sector en la provincia es promisorio y se ha visto particularmente favorecido en la coyuntura por las condiciones cambiarias, el mejor posicionamiento de los destinos turísticos regionales como Tierra del Fuego y Puerto Madryn, permiten presagiar una potencialidad que puede generar resultados muy superiores a los logrados hasta ahora, más allá del mantenimiento de las condiciones económicas.

Por otra parte la apertura de nuevos destinos turísticos debido a la finalización de la pavimentación de la ruta 40, que ocurrirá en un plazo de mínima de 2 y de máxima de 4 años, es decir durante el horizonte de vigencia de este plan, acercará a los mercados turísticos a la región occidental de la provincia. En estas circunstancias se verán beneficiadas tanto las localidades de Perito Moreno, Los Antiguos e Hipólito Irigoyen como Gobernador Gregores y su zona de influencia.

La inclusión de estos atractivos, además de diversificar la oferta turística de la provincia, puede generar un importante efecto en la oferta de bienes y servicios lo que nos lleva a prever una expansión muy importante del sector en la región Noroeste y la región Central de la provincia, hasta ahora algo relegadas.

Respecto a la Comarca Costera, la oportunidad para esta región está en ofrecer la observación de fauna marina al igual que la competencia, pero con la diferencia a favor en localidades como Puerto Deseado, Puerto San Julián o Puerto Santa Cruz de que en estas pueden verse todas las especies juntas, desde muy cerca, y en muy poco tiempo. A lo que se suma que estas ciudades tienen un perfil arquitectónico y un emplazamiento urbano mejor que los de Rawson, Puerto Madryn, porque son pequeños y relativamente compactos, porque está emplazada frente a la Ría y al mar, con muy buenas visuales y excelentes puestas de sol.

Igualmente parece llegado el momento de emplear el turismo como instrumento de desarrollo económico y social en una provincia que ofrece numerosos atractivos complementarios, de gran potencial turístico y recreativo, que permanecen ociosos como recursos.

Por otra parte la apertura de nuevos destinos turísticos debido a la finalización de la pavimentación de la ruta 40, que ocurrirá en un plazo de mínima de 2 y de máxima de 4 años, es decir durante el horizonte de vigencia de este plan, acercará a los mercados turísticos a la región occidental de la provincia. En estas circunstancias se verán beneficiadas tanto las localidades de Perito Moreno, Los Antiguos e Hipólito Irigoyen como Gobernador Gregores y su zona de influencia.

La inclusión de estos atractivos, además de diversificar la oferta turística de la provincia, puede generar un importante efecto en la oferta de bienes y servicios lo que nos lleva a prever una expansión muy importante del sector en la región Noroeste y la región Central de la provincia, hasta ahora algo relegadas.

Respecto a la Comarca Costera, la oportunidad para esta región está en ofrecer la observación de fauna marina al igual que la competencia, pero con la diferencia a favor en localidades como Puerto Deseado, Puerto San Julián o Puerto Santa Cruz de que en estas pueden verse todas las especies juntas, desde muy cerca, y en muy poco tiempo. A lo que se suma que estas ciudades tienen un perfil arquitectónico y un emplazamiento urbano mejor que los de Rawson, Puerto Madryn, porque son pequeños y relativamente compactos, porque está emplazada frente a la Ría y al mar, con muy buenas visuales y excelentes puestas de sol.

Capitulo 2. La oferta turística provincial

2.1. Comarcas y localidades turísticas de la provincia

El territorio de la provincia ha sido dividido, tomando criterios geográficos y con fines turísticos, en tres Comarcas: La Comarca Costera, La Comarca Noroeste y la Comarca Austral, las que albergan los principales centros y localidades turísticos, que prestan servicios a los turistas que visitan sus atractivos.

2.1.1. Comarca Costera

La Comarca Costera incluye la mitad este de la provincia, extendiéndose desde la meseta central hasta el Océano Atlántico, al que se asoma a través de más de 800 km. de costa de norte a sur, entre Caleta Olivia y Cabo Vírgenes.

Las aguas del océano atlántico tocan sus playas, se deshacen con furia en los acantilados y se esparcen en espumas en las rocas. Aquí el Atlántico sube y baja abruptamente todos los días; las mareas alcanzan, en algunos lugares, amplitudes de hasta 12 metros. Estas costas han sido testigos de la zaga de los conquistadores y aventureros europeos durante el siglo XVI.

La Comarca Costera está atravesada, en toda su extensión, por la Ruta Nacional Nº: 3 que de norte a sur va hilvanando las siguientes localidades:

- **Caleta Olivia**

Ciudad emplazada a 60 km. del limite con la provincia de Chubut, sobre la ruta Nacional 3, razón por la que se configura como la puerta de entrada a la provincia por vía terrestre en el circuito costero. Caleta Olivia tiene como principal atractivo, un fantástico recorrido bordeando la costa del Golfo San Jorge con acantilados y playas de arena fina, reservas faunísticas de lobos marinos y un pequeño museo que relata la historia petrolera de la región. Es emblemático de esta localidad el monumento "El Gorosito", erigido en homenaje al obrero de la industria petrolera, pionera en el desarrollo de la región.

Caleta Olivia es la segunda ciudad de la provincia en cantidad de habitantes, ya que en el censo del 2001, registraba 36.077 habitantes.

- **Pico Truncado**

Esta localidad se constituye en el año 1900 con la llegada de los primeros pobladores, su nombre lo toma del cerro cercano cuya cima se encuentra truncada. Fue conocida por años como la capital Nacional del Gas, en virtud del hallazgo de este combustible en 1946. En la actualidad cuenta con un importante Parque generador de energía eólica y una población, según el censo del 2001 de 14.985 personas.

- **Puerto Deseado**

Puerto Deseado se encuentra al noreste de la Provincia de Santa Cruz en el departamento Deseado, del cual es cabecera. La principal característica de su emplazamiento la constituye su situación de borde marítimo sobre la costa norte de la desembocadura de la ría Deseado, que en forma de embudo estrecho y largo se abre hacia el Océano Atlántico, con una longitud de aproximadamente 40 Km.

Ambas márgenes del estuario se visualizan como restingas, siendo la orilla norte de barrancas altas y escarpadas, y la orilla sur de formas más regulares. La ciudad se asienta descendiendo hacia el borde marítimo en dirección predominante noroeste – sudoeste partiendo de un nivel de 55 m. sobre el nivel del mar, individualizándose en el sector oeste, pendientes más abruptas. Estas características topográficas protegen su emplazamiento fundamentalmente respecto a los vientos predominantes del sector oeste – sudoeste. . Con datos del Censo del 2.001, la población residente en Puerto Deseado ascendía a 10.237 habitantes, en un ejido urbano es de 239 has.

- **Puerto San Julián**

La localidad está emplazada en una pintoresca bahía entre Cabo Curioso y Punta Desengaño, con excelentes playas. Pueden realizarse paseos en lancha a la isla Cormorán y Justicia, pobladas de variadísimas especies de avifauna marina Fue declarada lugar histórico debido a la celebración de la primera misa realizada en territorio argentino, en oportunidad del desembarco de Magallanes y su tripulación en el año 1520. Esta epopeya puede evocarse en el museo interactivo **Nao Victoria**, que se encuentra emplazada en la costanera. Se trata de una réplica de la nave de Magallanes con figuras en tamaño real, en las que los visitantes podrán recrear cada momento importante de esos años de descubrimiento. Puerto San Julián, cuenta con 6.143 habitantes según datos del censo del 2.001.

- **Puerto Santa Cruz**

Puerto Santa Cruz, es la ciudad más antigua de la provincia y presenta las características de la mayoría de las ciudades patagónicas. Situada en la margen sur del río Santa Cruz, casi en su desembocadura en el océano Atlántico, fue capital del territorio hasta 1887, año en el que el entonces gobernador trasladó la sede a Río Gallegos. La ciudad ocupa una planicie descendente hacia la costa, rodeada en parte por una meseta que la protege de los fuertes vientos patagónicos. Su población es según el censo del 2001 de 3.469 habitantes.

- **Comandante Luís Piedra Buena**

Localidad enclavada en la margen norte del río Santa Cruz a pocos kilómetros de su desembocadura en el mar. Según el censo del 2001 cuenta con 4.176 habitantes. Sus atractivos más destacados son la isla Pavón, lugar ideal para el campamentismo, la estación de piscicultura, el museo Casa histórica de Piedra Buena y los murales urbanos que recrean la historia y los mitos tehuelches. Es el lugar indicado para la captura de la trucha Steelhead.

- **Río Gallegos**

Ubicada en el extremo sudeste de Santa Cruz, sobre la margen sur de la desembocadura del río del mismo nombre, Río Gallegos es la ciudad más importante de la provincia que se caracteriza por tener pequeños asentamientos humanos. Con alrededor de 80.000 habitantes, Río Gallegos es la segunda ciudad más importante de la Patagonia costera y la más grande de la provincia. Al ser la capital de la provincia es sede de los tres poderes públicos, por lo que es centro administrativo y de servicios de la provincia. En la ciudad también funciona el último puerto continental del Atlántico.

2.1.2. Comarca Noroeste

La comarca comprende los departamentos provinciales Lago Buenos Aires y Río Chico. Desde el punto de vista turístico es la región de la provincia que menos se ha desarrollado, con una muy marcada estacionalidad y una baja estadía promedio.

Sin embargo tiene un calificado número de atractivos turísticos entre los que se encuentra La Cueva de las manos- Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO- el Parque Nacional Perito Moreno, La Reserva Natural San Lorenzo y varias cuencas lacustres de importancia, así como un número considerable de atractivos culturales potenciales que deben ser investigados y puestos en valor para agregarlos a la oferta turística.

Esta comarca que estuvo por muchos años aislada por las grandes distancias, las condiciones de las rutas y las condiciones climáticas extremas en largos períodos del año, tiene sin embargo un futuro sumamente alentador, para insertarse en el mercado turístico nacional e internacional con imagen de naturaleza virgen e incontaminada, a lo que suma un fuerte componente cultural.

- **Los Antiguos**

Población fronteriza ubicada a orillas del lago Buenos Aires. Cuenta con un particular microclima que permite el cultivo de frutas finas, hortalizas y flores, celebrándose cada mes de enero la Fiesta Nacional de la Cereza. Según el censo del 2001 cuenta con 2.047 habitantes. Caracterizan su paisaje, un bellísimo panorama de altas montañas nevadas entre las que se destaca el Monte Zeballos por sus variadas posibilidades de trekking y cabalgatas.

- **HipólitoYrigoyen (Lago Posadas)**

210 km. al sur de la localidad de Perito Moreno se encuentra emplazada la localidad de Hipólito Irigoyen sobre una de las márgenes del Lago Posadas, sitio excelente para la pesca de salmónidos. Esta pequeña localidad que cuenta con 250 habitantes según el Censo del 2001, tiene todos sus accesos de ripio. Y está ubicada al pie de la cordillera sobre el valle que forman el Río Blanco y los lagos Pueyrredón, Posadas y Salitroso. Es un lugar privilegiado para observar el monte de mayor altura de la provincia, el San Lorenzo. Desde esta localidad pueden realizarse excelentes excursiones de trekking a los atractivos turísticos naturales y arqueológicos que se encuentran en sus alrededores. La capacidad de alojamiento total de Hipólito Yrigoyen, es en la actualidad de: 21 habitaciones con 81 plazas.

2.1.3. Comarca Austral

La Comarca Austral ubicada en el sector sud-occidental de la Provincia, en el extremo austral cordillerano de la Patagonia continental argentina, abarca los principales y más conocidos atractivos y destinos turísticos de Santa Cruz. Entre ellos, el destino de jerarquía internacional El Calafate- con el Parque Nacional de los Glaciares y su emblemático Glaciar Perito Moreno, auténtico icono de la Patagonia, de la Argentina y de toda Sudamérica. Este glaciar es único en el mundo por sus características especiales que combinan un comportamiento exclusivo de movimiento y ruptura, fácil accesibilidad, proximidad al espectador –unos 150 m- y monumentalidad, constituye el segundo destino más importante de Argentina, incluso

por delante de las Cataratas de Iguazú según muchos operadores consultados. Agrupa 3 destinos turísticos diferenciados que resultan complementarios, e incluso sinérgicos entre sí.: El Calafate, El Chaltén y Río Turbio

2.1.3.1. El Calafate

El Calafate localidad fundada en 1927, cabecera del Departamento Lago Argentino, es el principal centro urbano proveedor de servicios turísticos de una amplia área de cordillera y estepa del sudoeste de la Provincia de Santa Cruz. Gran parte de este territorio corresponde al Parque Nacional Los Glaciares (445.900 ha), a las Reservas Nacionales Los Glaciares Zona Viedma, Zona Centro y Zona Roca (154.100 ha), a la Reserva Provincial Península de Magallanes (40.000 ha) y los lagos Viedma y Argentino.

Los dos grandes lagos del área se alimentan con el agua de los deshielos y las lluvias con una temperatura superficial inferior a los 4° C. El Lago Argentino posee una superficie de su espejo de agua de 1.466 km^2 y una longitud de costa de 640 km, con una profundidad media de 150 m y máxima de 500 m. El color de sus aguas verdiblanco se debe al contenido de "leche glaciaria" producto de las micropartículas que produce la abrasión de los glaciares sobre el lecho rocoso. Sus aguas fluyen hacia el océano Atlántico a través del río Santa Cruz.

El lago Viedma cubre 1.200 km^2 con un largo aproximado de 85 km y un ancho de 20 km. Su costa oeste es alta, erosionada por la acción de los hielos, formándose numerosos fiordos y canales mientras que la costa este es baja. Ambos lagos se comunican a través del río Leona.

Calafate estuvo vinculado en sus orígenes a la actividad ganadera, sin embargo su cercanía con el Glaciar Perito Moreno signó desde los años '70 su destino como centro turístico. La población del Calafate, según el censo del 2001, era de 6.410 habitantes, con una tasa de crecimiento, respecto a los valores del año 1990 del 107 %.

Los datos del 2001, han quedado desactualizados debido al intenso crecimiento del municipio en los últimos años, si hacemos una proyección de la

tendencia, el cálculo arroja que la población para fines del 2005 era de 9.659 habitantes, volumen que en temporada alta se triplica por la presencia de los turistas y del personal de servicio temporal que trabaja en la localidad.

2.1.3.2. El Chaltén

La denominación que se ha popularizado del área, como "la zona de Chaltén", proviene de su rasgo más saliente, su atractivo más poderoso y que le da renombre nacional e internacional: el Cerro Chaltén[3] o Fitz Roy. A su vez, esta espectacular montaña ha dado nombre al poblado de El Chaltén, en el límite Este de la Reserva Nacional.

El pueblo de El Chaltén, fundado en 1985 por ley provincial 1771/85, quedó totalmente inserto dentro del área protegida del Parque Nacional Los Glaciares Luego, la ley nacional 23.766 de 1989 desafectó del dominio de la Nación (Reserva Nacional) ese sector -135 hectáreas-, con esa finalidad. Está limitado naturalmente al sur y al este por los ríos Fitz Roy y de las Vueltas respectivamente. El Chaltén depende casi por completo de las actividades turísticas, que se desarrollan en el Parque, lo que convierte a El Chaltén en un asentamiento urbano muy ligado al manejo y a la conservación de las áreas y atractivos turísticos del área protegida..

El Chaltén fue declarado "Capital Provincial del Trekking" y sede de la "Fiesta Nacional del Trekking", que se realiza anualmente desde entonces, por Resolución de la Secretaría de Turismo de la Nación. Estas declaraciones, con la que se identifica plenamente la población, son un testimonio de la vocación por un determinado perfil de desarrollo económico -que necesita de la conservación de áreas silvestres-, y a la vez impone una gran responsabilidad a sus habitantes para estar a la altura de sus implicancias.

Según el Censo de población y vivienda del 2001 El Chaltén tiene 371 habitantes, aunque en temporada la población prácticamente se duplica, por la afluencia de trabajadores temporarios en los servicios de gastronomía y alojamiento, así como guías y ayudantes de los prestadores de servicios turísticos que operan en el área.

[3] "La montaña que echa humo" en lengua tehuelche.

- **Río Turbio y 28 de noviembre**

Se trata de dos núcleos urbanos, situados escasamente a 15 Km de uno del otro, Río Turbio cuenta según el censo del 2.001 con 6.650 habitantes y 28 de Noviembre, con 4.686 habitantes. Ambas ciudades, muy ligadas a la explotación de las minas de carbón, tienen una peculiar estética minera que junto con las diversas entradas al yacimiento y el tendido del ferrocarril, conforman un espacio de relativo interés turístico. Durante los meses de invierno, es el destino ideal para los amantes del esquí nórdico o alpino ya que El centro de Deportes Invernales Valedén, que se localiza en las inmediaciones, cuenta con todos los servicios necesarios para una buena estadía.

2.2. Principales recursos turísticos de la Provincia

A continuación se presenta un cuadro en el que se hace referencia a los atractivos turísticos de mayor relevancia que posee la provincia, discriminando a que Comarca Turística pertenecen y cual es el centro turístico más cercano.

Cuadro 2 : Principales recursos turísticos de la provincia

Comarca	Atractivo Turístico	Breve descripción	Centro Turístico
NOROESTE	**1. Cañadón del río Pintura y Cueva de las manos**	En 1999 la UNESCO declaró a la cueva de las manos Patrimonio Mundial Cultural de la Humanidad, por ser uno de los más importantes testimonios de los cazadores prehistóricos que habitaron hace 10.000 años la estepa patagónica. La cueva de las manos que está en un sector del cañadón del río Pinturas, alberga más de 800 manos en negativo y algunas en positivo, varias cacerías de guanacos, en colores rojo, ocre y amarillo.	Perito Moreno
	Corredor arqueológico paralelo a la ruta 40 (alero charkamata, cueva grande del arroyo feo, estancia los toldos)	Entre los años 10.000 a.C. y 700 de nuestra era, los pueblos que precedieron a los tehuelches dejaron su impronta en una gran cantidad de cuevas, aleros y paredones de roca, convirtiendo a la provincia en una importante reserva de arte rupestre. Si bien no llegaron a manejar ninguna forma de escritura, a través de diversas manifestaciones pictóricas lograron transmitir su forma de subsistir en la inhóspita estepa. Diferentes escenas de caza, infinidad de manos, animales y dibujos geométricos posibilitaron que los investigadores establecieran diferentes periodos evolutivos en la historia aborigen local.	Perito Moreno
	Lago Buenos Aires	Con su continuidad chilena es el segundo de los espejos lacustre más grandes de Sudamérica (2.240 km.2), Los continuos vientos provocan un oleaje fuerte que muere en sus playas de canto rodado. Además de su atractivo paisajístico, sus aguas azules y profundas son muy buscadas para la práctica de la pesca deportiva tanto de costa como embarcada.	Los Antiguos
	Microclima	Aprovechando el particular microclima de los Antiguos.	Los Antiguos

	chacras y viveros	Las chacras se dedican al cultivo de frutas y hortalizas y los viveros están dedicados al cultivo de flores, como los tulipanes, y frutas finas como cerezas y frutillas. La mayoría de ellos recibe a los turistas para mostrar su forma de producción y exhibir y vender su producción.	
	Camino paisajístico del Monte Zeballos (ruta 41)	Este camino, paralelo al límite con Chile, parte del Lago Buenos Aires y bordeando los ríos Jeinimini y Zeballos alcanza los 1.500 m. alternando en su transcurso la vegetación de estepa, bosques de ñires y paisajes de alta montaña en el desolado paso del portezuelo impresionantes formaciones geológicas y cascada de deshielo, con vistas al Monte Zeballos y Monte San Lorenzo, desde allí el camino desciende rumbo al sur hacia los lagos, Columna, Posadas y Pueyrredón.	Los Antiguos
	Parque Nacional Perito Moreno	. Fue creado en 1.937 y esta ubicado en el Noroeste de la Provincia, sobre una región montañosa y lacustre, con valles a más de 700 metros sobre el nivel del mar. El clima en el parque es sumamente riguroso con una vegetación achaparrada, excepto en la cuenca de los Lagos Azara y Nansen, donde debido a la mayor elevación es favorable para la presencia de lengales Tiene una superficie de 115.000 hectáreas dividida en tres sectores. Este parque por estar alejado de los principales centros turísticos de la provincia recibe muy pocos visitantes, aunque ofrece las inmejorables posibilidades y condiciones ambientales para poder observar cóndores, guanacos, choiques, zorros colorados y grises y toda la avifauna lacustre.	Gdor. Gregores
	Lagos Pueyrredón y Posadas	Los lagos Pueyrredón y Posadas, apenas separados por una lengua de tierra, se destacan por el contraste entre el color de sus aguas, en un caso verde turquesa intenso y en el otro azuladas. Desde este lugar se aprecia una vista privilegiada del Monte San Lorenzo.	Hipólito Irigoyen
	Monte San Lorenzo	Con 3.706 metros es el cerro más alto de la provincia, posee una serie de glaciares colgantes, ventisqueros y paredones de hielo y roca que alcanzan desniveles de hasta 2.500 m. lo que le otorgan un aspecto desafiante para los escaladores profesionales.	Hipólito Irigoyen
COSTERA	**Monumento Nacional Bosques Petrificados**	La creación de este monumento natural tuvo como finalidad preservar un extraordinario yacimiento de fósiles, el más importante del país. Se lo denomina bosque porque está constituido por coníferas del periodo jurásico que yacen en el mismo lugar donde transcurrió su vida. Algunos de los ejemplares miden 25 m de longitud y también se encuentran piñas que tienen la misma estructura que las actuales.	Jaramillo
	Reserva Natural Ría Deseado	La Ría Deseado es sin lugar a dudas el principal atractivo, y el de mayor jerarquía de Puerto Deseado y sus alrededores. Es también el más visitado y el que tiene mejor organizada su operación. La oferta incluye alternativas de diferentes precios y tiempos de recorrido, pero aún la más corta permite una buena apreciación de las características geográficas de la ría y de la riqueza de su fauna. Esta ría es un muestrario casi completo de la fauna marina y avícola de la costa patagónica argentina. toninas overas, lobos marinos de un pelo, pingüinos de Magallanes, palomas antárticas, ostreros, patos crestón, gaviotas, cormoranes grises y roqueros, garzas, biguá o cormorán negro.	Puerto Deseado
	Reserva Natural Cabo Blanco	La reserva Natural Cabo Blanco se destaca por el valor de su paisaje consistente en un conjunto de morros y escarpados islotes, la variedad de su avifauna fundamentalmente, por ser uno de los mayores apostaderos continentales del lobo marino de dos pelos de toda la costa patagónica. En el lugar existe personal del apostadero naval.	Puerto Deseado

Ría Deseado	Su característica más distintiva es que se trata del único rio sudamericano que en remotas épocas geológicas dejo de volcar sus aguas en el Océano permitiendo que este invadiera el antiguo cauce de 40 Km. hacia el interior del continente. Los espectaculares paisajes y la riqueza faunística se conjugan para hacer de la ría un verdadero tesoro de la naturaleza.	Puerto Deseado
Miradores de Darwin	Comienza con la Bahía Concordia en el sector de la Península Stokes, junto al Cerro Van Noorth, y continúa hasta el final de la ría en Paso Marsicano. Aparte de las ya mencionadas, se destacan Caleta Tiburón, Cueva de Piccinini, Islote de los Lobos, Cuevas con resto de pinturas rupestres y diversos puntos panorámicos, entre los que se destacan los Miradores de Darwin. La casi totalidad de atractivos están situados sobre la costa norte y pueden ser accesibles por tierra, sin embargo lo ideal es recorrer el parque navegando por el cañón de Deseado o combinando la navegación con un recorrido terrestre especialmente en el caso de los Miradores de Darwin (excursiones marítimas). Para su visita por tierra se requiere coordinar las mismas previamente con la estancia La Aurora	Puerto Deseado
Reserva Natural Isla Pingüino	La Isla Pingüino se halla a 25 km. de la costa de Puerto Deseado, mar adentro que junto a Bahía Oso Marino e islotes adyacentes, constituyen un importante reservorio de la fauna como skúas, ostreros, patos vapor, cormoranes y otras aves marinas. La isla, de difícil acceso, sy su visita corresponde a la categoría turismo de aventura, ya que el desembarco en la Isla es sumamente dificultoso y si el viento arrecia, el retorno puede tornarse imposible, debiendo esperar al día siguiente en que, por la mañana, en general las condiciones de navegación son mejores. Allí pueden verse lobos y elefantes marinos, más la presencia de colonia de pingüinos "penacho amarillo", skúas y pingüino de Magallanes. Cabe consignar que el pingüino Penacho Amarillo habita únicamente en esta Isla y en la Antártida.	Puerto Deseado
Corbeta Swift	Embarcación británica hundida en 1770 en la ría de Deseado y conservada (sumergida) en muy buenas condiciones. Sus restos están siendo recuperados y estudiados por un grupo de arqueólogos subacuáticos. Las piezas recuperadas se exhiben en el Museo Provincial Brozoski.	Puerto Deseado
Edificio de la ex estación central de Ferrocarril	Declarado de interés turístico Nacional el edificio fue construido con piedras de la zona perfiladas manualmente por picapedreros yugoslavos, con reminiscencias de estilo inglés. Se exhibe una muestra de material que perteneció al funcionamiento del mismo.	Puerto Deseado
Reserva Natural San Julián	Ubicada aledaña a la localidad de Puerto San Julián, esta reserva tiene por objeto proteger dos loberías y colonias de las cuatro especies de cormoranes que habitan esta zona. Se encuentran además colonias de pingüinos de Magallanes, Biguaes, ñandúes, distintas clases de Zorros, Piches y Guanacos.	Puerto San Julián
Floridablanca	Ruinas de una fortificación española de adobe construida en 1780 que fue abandonada al poco tiempo de ser instalada. Sus restos son estudiados por arqueólogos desde hace sólo 2 años. Algunas piezas recuperadas se exhiben en el museo municipal.	Puerto San Julián
Nao Victoria	Es una réplica en escala real de una de las embarcaciones con las que Magallanes dio la vuelta al mundo, Está instalada en un punto central del paseo costanero. La expedición de Magallanes pasó un invierno	Puerto San Julián

		en la reparada bahía de San Julián, produciendo un número importante de hechos históricos.	
	Estancia La María	Ubicada a 150 km. al Noroeste de Puerto San Julián. Las Pinturas rupestres que se encuentran reflejan la presencia sucesiva de cuatro pueblos o niveles culturales, se destacan por su variada policromía y por la enorme abstracción de muchas de ellas.	Puerto San Julián
	Parque Nacional Monte León	El Parque, único en la costa atlántica, protege colonias de cormoranes imperiales, grises y roqueros, ostreros negros, pingüinos magallánicos y lobos marinos de un pelo (también llamados leones marinos). Además de la Pingüinera y Lobería de Monte León, tierra adentro es habitual ver guanacos y choiques.	Puerto Santa Cruz
	Reserva Faunística Cabo Vírgenes	Emplazada a 135 Km. Al sur de localidad de Río Gallegos se encuentra esta reserva, su importancia radica en que es un sitio reproductivo del pingüino magallánico. Es la segunda pingüinera de Sudamérica en cantidad de pingüinos que llegan a sus costas (180 mil ejemplares).	Río Gallegos
	Faro Cabo Vírgenes	Uno de los faros más australes del estrecho de Magallanes, el sitio donde estaba emplazado el antiguo correo, el cementerio, el sitio donde posiblemente estuvo asentada la Ciudad del Nombre de Jesús y la zona donde se encuentra el barco hundido.	Río Gallegos
	Laguna Azul	Ubicada a 62 km. al sur de Río Gallegos, es una reserva geológica provincial. El lugar debe su nombre a una laguna de un intenso color azul, alojada dentro del cráter de un volcán. Es un paisaje de marcado interés geológico por sus características volcánicas. La laguna se presenta como un gran ojo de agua enriquecida por la flora y la fauna de la región.	Río Gallegos
AUSTRAL	**Parque Nacional Los Glaciares y Glaciar Perito Moreno**	Este Parque Nacional y Sitio Patrimonio de la Humanidad posee la mayor concentración de glaciares accesibles en el mundo con más de 360 glaciares que atesora, varios de ellos especialmente accesibles y con características particularmente atractivas para los turistas –por su proximidad y dimensiones, patrón de movimiento y ruptura, espectacularidad, estruendo de los desprendimientos que se producen frente y a escasa distancia del espectador, (150 metros) .,- conforman un atractivo impactante y único en el mundo .	Calafate
	Cuevas del Gualichú	A 8 Km. al este de El Calafate por ruta Prov. 11, pavimentada, se encuentran estas pinturas rupestres originales y reproducciones.	Calafate
	Lago Argentino	Bautizado con este nombre por el Perito Moreno, este lago da origen al río Santa Cruz. Sobre su margen sur se localiza el Calafate.	Calafate
	Lago Roca	El lago Roca, ubicado al sur del Parque Nacional Los Glaciares, ofrece excelentes visuales y hermosos lugares de acampe entre bosquecillos de lengas y ñires. También se destaca la posibilidad de pesca de trucha	Calafate
	Glaciares Upsala, Onelli y Spegazzini	Navegando por el brazo norte del Lago Argentino, se avistan los tres glaciares. El Upsala, es el más grande de todos con sus casi 600 km. de superficie, mientras que el Spegazzini es el que posee la pared frontal más alta, con 135 metros. El glaciar Onelli por su parte se encuentra en retroceso y se aprecia desembarcando y caminando por la orilla del lago y a través del bosque hasta la Bahía Onelli.	Calafate
	Bosque Petrificado La Leona	Se trata de restos de un Bosque petrificado que se encuentran en el interior de una estancia probada pero que se pueden visitar.	Calafate
	Campo de Hielo Continental Patagónico	Es uno de los dos testimonios continentales que aún subsisten de las últimas glaciaciones, ocurridas en el período pleistoceno, que abarcó entre 1,5 millón y 20 mil años atrás. (el otro campo de hielo está a algunos km. al	Calafate

	norte enteramente en Chile)	
Co. Fitz Roy y Co. Torre	Situado a 1.500 m. Sobre el nivel del mar, posee aproximadamente14.000 km. cuadrados y de él se desprenden unos 300 glaciares 13 de los cuales aportan sus hielos a la cuenca atlántica del río Santa Cruz. El cerro Fitz Roy denominado también Chaltén, en el idioma originario, junto con el Torre, son reconocidos por los escaladores más experimentados como dos de los picos más dificiles del planeta. Tanto por su geologia como por el clima que los enmarca.	Chanten
Miradores del Torre y del Fitz Roy	Desde el Chaltén nacen una serie de picadas y senderos que se adentran en el bosque y la montaña, para apreciar las mejores vistas hacia estos cerros	Chanten
Laguna del Desierto	Ubicada 37 km. al norte del Chaltén por la ruta provincial 23 que bordea el río de las vueltas. Enmarcado por un bosque muy húmedo, ofrece sendas para trekking y la posibilidad de visitar el glaciar colgante Huemul.	Chaltén
Tren minero,	En Río turbio nace una de las líneas férreas más australes del mundo, que une la cuenca carboníferas con Río Gallegos y es utilizada para el transporte del Carbón	Río Turbio
Zona Mina Uno	En la zona de Mina 1, en la que se ubicó el primer asentamiento poblacional que dio origen a la cuenca minera. Esta ubicado a 6 km. de Río Turbio. Debe su nombre a que allí comenzó la explotación del yacimiento. En la zona se encuentran miradores desde los que se domina el paisaje circundante.	Río Turbio
Museo Minero Río Turbio	Dentro de esta escuela funciona el museo en el que se recrea la historia de la Villa y su vinculación con los trabajos de explotación de la mina. También se puede apreciar como se depura el carbón extraído de la mina.	Río Turbio
Centro de Deportes Invernales Valedén	Ubicado a 4 kilómetros de Río Turbio, tiene la particularidad de estar rodeado de un frondoso bosque de lengas, de ahí su nombre que es la sigla de Valle de Lengas. Fue el primer centro de esquí en Sudamérica en contar con pistas con iluminación artificial. En sus 100 hectáreas de superficie esquiables, el centro cuenta con seis pistas de esquí alpino, medios de elevación con una longitud de 670 metros y una capacidad de transporte de 700 personas por hora. Además tiene espacios propicios para el esquí de fondo y para hacer travesías en trineos, cuatriciclos y motos de nieve.	Río Turbio

El inventario de los principales recursos turísticos de Santa Cruz pone de manifiesto la existencia de atractivos turísticos de gran interés, tanto naturales como culturales, de los 38 atractivos principales identificados el 65 % corresponden a la categoría Sitios Naturales y el 35 % corresponden a la categoría atractivos culturales. La descripción de estos atractivos realizada en el cuadro anterior evidencia la gran potencialidad de la provincia para el desarrollo de una oferta turística diversificada dirigida a segmentos de mercado de variados intereses.

2.3. Principales productos turísticos de la provincia

Un producto es, esencialmente, un satisfactor de necesidades; es decir es un servicio o un elemento físico cuyo objetivo es cubrir las necesidades y deseos de un

grupo de clientes al cual se denomina segmento de mercado. Estos consumidores son esenciales ya que en base a sus características van a definir el producto.

Los productos turísticos, se construyen a través de la combinación de los recursos turísticos de un destino con los servicios necesarios, para su consumo por parte de la demanda turística. Estos productos se desarrollan en torno a uno o varios temas relacionados o de interés especial que se comercializan hacia diferentes segmentos de mercado.

2.3.1. La segmentación del mercado

Del análisis de los datos explorados en los puntos anteriores de este informe, derivamos la conveniencia de organizar la población potencialmente usuaria de los servicios turísticos de la provincia, en segmentos homogéneos y diferenciados.

La segmentación es una técnica consistente en separar una población global de consumidores o usuarios en varios subconjuntos homogéneos, determinando criterios capaces de explicar sus características y comportamiento.

Los consumidores pueden ser clasificados en muchas dimensiones, tales como características demográficas, estilos de vida, nivel socio-económico. Afortunadamente, al comenzar a observar un mercado con detenimiento, aparece con claridad que los miembros de ese mercado confluyen en grupos naturales o segmentos.

Estos segmentos forman mercados separados en sí mismos y pueden, a menudo, ser lo suficientemente grandes como para permitir una estrategia de marketing separada. Al integrar una estrategia de segmentación clara con el análisis de fortalezas y debilidades de los atractivos de la provincia se asegura una concentración de recursos en aquellas áreas donde la provincia tiene las mayores ventajas competitivas. Los criterios de segmentación que pueden utilizarse son múltiples.

La segmentación por características del consumidor turístico arranca de la pregunta: ***"¿Quiénes y cómo son nuestros consumidores?".*** Por ejemplo, distintos grupos de edades en función de la etapa en su ciclo vital, tienen distintas necesidades turísticas: las características socio-económicas o sociodemográficas de la población suele ser otro criterio; a este tipo de segmentación se la denomina horizontal . Pero hay otros criterios basados en características más sutiles de la población, como

pueden ser los estilos de vida, actitudes y motivaciones de cada grupo de población, a este tipo de segmentación se la denomina vertical, porque cruza diferentes grupos demográficos, etarios, económicos reuniéndolos en torno a una misma motivación.

Para el plan de turismo de la provincnia, hemos utilizado una mezcla de estos criterios para distinguir 14 segmentos diferenciados de la población:

Cuadro 3: Segmentos de mercado

SEGMENTOS		
Familias	Jovenes	1
	Adultas	2
	Maduras	3
Otros grupos	Estudiantes	4
	Adultos mayores	5
	De negocio	6
Intereses Especificos	Generalista	7
	De estancias	8
	Cultural	9
	De trekking	10
	De escalada	11
	Activo de aventura	12
	De pesca deportiva	13
	Explorador itinerante	14

Segmento Familias

En primer lugar se ha definido el segmento de familias que, a su vez, se ha clasificado en tres subsegmentos en base a la "edad" del grupo familiar.

- **Familia Joven**

Es la familia compuesta por una pareja de recién casados o bien con bebés, hijos pequeños en edad de jardín o en sus primeros grados de primaria.Es decir, es un grupo muy solicitado por la crianza de los chicos .No es difícil imaginar el tipo de consumo que esta familia tendrá en sus vacaciones en términos de seguridad, apoyo médico, exposición a la naturaleza, comidas especiales, recreación infantil, etc

- **Familia Adulta**

En este caso los hijos ya están en el secundario. Influyen mucho en las decisiones y la familia tiene la necesidad de diferentes alternativas diversificadas que satisfagan a las diferentes generaciones que la componen, todas ellas con poder adquisitivo

- **Familas Maduras**

Los hijos pueden acompañar un tramo de las vacaciones o salidas, pero, en general, nos encontramos con una pareja compuesta por personas que han pasado los 50, a veces en grupo de hermanos o amigos.Aparecen con fuerza interes culturales y el acercamiento a la naturaleza es suave y contemplativo. Puede haber necesidad de cuidados terapéuticos.

Segmento: Otros grupos

En segundo lugar hemos clasificado tres subsegmentos de mercado muy caracterizados, como son : los estudiantes, los adultos mayores, y los hombres/ mujeres de negocios, como otros grupos especificos y bien diferenciados.

La nota común en ellos es que son grupos compuestos por individuos muy homogéneos con pocos grados de libertad en la situación vacacional y con obligaciones o necesidades muy definidas, tales como formarse, conocer, trabajar. Otra característica de este grupo, es que la contratación del servicio suele ser realizada por profesionales de compras en el marco de Instituciones o Empresas lo que puede condicionar la modalidad de comercialización

Segmento: Intereses Especificos

Por último, hemos esbozado una segmentación en donde la edad no es el tema relevante sino que el interés del turista en desarrollar una actividad dada (en solitario, familia o en grupos) es la motivación para viajar.

En el esquema distinguimos distintos subsegmentos: Turismo Generalista, Turismo de estancias, turismo cultural, turismo de naturaleza, turismo de trekking, turismo de escalada, turismo activo de aventura, turismo de pesca y explorador itinerante. Estamos hablando de turistas especialistas o con ganas de serlo, quiere

decir que cuando más amplia y profunda sea la oferta de actividades de su interés, mayor será la satisfacción obtenida y la tendencia a difundir esta satisfacción con el producto.

Para describir estos grupos de intereses específicos, sus características y las actividades que realizan y su perfil, hemos tomado como base la clasificación realizada por la O.M.T adaptándola a las características de los atractivos de la Provincia, lo que se presenta en el siguiente cuadro:

Cuadro 4 : Segmentos específicos de mercado turístico de la provincia.

Segmentos	Características	Principales actividades	Perfil de los turistas
TURISMO GENERALISTA	Turismo cuya motivación para realizar un viaje es el descanso, la recreación o diversión, la contemplación de bellezas escenificas pero sin una inclinación hacia la realización de actividades específicas	Visitas a lugares de gran interés paisajístico para su contemplación. Excursiones y compras.	Turistas con un nivel de educación e ingresos medio, de edad media a avanzada, suelen pernoctar en hoteles, suelen hacer viajes largos e internacionales, están en la búsqueda continua de nuevos destinos, y son "coleccionistas" de lugares.
TURISMO DE ESTANCIAS	La cultura rural es un componente clave del producto, y su especificidad es la de ofrecer a los turistas un contacto familiar y personalizado con las tradiciones y estilos de vida propios de los habitantes de la zona	estadías de vacaciones en el campo participación en la medida de lo posible, de los turistas en las actividades rurales	En el turismo rural existe un gusto por la dimensión física y humana del entorno rural y un fuerte componente cultural y educativo, la mayoría de las personas son de clase media o alta, provienen de núcleos urbanos y conceden gran importancia a los valores y la identidad local.
TURISMO CULTURAL	Abarca las actividades y experiencias culturales que atraen y fomentan el turismo, significa sumergirse y disfrutar del estilo de vida de los habitantes del lugar, el entorno local y de los aspectos que determinan su identidad y carácter.	Visitas a manifestaciones culturales, artísticas o históricas de un lugar determinado	Por lo general, el nivel de ingresos y de educación es superior a la media, suelen hacer viajes largos, alojarse en hoteles e interesarse por las compras. Normalmente pertenecen al grupo de edad de 45 a 60 años, han viajado por el mundo, por lo que constantemente buscan nuevos lugares de destino.
TURISMO DE NATURALEZA	Tiene como principales motivaciones la realización de actividades de esparcimiento, y conocimiento de la naturaleza ,y la práctica de actividades deportivas de diferente intensidad física y riesgo que usen expresamente el medio natural de forma específica, garantizando la seguridad del turista y sin degradar o agotar los recursos.	Las actividades que desarrolla este segmento de mercado suelen ser la fotografía, la observación de flora y fauna, visitas guiadas, paseos (cortos o largos) o actividades de turismo activo de diferente intensidad física y riesgo	Se caracterizan por ser personas cultas, con alta sensibilidad por la protección de la naturaleza, buscando entornos no degradados; suelen ser turistas internacionales, de edad media a avanzada y con nivel de vida relativamente alto.
TURISMO DE TREKKING	Es un tipo de turismo bastante selectivo y especializado en la práctica del trekking, ya sea guiado o independientemente, con distintos grados de	Desde el senderismo hasta el trekking de altura, que se practica en paisajes emblemáticos de	Son personas jóvenes, entre los 25 y 45 años de edad, con una renta media-alta y educación media-superior, con especial interés por caminar en ambientes naturales poco alterados.

	dificultad y duración	naturaleza.	
TURISMO DE ESCALADA	Escaladores, organizados en pequeñas expediciones en el marco de clubes de alpinismo que viajan generalmente por su cuenta,	Escalada y trekking de altura con diversos grados de dificultad	Personas jóvenes o de mediana edad, con una educación media-superior, y capacidad de gasto media, altamente entrenados para la actividad que realizan, suelen alojarse en albergues, refugios o campamentos de montaña y siempre están en la búsqueda del desafío y escalar otros picos.
TURISMO ACTIVO/ AVENTURA	Realizan viajes en busca de actividades orientadas a la práctica de actividad física, en zonas relativamente inexploradas. Puede subdividirse en turismo de gran aventura y turismo activo. El primero es en el que se realizan actividades que entrañan cierto riesgo, y emociones fuertes y para lo que es necesario ciertas capacidades técnicas en los participantes; el turismo activo. es menos exclusivo;	Actividades de aventura: la práctica de submarinismo, parapente, paracaidismo, rafting, escalada Actividades de turismo activo: paseos en bicicleta de montaña o a caballo, kayak o excursiones en globo.	Es una persona culta, con experiencia de mundo, de unos 30-60 años, que se encuentra en el apogeo de su carrera y dispone de un volumen importante de ingresos. Las personas que practican la aventura de manera organizada, tienen mayor nivel de ingresos y son de mayor edad, que la media, en cambio los más jóvenes lo suelen hacer de manera independiente, por sus limitaciones de presupuesto y por el desagrado de viajar en tours organizados.
TURISMO DE PESCA DEPORTIVA	Segmento esencialmente motivado por la práctica de la pesca deportiva, ya sea en mar, ríos, o lagos .Este tipo de turistas tienen una alta sensibilidad hacia los entornos naturales bien conservados.	Pesca Deportiva Observación de la naturaleza	Se suele tratar de hombres de edad media o avanzada, con un nivel de renta y educación alta, residentes en ciudades que suelen realizar varios viajes de pesca al año, pudiendo estar en ocasiones acompañado por amigos, sus parejas o la familia.
EXPLORADOR ITINERANTE	Segmento turístico que visita los lugares más impresionantes y famosos, y que realiza estadías prolongadas organizados por su cuenta, es un segmento internacional cuyo nivel de gasto es menor al de la media.	Conocer a fondo y sumergirse en la cultura del lugar que visitan y conocer con detalle los lugares, su cultura, costumbres e historia,	Se trata de personas, jóvenes, sin hijos, suelen ser estudiantes que viajan de forma independiente, sin horarios ni fechas fijas, con un nivel de renta media y estudios medio-alto. No se alojan en hoteles, sino en campings, estancias, albergues, o casas de pobladores locales.

Fuente: clasificación de segmentos de mercados de la OMT y elaboración propia adaptándolo a los productos de la provincia

2.3.2. Las líneas de productos

En cuanto al examen de los atractivos que puedan satisfacer a esos segmentos, el nivel de análisis adoptado es el de **Línea de producto**. Las líneas de producto principales de la Provincia de Santa Cruz son 10 líneas siguientes:

1. Glaciares y lagos
2. Turismo de estancias
3. Trekking
4. Turismo de aventura
5. Avistaje de Fauna
6. Pesca Deportiva
7. Histórico, cultural, arqueológico

8. Congresos y Convenciones,
9. Turismo minero,
10. Turismo Ferroviario

Cada una de estas líneas se dividirá en innumerables subproductos o variantes de los mismos destinados a captar los distintos segmentos de usuarios. Así dentro del turismo de aventura encontraremos productos tales como: escalada, Kajac, caminatas sobre el glaciar, cabalgatas, etc.

Cuadro 5 : Descripción de las líneas de Producto de la Provincia

PRODUCTOS		DEFINICIÓN
PRODUCTOS ACTUALES	**Glaciares y lagos**	Es la modalidad de turismo que se realiza en áreas naturales de gran valor ecológico, paisajístico y/o geomorfológico donde predominan las actividades en glaciares y lagos. La principal motivación es el conocimiento, interpretación, disfrute de la naturaleza con desarrollo de actividades sostenibles, preferentemente con servicios guiados por expertos o apoyados por centros de interpretación.
	Turismo de Estancias	Modalidad de turismo que incluye el desarrollo de actividades en el medio rural, cuya motivación principal es la búsqueda de atractivos turísticos asociados al descanso, paisaje, cultura tradicional y conocimiento de técnicas productivas y particularidades de la forma de vida y trabajo en el campo.
	Trekking	Modalidad de turismo que hace referencia a los viajes realizados por turistas para la práctica del trekking (senderismo), suele desarrollarse en contacto con la naturaleza, en zonas remotas o relativamente inexploradas.
	Turismo de aventura	Modalidad de turismo activo que incluye actividades caracterizadas por la relación aventura-naturaleza. Las motivaciones principales son experimentar emociones fuertes, realizar actividades fuera de lo común o disfrutar de la naturaleza, a veces pueden ser complemento del producto principal, por ejemplo del trekking en El Chaltén o de la visita al Glaciar Perito Moreno en el Calafate.
PRODUCTOS POTENCIALES	**Avistaje de fauna**	Modalidad de turismo que se realiza en áreas naturales de gran valor ecológico y paisajístico, cuya principal motivación es la observación de fauna en su medio silvestre, con actividades que no agredan al ecosistema y preferentemente con servicios guiados por profesionales y apoyado por medios especializados como centros de interpretación, torres de observación, senderos, etc.
	Pesca deportiva	Modalidad de turismo cuya motivación principal es la práctica de pesca, que mediante línea y señuelo y con la técnica de "catch and release", captura, mide, pesa y devuelve el pez al río, lago o laguna, con los medios debidamente autorizados, sin fines de lucro y en los lugares habilitados al efecto.
	Histórico-cultural / arqueológico	Producto con un rol complementario que se apoya en el patrimonio histórico, arqueológico, manifestaciones artísticas, folclóricas y festivas, que son la base de la idiosincrasia y cultura de la Provincia
	Turismo de nieve	Modalidad de turismo cuya motivación es la práctica de deportes en la nieve, como esquí alpino, esquí de fondo, snowboard u otras actividades relacionadas con la nieve, como juegos de nieve, trineos, cuatriciclos o motos de nieve.

	Congresos y Convenciones	Modalidad de turismo de estadía corta ligada a reuniones profesionales de grupos en congresos, convenciones, conferencias, seminarios, simposios, reuniones e incentivos, así como en exposiciones y ferias Son encuentros de capacitación, comunicación, convivencia o negocios, que reúnen, en una fecha predeterminada a un grupo de personas que comparten un interés común.
	Turismo minero	Modalidad de turismo cuya motivación principal consiste en la visita y conocimiento del mundo minero, en el que se vincule la historia natural, la geografía y la cultura de las poblaciones dependientes de la explotación de minas, revalorizando complejos productivos, sitios o regiones mineras.
	Turismo ferroviario / trenes turísticos	Modalidad de turismo que tiene como principal motivación y medio de transporte el tren pudiendo variar en duración, desde viajes cortos a semanas, en muchos casos utilizándose antiguas líneas ferroviarias y maquinarias, evocando al romanticismo y cultura del tren (nostalgia) conjugándose encanto con confort, permite al turista acceder a lugares que no se puede llegar por ningún otro medio y la contemplación de paisajes.

Fuente: elaboración propia, a partir de los productos turísticos de la Provincia identificados por la Subsecretaría de Turismo de Santa Cruz.

2.3.3. Principales productos y subproductos, actuales y potenciales, de la oferta turística de la Provincia de Santa Cruz

A continuación describiremos la oferta de productos de la provincia, discriminados por Comarca y localidad y consignando además su grado de desarrollo, diferenciando entre los productos actuales y potenciales.

2.3.3.1. Comarca Austral

- **El Calafate**

Productos Turísticos	Subproductos	Circuitos- actividades realizadas	Lugar	Segmento de mercado	Etapa de desarrollo
Glaciares y lagos	Visita terrestre	Excursión terrestre a las pasarelas y mirador del Glaciar Perito Moreno.	Parque Nacional Los Glaciares Sector Calafate	Turismo generalista de naturaleza, trekking activo, explorador	Consolidado y en expansión.
	Navegación lacustre	Safari Náutico/Moreno Fiesta (navegación lacustre de corta duración, en aproximación a las paredes del G. Perito Moreno)			
		Ríos de Hielo, navegación al Glaciar Upsala y O'Nelli. Glaciar Spegazzini			
		Estadía en Estancia Cristina, llegando en navegación lacustre (caminata y observación de G. Upsala)			
		Lago Roca (navegación, estancia Nipepo Aike, caminata y pinturas rupestres)			

	Minitrekking sobre glaciar	Minitrekking (con crampones) sobre el G. Perito Moreno y Onelli de baja dificultad			
	Trekking avanzado sobre glaciar	Trekking sobre glaciar (con crampones) de dificultad media-alta sobre el G. Perito Moreno, recientemente iniciado.	P.N. Los Glaciares Sector Calafate	Turismo de trekking, Activo	Desarrollo incipiente. Potencial
	Sobrevuelo de Glaciares y Lagos	Recorridos en avioneta de 1-2 horas por Gl. Perito Moreno, G. Upsala, Onelli, L. Argentino, Laguna Escondida, Gl. Viedma, Chaltén, Campo de Hielo Continental o en globo en el Campo Kau Yatún.	Parque Nacional Los Glaciares	Turismo generalista de naturaleza	En desarrollo. Actual
Estancias turísticas	Agroturismo recreativo	Visitas guiadas a estancias patagónicas (observación de actividades rurales típicas, caminatas, paseos a caballo, bici, gastronomía típica, esquilado ovejas)	P.N. Los Glaciares Sector Calafate Alrededores de El Calafate	Turismo generalista rural, de naturaleza, activo, explorador de negocios	En desarrollo. Actual
	Agroturismo	Estadía de más de un día en estancias patagónicas (descanso, observación y participación en actividades rurales, caminatas, paseos a caballo, gastronomía típica, esquilado ovejas)			
Turismo histórico-cultural /arqueológico	Pinturas rupestres	Observación de restos de pinturas rupestres en las Cuevas de Gualicho	Alrededores de El Calafate	Turismo generalista cultural	En desarrollo. Actual
	Bosque Petrificado	Excursión de día completo al Bosque Petrificado La Leona, caminata y observación de fósiles y árboles petrificados	Zona de la estepa		

- **El Chaltén**

Productos Turísticos	**Subproductos**	**Circuitos- actividades realizadas**	**Espacio geográfico**	**Segmento de mercado**	**Etapa de desarrollo**
Turismo de aventura	Trekking	Visitas, guiadas por guías de montaña o no, desde caminatas simples hasta alto grado de dificultad con noches en campamento de montaña, a la Laguna Torre, Mirador Maestri, Cerro Fitz Roy y Torre, Laguna Capri, Laguna de los Tres, Lago Eléctrico, Piedra del Fraile, Glaciar Huemul y Lago del Desierto	P.N. Los Glaciares Sector El Chaltén	Turismo de trekking, activo, explorador	Consolidado. Actual

	Escalada de élite	Escalada en montaña, con alto grado de dificultad, para andinistas entrenados al Cerro Fitz Roy, Torre, Poincenot, etc		Turismo de escalada	Desarrollado. Actual
	Escalada de iniciación	Escalada en montaña, con grado medio de dificultad para escaladores iniciados a cerros y ascensiones menores.			Desarrollo incipiente. Potencial
	Expedición sobre hielo continental	Travesía sobre hielo continental de larga duración (1 semana-10 días.) y de dificultad alta, con pernoctación en campamentos base y sobre hielo, al Cerro Huemul, Paso Marconi, Cerro Fitz Roy y Torre, Paso del Viento, Gl. y Lago Viedma		Turismo de trekking, activo, explorador	En desarrollo. Actual
Glaciares y Lagos	Navegación lacustre	Navegación en Lago Viedma hasta Glaciar Viedma,	P.N. Los Glaciares Sector El Chaltén	Turismo de trekking, activo, explorador	En desarrollo. Actual
		Navegación en el Lago del Desierto			
	Trekking sobre glaciar	Caminata sobre hielo (con crampones) y grado de dificultad medio, en Glaciar Torre, Glaciar Viedma, cavernas de hielo			
Estancias	Agroturismo	Visitas y estadías en fincas patagónicas, se realizan cabalgatas, multiaventura (rafting, rappel, escalada en roca, etc), trekking, tareas del campo y gastronomía típica	P.N. Los Glaciares Sector El Chaltén	Turismo generalista, rural, de naturaleza, ecoturismo, activo, explorador	Desarrollo incipiente. Potencial

- **Río Turbio**

Productos Turísticos	**Subproductos**	**Circuitos- actividades realizadas**	**Espacio geográfico**	**Segmento de mercado**	**Etapa de desarrollo**
Turismo minero	Turismo minero subterráneo	Visita al Museo de la escuela minera y a la Boca Mina 1 histórica	Alrededores de Río Turbio	Ecoturismo, Turismo cultural	Desarrollo incipiente. Potencial
Turismo de nieve	Esquí	Esquí alpino, de fondo. Esquí nocturno	Centro de Deportes Invernales Valdelén	Turismo de nieve, recreativo	Desarrollado actual.
	Divertimento	Trineos Motos de nieve y cuatriciclos			

Avistaje de fauna	Observación de aves	Observación del cóndor andino y otras especies de aves	Alrededores de Río Turbio	Turismo de naturaleza, ecoturismo activo	Desarrollo incipiente. Potencial
Estancias	Agroturismo recreativo	Visitas y estadías en fincas patagónicas donde realizar tareas del campo, caminatas y gastronomía típica		Turismo generalista rural, de naturaleza, ecoturismo explorador	
Turismo alternativo	Paseos a caballo	Recorridos de distintas duraciones en los alrededores de Río Turbio		Turismo naturaleza, ecoturismo, activo	
Pesca deportiva	Pesca deportiva en ríos y lagos	Práctica de pesca de diferentes especies (trucha) en Río Penitente, Rubens y Coyle		Turismo de pesca deportiva	
Turismo cultural	Fiestas populares	Festividades por el Día del Minero y patrona de Santa Bárbara y Festival de Doma y Folclore Nocturno "Clodomiro Muñoz" (Dic.) y Festival de la Yerra (Feb.)	Río Turbio y 28 de Noviembre	Turismo local Turismo regional	
Trenes turísticos	Tren turístico a tracción vapor	Tren entre Río Turbio-28 de Noviembre y hasta Estancia Glen Cross	Alrededor de Río Turbio	Turismo generalista cultural	Desarrollo incipiente.

2.3.3.2. Comarca de la Costa

- **Puerto Deseado**

Productos Turísticos	Subproductos	Circuitos- actividades realizadas	Lugar	Segmento de mercado	Etapa de desarrollo
Avistaje de fauna	Navegación lacustre	Safari Náutico (navegación lacustre de corta duración visitando diferentes colonias de animales marinos)	Reserva Natural Ría Deseado		En desarrollo. Actual
		Safari Náutico (navegación lacustre de media duración visitando el fondo de la ría)	Miradores de Darwin		Desarrollo incipiente.
		Safari Náutico (navegación marina de corta duración visitando la colonia de pingüinos)	Reserva Provincial Isla Pingüino	Turismo generalista de naturaleza, ecoturismo.	En desarrollo. Actual
	Observación de avifauna y lobos marinos	Excursión terrestre	Reserva Natural Cabo Blanco		Desarrollo incipiente.
	Observación de lobos marinos y	Excursión terrestre	Refugio Cañadón		Desarrollo incipiente.

	animales de la meseta		del Duraznillo y Reserva Monte Layza		
Turismo Histórico-Cultural-Arqueológico	Restos arqueológicos marinos	Visita del museo	Corbeta Swift	Turismo generalista cultural	Desarrollo actual.
	Edificio histórico	Visita de la estación de Tren	Edificio de la ex estación central de Ferrocarril		Desarrollo incipiente

- **Puerto San Julián**

Producto Turísticos	**Subproductos**	**Circuitos- actividades realizadas**	**Lugar**	**Segmentos de mercado**	**Etapa de desarrollo**
Avistaje de fauna	Observación de aves, lobos y especies de la estepa	Excursión terrestre	Reserva Natural San Julián	Turismo generalista de naturaleza, ecoturismo	En desarrollo Actual
Turismo Histórico-Cultural-Arqueológico	Restos arqueológicos	Ruinas de una fortificación española	Floridablanca	Turismo generalista histórico	Desarrollo incipiente. Potencial
	Reproducción histórica	Visita de la replica de la nave española	Nao Victoria		En desarrollo Actual
	Pinturas Rupestres	Excursión terrestre de todo el día para la observación de pinturas rupestres	Estancia La María		Desarrollo incipiente Potencial

- **Jaramillo/Fitz Roy**

Productos Turísticos	**Subproductos**	**Circuitos- actividades realizadas**	**Lugar**	**Segmentos de mercado**	**Etapa de desarrollo**
Turismo arqueológico	Bosque Petrificado	Excursión terrestre de todo el día.	MN Bosques Petrificados	Turismo generalista, cultural	En desarrollo Actual

- **Puerto Santa Cruz**

Productos Turísticos	Subproductos	Circuitos- actividades realizadas	Lugar	Segmentos de mercado	Etapa de desarrollo
Avistaje de fauna	Observación de aves, lobos y especies de la estepa	Excursión terrestre	Parque Nacional Monte León	Turismo generalista, de naturaleza, ecoturismo	Desarrollo incipiente. Potencial
Pesca deportiva	Pesca deportiva en ría	Práctica de pesca.	Ría Santa cruz	Turismo de pesca deportiva	En desarrollo Actual

- **Río Gallegos**

Productos Turísticos	Subproductos	Circuitos- actividades realizadas	Lugar	Segmentos de mercado	Etapa de desarrollo
Observación de fauna	Pingüinera	Excursión terrestre a la segunda mayor pingüinera de Sudamérica.	Reserva Faunística Cabo Vírgenes	Turismo generalista, de naturaleza, ecoturismo	En desarrollo, Actual
Turismo Histórico-Cultural-Arqueológico	Restos arqueológicos	Excursión terrestre a restos de la conquista española y uno de los faros mas australes.	Faro Cabo Vírgenes	Turismo generalista, cultural, histórico	Desarrollo incipiente. Potencial
Turismo de naturaleza	Atractivo Geológico-Paisajístico	Excursión terrestre a Laguna de un intenso color azul dentro del cráter de un volcán	Laguna Azul	Turismo generalista, de naturaleza,	Desarrollo incipiente. Potencial

2.3.3.3.Comarca Noroeste

- **Perito Moreno**

Productos Turísticos	Subproductos	Circuitos- actividades realizadas	Lugar	Segmentos de mercado	Etapa de desarrollo
Turismo Histórico-Cultural-Arqueológico	Pinturas Rupestres	Excursión terrestre visitando el Cañadón del río Pintura y Cueva de las manos.	Cañadón del río Pintura y Cueva de las manos	Turismo cultural, histórico	En desarrollo. Actual
		Excursión terrestre visitando el alero charkamata, cueva grande del arroyo feo, estancia los toldos.	Corredor arqueológico paralelo a la ruta 40		Sin puesta en valor
Turismo de estancias	Cascos de antiguas estancias con alojamiento	Estadía en estancias patagónicas	Alrededores de lagos Pueyrredón y Posadas	Turismo generalista, rural, de naturaleza	En desarrollo. Actual

- **Los Antiguos**

Productos Turísticos	Subproductos	Circuitos- actividades realizadas	Lugar	Segmentos de mercado	Etapa de desarrollo
Turismo de naturaleza	Atractivo Paisajístico	Excursión terrestre por las orillas del segundo de los espejos lacustre más grandes de Sudamérica	Lago Buenos Aires	Turismo generalista, de naturaleza	En desarrollo Actual
	Atractivo Paisajístico	Excursión terrestre de todo el día por la ruta 41 entre Los Antiguos con vistas al Monte Zeballos y Monte San Lorenzo, hasta los lagos Posadas y Pueyrredón.	Camino paisajístico del Monte Zeballos (ruta 41)		En desarrollo Actual
Turismo Aventura	Trekking	Trekking sobre el Monte Zeballos	Monte Zeballos	Turismo de trekking, activo	Incipiente
	Escalada	Escalada sobre el Monte Zeballos	Monte Zeballos	Turismo de escalada	Incipiente
Turismo productivo	Agroturismo	Recorrida por las principales chacras y viveros de la zona que muestran su producción y ofrecen sus productos.	Los Antiguos	Turismo generalista	En desarrollo Actual
Pesca deportiva	Pesca deportiva en el lago y el río Jeinemeni	Práctica de pesca.	Los Antiguos	Turismo de pesca deportiva	En desarrollo Actual
Turismo Cultural	Festividades	Fiesta Nacional de la cereza	Los Antiguos	Turismo generalista cultural	En desarrollo Actual

- **Gobernador Gregores**

Productos Turísticos	Subproductos	Circuitos- actividades realizadas	Lugar	Segmentos de mercado	Etapa de desarrollo
Turismo de naturaleza	Atractivo Paisajístico	Excursión terrestre de todo el día por el Parque Nacional	Parque Nacional Perito Moreno	Turismo generalista, de naturaleza	Desarrollo incipiente.
Turismo de estancias	Cascos de antiguas estancias con alojamiento	Estadía en estancias patagónicas	Alrededores de lagos Pueyrredón y Posadas	Turismo generalista, rural, de naturaleza	En desarrollo Actual

- **Hipólito Yrigoyen**

Productos Turísticos	Subproductos	Circuitos- actividades realizadas	Lugar	Segmentos de mercado	Etapa de desarrollo
Turismo de naturaleza	Atractivo Paisajístico	Excursión terrestre para visitar y disfrutar los lagos que se destacan por el contraste entre el color de sus aguas	Lagos Pueyrredón y Posadas	Turismo generalista, de naturaleza	Desarrollo incipiente. Potencial
Turismo Aventura	Trekking	Trekking de todo el día para observar el Monte San Lorenzo que con 3.706 metros es el cerro más alto de la provincia	Monte San Lorenzo	Turismo de trekking	Desarrollo incipiente. Potencial
	Escalada	Escalada en montaña, con alto grado de dificultad, para andinistas entrenados al Monte San Lorenzo	Monte San Lorenzo	Turismo de escalada	Desarrollo incipiente. Potencial
Pesca deportiva	Pesca deportiva en el lago y el río Unión.	Práctica de pesca.	Lagos Pueyrredón y Posadas	Turismo de pesca deportiva	En desarrollo Actual
Turismo Histórico-Cultural-Arqueológico	Pinturas Rupestres	Excursión terrestre visitando pinturas rupestres de alto valor.	Cerro de los Indios	Turismo cultural, histórico	En desarrollo Actual
Turismo de estancias	Cascos de antiguas estancias con alojamiento	Estadía en estancias patagónicas	lagos Pueyrredón y Posadas	Turismo generalista, rural, de naturaleza	En desarrollo Actual

Del análisis de los productos de la provincia cabe destacar la existencia de tan sólo un recurso en el que coinciden un nivel muy alto de interés turístico y uso actual del mismo, el Parque Nacional Los Glaciares, que es un recurso de especial espectacularidad, con un poder de atracción muy elevado.

No obstante su área de influencia, es susceptible de mejorar con el fin de diversificar la oferta incrementando la estadía promedio tanto de Calafate y el Chalten. Por otro lado se observa en la provincia productos con un elevado grado de interés que presentan un bajo o muy bajo nivel de uso turístico, lo que constituye una oportunidad para el desarrollo de nuevos segmentos de mercado y la diversificación de la oferta.

2.4. La planta de alojamiento de la provincia

Si bien, en el caso de algunas localidades (Calafate, Río Gallegos, Deseado), se dispone de información sobre capacidad de alojamiento desde la década del 70, dado que el objetivo es realizar un Plan Provincial de turismo, hemos preferido tomar una secuencia temporal en la que tuviéramos datos de la mayoría de las localidades de la provincia.

Tomando información de diversas fuentes, se ha construido una serie histórica de evolución de las plazas de alojamiento ofrecidas en la provincia por localidades y comarcas durante el período de 16 años transcurridos entre 1990 y 2006, que se presenta en el cuadro de la página siguiente.

Cuadro Nº 6: Evolución de la oferta de plazas hoteleras en la provincia

COMARCA	LOCALIDAD	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
AUSTRAL	El Calafate	1102	1192	1290	1346	1438	1568	1568	1565	1715	2016	2298	2586	2555	2792	3597	4703	5802
	El Chaltén	0	32	32	98	98	171	189	334	401	443	533	571	583	617	737	762	867
	Río Turbio	76	76	76	76	76	111	143	143	143	143	153	192	195	229	224	230	230
NOROESTE	Los Antiguos	60	60	60	60	60	68	68	77	103	103	160	160	155	227	264	268	268
	Perito Moreno	94	94	94	94	84	94	129	129	129	129	129	129	129	129	123	124	124
	H Irigoyen	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	81
COSTERA	Río Gallegos	1039	967	853	775	766	739	758	745	786	848	858	909	943	958	1184	1209	1429
	Caleta Olivia	150	150	180	180	180	180	287	287	287	343	301	355	345	355	349	409	409
	Pto. Deseado	58	58	58	138	138	138	228	228	238	272	272	272	272	261	299	370	394
	San Julián	115	115	115	115	115	115	202	202	202	202	194	194	194	203	243	295	295
	Piedra Buena	67	67	45	45	45	45	81	81	103	123	123	93	90	115	185	185	185
	Pico Truncado	113	113	35	35	35	35	49	72	72	158	158	158	150	150	105	105	105
	Pto. Santa Cruz	34	34	34	34	34	34	34	34	34	123	123	123	155	134	106	100	100
ESTANCIAS	C. Austral	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	408
	C. Noroeste	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	173
	C. Costera	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	54
TOTAL		2.908	2.958	2.872	2.996	3.069	3.298	3.736	3.897	4.213	4.903	5.302	5.742	5.766	6.170	7.416	8.760	10.924

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Subsecretaria de Turismo de Santa Cruz y diversas fuentes complementarias.

Los datos del cuadro anterior, muestran que la oferta de plazas hoteleras en la actualidad se concentra en las localidades de Río Gallegos, El Calafate y El Chaltén. Calafate es la localidad turística de la provincia por excelencia, con un total de 5.802 plazas, seguida por Río Gallegos, su capital con 1.429 plazas y El Chaltén que fundada en 1985, alcanzó en el año 2006 las 867 plazas.

El resto de las localidades del interior, tienen una oferta de alojamiento que ronda para el año 2006 entre las 85 y las 400 plazas. En este grupo de localidades las que tienen menor cantidad de plazas son Hipólito Irigoyen (85), Puerto Santa Cruz (100), Perito Moreno (124) y Piedra Buena (185), y las que tienen mayor cantidad de plazas son: Caleta Olivia (409), Puerto Deseado (394) y Puerto San Julián (295).

Analizando estos datos podemos afirmar que las localidades de la Costa cercanas a la Ruta Nacional 3, son las que tienen mayor cantidad relativa de alojamiento, sin duda originadas en el flujo de pasajeros que transita por esta ruta desde hace mas de 20 años; por el contrario las localidades de la región Noroeste y Suroeste (excluyendo Calafate y Chaltén) muestran un atraso relativo en su conectividad lo que ha redundado en la escasa provisión de plazas de alojamiento, salvo en el caso de Los Antiguos (268) probablemente dada su cercanía con Chile.

Al mismo tiempo y tomando la serie temporal de los 16 años considerados que en estas localidades, el crecimiento de plazas ha sido paulatino acompañando al crecimiento vegetativo de las actividades económicas y la radicación de población. Por el contrario en los casos del Calafate y Chaltén el crecimiento de la capacidad de alojamiento ha sido y seguirá siendo exponencial, ya que se origina en la presión de la demanda turística.

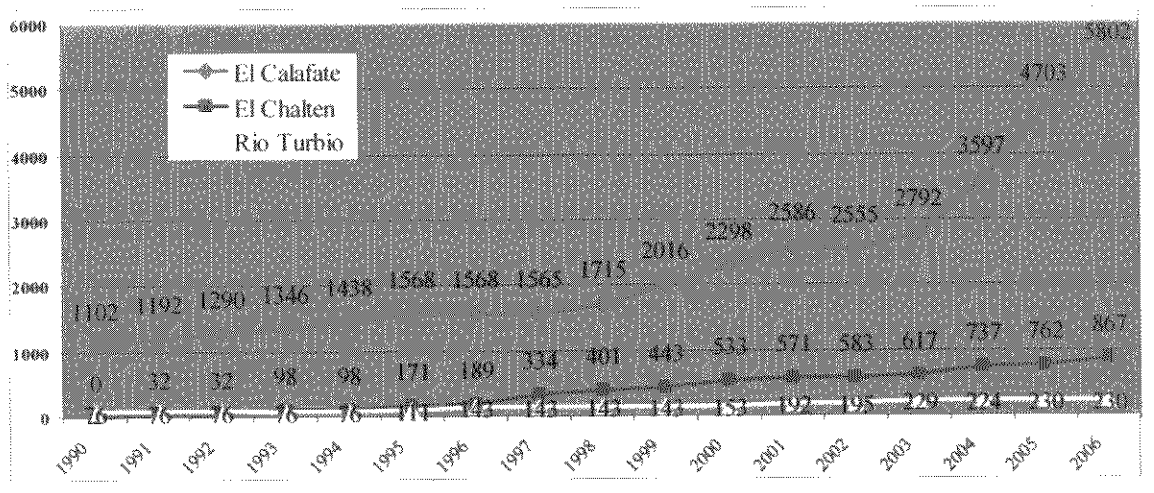
2.4.1. Evolución de las plazas de alojamiento por Comarca y localidad

- **Comarca Austral**

En la Comarca Austral, tal como se mencionó anteriormente el caso de Calafate, es paradigmático, ya que el número total de camas experimentó un crecimiento sostenido durante los dieciséis años que van desde 1999 hasta 2006, esta tendencia, salvo una merma en la crisis de los años 2001/2002, muestra un crecimiento sostenido que promedia el 28,6% anual.

En plazas esto significa que se pasó de unas 1.102 plazas en el Año 1991 a 2.800 plazas en la temporada 2002/03, un poco más del doble, y a 5.602 plazas en la temporada 2006 /2007, es decir más de cinco veces el tamaño de la planta hotelera que tenía en el año 1990.

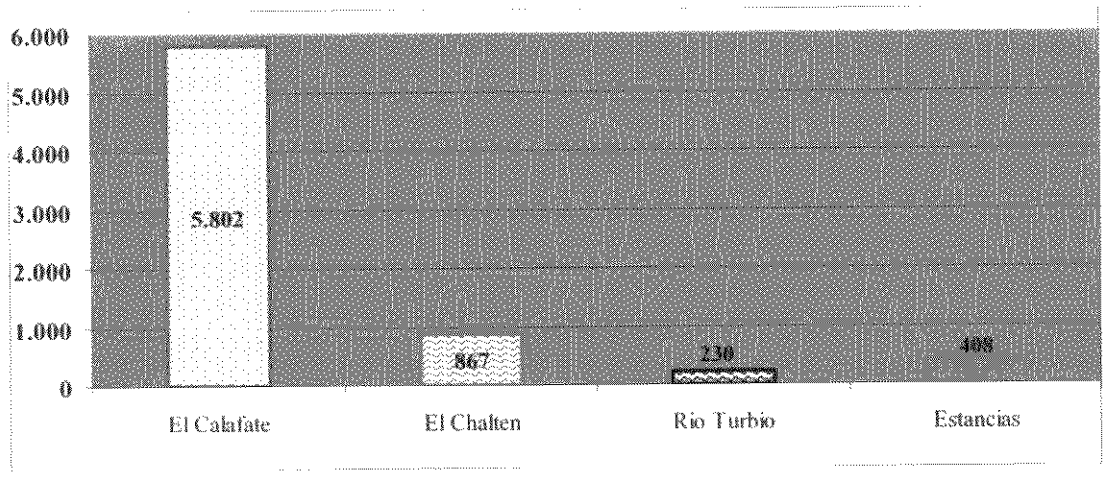
Gráfico 2: Evolución de plazas de alojamiento en las localidades de la Comarca Austral



Fuente: Subsecretaria de Turismo de Santa Cruz y elaboración propia.

Para graficar la capacidad de alojamiento actual de la Comarca Costera se han tomado los datos de plazas disponibles en las tres localidades que la integran, agregando la oferta de plazas de alojamiento en estancias

Gráfico 3: Cantidad de plazas de alojamiento existentes actualmente en las localidades de la Comarca Austral incluyendo las estancias

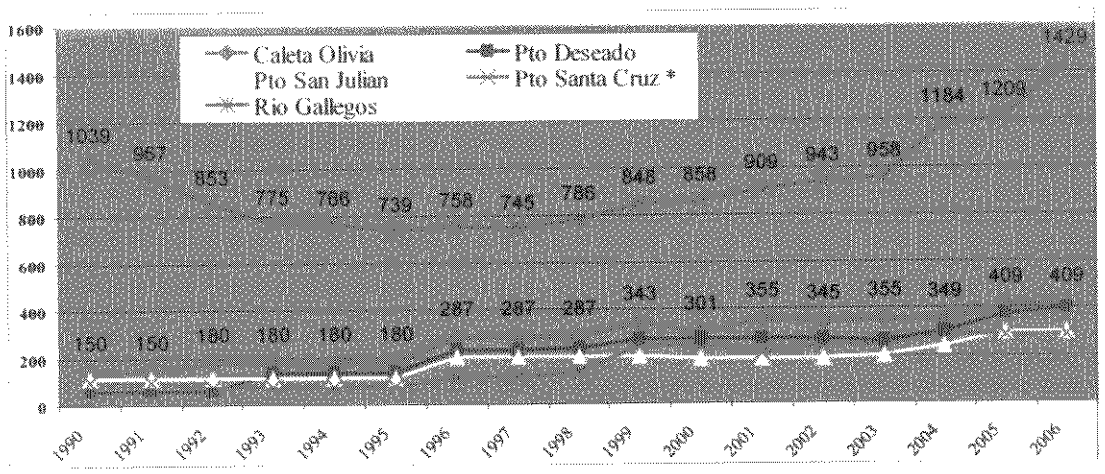


Fuente: Subsecretaria de Turismo de Santa Cruz y elaboración propia.

- **Comarca Costera**

En el siguiente gráfico se muestra la evolución de las plazas hoteleras en las localidades de la Comarca Costera: Caleta Olivia, Puerto Deseado, Puerto San Julián, Puerto Santa Cruz y Río Gallegos. Como se dijera anteriormente, se aprecia una importante diferencia de magnitud en la oferta hotelera entre Río Gallegos, capital de la provincia y el resto de las localidades costeras, que presentan una evolución menor y muy pareja entre sí en el período de análisis.

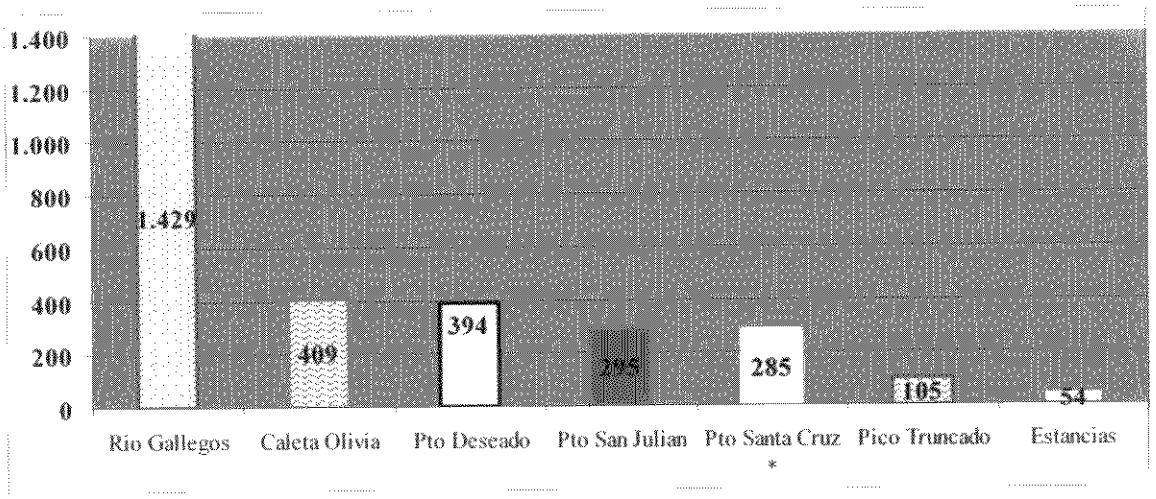
Gráfico 4: Evolución de plazas de alojamiento en las localidades de la Comarca Costera



Fuente: Subsecretaria de Turismo de Santa Cruz y elaboración propia.

Para graficar la capacidad de alojamiento actual de la Comarca Costera se han tomado los datos de plazas disponibles en cada una de las localidades que la integran, agregando la oferta de plazas de alojamiento en estancias de la Comarca.

Gráfico 5: Cantidad de plazas de alojamiento en el año 2007 en las localidades de la Comarca Costera incluyendo las estancias



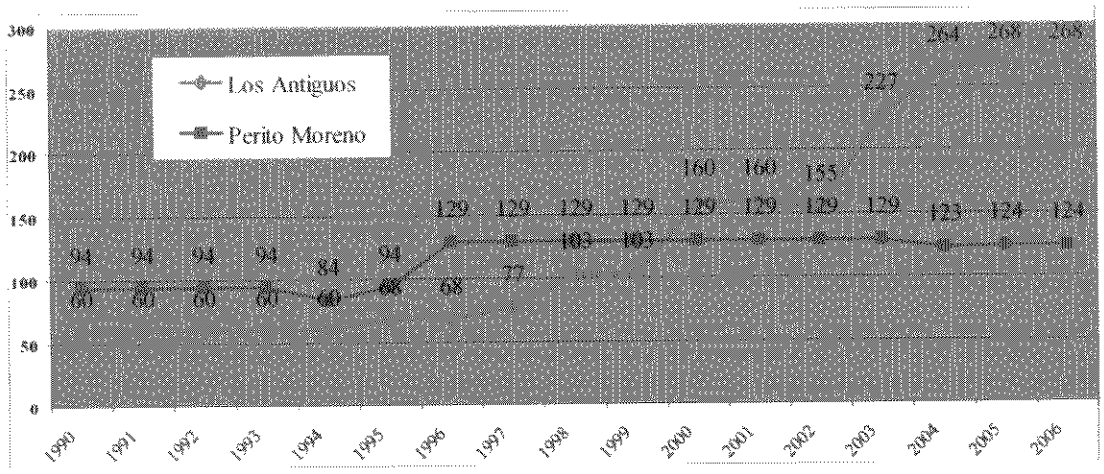
Fuente: Subsecretaria de Turismo de Santa Cruz y elaboración propia.

- **Comarca Noroeste**

En el caso de la Comarca Noroeste solo se dispone de información histórica de las localidades de Los Antiguos y Perito Moreno, no así de la localidad de Hipólito Yrigoyen, para la que contamos solo con la información actual.

En el gráfico 5, se puede comparar la evolución de las plazas de alojamiento en ambas localidades lo que nos permite observar un mayor dinamismo en el caso de los Antiguos, que triplica su cantidad de plazas en este período, mientras que Perito Moreno habiendo comenzado con mayor cantidad de plazas, aplana su crecimiento a partir del año 1996 en torno a las 129 plazas, con un ligero descenso posterior.

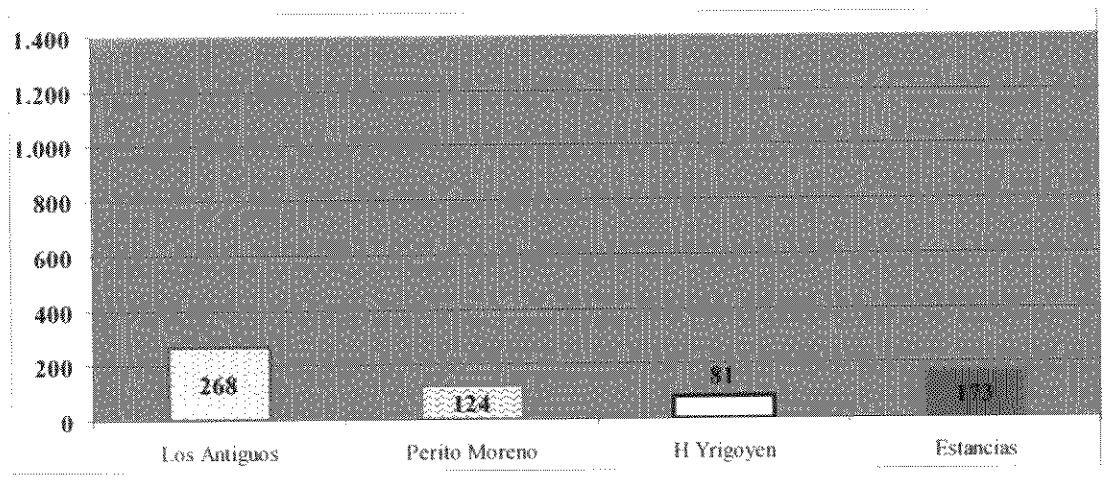
Gráfico 6: Evolución de plazas de alojamiento en las localidades de la Comarca Noroeste



Fuente: Subsecretaria de Turismo de Santa Cruz y elaboración propia.

Para graficar la estructura de de alojamiento actual de la Comarca Noroeste, se ha tomado los datos de plazas disponibles en cada una de las localidades, agregando la oferta de plazas de alojamiento en estancias

Gráfico 7: Cantidad de plazas de alojamiento existentes en el año 2007 en las localidades de la Comarca Noroeste incluyendo las estancias



Fuente: Subsecretaria de Turismo de Santa Cruz y elaboración propia.

Durante la visita de campo, se ha podido constatar que en Perito Moreno y en mayor medida en Hipólito Irigoyen hay varios emprendimientos hoteleros en avanzado

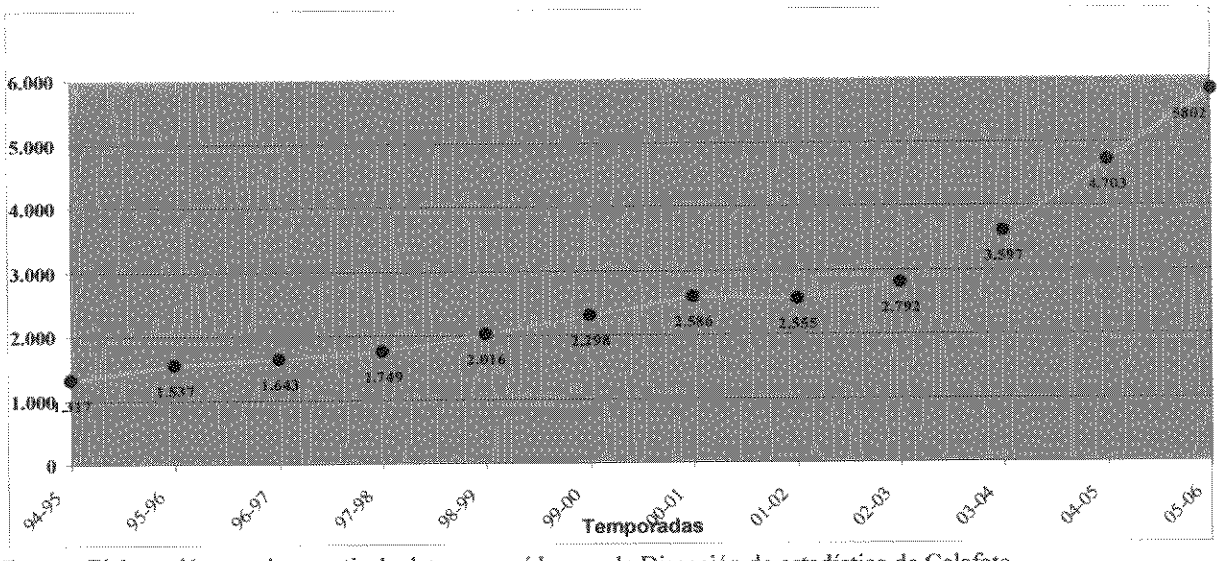
estado de construcción, lo que llevará en un par de años a duplicar la oferta de plazas en esta Comarca. .

2. 5. Profundización del análisis de datos en Calafate y Chaltén

2. 5. 1 Capacidad de alojamiento en el Calafate

Los datos históricos del aumento de plazas de alojamiento disponibles en la localidad de El Calafate, nos permiten establecer determinados ciclos de crecimiento de la oferta turística, generados por el aumento de la demanda turística, signadas por las mejoras en la accesibilidad al destino, ya sea por vía terrestre o por vía aérea, luego del año 2.000 a partir de la inauguración del Aeropuerto.

Gráfico 8: Crecimiento de la Oferta de plazas de alojamiento en Calafate entre la temporada 94/ 95 y el presente



Fuente: Elaboración propia a partir de datos proveídos por la Dirección de estadística de Calafate

Entre 1983 y 1985 se pavimentó el tramo de la Ruta Provincial Nº 5, y en el año 1986 el tramo correspondiente a la Ruta Nacional Nº 40, fue pavimentado con modificaciones en su traza Hasta 1986 este tramo era de ripio y tenía en partes de su recorrido pendientes muy pronunciadas, las que fueron suavizadas como parte de las tareas de mejoramiento, especialmente en la bajada de Miguens.

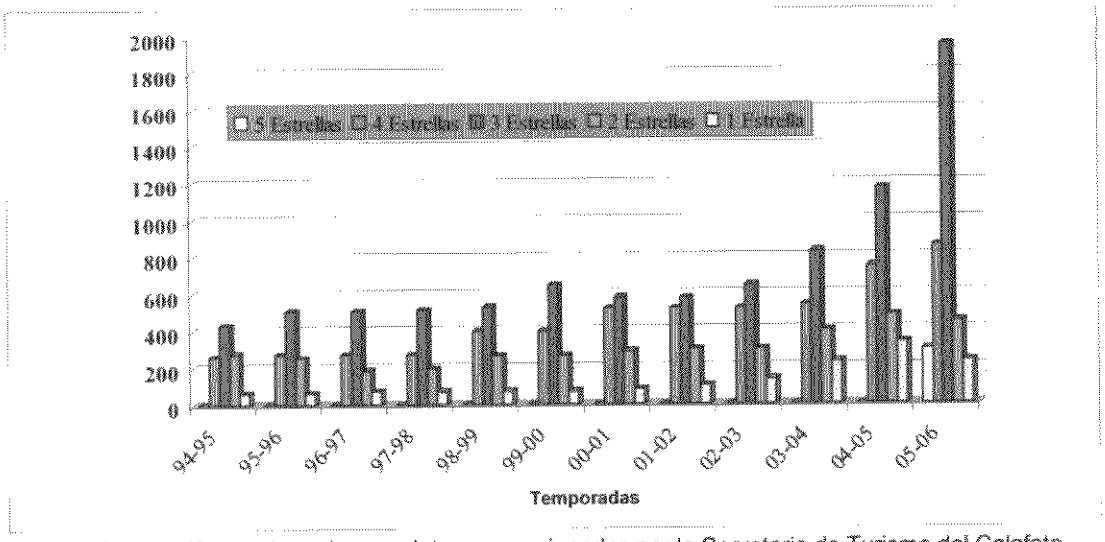
Sin embargo, no fue hasta la inauguración del aeropuerto, en el año 2000, que la oferta de plazas hoteleras diera un vuelco significativo, pasando de 2.586 plazas en la temporada 2.000/ 01 a 3.597 plazas en la temporada 2003/ 2004 y alcanzando las 5.802 plazas en la temporada 2005/6.

Analizando el comportamiento de las plazas hoteleras, se evidencia que el crecimiento sostenido que éstas venían teniendo en las series de los años 1976- 1996, se vio incrementado de manera muy significativa a partir de las mejores en las condiciones de accesibilidad que dio el aeropuerto.. En este último período las plazas tuvieron un crecimiento de más de un 440 % mientras que entre los años 1983 - 1987 y los años 1990 - 1992 venían creciendo a una tasa del 50 % acumulativa.

2.5.2. Estructura del alojamiento hotelero de El Calafate

Como se puede observar en el gráfico hay una preponderancia durante todo el período analizado de plazas en hoteles de 3 estrellas seguido en menor medida por las plazas de 4 estrellas. La categoría de 5 estrellas recién aparece representada en el año 2005, mientras que los alojamientos de una estrella mantienen un valor bajo hasta el año 2003 en el que comienza un alza que duplica su capacidad.

Gráfico 9: Oferta de plazas de hoteles y hosterías clasificadas por categoría



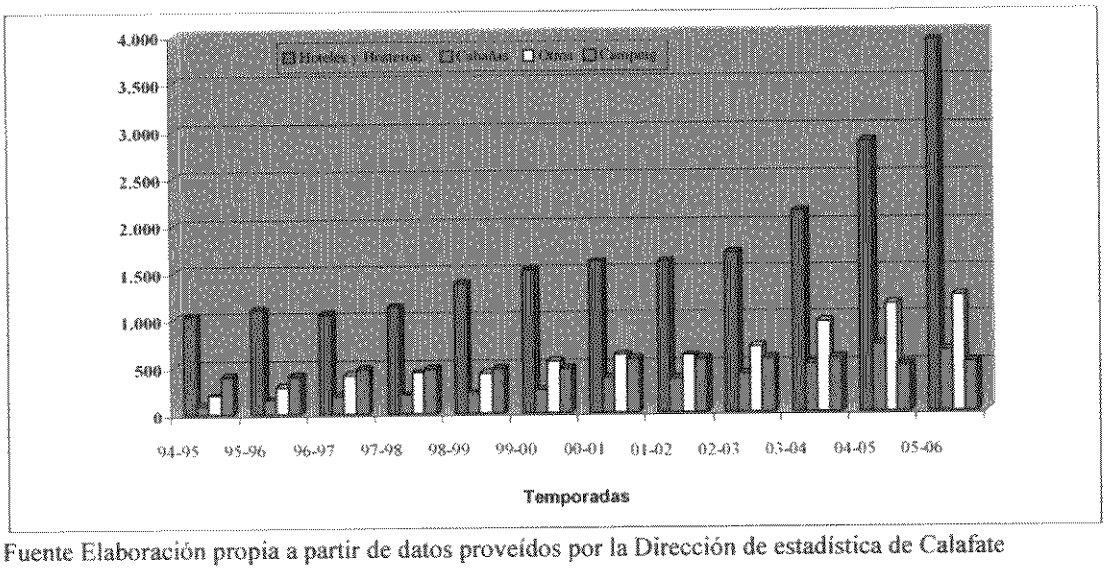
Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por la Secretaria de Turismo del Calafate

En el gráfico siguiente podemos observar la estructura de la planta de alojamiento del Calafate, que ofrece la mayor cantidad de plazas en la categoría Hoteles y Hosterías, siguiendo en magnitud pero a gran distancia la oferta de plazas en cabañas y por último la oferta de plazas en camping.

La oferta de alojamiento en camping, también ha crecido en el periodo 93/00, pasando de 400 plazas disponibles en 1.993 a un total de 566 en 2000, lo que supone un importante aumento del 41,5% en este periodo, y manteniéndose estable en las últimas temporadas de las que se dispone de datos

Esto muestra el perfil elegido para esta localidad y las características del mercado que atiende, que no es repetitivo. Un ejemplo totalmente inverso lo ofrece la localidad de Esquel, cuyo desarrollo en principio generado para atender a la demanda turística de la propia provincia tiene un franco predominio de cabañas.

Gráfico 10: Oferta de plazas en hoteles y hosterías discriminadas por tipo de alojamiento



Fuente Elaboración propia a partir de datos proveídos por la Dirección de estadística de Calafate

2.5.3. Cantidad de pernoctes en Calafate

En el gráfico siguiente podemos observar como ha evolucionado en los últimos cinco años la cantidad de noches que los turistas pernoctan en El Calafate. El Rango de

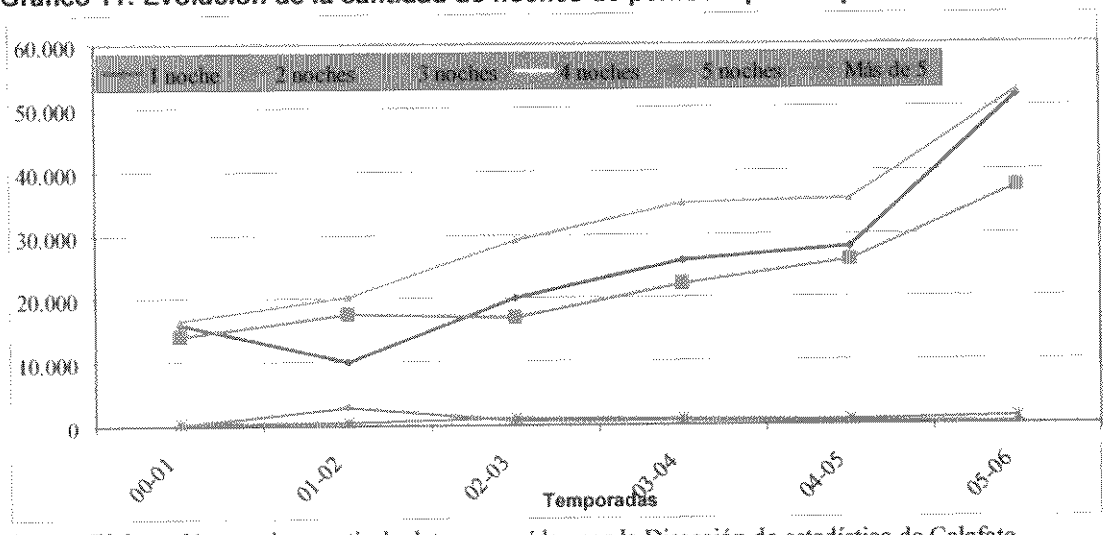
estadía promedio mayoritaria de los turistas en El Calafate es de 3 noches en el destino, lo que constituye un buen nivel de estadía, acorde con los atractivos que se ofrecen actualmente.

Pero el gráfico nos muestra también como segunda y tercera modalidades mayoritarias las estadías de una noche y dos noches con un crecimiento sostenido en los últimos años y especialmente en el ultimo, de los turistas que solo pernoctan una noche en el destino, que iguala en cifras a los de tres noches de estadía.

Esta tendencia, de seguir acentuándose, es peligrosa, dado que está reflejando un cambio de comportamiento, del que es necesario averiguar los motivos, para tomar a tiempo las medidas para revertir esta tendencia.

El descenso de la estadía promedio en Calafate, que ronda las 2,3 noches podría entonces profundizarse, con el consecuente perjuicio para el destino y la actividad económica que en el se realiza.

Gráfico 11: Evolución de la cantidad de noches de pernocte por temporada

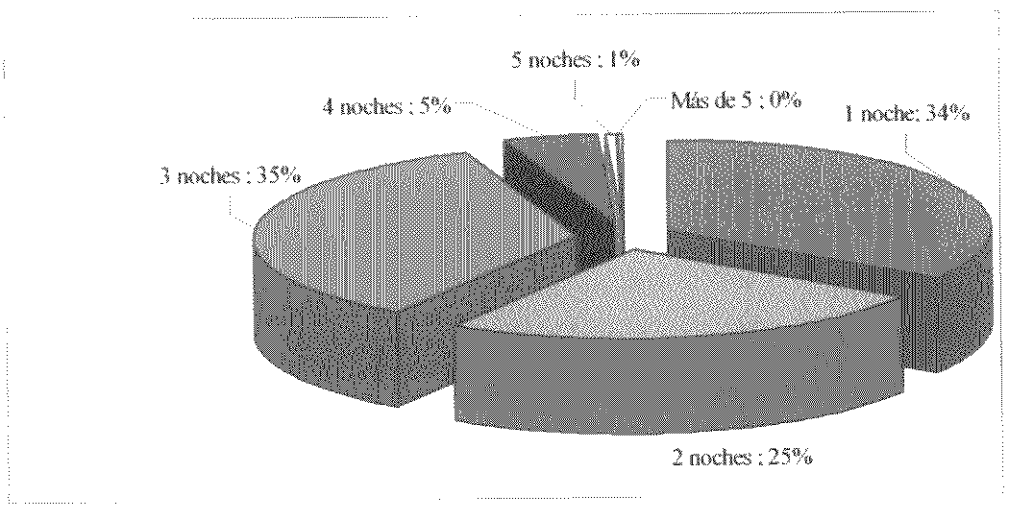


Fuente: Elaboración propia a partir de datos proveídos por la Dirección de estadística de Calafate

En el gráfico siguiente podemos observar la participación relativa en la temporada 05/06 de la cantidad de noches que los turistas pernoctan en El Calafate.

Se ve que como resultado del crecimiento exponencial en los últimos años de la estadía de una noche esta ha alcanzado un porcentaje del 34% similar al 35% de las 3 noches que antiguamente se imponía claramente. Más atrás viene las dos noches con el 25% y el resto con porcentajes muy bajos. Será necesario hacer encuestas a los consumidores para averiguar las razones que les llevan a acortar al máximo la estadía en el lugar. Un hipótesis relaciona esta conducta de los turistas , con el aumento de las tarifas hoteleras y de los precios de los artículos de consumo, en general, sobre todo respecto a las comidas, pero será necesario profundizar el análisis, para actuar en consecuencia.

Gráfico 12: Cantidad de noches de pernocte por temporada 05/06



Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por la Secretaria de Turismo del Calafate

2.5.4. Estacionalidad de la oferta de camas en Calafate

Históricamente la disponibilidad de plazas ha variado considerablemente, según la temporada, en temporada alta, casi todos los establecimientos de hospedaje están abiertos, mientras que en temporada baja, la oferta hotelera se ve reducida considerablemente.

Según estimaciones realizadas la oferta hotelera en el invierno del año 2002 cayó a tan sólo 1.300 plazas. En los últimos años se ha venido trabajando para revertir

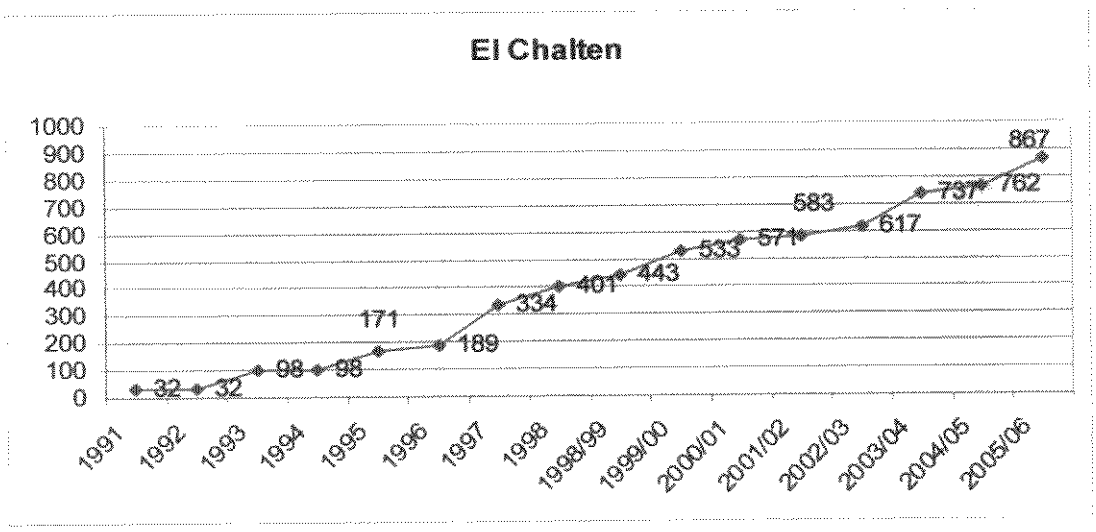
esta tendencia, estos esfuerzos han logrado que en el invierno de 2.004 el número de camas haya alcanzado las 3.100, lo que representa el 80 % de oferta de la temporada alta.

2. 5. 5. Evolución de la estructura del alojamiento en el Chaltén

La planta hotelera de la localidad de El Chaltén estaba conformada por un total de 30 empresas con una oferta de 270 habitaciones y 867 plazas en la temporada 2005/ 2006, centralizadas en el ámbito de la propia localidad, ofrecidas al turismo interno y externo, especialmente motivado por el turismo de naturaleza, la práctica del trekking y el montañismo y escalada dentro del Parque Nacional.

A esta planta hotelera se suma una parte muy importante de plazas en terrenos de camping. En total existen 8 camping con una oferta total de 890 plazas que se encuentran, salvo uno de ellos, en el ámbito del Parque Nacional de los Glaciares.

Gráfico 13: Evolución de las plazas de alojamiento del Chaltén

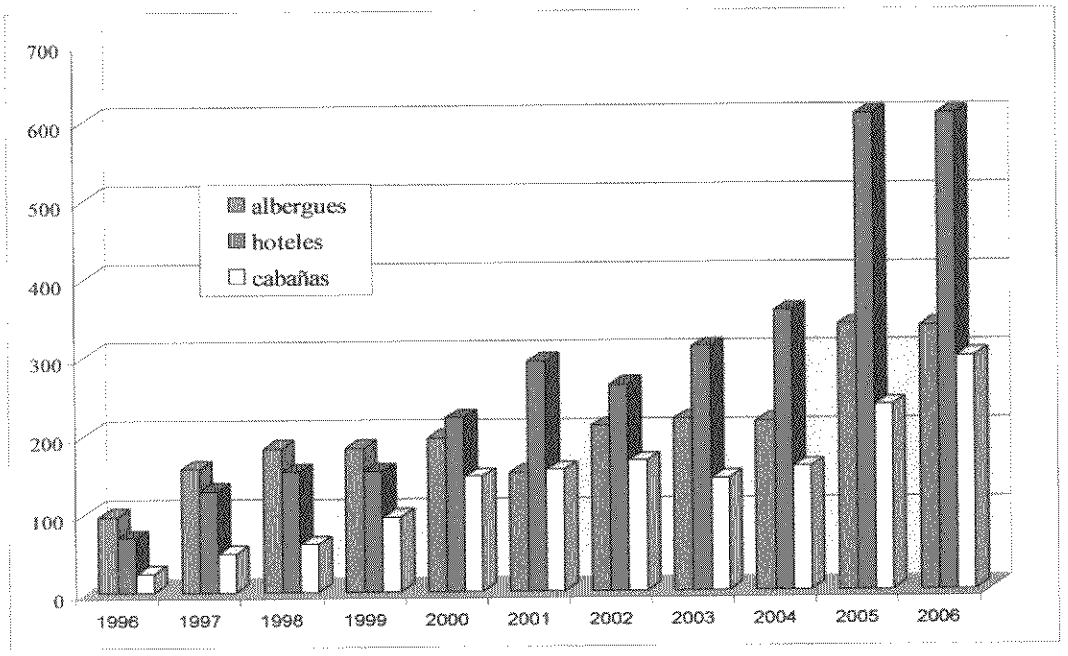


Fuente: Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Santa Cruz

En la década que va entre el año 1996 y el año 2006 además de aumentar las plazas hoteleras en el Chaltén ha cambiado el tipo de alojamiento, mientras en los

primeros años predominaban los albergues, a partir del año 2000 comienza a prevalecer el alojamiento en hoteles, las cabañas por su parte han tenido un crecimiento sostenido pero con una participación menor que los hoteles y albergues.

Gráfico 14: Evolución de la oferta hotelera del Chaltén por tipo de alojamiento



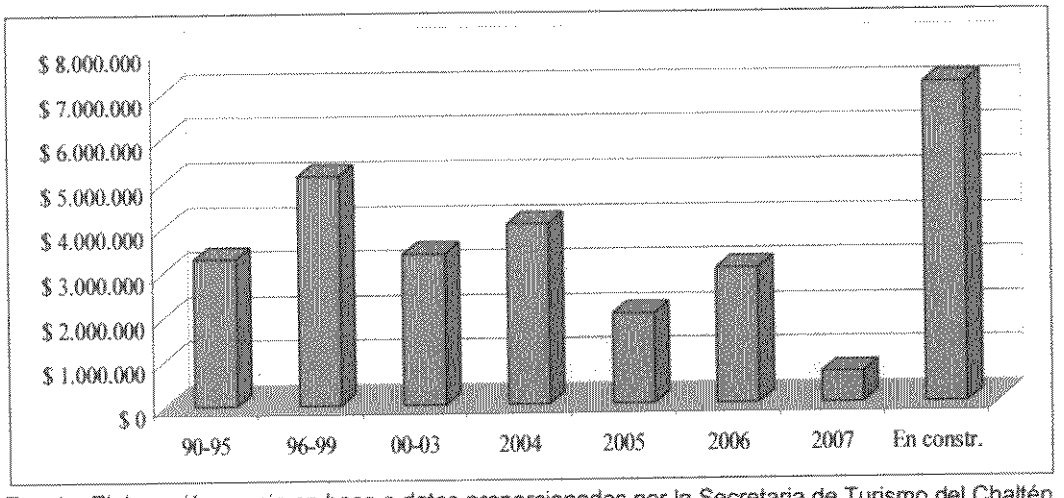
Fuente: Realizado por la Secretaria de Turismo del Chaltén.

2.5.6. Evolución de la inversión en Hotelería en el Chaltén

Con base en la información remitida por la Comisión de Fomento de El Chaltén se ha podido establecer la secuencia evolutiva en pesos de la inversión en alojamiento hotelero y para hotelero a partir del año 1990.

Para una mejor comprensión hemos agrupado estos años en períodos que nos permiten apreciar agrupamientos de crecimiento, que van del año 1990 al 95 y del 99 al 2000, en los que se van inaugurando hoteles de a uno o dos por año, para continuar la evolución en una tendencia más acentuada de crecimiento a partir del año 2003 donde se pasa a graficar la inversión año por año.

Gráfico 15: Evolución de la inversión hotelera en pesos a valor actual



Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por la Secretaria de Turismo del Chaltén.

2 .6. Planta hotelera en estancias y hosterías de campo de Santa Cruz

Adicionalmente a la oferta de alojamiento tradicional dentro de las localidades en la Provincia de Santa Cruz existe una oferta de alojamiento no convencional en hosterías de campo y en establecimientos agropecuarios que se encuentran localizados fuera de los ejidos urbanos Las Estancias Turísticas son aquellas que manteniendo en mayor o menor medida la actividad ganadera, ofrecen en temporada alojamiento y otros servicios específicos relacionados con el turismo rural

Si bien las Hosterías de Campo no se ajustan exactamente al concepto de Estancia debido a su génesis, se las contabiliza en este rubro fundamentalmente por compartir el ámbito rural, alejado de los municipios, y el espíritu de servicio personalizado, artesanal y especializado propio de las Estancias.

La actividad turística en estancias agropecuarias surgió en Santa Cruz en 1993, cuando un grupo de productores agropecuarios de la provincia comenzó a prestar servicios turísticos en sus estancias con el fin de incorporar una actividad económica que les permitiera incrementar sus ingresos y salir de la crisis de la ganadería ovina.

Posteriormente, con el apoyo de instituciones oficiales como el INTA y la Subsecretaría de Turismo, parte de estos establecimientos se asociaron hasta constituirse en una Unión Transitoria de Empresas –UTE- denominada Estancias Turísticas de Santa Cruz.

Cuadro 3: Capacidad de alojamiento en Estancias y Hosterías de Campos

Localización geográfica	Cantidad de establecimientos	Cantidad de Plazas	%
El Chaltén	8	162	25,51
El Calafate	12	186	29,29
C.Carbonifera / Calafate	4	36	5,67
Cuenca Carbonífera	3	24	3,78
Gobernador Gregores	6	32	5,04
Hipólito Yrigoyen	5	106	16,69
Perito Moreno	3	27	4.25
Rio Gallegos	5	25	3,94
Tres Lagos	1	8	
Puerto Deseado	2		
Puerto San Julián	1	12	
Puerto Santa Cruz		8	
Fitz Roy	1		
Las Heras	1	9	5,83
Total	52	635	100

Fuente: Subsecretaria de Turismo de la Provincia

Con los datos del año 2006, se puede establecer que la oferta de alojamiento total de las Hosterías de Campo y Estancias Turísticas en la Provincia es de 635 plazas repartidas en 52 establecimientos, y distribuidas geográficamente de la siguiente forma:

Comarca Austral: 65,08 %

Comarca Noroeste: 25,98 %

Comarca Costera: 8,94 %.

Capitulo 3. La Demanda Turística en la Provincia

Un tema que queremos destacar antes de empezar a mostrar los datos estadísticos del movimiento de demanda que surgen de los registros de la provincia, sus municipios y comisiones de fomento; es la enorme dificultad para poder hallar números confiables que no sean cuestionados incluso por las mismas autoridades que los generan.

Hemos encontrados dos fuentes diferentes de información principales:

1) Sistema de relevamiento FUOR (Formulario Único y Obligatorio de Registro), aplicado por la Subsecretaria de Turismo de la provincia a través de los municipios en los establecimientos hoteleros, a partir del año 1993. Mediante este sistema se registran datos de turistas que se hospedan en las localidades, en un formulario estandarizado, que es depositado en una urna, que luego es volcada a bases de datos informáticas. El formulario provee información sobre la identificación demográfica del jefe del grupo, la residencia, las escalas anteriores y posteriores, el tipo de alojamiento utilizado, la estadía, el motivo del viaje, y la composición del grupo por edad sexo y ocupación; y

2) Las estadísticas de ingreso a los Parques ya sea por cobro de entradas o registro de visitantes.

El formulario FUOR, está en la actualidad seriamente cuestionado debido a la falta de cumplimiento en su aplicación de la mayor parte de los hoteles de la provincia, por otra parte los registros de Parques no representan la llegada de turistas por diversos motivos: los pasajeros pueden ingresar varias veces al PN Los Glaciares, mientras que en El Chaltén y en el PN Perito Moreno no se cobra entrada por lo que las estadísticas brindadas no son tan exactas.

A partir del relevamiento realizado se ha intentado reconstruir una serie histórica de demanda de arribos de turistas a la provincia, la que se consigna en el cuadro 1.

3.1. Comparación de la demanda turística recibida en los principales destinos de la provincia

En el cuadro que se presenta a continuación, las únicas series continuas obtenidas son las correspondientes a las localidades de El Calafate y El Chaltén.

Cuadro 4: Serie histórica de turistas ingresados a los principales destinos de la provincia desde la temporada 1997/98 hasta la temporada 2005/06

Destino	97-98	98-99	99-00	00-01	01-02	02-03	03-04	04-05	05-06
El Calafate	58.799	57.428	56.058	50.735	52.004	73.922	90.296	95.608	149.933
El Chaltén	15.000	16.000	16.250	16.250	15.500	22.500	30.868	38.987	42.600
Comarca Austral	**73.799**	**73.428**	**72.308**	**66.985**	**67.504**	**96.422**	**121.164**	**134.595**	**192.533**
P. Moreno	14.447	7.473	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	4.085	3.871
Los Antiguos	19.324	18.663	s/d	s/d	s/d	s/s	2.907	7.062	6.196
Comarca Noroeste	**33.771**	**26.136**	**0**	**0**	**0**	**0**	**2.907**	**11.147**	**10.067**
R. Gallegos	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	7.573	7.970	14.701	20.506
Pto Deseado	9.345	10.000	10.070	9.389	9.439	9.272	s/d	4.294	5.561
San Julián	17.000	14.800	13.120	15.592	s/d	s/d	18.842	21.408	24.720
Comarca Costera	**26.345**	**24.800**	**23.190**	**24.981**	**9.439**	**16.845**	**26.812**	**40.403**	**50.787**
Total Provincia	**133.915**	**124.364**	**95.498**	**91.966**	**76.943**	**113.267**	**150.883**	**186.145**	**253.387**

Fuente: Elaboración Propia en base a diversos informes consultados y estadísticas proveídas por la Municipalidad de Calafate, Río Gallegos y Comisión de Fomento del Chaltén.

En los casos de El Calafate, Los Antiguos, San Julián y Río Gallegos los datos surgen del FUOR. En el caso de El Chalten los datos surgen a partir de una relación entre los pernoctes y la cifra de visitantes tomada por el Centro de Informes del Parque Nacional Los Glaciares, sede Chalten.

Los datos correspondientes la Comarca Noroeste, los Antiguos y Perito Moreno para las temporadas 97/98 y 98/99,[3] provienen del registro de los turistas en el Centro de Informes y en el camping Municipal para los Antiguos y en Perito Moreno los datos surgen de los pasajeros que pasan por el Centro de informes, **combinados con el Ingreso a Cueva de las manos,** ya que esta comunidad **no está implementando el sistema** FUOR. Esta diferencia en los métodos de registro es la que explica el descenso en la cantidad de turistas entre esas temporadas y las del 2004/05 y 2005/06.

La información consignada en el cuadro 4, dadas las dificultades para obtener datos comparables y la posibilidad de doble conteo, en el caso de los turistas que recorren la provincia por vía terrestre, pretende dar órdenes de magnitud, es decir que se ha optado por sacrificar la rigurosidad, por la necesidad de obtener datos que nos permitan esbozar un análisis comparativo de el desempeño con relación a los turistas ingresados. A las tres comarcas

Hecha esta salvedad, es de interés comparar los totales de turistas ingresados a cada una de las Comarcas. La Comarca Austral es por lejos la que recibe mayor cantidad de turistas con un 76 % del total y en ella Calafate es el destino estrella durante todo el período de análisis, seguida por el Chalten que a partir de su creación en el año 1985 y sobre todo a partir de la mejora de su accesibilidad terrestre, ha registrado un aumento constante de demanda, triplicando el número de llegadas de turistas en los diez años analizados.

La Comarca Costera se ubica en el segundo puesto, con un 20 % del total de llegadas a la provincia y se destacan en ella los turistas ingresados a Río Gallegos, Capital de la provincia, San Julián y Puerto Deseado, en este orden. Si bien los atractivos turísticos de estas dos localidades son de semejante valor como motivadores de la demanda, es probable que San Julián sea más visitado por que se encuentra sobre la

[3] Sendón, Isabel, Plan de desarrollo turístico del Noroeste de la Provincia de Santa Cruz, CFI – Provincia de Santa Cruz, año 2000

Ruta Nacional Nº: 3, mientras que para acceder a Puerto deseado, es necesario desviarse unos 60 kilómetros por la Ruta Provincial 281.

La Comarca Noroeste es la menos desarrollada de la provincia, ya que recibe solo un 4 % del total de los turistas ingresados a la provincia, por esto es la que ofrece el mayor potencial de desarrollo, a partir de la excelencia de sus recursos turísticos y la progresiva mejora en la accesibilidad que se viene registrando en los últimos años. Esta mejora ha ocasionado un flujo regional veraniego desde Comodoro Rivadavia y otras importantes localidades del Norte de la Provincia de Santa Cruz como Las Heras, Pico Truncado, Caleta Olivia, en busca del clima y el descanso que propone la localidades de los Antiguos y Perito Moreno, por lo que se ha comenzado a dar el fenómeno de segunda residencia o alquiler de casas en el verano.

Por otra parte los turistas que recorren la Ruta 40, aun que todavía tiene varios tramos de ripio tanto al norte como al sur de esta Comarca, se están aventurando a llegar a la región en los meses de verano en sus propios vehículos, con todas las dificultades que entraña la falta absoluta de servicios que esta ruta tiene durante muchos kilómetros.

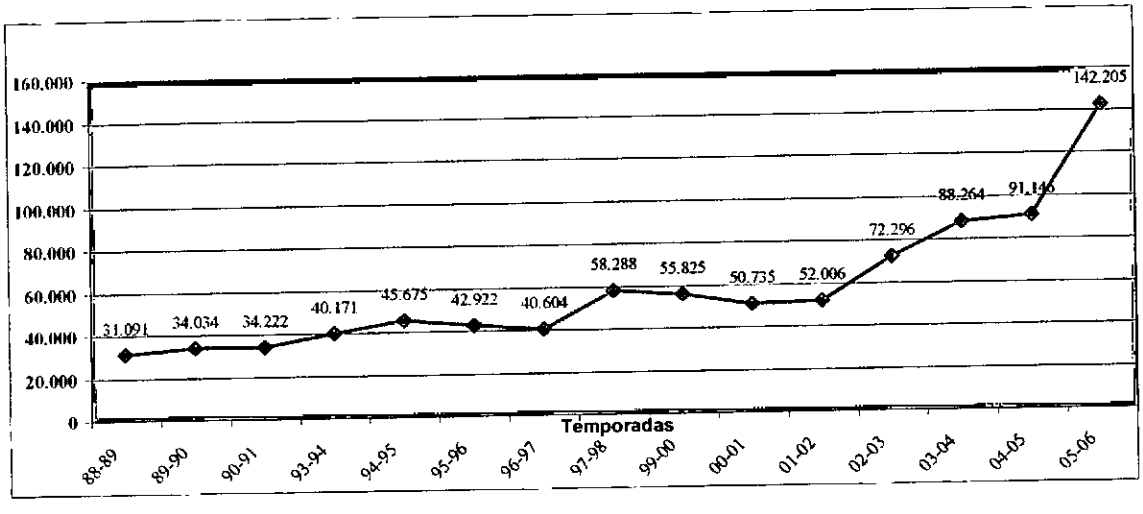
3.2. La demanda en Calafate y Chaltén, indicadores de la dinámica de la actividad turística en Santa Cruz

3.2.1. El Calafate

El análisis de datos de El Calafate refleja el impacto que las condiciones de accesibilidad y los contextos económicos tienen en el desarrollo de las actividades turísticas.

En la temporada 2005/06 se han relevado un total de 142.205 turistas alojados en la ciudad de El Calafate, lo que representa un crecimiento del 40 % respecto de la temporada anterior. Esta cifra sólo considera aquellos alojados en establecimientos turísticos que participaron en el sistema de relevamiento estadístico, y por tanto no incluye turistas y establecimientos que no entregaron el FUOR o aquellos turistas que pasaron un solo día en la zona y/o no pernoctaron en la ciudad.

Gráfico 16: Serie histórica de turistas ingresados al Calafate desde la temporada 1988/89 hasta la temporada 2005/06



Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por la Secretaria de Turismo del Calafate

Aunque hubo descensos en la llegada de turistas en las temporadas 95/96, 96/97, 99/00 y 00/01, se ha registrado un crecimiento promedio del 11.5% en la última década entre las temporadas 93/94 y 03/04.

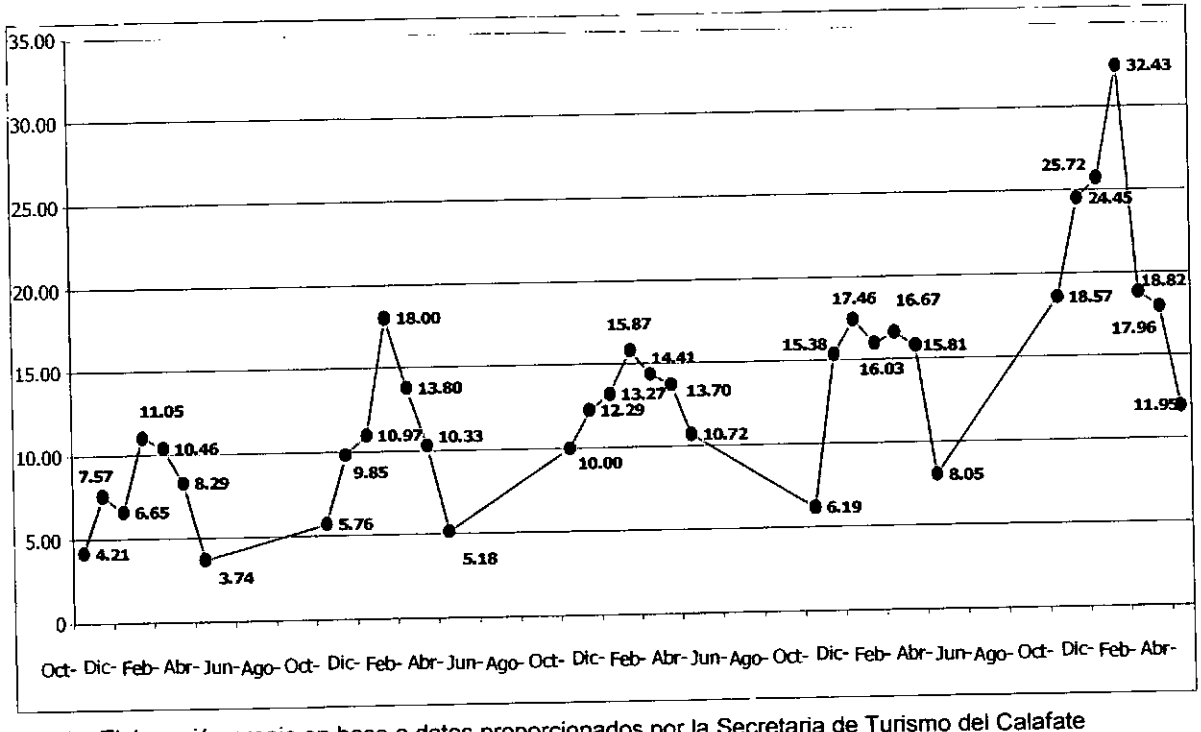
El mayor crecimiento se ha dado en los últimos años: en la temporada 2003/04 hubo un incremento del 22.15% respecto a 2002/03, y en la temporada 2002/03 un aumento en el número de turistas alojados del 42.15% con respecto a la temporada anterior 01/02, por lo que incluso tuvieron que recurrir a alojamiento en casas de apoyo (56 en el mes de enero de esa temporada, según datos de la Municipalidad), debido a que la oferta se encontraba saturada por una demanda superior.

El crecimiento en los 10 años del 1993/94 al 2003/04, ha sido del 115%, es decir la demanda se ha más que duplicado (multiplicado por 2,15) durante el periodo, aunque muestra un crecimiento muy irregular. En la presente temporada se observa otro fuerte cambio en el ritmo de crecimiento que se suaviza frente a 2003/2004 y pasa a un moderado 5,9%.

3.2.1.1. Distribución mensual de turistas- Estacionalidad

Según los datos de ocupación hotelera disponibles para los años 2005 y 2006 la temporada de mayor frecuentación turística transcurre entre los meses de octubre y abril que corresponden al fin de la primavera, el verano y comienzo del otoño. El mes de enero es el que registra mayores ingresos seguido de los meses de octubre, noviembre y febrero.

Gráfico 17: Cantidad de pasajeros ingresados al Calafate por mes



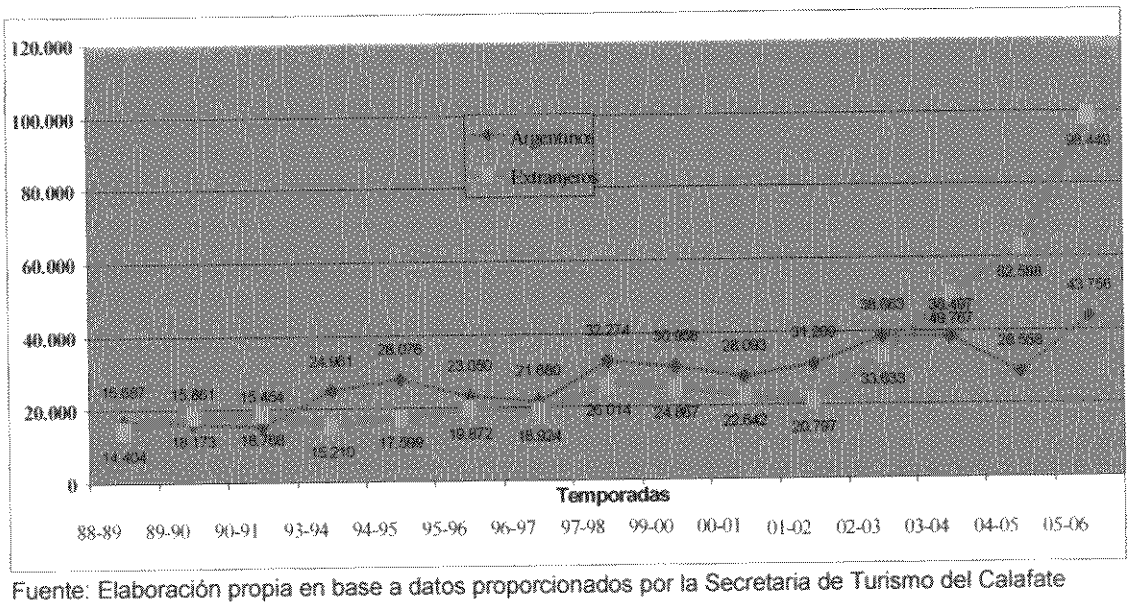
Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por la Secretaria de Turismo del Calafate

El cuadro anterior refleja las cifras de turistas ingresados por mes en los últimos 4 años y medio. En todos los años se registran el mismo patrón de arribos respecto a las épocas del año, coincidiendo en que la temporada alta se extiende desde noviembre a marzo, es decir durante 5 meses. Respecto a la temporada baja cuyo pico se mantiene en el mes de junio, a lo largo de esta serie se puede observar una tendencia a que haya un ligero aumento en las llegadas en invierno.

3. 2.1. 2. Procedencia de los turistas que arriban a Calafate

Para este ítem se dispone de información proporcionada por la Secretaría de Turismo de Calafate para las temporadas 2000/01 a 2005/6 que se grafica a continuación. Uno de los datos interesantes de este cuadro es que la demanda de turistas extranjeros mantiene un crecimiento sostenido desde la temporada del 2001, alcanzando en la temporada 2005/06 mayor valor relativo que la llegada de los turistas nacionales. Asimismo los turistas nacionales que superaban a los extranjeros hasta la temporada 2003/04 tienen un descenso brusco en la temporada 2004/05 y alcanza nuevamente sus valores históricos en la temporada 2005/2006.

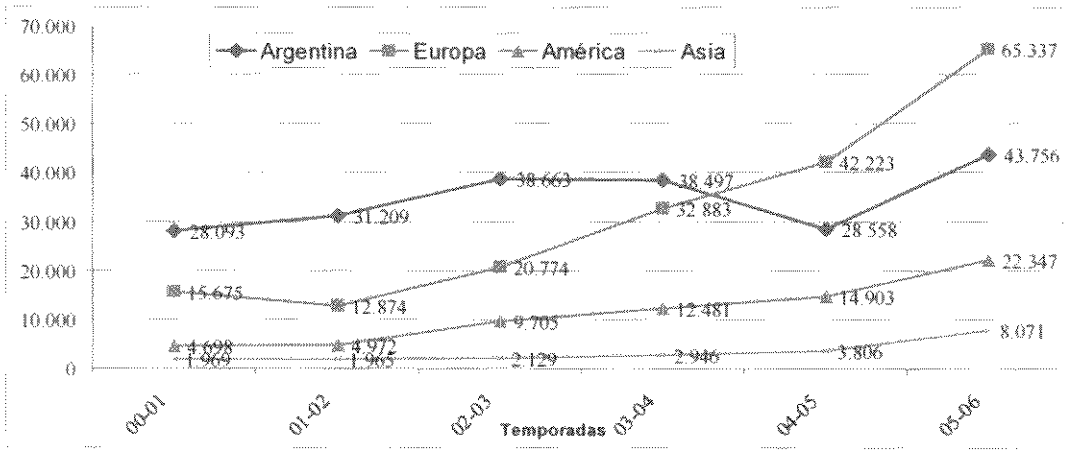
Gráfico 18: Cantidad de Pasajeros Ingresados a El Calafate por procedencia



Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por la Secretaria de Turismo del Calafate

Es de destacar el notable crecimiento que ha tenido el arribo de los europeos, que en 2 años – entre 03-04 y 05-06 - ha logrado más que duplicar su volumen, impulsado principalmente por los españoles. De esta manera Europa se ha convertido en el principal segmento de mercado por origen, superando inclusive a los turistas nacionales. El resto de los países de América, así como Asia mantiene una tendencia de crecimiento uniforme hasta el año 2004/05 y se duplican en la temporada 2005/06.

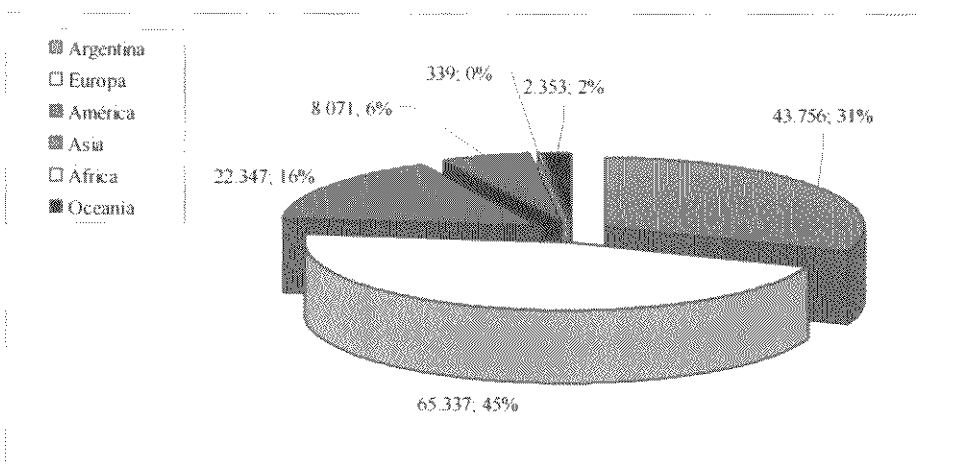
Gráfico 19: Cantidad de pasajeros ingresados por lugar de origen



Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por la Secretaria de Turismo del Calafate

Para una mejor comprensión de estos datos se grafica la información correspondiente a la temporada 2005/6 que muestra los últimos datos:

Gráfico 20: Pasajeros por procedencia temporada 2005 / 2006



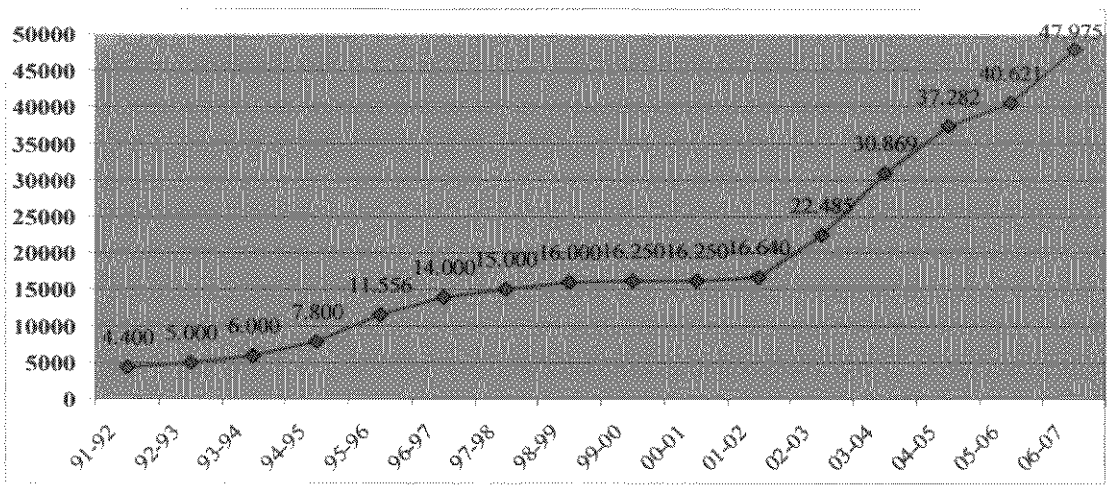
Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por la Secretaria de Turismo del Calafate

3.2.2. El Chaltén

3.2.2.1. Evolución de la demanda turística en El Chaltén.

Tomando la información disponible de varias fuentes se ha logrado reconstruir una serie histórica de turistas arribados a la localidad del Chaltén entre el año 1991 y el año 2007.

Gráfico 21 : Serie histórica de turistas ingresados a El Chaltén



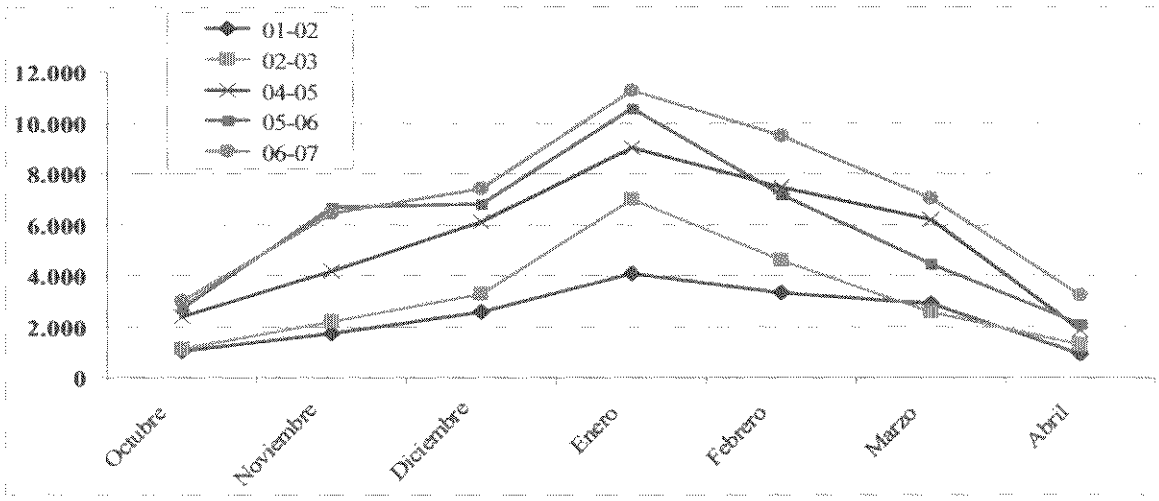
Fuente: Elaboración propia en base a datos de diferentes fuentes y la Comisión de Fomento.

3. 2.2.2. Estacionalidad

A continuación se muestra el ingreso de turistas al Chaltén entre los meses de octubre y abril desde la temporada 2001/02 hasta la 2005/7, mediante un gráfico que permite observar que durante las últimas 5 temporadas se repite de modo idéntico la curva de evolución de demanda por mes, mientras aumenta el número de turistas, pero con el mismo patrón de variación mensual.

De acuerdo a esta información el mes de mayor frecuentación de turistas es siempre el mes de enero seguido de cerca por los meses de febrero y diciembre y marzo en ese orden.

Gráfico 22: Estacionalidad de la demanda turística 2001 – 2007

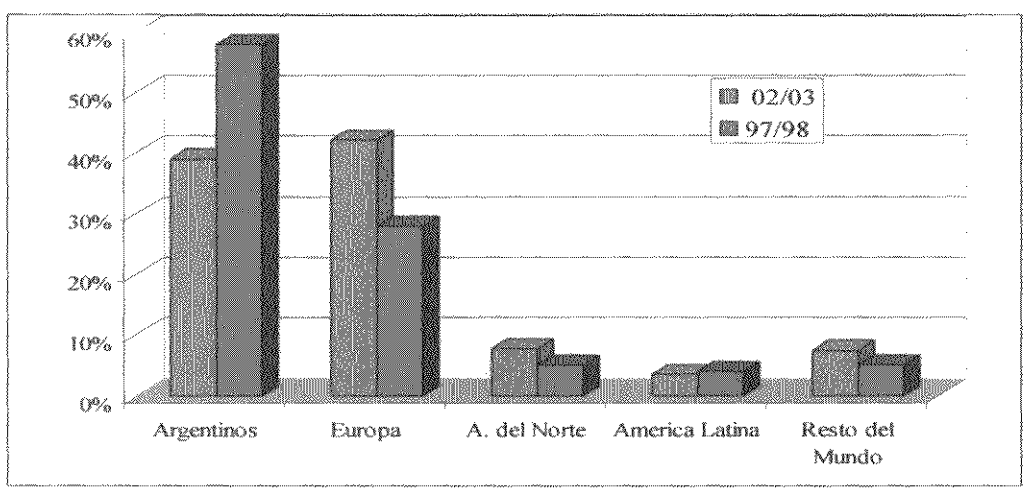


Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por la Comisión de Fomento del Chaltén.

3.2.2.4. Procedencia de los turistas

Se obtuvo información acerca de la procedencia de los turistas arribados al Chaltén para las temporadas 1997/ 98 y 2002/ 03, comparando estos datos podemos apreciar que en el año 98 había en el Chaltén más turistas argentinos que europeos, tendencia que se invierte para la temporada 2002/3.

Gráfico 23: Procedencia de los turistas arribados a El Chaltén



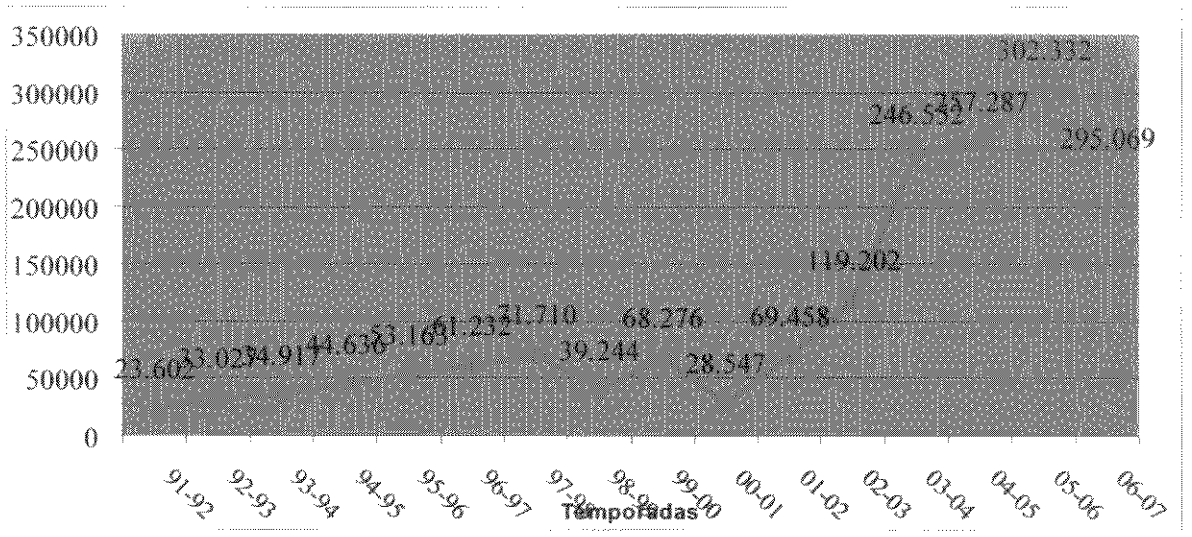
Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por la Comisión de Fomento del Chaltén.

3.3. Ingreso de turistas al Parque Nacional Los Glaciares

3.3.1. Volumen de ingresos por Calafate

El incremento espectacular –casi duplicación- de entradas vendidas a partir del año 2003 al 2006 en comparación con las temporadas anteriores 1999 a 2001, hace sospechar que, aún habiendo crecido la demanda, simultáneamente, se ha producido una mejora en el control, registro y sistematización del conteo de entradas para elaborar informes estadísticos. Para el conjunto del periodo 93/94 a 2.005/06, la demanda se ha multiplicado alrededor de siete veces.

Grafico 24: Visitantes al Parque Nacional Los Glaciares- Sede Calafate



Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por Administración de Parques Nacionales

Las cifras de visitantes al Parque Nacional registradas no concuerdan con el dato de turistas alojados en la localidad de El Calafate. Esto se debe probablemente a varias razones a) hay turistas no contemplados en la segunda estadística porque pernoctan en establecimientos fuera de la ciudad (ej. estancias, hosterías de campo y camping del Parque, etc.) b) el dato de visitantes al Parque es un dato de entradas vendidas, por tanto, un mismo turista será contado en tantas ocasiones como veces ingrese al Parque y

compre su entrada a lo largo de su estadía en el área (2,3 días de estadía media), y c) una parte importante de los turistas pasa un solo día, o incluso solo horas en la zona sin pernoctar en ella, marchando directamente a otros lugares, por ejemplo aquellos que vienen en excursión de un día desde Chile estando alojados durante su estadía en la Patagonia Austral en Puerto Natales, Torres del Paine, o aquellos que descendiendo por la Ruta 40 o desde El Chaltén, visitan en unas horas el Glaciar Perito Moreno y continúan después hacia el sur hacia el P.N. de las Torres del Apiñe en Chile o al revés.

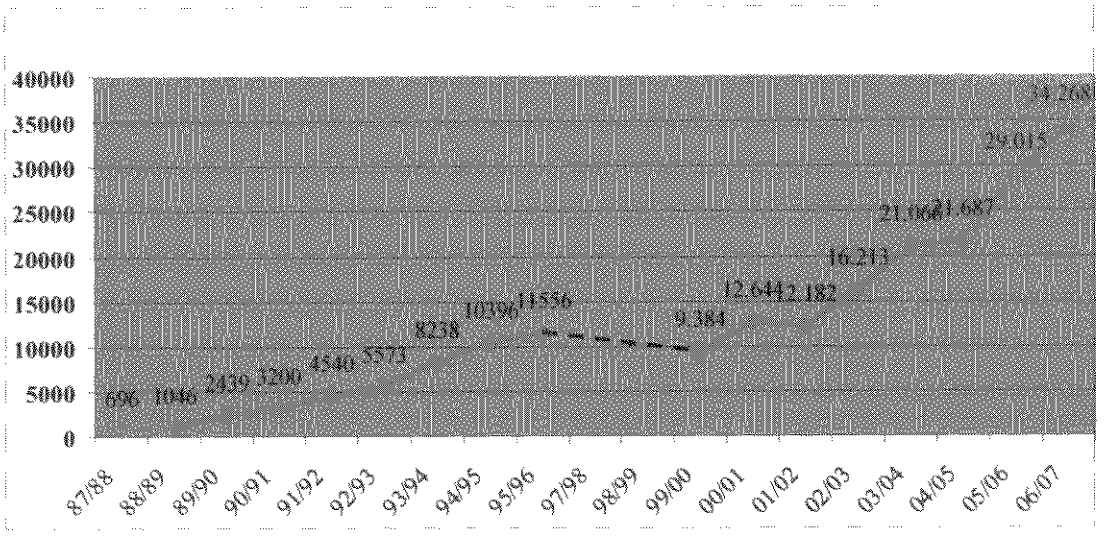
3.3.2. Volumen de Ingresos por El Chaltén

Dada la localización del Chaltén dentro del territorio del Parque Nacional Los Glaciares, es difícil discriminar los visitantes al Parque de los turistas que ingresan a la localidad o pasan por ella por otras razones.

Dadas estas circunstancias Parques nacionales no cobra entrada, ya que de hecho se puede acceder al territorio del Parque por diversas sendas que se alcanzan desde diferentes lugares cercanos a la localidad, y estos accesos se realizan varios días seguidos, dependiendo de las actividades que realice el turista y su estadía promedio.

Los datos con los que se cuenta entonces, provienen de un conteo que se realiza en la oficina de informes de Parques de los ingresantes en ómnibus y las personas que van a buscar información y material gráfico (planos) a la sede de guarda parques que se encuentra en la entrada de la localidad, ocasión que es aprovechada por los mismos para dar una charla tendiente a concientizar a los usuarios respecto a la protección del área y el peligro de incendios.

Grafico 25 : Entrada de visitantes al Parque Nacional Los Glaciares - Seccional Lago Viedma

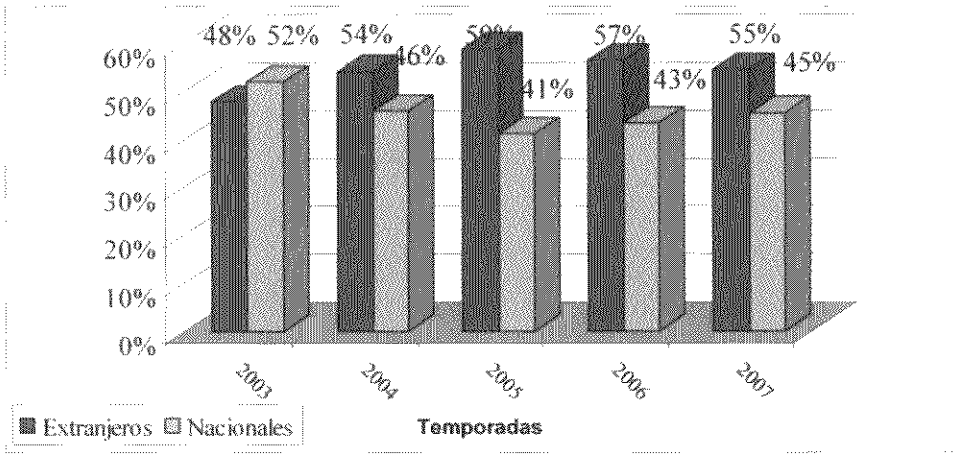


▬ ▬ Sin datos.
Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por Administración de Parques Nacionales

Las cifras de ingresantes al parque por Lago Viedma mantienen una proporcionalidad regular respecto de los ingresantes por Calafate, aunque su número es considerablemente menor, relacionado con la menor envergadura relativa de presencia de turistas en Chaltén con relación al Calafate.

Con cifras a partir del 2003 a la fecha se ha podido discriminar los visitantes al Parque entre Nacionales y extranjeros, si bien en el 2003 predominaban los turistas nacionales con el 48 % de los arribos a partir del año siguiente ha prevalecido la demanda de extranjeros en torno al 55% promedio de turistas, seguido por los turistas nacionales cuya representación luego de haber descendido en 2003 al 41% viene recuperando su presencia en el mercado paulatinamente pero a niveles todavía inferiores al de los turistas extranjeros.

Grafico 26: Turistas ingresados al Parque Nacional Los Glaciares por la sede Calafate según origen por año



Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por Administración de Parques Nacionales.

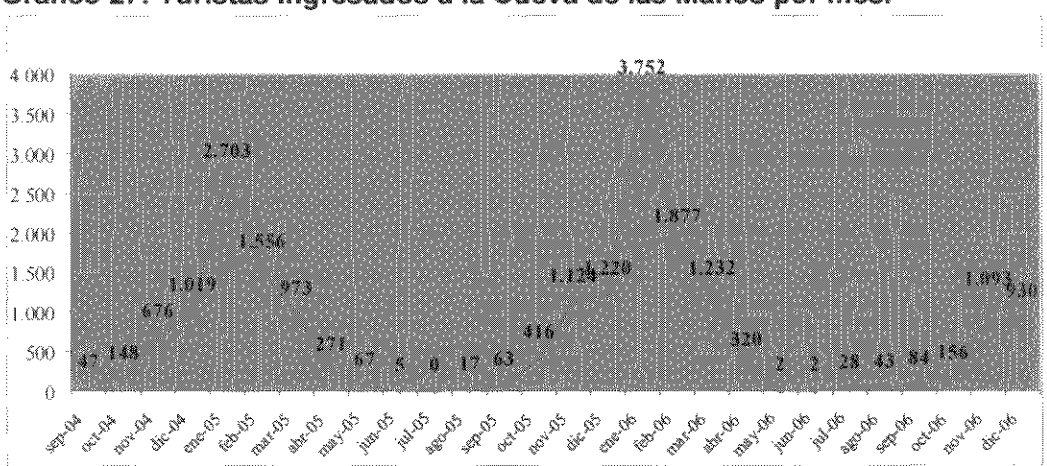
3.4. Ingreso de turistas a La Cueva de las Manos

En estos gráficos se ve claramente el escaso desarrollo en cuanto al volumen de recepción de turistas que tiene uno de los principales atractivos de la provincia.

Este escaso desarrollo tiene su explicación en las dificultades viales para el acceso terrestre al lugar, que en la medida en que se termine de pavimentar la ruta 40 se va a incrementar notablemente.

En el gráfico siguiente se puede observar la estacionalidad de las visitas de los turistas al atractivo, con el pico de llegadas en los meses de enero.

Grafico 27: Turistas ingresados a la Cueva de las Manos por mes.



Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por la Municipalidad de Perito Moreno

Capitulo 4: Marco Institucional y legal del turismo en la provincia

Si bien las competencias en materia de Turismo y Ambiente corresponden primariamente a las provincias, existen una serie de temas particulares en los cuales la distribución de competencias no es claramente divisible ni desde el punto de vista territorial, ni desde el punto de vista de la materia entre las autoridades nacionales, provinciales y municipales.

Adicionalmente los esfuerzos realizados por los distintos niveles de gobierno, así como por otros actores públicos y privados para la búsqueda de soluciones a la compleja problemática que plantea el desarrollo sustentable del turismo, no cuenta con adecuados canales de comunicación que permitan coordinar los esfuerzos individuales.

4.1. Organismos con competencia en aspectos relacionados con la actividad turística.

4.1.1. Subsecretaria de Turismo de la provincia

El organismo encargado del turismo a nivel provincial es la Subsecretaría de Turismo, que depende de la Secretaría de Estado de la Producción, y tiene sede en Río Gallegos y delegaciones en El Calafate y en la ciudad de Buenos Aires.

La política llevada adelante por la actual gestión de este organismo gira en torno a los siguientes ejes principales:

- Desarrollo y consolidación de los Productos Turísticos
- Promoción de los productos turísticos en los principales mercados argentinos y regionales
- Gestión para la conservación de los atractivos
- Capacitación de los actores del sistema
- Registro y Fiscalización de los servicios turísticos
- Fortalecimiento Institucional de la Subsecretaría de turismo

Y están orientados por los siguientes objetivos:

1. Aumentar el número de arribos turísticos, con el consecuente ingreso de divisas y la generación de nuevos empleos.
2. Aumentar la demanda turística hacia los productos santacruceños, en los mercados detectados como más deseables, instalando en los medios especializados y no especializados de difusión masiva el destino SANTA CRUZ PATAGONIA con esta imagen de marca.
3. Regulación de la oferta de servicios turísticos a los efectos de propiciar una competencia leal en precios y calidad, asegurando al turista niveles estándares de calidad acorde con los precios.
4. Optimizar la prestación de los servicios turísticos, generando nuevas oportunidades de trabajo y profesionalizando al sector.
5. Propiciar el desarrollo sostenido del atractivo turístico de manera que pueda lograrse el máximo aprovechamiento de la actividad, permitiendo a igual tiempo la reposición del recurso.

De estos ejes y objetivos se desprenden una serie de programas y proyectos que se llevan adelante en las tres comarcas de la provincia.

Asimismo la Subsecretaría de Turismo de la provincia ha certificado para su organización un Sistema de Gestión de la Calidad Integral según los requisitos de la Norma ***ISO 9001:2000*** con el Organismo de Certificación internacional DET NORSKE VERITAS y ha desarrollado e implementado un **Software de Gestión de la Información Turística (SIT)** que es único en su *tipo en el país*, reflejando decisiones estratégicas que ponen a la vanguardia a la Provincia de Santa Cruz en Sistemas de Gestión de la Calidad y Sistemas de Gestión de la Información Turística.

4.1.2. Consejo Agrario Provincial

El Consejo Agrario Provincial (CAP), organismo autárquico que es la unidad de aplicación de un conjunto de leyes vinculadas con la administración y preservación de los recursos naturales en lo referente a recursos hídricos, control y distribución de tierras fiscales, conservación de suelos, bosques y protección de fauna silvestre.

Existen dentro de la CAP una serie de dependencias que abordan las áreas mencionadas entre las que cabe mencionar:

1. La Dirección Provincial de Recursos Hídricos, que es autoridad de aplicación de la ley provincial de aguas.
2. La Dirección de Bosques y Parques
3. La Dirección General de Recursos Naturales

4.1.2.1. Las áreas protegidas provinciales

Las áreas protegidas de la provincia dependen del Consejo Agrario Provincial a través de su Dirección general de recursos naturales y áreas protegidas.

En un radio de aproximadamente una a dos horas de viaje de la mayoría de las poblaciones del interior de la provincia se localizan importantes áreas naturales protegidas ya sea como Parques Nacionales o como Reservas Provinciales dependientes del Consejo Agrario Provincial que representan un recurso turístico de primer orden, en el siguiente cuadro se presenta un listado de las áreas naturales provinciales

Cuadro Nº 5: Áreas Protegidas Provinciales

AREA	CATEGORIA	AÑO DE CREACION	SUPERFICIE (has)
Cabo Vírgenes	Reserva Provincial	1986	1.230
Península San Julián	Reserva Provincial	1986	10.400
Ría Deseado	Reserva Provincial	1977	10.000
Península Magallanes	Reserva Provincial	1993	39.800
San Lorenzo	Reserva Provincial	1993	24.000
Isla Pingüinos	Reserva Provincial	1992	2
Cabo Blanco	Reserva Natural Intangible	1977	737
Bahía Laura	Reserva Natural Provincial	1977	

Monte Loayza	Area de Uso exclusivo científico	1990	1740
Isla Cormorán e Isla Justicia	Area de Uso científico bajo Protección	1990	
Isla Deseada	Area de uso científico bajo Protección	1990	49
Isla Leones	Area de uso limitado bajo protección especial	1991	115
Bahía de San Julián	Area de uso limitado bajo protección especial	1990	
Humedal Caleta Olivia	Reserva Provincial	2000	
Reserva Prov. para Aves Migratorias	Reserva Provincial	2001	

En general las mismas se encuentran poco alteradas por el uso turístico recreativo, debido a los escasos turistas que las visitan. Los impactos humanos más significativos, sin ser de magnitud importante, son producidos por los propios pobladores (generación de residuos, daños ocasionales a la vegetación, caza furtiva, actividades extractivas, etc.).

A pesar del estado relativamente favorable de las áreas naturales con potencial turístico, existen muy pocas herramientas de gestión en funcionamiento. En gran parte, las acciones de control existentes (fundamentalmente en la Ría de Deseado) dependen de esfuerzos no estructurados y hasta individuales. La falta de guardafaunas o cualquier estrategia orgánica de control pone a muchas de estas reservas en una condición de peligro en el mediano plazo, especialmente si aumenta el número de visitantes.

Actualmente existen inconvenientes de hecho en el ejercicio de la jurisdicción por parte de distintos organismos provinciales. En particular, existen reservas en la costa donde el único personal en el sitio depende del Consejo Agrario Provincial y en otras no existe personal alguno.

4.1.3. Subsecretaría de Medio Ambiente

Es la autoridad de aplicación entre otras, de la normativa de residuos peligrosos y de la Ley de evaluación de impacto ambiental y de la Ley General de Ambiente.

4.1.4. Vialidad Provincial

Tanto para la ejecución como para el mantenimiento de las rutas nacionales y provinciales en Santa Cruz existe un Convenio Marco del año 1993 entre Vialidad Nacional y Provincial, por el que vialidad provincial es responsable de la ejecución de las obras; licitación e inspección de obras, así como de la inversión inicial y luego la nación le reintegra los fondos a partir de la presentación de los certificados de obras realizadas. Vialidad provincial que cuenta con un plantel de 60 empleados si bien no posee un plan maestro de obras para toda la provincia, si cuenta con plan general de obras que es validado cada año.

En el año 1970, un tramo de la Ruta 40 fue transferido a la Provincia para conformar la Ruta Provincial N°: 5, como también se han transferido la jurisdicción sobre las maquinarias viales.

4.1.4.1. Nuevos Proyectos

Existe un proyecto en avanzada etapa de diseño, para abrir un corredor turístico con la pavimentación de toda la Ruta 40, en su tramo provincial, que corre paralela a la precordillera. Esta pavimentación crearía un circuito turístico regional que no sólo beneficiaría al turismo de la provincia sino también al de Chile, dado que conectaría la Laguna del Desierto, El Chalten y El Calafate con el Parque Nacional de Torres del Paine en Chile, (vía el cruce fronterizo de Cerro Castillo). El proyecto incluye la construcción de un aeropuerto en perito Moreno, donde hasta ahora sólo hay una pista de aterrizaje. Este proyecto tiene un importante apoyo a nivel nacional, pues se considera como un complemento de la Comarca Austral hacia el norte e integrando también la región Noroeste de la Provincia a través del paso por Los Antiguos con la Región Chilena de Aysen, en la que existe un aeropuerto internacional en Coyhaique.

4.1.5. Organismos regionales: El ente regional oficial de Turismo "Patagonia Turística"

La provincia de Santa Cruz participa en el Ente Regional Oficial " Patagonia turística , integrado por los organismos oficiales de Turismo de las provincias de Río Negro, Chubut, La Pampa, Neuquén, Santa Cruz, Tierra del Fuego Antártida e Islas del Atlántico Sur y que tiene por objeto la promoción del Turismo regional

El Ente es una organización de responsabilidad pública pero con participación del sector privado, capaz de desarrollar una oferta diversificada y distribuida equitativamente, en el marco de una gran marca: **"Patagonia, valor universal de la Humanidad"**, y con varias sub marcas de gran atractivo.

4.1.6. Organismos Nacionales

4.1.6.1. **La Secretaria de Turismo de la Presidencia de la Nación** (SECTUR) es el organismo responsable de entender en todo lo relativo a la promoción y desarrollo de la actividad turística interna y del turismo internacional receptivo.

4.1.6.2. **La Administración de Parques Nacionales (APN)** es el organismo descentralizado dependiente de la Secretaría de Turismo de la Nación, que tiene a su cargo la planificación y ejecución de la conservación de la diversidad biológica y cultural de las áreas protegidas, reservas nacionales, y monumentos naturales bajo su jurisdicción.

En la provincia de Santa Cruz hay 3 Parques Nacionales y un Monumento Natural:

Cuadro Nº 6 Parques Nacionales y un Monumento Natural

Denominación	Fecha de creación	Superficie
P. N. Los Glaciares	1937	720.000 ha.
P. N. Perito Moreno	1937	115.000 Ha.
P. N. Monte León	2004	61.700 ha.
M. N. Bosque Petrificado	1954	66.000 ha.

4.1.6.3. **La Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación** (SAyDS) es el organismo que asiste a la Jefatura de Gabinete de la Presidencia de la Nación, en lo inherente a la preservación y protección ambiental, a la implementación del desarrollo Sustentable, a la utilización racional y conservación de los recursos naturales, renovables y no renovables, tendientes a alcanzar un ambiente sano, equilibrado y apto para el desarrollo humano, en el marco de lo dispuesto por el artículo 41 de la Constitución Nacional.

4.1.6.4. **Prefectura Naval Argentina** es la, fuerza de seguridad dependiente del Ministerio del Interior, dirigida a la Policía de seguridad de la navegación.

4.1.6.5. **Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios** del que dependen Secretarías y Subsecretarías con competencias específicas relacionadas con la actividad turística y la preservación del Ambiente, a saber:

1. Secretaría de transporte
2. Vialidad Nacional
3. Subsecretaría de Puertos y vías Navegables
4. Subsecretaría de recursos Hídricos e
5. Instituto Nacional del Agua.

4.2. Planificación y organización del turismo a nivel nacional

La Secretaría de Turismo de la Nación, en consulta con las provincias ha elaborado el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable PFETS para el período 2005 – 2016, con una estructura de análisis regional.

El Plan Federal es un instrumento que tiene por objetivo "guiar las acciones con impacto espacial hacia un crecimiento equilibrado, integrado, sustentable y socialmente

justo del territorio argentino y construir mecanismos de intervención más adecuados para aprovechar las oportunidades de desarrollo, turístico regional" para el logro de estos objetivos toma como premisas del plan la consolidación institucional del turismo, la sustentabilidad, el desarrollo equilibrado del espacio turístico nacional y la implantación de un sistema de incentivos y estímulos para el desarrollo,

El Plan Federal, que se encuentra actualmente vigente y coincide en su horizonte temporal 2016 con el presente Plan plantea las siguientes estrategias principales para la Región Patagónica.

- Promover el fortalecimiento y rediseño del **Ente Regional Oficial de Turismo Patagonia** Turística para la integración interjurisdiccional e intersectorial. Una propuesta de articulación clara entre todas las Provincias de la región que delegan en el Ente la planificación estratégica regional, el fortalecimiento técnico y financiamiento del municipio, la concientización y capacitación de los distintos sectores involucrados tanto en educación formal como no formal, la mejora de la conectividad, el equipamiento y la infraestructura, entre otras cosas.

- Complementaria con la Estrategia anterior, se promueve también "Asegurar la homogeneización de leyes y normas entre las Provincias de la Región, a fin de procurar la continuidad de políticas".

- Este Ente se vería apoyado asimismo por el rediseño de las Agencias de Desarrollo y el fortalecimiento de su articulación en Red, tanto entre sí como con el sector privado, que precisaría el apoyo del nivel federal, en pos de aquella potente Idea Fuerza Regional detectada: **"En- Red- Ar los emprendimientos es ventaja competitiva".** Esto incluye la creación de una "Incubadora de microempresas y PyMEs", propiciando la distribución equitativa de las oportunidades del turismo en todo su territorio.

- A partir de estas estrategias básicas se actuaría estimulando la "Aplicación de Sistemas de Gestión de la Calidad a todos los aspectos de la actividad turística".

- También se propone "Generar una visión estratégica de la Patagonia Argentina como marca de relieve internacional", para lo que la formulación de un Plan de Marketing Estratégico para la Región será central, apoyado siempre en las fortalezas antes mencionadas.

El PFTS pone a disposición de las provincias una serie de programas tendientes a facilitar su desarrollo turístico sustentable, mencionamos a continuación aquellos que son de particular interés para su articulación con este Plan:

4.2.1. PROFODE

El Programa de Fortalecimiento y Estímulo a Destinos Turísticos Emergentes, PROFODE, es una de las iniciativas deL PFTS que apunta a orientar y promover la actividad turística en destinos turísticos potenciales.

El **objetivo de este programa** es motorizar, con acciones de fortalecimiento, procesos de desarrollo turístico en destinos que, por sus características naturales y/o culturales, presentan potencialidad para atraer turistas, pero que por distintas razones no han alcanzado aún este objetivo.

El programa cuenta con **dos líneas de proyectos**:

- Para destinos emergentes con **demanda de turismo receptivo** (en general poseen atractivos de relevancia internacional y el trabajo tiene una duración de dos años) y
- Para destinos emergentes con **demanda de turismo interno** (la ejecución del programa es de un año).

La propuesta de trabajo propone **involucrar a distintos organismos** del sector público con el objeto de realizar un abordaje integral en el territorio, generando sinergias desde la especificidad de cada uno y optimizando así los recursos humanos y financieros con los que se cuenta. En este sentido, participan en la implementación del programa, además de la SECTUR, el Consejo Federal de Inversiones (CFI), la Administración de

Parques Nacionales (APN), y las provincias anfitrionas a través de sus respectivos organismos de turismo.

El PROFODE propone cuatro módulos de trabajo: Fortalecimiento Institucional del sistema turístico, fortalecimiento de micro emprendedores, sistema de soporte y desarrollo, marketing y promoción de productos, junto con un componente de gestión relevante a través del cual se vehiculizan demandas que no pueden ser consideradas por sus características dentro del accionar de los organismos participantes pero sí son incumbencia de algún otro organismo nacional.

4.2.2. Sistema de calidad Turística - Buenas Prácticas

El Sistema de Calidad Turística, Buenas Prácticas, está dirigido especialmente a pequeños y medianos prestadores con un enfoque realista, efectivo y pragmático, y con una perspectiva de Destino.

El (SCTE) es una metodología que aplica **instrumentos concretos** para consolidar una cultura de la mejora continua. Para la transferencia metodológica que significa la implementación del El Modelo de Aproximación a la Calidad Turística en Argentina, se adaptaron 31 soportes metodológicos (Manuales de Buenas Prácticas por sector involucrado con sus respectivas Guías de Auto evaluación, y los contenidos de las sesiones formativas de cada uno de los ciclos), 6 soportes de gestión (o herramientas de apoyo que permiten instrumentar la metodología). En otras palabras, aquellos documentos y materiales que contribuyen a gestionar el proyecto.

4.2.3. Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO)

Enmarcado dentro los Programa de Gestión de la Calidad que surgen del Plan Federal, El Sistema Inicial de Gestión Organizacional para MyPyMes, SIGO, es una nueva metodología de gestión orientada a la implementación de la cultura de la calidad entre los actores del sector privado.

El SIGO tiene como objetivo fundamental apoyar a los micro, pequeños y medianos empresarios turísticos para conducir la dirección de sus negocios hacia la modernización,

mediante la adopción de sistemas de gestión y estándares de calidad y servicio de clase internacional, a fin de satisfacer las necesidades de sus clientes internos y externos, y alcanzar una mayor rentabilidad y competitividad.

Para alcanzar estos objetivos, el SIGO facilita técnicas y herramientas de gestión de fácil aplicación tanto para los responsables de estas empresas como para sus empleados, que les permiten alcanzar beneficios cuantificables en tres líneas fundamentales:

1. eleva la calidad de los servicios y mejora la atención para la satisfacción de los clientes;
2. eleva las ventas y reduce los costos en beneficio de los propietarios de las empresas turísticas;
3. permite incrementar la participación y satisfacción de sus empleados y colaboradores.

Se trata en total de 12 técnicas de trabajo y gestión que son facilitadas a las empresas participantes a lo largo de 6 sesiones conjuntas de trabajo, y 4 asistencias técnicas personalizadas, que son facilitadas en el plazo de 3 meses de trabajo.

Aquellas empresas que tras el proceso de implementación obtengan una participación destacada y cumplan los requisitos mínimos de evaluación, se harán acreedoras del Distintivo SIGO que es entregado por la SECTUR en conjunto con la Cámara Argentina de Turismo - CAT. La primera experiencia de implantación de este Sistema de Gestión, se está realizando en la provincia de Corrientes, en distintos municipios de la provincia, y contará con la participación de un grupo de 30 empresas de los distintos subsectores de la actividad turística.

4.2.4. Sistema de información turística Argentina (SITA)

El Sistema de información turística Argentina, oportunamente planteado y consensuado en el ámbito del Plan Operativo del PFTS 2016, será una gran plataforma

de información turística de la Argentina, que contendrá todo tipo de datos para ser utilizados por múltiples usuarios; funcionarios públicos en todos sus niveles, empresarios, profesionales, turistas en general, que podrán satisfacer distintas necesidades de información, que servirán para la toma de decisiones y / o monitoreo de gestiones, acciones, estrategias o políticas en diversos temas turísticos.

El sistema estará conformado por tres módulos:

1. Sistema de Información Turística (SIT)
2. Sistema de Información Geográfica (SIG)
3. Centro de Documentación Turística (C.D.T)

4.2.5. Programa Nacional de Inversiones Turísticas.

El PFTS, prioriza la financiación de inversiones en los elementos de la oferta turística nacional, identificados en el plan como componentes actuales y potenciales, que pueden corresponder a las siguientes tipologías: corredores, áreas, puertas, travesías y circuitos transfronterizos.

Dentro de la Región Patagonia, la Provincia de Santa Cruz aparece con los siguientes componentes priorizados:

Cuadro N° 7 PROVINCIA DE SANTA CRUZ

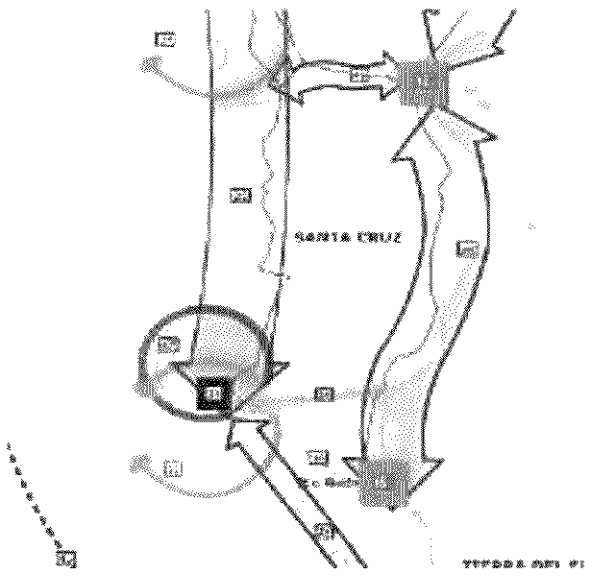
PRIORIZACION DE COMPONENTES ACTUALES			
N°	**COMPONENTE**	**VALOR**	**JUSTIFICACIÓN**
37	Corredor Austral (aéreo)	64,00	Ya en funcionamiento y de inversión privada.
47	Área Parque Nacional los Glaciares	36,00	Posee dinámica propia
33	Puerta El Calafate	24,00	Posee dinámica propia de flujos de inversiones, ya sean públicas y/o privadas, nacionales y/o internacionales o mixtas.
PRIORIZACIÓN DE COMPONENTES POTENCIALES			

Nº	COMPONENTE	VALOR	JUSTIFICACIÓN
29	Corredor Ruta Nac. 40	117,00	Prioridad corto plazo, pues a largo plazo completará el "Corredor Andino Patagónico"
24	Corredor de la Costa Patagónica Sur	66,67	Clave para la estructuración de un "corredor de la costa patagónica"
46	Corredor Central de la Patagonia	30,00	Se considera a largo plazo
35	Puerta Río Gallegos	6,00	Poseen dinámica propia
34	Travesía Ruta Prov. 9	18,00	Se considera a largo plazo
36	Travesía Ruta Prov. 5	7,00	Se considera a largo plazo
32	Circuito Transfronterizo Río Turbio-Puerto Natales	18,00	Se considera a largo plazo

Fuente: Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable – Argentina 2016. Secretaría de Turismo.

A partir de estos componentes del espacio turístico priorizados, que se grafican en el siguiente mapa, el PFETS ha pre identificado espacios prioritarios precisando los componentes de inversión turística requeridos en cada espacio.

Mapa de Componentes del espacio turístico de la Provincia



Entre los componentes preidentificados para la provincia aparecen los siguientes:

Cuadro Nº 8

ESPACIOS PRIORITARIOS PREIDENTIFICADOS			COMPONENTES DE INVERSIÓN TURÍSTICA											PLAZO	
			Competencia Directa de los Organismos de Turismo (*)						Competencia de otros organismos						
			Estudio de Preinversión	Unidades de información	Señalización Turística	Instalaciones	Revalorización del Patrimonio	Mantenimiento y Operación	Parques Nacionales	Infraestructura (**)				C	M
										Transporte	Comunicaciones	Energía	Sanidad		
	Corredor Ruta Nac. 40	POT													
	Corredor de la costa patagónica Sur	POT													

Fuente: Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable – Argentina 2016. Secretaría de Turismo.

El Corredor de la Costa Patagónica Sur, así como el de la Ruta Nacional 40, están vinculados a través de dos Travesías (Travesía Ruta Provincial 9 y Travesía Ruta Provincial 5). La valoración realizada considera para estos espacios los siguientes componentes de inversión turística:

- Estudio de preinversión
- Unidades de información para la Ruta 40
- Señalización turística
- Instalaciones para la Ruta 40
- Revalorización del patrimonio para la Ruta 40
- Mantenimiento y operación
- Inversiones en Parques Nacionales (situados en proximidad de la Ruta 40)

El plazo asignado para estos espacios es "C" (corto plazo) para la Ruta 40 y M o medio plazo para el Corredor de la Costa patagónica Sur.Hay que tener en cuenta que, al tratarse de un análisis regional, las valoraciones se refieren a la Ruta 40 en todo su recorrido patagónico.

4.2. 5.1. Subprograma de Asistencia Financiera del PFETS.

Un equipo técnico de la Dirección de Inversiones Turísticas, que depende de la Dirección Nacional de desarrollo Turístico de la SECTUR realiza en las provincias y municipios del país, Jornadas Informativas de Asistencia Financiera con la finalidad de difundir las líneas de financiamiento disponibles para el sector y explicar las distintas modalidades de financiamiento

En todos los casos se enfatiza sobre la formulación de proyectos teniendo en cuenta el análisis turístico, arquitectónico y económico que deben contemplar los emprendedores para la formulación de sus proyectos de inversión., posteriormente las jornadas se dividen en dos momentos: la exposición de las líneas de financiamiento y las consultas por parte de los asistentes. En la primera fase, se hace una breve introducción de los datos relevantes del sector turismo y se explican las líneas de crédito con mejores condiciones de financiamiento para inversiones turísticas.

4.2.6. Programas propuestos por el PFTS en el campo de actuación: Promoción y comercialización

Los programas de Promoción y Comercialización propuestos por Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable Argentina 2016 y el Ente Oficial Regional Patagonia Turística han de concebirse integrados en las estrategias de promoción y comercialización que existen para la Provincia de Santa Cruz y la Patagonia en general

Cuadro N° 9

PLAN FEDERAL ESTRATÉGICO DE TURISMO SUSTENTABLE DE ARGENTINA		
CAMPO DE ACTUACIÓN: PROMOCIÓN Y MARKETING		
ESTRATEGIA	PROGRAMAS	CONTENIDOS/ SUBPROGRAMAS
Creación del Instituto Nacional de Promoción Turística	Instituto Nacional de Promoción Turística	Diseñar, desarrollar y ejecutar los planes, programas y estrategias de promoción del turismo receptivo internacional y de los productos directamente relacionados con él, como así también de la imagen turística del país
Marketing integrado y coordinado en base a la diversificación de productos-mercados	Estudios de mercado nacional y regional	Identificar las principales tendencias de la demanda nacional y regional
		Estudiar las necesidades y motivaciones de los turistas y su relación con la diversidad de productos/ destinos
	Estudios de mercado internacional	Caracterización de la demanda internacional actual y estudio de la demanda potencial
		Selección de indicadores para la clasificación de los mercados en prioritarios, estratégicos y potenciales
	Marketing integral	Fomento de Alianzas Estratégicas públicas y privadas
		Implementación de nuevas tecnologías
		Posicionamiento de Regiones/ Productos
		Promoción Competitiva
	Gestión de marketing	Implementación del Modelo Operativo de Gestión
		Indicadores de Gestión para la evaluación de resultados para cada acción ejecutada

ESTRATEGIAS DE LA REGIÓN PATAGONIA EN PROMOCIÓN Y MARKETING Y SU APORTE AL PLAN FEDERAL			
CAMPO DE ACTUACIÓN: PROMOCIÓN Y MARKETING			
IDEA FUERZA	ESTRATEGIA	ENCUADRE PROGRAMÁTICO	PROYECTOS PRE-IDENTIFICADOS
Integrar la diversidad en submarcas fortalece a la Patagonia	Generar una visión estratégica de la Patagonia Argentina como marca de relieve internacional	Desarrollar un Plan de Marketing Estratégico para la región	Desarrollo de la identidad corporativa del Ente Regional Oficial de Turismo Patagonia Turística
			Desarrollo del análisis de mercado y competitividad
			Desarrollo de Programas de promoción y publicidad de acuerdo a los mercados y productos
			Fortalecimiento de las submarcas patagónicas, como integradoras de la marca "Patagonia, Argentina", fundamentalmente aquellas que hagan referencia a los productos vinculados a la región

Fuente: Documento Principal y Anexo regional Patagonia del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable Argentina 2016 de la Secretaria de Turismo de la Nación

4.3. Marco Legal de la actividad turística en los niveles nacional y provincial

En el siguiente cuadro se presenta una síntesis de las principales normas de aplicación en la Provincia de Santa Cruz que están relacionadas con la preservación del ambiente y la actividad turística. Para una mejor comprensión la normativa de referencia se muestra ordenada por materia y por jurisdicción:
Las normativas vigentes a nivel Nacional y provincial se presentan en l siguiente cuadro

Cuadro N° 10

TURISMO	
Nación	
Norma	**Descripción**
Ley Nª: 18.829 y Decreto Reglamentario Nª 2182/72.	Ley de Agencias de viajes que crea el registro de Agentes de Viajes en el ámbito de la secretaría de Turismo de la Nación
Ley Nª 25.997	Ley Nacional de Turismo. Declara de interés nacional al turismo como actividad socioeconómica estratégica y esencial para el desarrollo del país. Adopta el principio de desarrollo sustentable, crea el Programa Nacional de Inversiones Turísticas. Constituye el Fondo Nacional de Turismo. Crea el Consejo federal de Turismo. Designa a la secretaría de Turismo autoridad de aplicación del régimen.
Provincia de Santa Cruz	
Norma	**Descripción**
Ley Nº: 1095	Ley provincial de turismo que declara al turismo actividad de interés prioritario de la provincia de santa Cruz. Designa a la Subsecretaría de Turismo como autoridad de aplicación del régimen. Crea el fondo provincial de turismo y el registro provincial de actividades turísticas.
Decreto 1073/80 y normas modificatorias	Aprueba la reglamentación sobre alojamientos Turísticos en la provincia de Santa Cruz. Creación del registro provincial de Alojamientos Turísticos.
Decreto Nº: 769/85 modificado por Decreto Nº: 578/92	Constituye el Registro Provincial de Actividades Turísticas en el ámbito de la Subsecretaria de turismo y en el que deberán inscribirse quienes las desarrollen en la provincia de Santa Cruz.
MEDIO AMBIENTE	
Nación	
Norma	**Descripción**
Ley Nº: 25.675	Ley de Presupuestos mínimos para el logro de una gestión

	sustentable y adecuada del ambiente, la protección de la diversidad biológica y la implementación del desarrollo sustentable.
Ley Nº: 25.612	Ley de presupuestos mínimos de protección ambiental sobre la gestión integral de residuos de origen industrial y actividades de servicio.
Ley Nº: 25.688	Ley de presupuestos mínimos para la preservación de las aguas, su aprovechamiento y uso racional.
Ley Nº: 25.831	Ley de presupuestos mínimos de protección ambiental para garantizar el acceso a la información ambiental que se encontrare en poder del estado, tanto en el ámbito nacional como provincial y municipal como así también de entes autárquicos y empresas prestadoras de servicios públicos, sean públicas, privadas o mixtas.
Ley Nº: 19.292	Parque Nacional Los Glaciares, creado como área protegida en el año 1937, establece sus límites actuales y la zonificación del parque nacional y la reserva nacional-
Ley Nº: 22.351	Ley de Parques nacionales
Decreto Nº: 2148/90	Establece el Régimen de Reservas Naturales estrictas.
Ley Nº: 22.421	Ley de Conservación de la fauna Silvestre.
Provincia de Santa Cruz	
Norma	**Descripción**
Ley Nº: 65 (modificada por ley Nº 1154)	Ley de Bosques y Tierras Forestales
Ley Nº: 229	Ley de conservación de suelos
Ley Nº: 786 (modificada por las leyes Nº 2387, 2549, 2580)	Ley de Parques, Monumentos Naturales y Reservas Provinciales. Se dispone que en cada caso la declaración será hecha por Ley.
Ley Nº: 2316 (modificada por Leyes Nº: 2662 Y 2693)	Crea el área natural protegida Península de Magallanes, integrada por la reserva provincial Zona Norte, la reserva Provincial península de Magallanes, Zona Sur y el parque Provincial Península de Magallanes, en el marco de lo establecido por la Ley Nº 786.
Ley Nº 2658	Ley de evaluación de Impacto Ambiental. Comprende a todas las actividades, proyectos, programas o emprendimientos susceptibles de modificar directa o indirectamente en cualquiera de sus etapas de ejecución el ambiente, que realicen o proyecten realizar personas físicas o jurídicas, públicas o privadas.

Del cuadro anterior podemos concluir que si bien existen leyes que regulan tanto la actividad turística como la preservación ambiental en el ámbito nacional y provincial , en su gran mayoría estas leyes no han sido reglamentadas lo que genera que dichas normas solo pueden ser parcialmente aplicadas en la actualidad. Carecen de reglamentación , las seis leyes sancionadas en materia de presupuestos mínimos de preservación ambiental , como la Ley Nacional de Turismo y las leyes provinciales que regulan el procedimiento de evaluación del Impacto ambiental y la Ley de aguas.

Capítulo 5: Infraestructura básica y redes

La deficiente accesibilidad e interconectividad terrestre, aérea y también marítima, es una constante histórica de la Patagonia, especialmente de sus zonas más extremas, como es el caso de la Provincia de Santa Cruz que ocupa una ubicación geográfica periférica, incluso dentro de la propia Patagonia.

5.1. Conectividad aérea

Dada esta situación geográfica respecto a los principales mercados emisores tanto nacionales como internacionales, el acceso por vía aérea, resulta un factor clave para asegurar el tráfico turístico. En este sentido la actividad turística es muy dependiente de la cantidad de frecuencias aéreas puestas en el mercado por la compañías aéreas, y su precio, lo que constituye una verdadera barrera de entrada para el desarrollo del sector en todos los destinos turísticos del país, pero especialmente en Santa Cruz y Tierra del Fuego que dada su lejanía solo son accesibles para la demanda internacional y nacional por vía aérea.

Por otra parte es necesaria la apertura de nuevas rutas aéreas que garanticen mayor conectividad entre los destinos turísticos de propia provincia y con las otras provincias de la Patagonia, facilitando la movilidad de los turistas en la región patagónica y la provincia.

Respecto a la disponibilidad de aeropuertos, en la provincia hay dos aeropuertos internacionales, el de Río Gallegos y el de El Calafate, mientras que para vuelos de menor porte, existen aeropuertos en: Puerto Deseado, Gobernador Gregores, Río Turbio, y está en proyecto el aeropuerto de Perito Moreno, donde solo se cuenta con una pista de aterrizaje..

El aeropuerto de Calafate, que tiene una pista de 2.600 metros de largo por 45 metros de ancho permite la operación de Boeing 757 y está habilitado para vuelos internacionales.

El explosivo crecimiento de turistas que se trasladan por vía aérea ha ocasionado que el número de arribos actuales al aeropuerto sea el que estaba previsto recién para el 2009, por esta razón se está evaluando la ampliación de su superficie de servicios de los 2.500 m2 actuales a 9.000 m2 y agregar otra manga de embarque a la ya existente.

5.2. Red vial

La accesibilidad y conectividad por vía terrestre, también es de gran importancia dadas las enormes distancias a transitar para llegar al extremo sur de la Patagonia, este factor es de relevancia para la demanda turística nacional, especialmente la proveniente de las provincias del centro y sur del país.

La ruta Nacional 3, que por el este bordea el litoral atlántico, es la vía de acceso privilegiada a la provincia para los turistas que arriban por tierra desde Puerto Madryn en la provincia limítrofe de Chubut. Mientras que la ruta 40 que bordea la cordillera por el oeste, será el acceso obligado para los turistas que vengan recorriendo Neuquén y Chubut por esta vía. Actualmente esta opción es tomada por una escasa cantidad de visitantes dadas las malas condiciones de transitabilidad generales y la falta de servicios y alojamiento en la ruta.

El acceso a El Calafate por vía terrestre desde Buenos Aires, Córdoba, Rosario y otros grandes centros emisores de demanda del norte y centro del país, se produce a través de la ruta 3 hasta Río Gallegos. Desde esta ciudad hasta El Calafate existen 315 km de red pavimentada por las rutas provincial 5, nacional 40 y provincial 11.

Este tramo es el que debían realizar los turistas que accedían por vía aérea a Río Gallegos hasta el año 2000, fecha en la que se inauguró el aeropuerto del Calafate Este trayecto que insume 3 horas en auto particular y 4 horas en bus, y se desarrolla a través de la estepa. Si bien puede resultar algo prolongado, el paisaje que se va recorriendo es sumamente atractivo y, dentro de la aparente monotonía, se van sucediendo visuales diferentes permanentemente culminando con la espectacular aparición del Lago Argentino.

Los ómnibus regulares y turísticos hacen una parada intermedia en Las Horquetas cruce de la ruta 40 con el Brazo Sur del Río Coyg, donde funciona un bar y restaurante, o bien en La Esperanza a 139 km de Río Gallegos. Esta localidad es el único lugar del trayecto donde existe expendio de combustible y servicios para el automotor además de alojamiento, y servicios gastronómicos.

Los ómnibus turísticos suelen utilizar como parada la estancia Chali-Aike, a 5 km de La Esperanza., que posee un salón comedor con una capacidad de 130 cubiertos donde se brindan también servicios de te y desayuno y se hacen demostraciones de trabajos rurales.

Este acceso en invierno, si cae nieve, puede presentar problemas de transitabilidad, sobre todo en la bajada de Miguens, debido a la carencia de maquinaria apropiada para la limpieza de la misma, que nunca supera los 0.40 m, y la que se acumula en los voladeros. Esto crea problemas no sólo para el traslado de turistas sino, y lo que es más grave, que se producen interrupciones en el abastecimiento de El Calafate, de gas por ejemplo.

El acceso terrestre de Calafate hasta El Chalten, involucra el tránsito por las rutas: R.P.Nº:11, R.Nº : 40 y R.P. Nº: 23, Las obras correspondientes al nuevo trazado de la Ruta 23 , que es paralelo al original, se encuentra en fase avanzada. Previsto para dos carriles, una vez finalizada la obra se considera suficiente para absorber el trafico potencial a la localidad en el medio plazo.

La mejora en la comunicación vial entre ambas localidades ha ocasionado, un crecimiento exponencial del turismo en El Chalten, como anteriormente ocurriera con Calafate, por las mismas razones.

5.3. Infraestructura básica

En la provincia de Santa Cruz los servicios públicos son prestados en su mayoría por la Empresa Servicios Públicos Sociedad del estado (SPSE), cuyo único accionista es el Ministerio de Economía de la provincia de santa Cruz. La compañía provincial es

dirigida por un presidente, dos directores y dos gerentes provinciales, uno de Saneamiento (agua Potable y cloacas) y otro de Energía.

La sede SPSE está en Río Gallegos y existen gerencias de distrito en cada localidad de la provincia tanto para energía como para saneamiento. La política general de la empresa es que las ciudades grandes subsidien a las localidades más chicas.

La gestión de residuos sólidos urbanos (recolección y disposición) es realizada por cada uno de los municipios, utilizando en general el método de enterramiento.

En la mayor parte de las localidades del interior de la provincia, y con mayor intensidad en las localidades de la Comarca Noroeste, hay problemas con la prestación de servicios básicos de infraestructura como: provisión de agua, gas, teléfono, Internet, y energía eléctrica, que se agudizan, aún más, en las áreas rurales.

También se registran deficiencias en el mantenimiento de las rutas, y su señalización, así como en el abastecimiento de combustible y la carencia de medios de transporte público de pasajeros, urbanos y regionales. La falta de transportes en general incide en la provisión de insumos básicos que no llegan por la falta de empresas que realicen este servicio hacia las localidades del interior.

En el caso de localidades turísticas ya desarrolladas estas dificultades con los servicios públicos se ven agudizadas:

En el Chaltén: [4]

Los mayores problemas derivan de la falta de control y planificación, debido al crecimiento exponencial de la población y del número de visitantes, que se ha producido en los últimos años. Existen déficits en los servicios por red: agua corriente, gas, suministro de energía eléctrica y recolección y tratamiento de residuos sólidos.

[4] Los párrafos que se transcriben a continuación surgen de 4 talleres participativos llevados a cabo entre enero y marzo del año 2005, por la Consultora Petisa- Planta en el marco de la Elaboración del Plan Integral de Desarrollo Turístico de la Comarca Austral.

"Existe contaminación visual y sonora ocasionada por la localización de la usina en el mismo centro del núcleo urbano, y por el cableado aéreo existente, lo cual unido a la falta de pavimentación, con los problemas asociados de generación de polvo en verano, y acumulación de barros en época de lluvias, origina una cierta sensación de desorden o abandono. Otros servicios, como la planta de tratamiento de aguas, los depósitos de gas e incluso la planta de incineración de residuos sólidos, se encuentran demasiado próximos a la localidad."

"Los servicios y la infraestructura no han podido acompañar en su crecimiento a El Chaltén, que no tiene un plan urbanístico, ni un plan estratégico, debido sobre todo a que la competencia de actuación en materia de Ordenamiento Urbano corresponde al Gobierno Provincial, a través del Consejo Agrario, ya que debido a la insuficiente cantidad de habitantes, no es Municipalidad, sino Comisión de Fomento, con competencias muy recortadas para actuar. Dada estas carencias en los marcos legal y administrativo, no ha sido posible controlar eficientemente el desarrollo urbano de la localidad. La consecuencia de todo ello es una degradación en la imagen del núcleo urbano".

"Se hallan muchas construcciones precarias de muy baja calidad, y viviendas a medio construir, que parecen provisorias, y no se corresponden en absoluto con la imagen que un destino turístico de gran singularidad y tráfico turístico internacional debe ofrecer".

"Numerosos terrenos y parcelas están aún vacías a pesar de la enorme presión de usos y de las múltiples peticiones de ocupación sin satisfacer (Existen unos 2000 expedientes de solicitud al Consejo Agrario). Otros terrenos están muy desaprovechados, como el de la estación de bombeo de agua, perdiéndose para usos adicionales."

"El Consejo Agrario ha dado en enero del 2005 un último plazo de 6 meses para que los beneficiarios de los terrenos sin construir y aprovechar, finalicen las obras emprendidas y cumplan los requisitos urbanísticos, acabando así con la especulación, si no quieren perder sus derechos sobre el suelo. Sin embargo, y por ello, continúa

favoreciendo el modelo de construcciones de baja calidad, edificadas a toda prisa con materiales baratos y degradando la imagen urbana."

En el Calafate:

La situación de la infraestructura en El Calafate, en general, sufre problemas similares a los encontrados en El Chaltén, debido al mismo fenómeno de rápido crecimiento tanto de la población, como del número de visitantes que ha propiciado que los servicios vayan detrás de las necesidades de la población local y turística.

Sin embargo, El calafate cuenta con una la ventaja, en relación a El Chaltén, y es la de la presencia de una Municipalidad fuerte, que contando con los recursos apropiados puede dar respuesta a los problemas que actualmente se plantean. Por otro lado, y dado que El Calafate se encuentra en el punto de mira de la atención nacional, es natural que la Administración Provincial y la Nacional, colaboren para resolver las carencias que se detectan en algunos sectores críticos para el normal funcionamiento de la actividad turística en la localidad.

La necesidad de una Planificación de Desarrollo Urbano, con la aplicación del recientemente aprobado Código de Edificación y Zonificación Urbana por la Municipalidad, debería contribuir a una expansión controlada del Municipio. Es destacable el Convenio firmado entre la Municipalidad y la Empresa Provincial de Servicios Públicos para colaborar en la resolución de los problemas de agua, gas y energía eléctrica

Existen por lo tanto déficits en los servicios por red, que deberán ser redimensionados y mejorados para una población total de unos 60.000 habitantes en un horizonte de los próximos 15 – 20 años: fundamentalmente en el suministro de agua, gas, electricidad y recolección de residuos sólidos.

La red vial también debería ser mejorada. Hay servicios de vialidad invernal (retirada de escarcha, hielo y nieve) en las principales carreteras y accesos a los miradores del Glaciar Perito Moreno y en otras carreteras, calzadas y veredas, pero en

ocasiones son insuficientes. Los caminos de la red secundaria generalmente están en mal estado. La red vial secundaria, con excepción de la Ruta Provincial 11 de tránsito hasta la entrada del Parque Nacional Los Glaciares, es de ripio. Ello y las distancias entre atractivos hace imprescindible el acondicionamiento de rutas de modo que, no sólo se acorten distancias-tiempo, sino también se logre un mayor confort del viaje.

El Núcleo urbano: La Municipalidad está llevando a cabo un programa de pavimentación de calles y arreglo de veredas, muy necesario, pues excepto las calles principales, su estado es mejorable, presentando obstáculos que dificultan el tránsito a los peatones. Además de la repavimentación de la avenida troncal de la localidad y del paseo costero (La Costanera) realizadas con anterioridad, existe un contrato para pavimentar 103 cuadras más, y próximamente se estarían licitando 30 o 40 más, completando de esta forma una red de unas 140 cuadras desde los barrios "Lago Argentino", "50 viviendas" y "Plumas Verdes".

El Transporte: Existe transporte colectivo regular al Glaciar Perito Moreno - (Empresas Taqsa, Caltur y los Glaciares). El Parque obliga a que a cambio de concesionarles el transporte hasta los miradores del GPM, den servicio también al área del Lago Roca. Pero sólo dos empresas parecen haber atendido ese servicio.

Falta, sin embargo un servicio de transporte en camionetas 4x4 que ofrezca excursiones a los que transitan en línea regular por la Ruta 40 y deseen visitar desde ella puntos próximos de interés en la Comarca Austral a los que no se accede directamente por dicha ruta, y que esté coordinado con las llegadas y salidas de la línea regular.

Falta un servicio de ómnibus para facilitar el transporte público dentro de la ciudad y parecen producirse abusos de precios en el servicio de los remises y taxis. Se está creando una mala fama en cuanto a relación precio-calidad del servicio.

Abastecimiento de agua: La localidad ha conocido en los últimos años una explosión de la actividad turística, que no se correspondido por un crecimiento similar en abastecimiento de agua. Hay carencia de agua potable para consumo de residentes y turistas.

La escasez de agua provoca restricciones y cortes habituales que a lo largo de todo el año, perjudican seriamente la imagen turística de este destino de importancia internacional, en el que el visitante no se espera este tipo de problemas.

Falta infraestructura básica de servicios de agua: la distribución no llega a todos las parcelas y/o viviendas. Es un problema de inadecuado dimensionamiento de la red de suministro y distribución, igualmente debido a la explosión demográfica y turística.

Se observa una falta de calidad en el agua potable, no sólo para el uso de la población residente, sino también para los turistas (agua potable de mala calidad).

Hay necesidad de grandes volúmenes de agua para riego de jardines y pequeños huertos debido al clima de la zona. Parte del agua potable suministrada es destinada para el riego de jardines, aunque para este uso sería suficiente con agua de inferior calidad a la exigible para consumo humano.

La filtración de pozos negros a Bahía Redonda provoca la contaminación de las aguas que perjudica su aprovechamiento recreativo, generando un cerco de aguas turbias de color marrón oscuro poco atractivo frente al color azul lechoso del resto del Lago Argentino. Este color transmite un aspecto de suciedad que disminuye el atractivo de Bahía Redonda y su entorno.

A pesar de las inversiones realizadas durante los años 2004- 2006, se deberían proyectar a corto plazo más inversiones para conseguir una mejora y ampliación en la toma de agua de la planta potabilizadora que acabe con la escasez de agua y una mejora de la distribución de la misma.

Red de saneamiento. Servicios cloacales: El sistema cloacal esta constituido básicamente por cañerías de recolección, una estación de bombeo, una cañería de impulsión y la planta de tratamiento la cual fue ampliada en el año 1998. Durante el año 2002 se incorporaron al sistema el Barrio Felix Frías y el paseo costero en zona de Bahía Redonda y zonas aledañas.

Actualmente el sistema cloacal se encuentra colapsado en cuanto a capacidad de bombeo y tratamiento por lo que no se pueden incorporar al sistema ya más zonas. Existe por lo tanto un problema de dimensionamiento en la red debido al fuerte crecimiento urbanístico. La capacidad de depuración es insuficiente (aprox. un 70% de las viviendas no está conectada a la red cloacal) -que provoca vertidos a Laguna Nimez y filtración de pozos negros a Bahía Redonda. En temporada invernal, los desagües se rompen y el agua se extiende por las calles y se hiela, con el consiguiente riesgo.

Energía eléctrica: Falta infraestructura básica de red de suministro de energía eléctrica (distribución que no llega a todos los sitios). Esto está evidentemente relacionado con la ordenación urbana y el rápido crecimiento urbanístico.
Se observa una falta de calidad en los servicios de suministro de energía eléctrica y los cortes de luz son habituales. La energía eléctrica tiene altos costos.

Suministro de gas: Se han finalizado las obras del gasoducto y se estima que esta obra debería ser suficiente para resolver los problemas de suministro de gas en la localidad. De todos modos, existe el peligro de desabastecimiento por el escaso margen de maniobra, debido a su vez a las escasas reservas que se manejan.

Gestión de residuos sólidos: La Municipalidad va a sacar a Licitación una nueva Planta de Tratamiento de Residuos. Se observan basurales en numerosos puntos y residuos plásticos y, en ocasiones, orgánicos en la vía pública y veredas. Hay contaminación, falta de higiene, suciedad, etc. en la ciudad, especialmente en su perímetro y en barrios periféricos recientes, lo cual confiere una mala imagen y aspecto descuidado a la localidad. El vaciadero municipal en la actualidad, se ha quedado localizado casi dentro de la ciudad. El viento extiende los plásticos y basuras por los alrededores debido a que el vertedero no es confinado. La quema de residuos se hace a cielo abierto. Este problema se puede resolver a medio plazo, ya que el vertedero se encuentra en fase de remodelación. No hay suficientes contenedores de residuos en la vía pública.

Telecomunicaciones: El servicio de telecomunicaciones es prestado por una cooperativa local que, en los últimos años, ha introducido importantes mejoras en el

servicio incorporando discado directo nacional (DDN), discado directo internacional (DDI), conexión a internet y banda ancha.

Sin embargo, y aún así, el servicio telefónico sigue siendo deficiente. Hay una mala cobertura para telefonía fija, y se caracteriza por frecuentes interrupciones de la línea cuando se está hablando. Los precios del servicio telefónico son altos.

Hay mala cobertura para telefonía celular, incluidos los alrededores del núcleo del Calafate. No todos los operadores internacionales de telefonía celular funcionan en El Calafate.

Ordenamiento Urbano: El desarrollo urbanístico ha sido muy rápido, y por lo tanto desordenado, sin una planificación a fondo en los años pasados. Se ha generado una fuerte demanda inmobiliaria en general y también específicamente residencial.

La forma de acceso a la propiedad de tierras es inadecuada: se hace por adjudicación y obliga al adjudicatario a construir en un plazo de tiempo determinado. Se construye con un mínimo de recursos para rápidamente, en la mayoría de los casos, intentar vender con una plusvalía. Eso ha producido un mercado inmobiliario fuertemente distorsionado y de mala calidad.

Existe una proliferación de numerosas tipologías constructivas, muchas de ellas importadas y viviendas prefabricadas, algunas de ellas de media o baja calidad y aspecto, lo que dificulta alcanzar una identidad urbana con carácter y el mantenimiento de las edificaciones, en las zonas periféricas, es insuficiente (fachadas y paredes laterales desconchados).

Faltan espacios verdes y en algunos de los existentes, el mantenimiento debería ser más intenso. Todo ello afea la imagen urbana y llega a dar un aspecto de abandono en algunos sectores de la localidad.

Recientemente se finalizó y aprobó el Código de Edificación y Zonificación Urbana, que previsiblemente permitirá mejorar el crecimiento urbanístico futuro y contribuirá a ordenar el ya realizado.

Capitulo 6. Diagnostico de la actividad turística en la provincia

6.1. Situación sociodemográfico y productiva

Con la intención de comprender la dinámica poblacional y productiva de la provincia se han tomado de los Censos del INDEC los datos de evolución de la población por departamentos, entre el año 1947 y el año 2001, que se presentan en el siguiente cuadro.

Cuadro 11 : Población de la provincia entre los años 1947 y 2001, por departamento

DEPARTAMENTO	LOCALIDADES	AÑOS					
		1947	1960	1970	1980	1991	2001
	Pto. Sta. Cruz						
	C. L. Piedra Buena						
Corpen Aike	**Total**	**3825**	**3556**	**4144**	**5555**	**7045**	**8016**
	Caleta Olivia						
	Pico Truncado						
	Pto. Deseado						
	Las Heras						
Deseado	Total	**17256**	**16929**	**29939**	**40576**	**56879**	**72928**
	Río Gallegos						
	Río Turbio						
	28 de Noviembre						
Guer Aike	**Total**	**9537**	**21228**	**37624**	**56114**	**79032**	**92704**
	El Calafate						
	El Chaltén						
	Tres Lagos						
Lago Argentino	**Total**	**2189**	**2092**	**1994**	**2517**	**3940**	**7527**
	Perito Moreno						
	Los Antiguos						
Lago Bs. Aires	**Total**	**3080**	**3114**	**3897**	**3489**	**4975**	**6222**
	Pto. San Julián						
Magallanes	**Total**	**4405**	**4029**	**4603**	**4627**	**5314**	**6546**
	Gob. Gregores						
	H. Yrigoyen						
Río Chico	**Total**	**2588**	**1960**	**2256**	**2063**	**2654**	**2933**
Total		**42880**	**52908**	**84457**	**114941**	**159839**	**196876**

El cuadro anterior nos permite observar la fuerte incidencia que han tenido las actividades productivas en la evolución de la localización de la población en el interior de la Provincia, es así que para los años 1947 y 1960, la cantidad de personas que viven en el campo y del campo son mayores que los que se dedican a actividades industriales y terciarias, lo que se mantiene en este orden hasta mediados a fines de los años 60.

A partir de esa fecha las transformaciones económicas producidas en el país, tienen su reflejo en la radicación de la población en la provincia, en la que se produce una paulatina expulsión de la población desde las zonas rurales a los centros urbanos y se expande la población en las ciudades ligadas a la extracción del gas, el Petroleo y el Carbón, y la actividad pesquera a partir de la década del 80.

Estas localidades funcionan como verdaderos enclaves productivos, que atraen la radicación de población, no solo de la propia provincia de Santa Cruz, sino también de las provincias vecinas.

6.1.1. Historia del poblamiento de Santa Cruz

Luís Piedra Buena remonta el río Santa Cruz y se establece en lo que es hoy la Isla Pavón, 25 años más tarde de la célebre expedición de Charles Darwin Y a partir de 1888 comienza el poblamiento real de la provincia con la llegada de los primeros criadores de ganado y la fundación de establecimientos para la cría lanar y vacuna.

La zona sur de Santa Cruz se puebla rápidamente, siguiendo dos grandes corrientes inmigratorias que provienen de Las islas Malvinas y de Punta Arenas, ocupándose primero las tierras cercanas a Río Gallegos y luego las ubicadas al norte y al oeste, una tercera corriente ingresa por el norte

La historia moderna de Santa Cruz está vinculada con la creación y la evolución de esos establecimientos agropecuarios. En 1920 la estructura fiduciaria del territorio estaba instalada y la ganadería alcanzaría su esplendor en la década del 50.

Promediando los años 60 comienza la crisis que por diversos factores afecta duramente a gran parte del sector agropecuario.

Las expectativas de desarrollo para la región eran optimistas y se identificaban con la riqueza generada por el campo. La floreciente economía que se desarrollo ligada con la ganadería permitió realizar numerosas inversiones en las estancias que dieron la posibilidad a sus pobladores de vivir con comodidad y facilitar el trabajo con grandes majadas, la mayoría de los alambrados, molinos y construcciones datan de esa época.,

La población rural superaba ampliamente a la actual dando origen a una activa vida social, los propietarios, peones y prestadores de servicios convivían muchas horas y sus historias y anécdotas impregnan la historia de Santa Cruz de esa época

La producción ganadera, específicamente la lana, fue un producto de alto valor en los mercados hasta los años `60, a partir de ese momento se produce una lenta decadencia por la pérdida de valor relativo de los productos primarios frente a la industria y los servicios. Los primeros síntomas de la crisis se manifestaron en una marcada reducción del número de ovinos que pasa de 7,2 millones de cabezas en 1963 a 2 millones en 1997.[6], los fenómenos climáticos (sequías, nevadas) y catástrofes naturales como la erupción del Volcán Hudson en 1991, contribuyeron a acelerar la crisis.

Un complejo estado de situación sumergió a la ganadería en una profunda crisis estructural que se manifestó en la pérdida de la rentabilidad del campo y el alto grado de endeudamiento del productor, llevando a la quiebra al 40% de las estancias de la provincia.

Con estos hechos coincide el comienzo del turismo en estancias agropecuarias en Santa Cruz, hacia 1993 cuando un grupo de productores de la provincia comenzó a prestar servicios turísticos en sus estancias con el fin de incorporar una actividad económica que les permitiera incrementar sus ingresos y salir de la crisis de la ganadería ovina. Posteriormente, con el apoyo de instituciones oficiales como el INTA y la Subsecretaría de Turismo, parte de estos establecimientos se asociaron hasta constituirse

[6] Compendio de información económica y productiva del sector agropecuario en las provincias de Santa Cruz y Tierra del Fuego, CLAPS, 1998

en una Unión Transitoria de Empresas –UTE- denominada Estancias Turísticas de Santa Cruz.

6.1.2. Evolución de la población según localidades

Observando el cuadro 12, y comparándolo con la evolución histórica de la población presentada en el cuadro 11, se constata que los principales centros urbanos de la Provincia por volumen de habitantes, según el censo del 2001 son su Capital: Río Gallegos, seguida por Caleta Olivia, la segunda en cantidad de habitantes, Pico Truncado, Puerto Deseado, Las Heras y Río Turbio.

Cuadro Nº: 12: Población por localidades, Variación Ínter censal

Departamento	Localidad	Población Total 1991	Población Total 2001	Variación Intercensal	
				Absoluta	Relativa
Corpen Aike		**159.839**	**196.958**	**897**	**12,7**
	Cte.L.Piedrabuena	3348	4175		
	Pto. Santa Cruz	2858	3469		
Deseado		**56.879**	**72.953**	**16.074**	**28,3**
	Pico Truncado	12757	14967		
	Jaramillo	196	216		
	Fitz Roy	165	174		
	Koluel Kaike	201	147		
	Puerto Deseado	7093	10252		
	Las Heras	6328	9299		
	Tellier	40	56		
Guer Aike		**79.032**	**92.878**	**13.846**	**17,5**
	Río Gallegos	64640	78962		
	Yac. Río Turbio	6746	6652		
	28 de Noviembre	3317	4669		
	Mina 3	1034	71		
	Rospentek	607	519		
	Julia Dufour	416	247		
	El Turbio	71	22		
L. Argentino		**3.940**	**7.500**	**3.560**	**90,04**
	El Calafate	3101	6439		
	El Chaltén	41	371		
	Tres Lagos	176	186		
Lago Bs. As.		**4.975**	**6.223**	**1.248**	**25,1**
	Los Antiguos	1206	2047		
	Perito Moreno.	2875	3598		
Río Chico		**2.654**	**2926**	**272**	**10,2**
	Hipólito Yrigoyen	117	171		
	Bajo Caracoles	48	31		
	Gob. Gregores	1847	2521		

Magallanes	Pto. San Julián	**5126**	**6152**	**1.222**	**23,0**
Zona Rural -	Toda la pcia.	6897	4653		
	TOTAL	**159851**	**196958**	**37,11**	**23,2 %**

Fuente: INDEC. Censos Nacional Población y Vivienda 1991/ 2001

Todas estas localidades salvo Río Gallegos, están íntimamente relacionadas con actividades económicas extractivas como la explotación del petróleo y gas en Caleta Olivia, Pico Truncado y Las Heras, la explotación del carbón en Río Turbio y la actividad pesquera en Puerto Deseado.

El crecimiento ínter censal e histórico que se da en las demás localidades, como El Calafate, El Chaltén, Los Antiguos y en menor medida en Hipólito Yrigoyen y Perito Moreno, está relacionado con el desarrollo del turismo.

6.1.2.1. Dinámica de Población del Calafate

Años	1970	1980	1991	2001	70/80 Variación %	80/91 Variación %	91/2001 Variación %
Calafate	**854**	**1.384**	**3.118**	**6.439**	**49,46**	**84,61**	**75,21**
Patagonia	**707.207**	**1.034.653**	**1.482.002**	**1.737.383**	**38,78**	**36.58**	**16,02**

Elaboración propia en base a los censos de Población del Indec de los años 1970/80/91/01

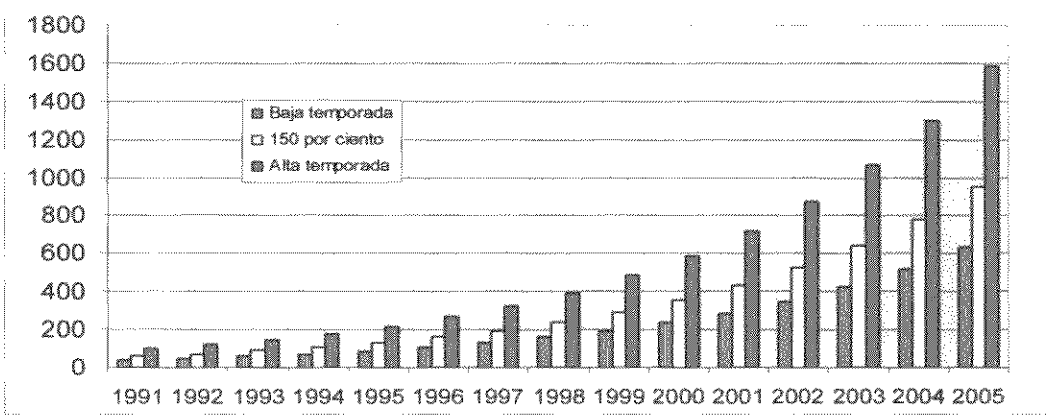
El Calafate presenta desde la década del 1970 altas tasas de crecimiento medio anual (TCMA x 1.000 habitantes), registrando su máximo aumento en el período 80/91 donde alcanzó un incremento poblacional de alrededor del 85 %. Esta tendencia se muestra en la actualidad relativamente desacelerada, aunque aún muy alta para el último período ínter censal 1991/2001, con el 75,21 %, muy superior a la media provincial del 21 %, y a la de la región Patagónica en su conjunto que es del 16,02 %. Es decir que en los últimos 10 años la ciudad del Calafate creció a un promedio de 332 habitantes por año.

6.1.2.2. Dinámica de población del Chaltén

Según el Censo de población y vivienda en el año 1991 El Chaltén contaba con 41 habitantes permanentes que para el censo del 2001 han ascendido a 371 habitantes. Sin embargo esta cifra se duplica y triplica en los meses de temporada alta que coincide con los meses de verano debido a la afluencia de trabajadores que se radican durante la temporada para brindar servicios de gastronomía y alojamiento y turismo, contratados por las empresas del sector.

En el gráfico que se muestra a continuación se puede observar esta tendencia con las cifras correspondientes al año 2005 que indican una población permanente para esa fecha, en torno a los 600 habitantes y una población temporaria de 1.000 personas que se suman a la población permanente.

Grafico 1: Fluctuación de Población del Chanten baja y alta temporada turística



Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por la Comisión de Fomento

6.2. Evaluación de la potencialidad turística de provincia

6.2.1. Evaluación de los atractivos turísticos

Con el objeto de evaluar el nivel de desarrollo de los diferentes atractivos se elaboró el siguiente cuadro, en el que se estima la intensidad de uso de cada recurso calculada en base al volumen de demanda que lo visita en un día tipo de temporada, lo cual está en directa relación con su poder de atracción, con los servicios que brinda, con su accesibilidad y con la imagen de él difundida.

Cuadro Nº 13 : Evaluación de los atractivos turísticos

NOMBRE DEL ATRACTIVO	NIVEL DE DESARROLLO					
	Nulo	Incipiente	Bajo	Medio	Alto	Excesivo
Cañón del río Pinturas y Cueva de las manos				✿		
Corredor arqueológico	✿					
Lago Buenos Aires			✿			
Los Antiguos, chacras y viveros				✿		
Camino paisajístico (ruta 41)		✿				
Parque Nacional Perito Moreno		✿				
Lagos Pueyrredón y Posadas		✿				
Co. San Lorenzo	✿					
Bosques Petrificados					✿	
Reserva Natural Ría Deseado					✿	
Reserva Natural Cabo Blanco			✿			
Ría Deseado					✿	
Miradores de Darwin	✿					
Reserva Natural Isla Pingüino				✿		
Corbeta Swift		✿				
Estación central de Ferrocarril de Río Deseado			✿			
Florida Blanca	✿					
Reserva Natural San Julián				✿		
Nao Victoria				✿		

Estancia La María		✿				
Parque Nacional Monte León		✿				
Reserva Faunística Cabo Vírgenes			✿			
Faro Cabo Vírgenes			✿			
Laguna Azul			✿			
Parque Nacional Los Glaciares y Glaciar Perito Moreno					✿	
Cuevas del Gualichu			✿			
Lago Argentino					✿	
Lago Roca				✿		
Glaciares Upsala, Onelli y Spegazzini					✿	
Bosque Petrificado La Leona			✿			
Campo de Hielo Continental	✿					
Co. Fitz Roy				✿		
Miradores del Co. Torre y del Fitz Roy				✿		
Laguna del Desierto			✿			
Tren minero		✿				
Mina Uno			✿			
Museo Minero Río Turbio			✿			
Centro de Nieve Valedén					✿	

Esta evaluación es cualitativa, ya que no se poseen datos o indicadores exactos sobre el grado de desarrollo actual de los atractivos, su función es obtener un panorama

general del desarrollo de los atractivos. Los porcentajes calculados también deben entenderse en ese sentido.

Como síntesis del cuadro anterior podemos afirmar que no se registra todavía un uso excesivo para ninguno de los recursos provinciales, solo un 18,5 % (7 de ellos) han alcanzado un nivel de uso alto, y un 21 % (8) un nivel de uso medio. El restante 49,5 % de los atractivos registran niveles de desarrollo menores a la media, con un 29 % (11 de ellos) en un nivel de uso bajo, 18,5 % (7) en un nivel de uso incipiente y 13 % (5) con un nivel de desarrollo nulo.

Asimismo sólo el 46 % de los atractivos tienen algún tipo de servicios; el restante 54 % carece totalmente de equipamiento, lo que está indicando la potencialidad de la mayoría de los recursos.

6.2.2. Evaluación de los productos

Para evaluar los productos turísticos actuales y potenciales de la provincia, descriptos en el capítulo 2, el instrumento de análisis utilizado ha sido la matriz atractivo del mercado/ posición competitiva de los productos.

El atractivo de mercado se mide por los siguientes parámetros:

- Tamaño del mercado
- Crecimiento
- Nivel de gasto
- Accesibilidad
- Nivel de competencia

La posición competitiva se mide por los siguientes parámetros:

- Participación en el mercado
- Calidad de los recursos
- Calidad del producto y sus prestaciones
- Imagen del destino
- Calidad de la oferta hotelera
- Posicionamiento del destino.

Con la combinación de estas variables se ha realizado la matriz de doble entrada que se presenta en la página siguiente, que nos permite evaluar la posición relativa de la oferta de productos turísticos provinciales en relación con el mercado.

		Atractividad del Mercado		
		Bajo	**Medio**	**Alto**
Fortalezas de los Productos	**Alto**	Parque Nacional Perito Moreno. Camino paisajístico Monte Zeballos. Parque Nacional Monte León.	MN Bosques Petrificados) Turismo Histórico / Cultural / Arqueológico (Cueva de las manos y corredor ruta 40) Avistaje de fauna (P. Deseado, Puerto San Julián) Turismo de naturaleza)	Glaciares y lagos) Turismo de aventura Estancias turísticas(
	Medio	Turismo minero (Río Turbio) Tren turístico	Turismo cultural (Comarca Noroeste) Avistaje de fauna Turismo productivo (Antiguos) Turismo Cultural)	Glaciares y Lagos (Chaltén) Pesca deportiva (P Santa Cruz, Antiguos)
	Bajo	Turismo Histórico /Cultural/ Arqueológico (P. Deseado, P. San Julián, R. Gallegos, Calafate, H. Yrigoyen)	Avistaje de fauna (Río Turbio) Avistaje de fauna (P. Santa Cruz, Río Gallegos) Turismo de naturaleza (R. Gallegos, PN Perito Moreno, H Irigoyen)	Estancias (Chaltén) Estancias (Río Turbio) Pesca deportiva (Río Turbio, H Yrigoyen) Turismo Aventura)

De esta manera quedan establecidas cuatro categorías de productos claramente diferenciados:

1) Los productos de elevado nivel de interés e importante aprovechamiento actual: desarrollados a partir del Parque Nacional Los Glaciares, en Calafate y Chaltén, y las estancias turísticas.
2) Los Productos con un uso actual relativo pero con un elevado potencial de crecimiento como: el avistaje de Fauna en Puerto deseado y Puerto San Julián,

4) Los productos turísticos de alto nivel potencial en los que debería promoverse actuaciones orientadas hacia su aprovechamiento turístico como el Parque Nacional Perito Moreno, el camino paisajístico Monte Zeballos. y el Parque nacional Monte León.

6.2. 3. Evaluación de la oferta de alojamiento en la provincia

La oferta de alojamiento de la provincia, se concentra fundamentalmente en las localidades de Río Gallegos, capital de la provincia, El Calafate y en menor medida en El Chaltén.

El resto de las localidades, tienen una oferta de alojamiento que ronda al presente entre las 180 y las 400 plazas, al mismo tiempo el aumento de plazas en estos 17 años, ha sido muy poco significativa, acompañando al crecimiento vegetativo de la población y las actividades económicas.

En la actualidad se presenta el agravante de que esas plazas son utilizadas como alojamiento permanente prácticamente todo el año por el personal de las empresas que se encuentran realizando obras en la zona, petroleras, mineras o pesqueras entre otras. De este modo a la escasez de plazas se le suma que están ocupadas casi permanentemente, razón por la que las personas que llegan con motivaciones turísticas se encuentran ante el serio problema de conseguir alojamiento, lo que se agudiza en temporada alta. Esto conlleva un fuerte estrés en las autoridades municipales que tienen que tratar de encontrar alguna solución al asunto.

Lo anterior, tiene además dos graves consecuencias, la primera es que los alojamientos existentes, cobran tarifas excesivas con relación a la calidad del servicio que ofrecen, aprovechando esta coyuntura, y no diferenciando entre habitaciones singles o dobles, todas se pagan al precio de doble, la segunda es que la cantidad creciente de turistas que no consiguen alojamiento o que terminan aceptando soluciones de apuro, ante la perspectiva de pasar la noche, en su auto o en la calle, desmejora la calidad de la experiencia y de la satisfacción del turista con el producto.

6.2.4. Evaluación de la demanda turística

BIBLIOTECA Dr. Manuel Belgrano

La demanda que motorizó el desarrollo del turismo en la Provincia, cuya motivación principal, aunque no única, era conocer el Lago Argentino y el Glaciar Perito Moreno, fue predominantemente nacional durante los primeros 25 años de El Calafate, posteriormente y con el posicionamiento de Argentina en el exterior, los turistas internacionales explican más de la mitad de los arribos al destino.

Si bien, existen pocos estudios sistemáticos del mercado nacional, las entrevistas realizadas a los operadores de turismo, encuestas y sondeos para otros estudios en la provincia y en la región y la experiencia personal de los consultores[7], permiten evaluar algunas de las particularidades de este mercado, así como su evolución:

- Su principal característica, y talvez la que hay que tener más en cuenta, es el carácter generador y dinámico del mercado nacional, que se ha adelantado históricamente a la acción de empresarios, prestadores y del sector público en general; constituyéndose en la plataforma de la que han partido los destinos turísticos ahora internacionales. Estos destinos fueron madurando al ritmo de las demandas y motivaciones de estos consumidores, que también maduraron en sus requerimientos y experiencia como turistas. Considerar este elemento no es menor, a la hora de intentar posicionar nuevos productos y destinos de la provincia en el mercado.

- Marcada estacionalidad, que se origina no sólo en la especificidad de los destinos, sino también en las costumbres y características socio demográficas de la población. Esta sobresaturación de la demanda en períodos cortos constituye la causa de los principales problemas que sufren tanto los turistas como las zonas receptoras.

- Tendencia a viajar a un destino o región puntual, principalmente a destinos lejanos, para una vez allí conocer la mayor cantidad de lugares en viajes itinerantes de estadía prolongada. La idea subyacente es amortizar el costo del viaje de aproximación, "coleccionando" la mayor cantidad de sitios, privilegiando la cantidad frente a la calidad de la visita. Este criterio también comenzó a cambiar a partir de la mayor

[7] Gemelli, Alicia; Nemaric, Rodolfo, Arrieta, María Ester . Estudio de mercado del Lago Argentino, CFI – Provincia de Santa Cruz1989

experiencia turística de la población y el aumento en la tasa de salida de vacaciones de la población que pasa de una sola salida vacacional larga al año, a dos o más salidas más cortas.

- El turismo argentino que se orientara durante décadas a destinos tradicionales (Mar del Plata y la costa Atlántica, Punta del este, Córdoba y Bariloche, con marcada fidelización al destino elegido, ha evolucionado lenta pero constantemente hacia la búsqueda de regiones del país menos trilladas en las que predominan los atractivos en una condición más natural.

- A fines de la década del 80 y en la década de los 90s surgen con fuerza nuevas formas de turismo que por aquel tiempo se llamó "alternativo", y posteriormente ecoturismo, turismo de aventura o turismo activo, en el que aparecen los viajes orientados a la práctica de actividades, tales como trekking, escalada, buceo, birdwatching, y rafting entre otros .teniendo como escenario la naturaleza en su estado más incontaminado posible.

- Acompañando a esta tendencia aparece la preocupación por el cuidado y la conservación del medio ambiente y sus recursos tangibles e intangibles, y mayores exigencias respecto a la calidad y seguridad en la prestación de los servicios, y una justa relación entre calidad y precio.

De la información recabada para este trabajo, surgen como lineamientos a tomar en cuenta, el priorizar para el corto y mediano plazo en las acciones de comercialización dirigidos a los segmentos de demanda de la Patagonia, especificamente en las ciudades grandes del sur de la provincia de Buenos Aires, Provincia de Río Negro, La Pampa, Chubut y Neuquén, en los segmentos de familias adultas y mayores. Personas de ingresos medios a ingresos medios y altos que pueden viajar en sus propios vehículos, intentando que utilicen los meses de otoño o primavera, para evitar la saturación de la alta temporada, y que conozcan varios destinos en las Comarcas Noroeste y/o Costera, ante4s de llegar a Calafate o Chaltén. Esta claro que está estrategia, hasta tanto no esté en buenas condiciones la Ruta 40, deberá apoyarse en las rutas que están en excelente estado como la R.N 3 y 281, las Rutas provinciales 43, 5, y 7

6.2.5. Evaluación de los aspectos Institucionales y legales

Las Ley nacional de turismo, declara de interés nacional al turismo como actividad socioeconómica estratégica y esencial para el desarrollo del país y adopta el principio de desarrollo sustentable, a su vez la Ley provincial de turismo, declara al turismo actividad de interés prioritario de la provincia de santa Cruz.

Ambas leyes reflejan la prioridad e importancia que se da a la actividad turística en el marco del desarrollo del país, sin embargo la falta de jerarquización del organismo de aplicación provincial no terminan de traducir estas declaraciones en acciones concretas encaminadas al logro de los objetivos de sustentabilidad de la actividad turística.

Carecen de reglamentación, tanto las seis leyes sancionadas en materia de presupuestos mínimos de preservación ambiental, como la Ley Nacional de Turismo y las leyes provinciales que regulan el procedimiento de evaluación del Impacto ambiental y la Ley de aguas. Asimismo las áreas protegidas provinciales necesitan con urgencia ser dotadas de presupuesto personal y equipamiento para que cumplan cabalmente la función para la que fueran creadas.

Del análisis de la información expuesta en el Capítulo 4 resulta que la distribución de competencias entre los diferentes organismos no es clara a nivel provincial y nacional no solo a nivel territorial sino a nivel del tema a tratar, por esto es necesario un esfuerzo de clarificación y articulación de políticas a nivel provincial.

Es necesario el fortalecimiento del organismo de turismo provincial, no solo a través del presupuesto sino de la jerarquización de sus funciones y la profesionalización de sus empleados; ya que deberá ocuparse de modo pro activo, de la facilitación de herramientas que faciliten a los municipios con destinos turísticos emergentes, trabajar en la captación de inversiones y en la puesta en valor de sus atractivos a través de la diversificación de sus productos y la mejora continua en la calidad de las prestaciones, entre otros temas que requerirán de una creciente especialización y actualización profesional.

Asimismo, es prioritario la generación de información estadística no solo cuantitativa sino cualitativa acerca de la demanda, y la investigación y seguimiento de los diferentes mercados.

6.2.6. Problemas Identificados en las Comarcas Turísticas.

La síntesis de problemas identificados a continuación provienen de los resultados de los talleres realizados en las Comarca Noroeste y Costera en los años 2004 y 2005[8], de los antecedentes bibliográficos existentes y de la observación y entrevistas realizadas en los trabajos de campo con motivo de este plan en los primeros meses del año 2007

6.2.4.1. Comarca Noroeste

- **Cuestiones ambientales**

Se detectó una fuerte preocupación en toda la comunidad, por los efectos ambientales nocivos de las minas de oro y el tránsito a Chile por el paso fronterizo de camiones transportando material tóxico. La contaminación que ya existe en la cola del Lago General Carreras, continuación Chilena del Lago Buenos Aires, que pudimos comprobar personalmente, es de una magnitud incompatible con los usos turísticos.

Por otra parte existen pedimentos mineros y cateos en zonas coincidentes o muy cercanas a los principales atractivos turísticos naturales y culturales de la región, lo que preocupa a los pobladores, ya que se trata de enclaves extractivos de no más de 20 años de duración, que generan enormes pasivos ambientales, sin aportar desarrollo genuino a la región, afectando su calidad de vida y los paisajes naturales y culturales en los que se fundamenta el desarrollo turístico de la Comarca.

- **Infraestructura y servicios básicos**

Una preocupación común a todos es el estado de las rutas. La mayoría de los turistas que visitan la Comarca llegan por tierra, por esto es imprescindible asegurar el buen estado de transitabilidad de las vías de acceso y mejorar, mantener y señalizar los caminos que conectan las localidades con sus atractivos, más importantes, especialmente

[8] Talleres Participativos de Turismo, realizados en el marco del Proyecto ARG/02/G31 Consolidación y manejo de la zona Costera Patagónica para la Conservación de la Biodiversidad, realizados con la Coordinación de Cecilia Torrejón y con la participación del entonces Subsecretario de la Provincia Lic. Mariano Besio

a Mte. Zeballos, Cerro San Lorenzo, Río Oro. Otro problema no menor, es la agilización de los trámites, horarios y requisitos para transitar por el paso a Chile.

Todas las localidades del Noroeste están aumentando su población permanente, en tal sentido se manifiesta la preocupación por la provisión de servicios, especialmente de agua, energía, señal telefónica para celulares e Internet, problemas que se agudizan en las áreas rurales.

- **Servicios turísticos**

Es necesario regularizar gradualmente la habilitación, categorización y fiscalización de los servicios turísticos. Existen problemas, especialmente con las habilitaciones de transporte para uso turístico y la competencia desleal de prestadores circunstanciales o espontáneos, sobre los que no existe ningún tipo de control.

Es generalizada la demanda de capacitación para poder brindar un servicio que satisfaga a los clientes. Si bien son varias las actividades que se mencionan, acuerdan en que se deberían dar las más especializadas en Los Antiguos y Perito Moreno, alternadamente, para posibilitar la concurrencia a los interesados del resto de las localidades.

Se ha detectado cada vez con más frecuencia la llegada de turistas (inexpertos) en el tránsito en rutas por la patagonia y con escasa información sobre distancias, servicios y atractivos, se prevé que estas corrientes de turistas vayan en aumento, con la mejora de las vías de acceso, razón por la que se considera indispensable la provisión de puestos de informe, donde no los hubiera, y mejorar la capacitación de los informantes.

Hay preocupación por los atractivos culturales de la región, consideran que se necesitan estudios y medidas concretas para proteger los sitios rupestres que todavía no están puestos en valor, pero que son visitados. Se sugiere crear áreas protegidas y rutas paisajísticas con sus correspondientes planes de manejo y que las visitassean guiadas.

La Pesca Deportiva, tiene una gran potencialidad en esta región, es una actividad que hay que reglamentar y ordenar para luego poner en valor. Se reclaman mayor control, pesca con devolución y capacitar a los niños y jóvenes a pescar responsablemente.

En todas las localidades de la Comarca los habitantes creen necesario comenzar a trabajar en una planificación participativa de la localidad, que de un marco al desarrollo

urbano y permita fijar pautas para su crecimiento conservando el perfil distintivo de cada una de ellas. Consideran que la Comarca tiene que ser resguardada, para no repetir experiencias negativas ya existentes en la Patagonia.

6.2. 4. 2. Comarca Costera

- **Cuestiones ambientales**

En los talleres se manifestó preocupación por la falta de ordenamiento de los usos y manejo de los recursos; en Puerto Deseado se considera urgente realizar un Plan de manejo de la ría y capacitar y poner en funciones a agentes de conservación locales. También se han mencionados aspectos relacionados al tratamiento de los residuos sólidos y líquidos urbanos e industriales. Se considera urgente una solución a esta problemática fundamental para un desarrollo responsable de los destinos el cuidado e su calidad ambiental.

- **Infraestructura y servicios básicos**

Tanto en Caleta Olivia como en Puerto Deseado se menciona la necesidad de coordinar la operaciones turísticas en el tema de transportes, guías, operadores, promoción y difusión, con el corredor central haciendo convenios con al Provincia del Chubut. Se considera de importancia operativo el Aeropuerto Internacional de Comodoro Rivadavia.

Otra carencia que se manifiesta en todas las ciudades, es la de señalización y cartelería, indicativa, preventiva, informativa, e interpretativa. Se propone realizar un relevamiento que incluya los accesos, la ciudad y los atractivos naturales y culturales, para determinar las necesidades.

Si bien en todas las ciudades se menciona como un problema la inexistencia o escasez de vuelos en Pto. Deseado y Pto. Santa Cruz y debido a su posicionamiento fuera de la Ruta 3, se menciona como una solución la reactivación de los vuelos regionales por medio de alguna compañía como LADE, u otra empresas que puedan operar destinos pequeños. Tanto en San Julián como en Piedra Buena se considera necesario legislar en materia de excursiones náuticas y acordar mecanismos de contralor factibles con la Prefectura Naval Argentina.

Servicios turísticos

EN Puerto San Julián, Piedra Buena y Puerto Santa Cruz se expresó la conveniencia de trabajar en conjunto como un corredor, y específicamente en cuanto a la creación de circuitos, promoción, difusión, y realización de folletería. Estas iniciativas de asociativismo y participación se mencionaron como importantes para poder subsanar los problemas de infraestructura, equipamiento y servicios que se presentan en todas las ciudades, atractivos y áreas protegidas.

En Puerto Deseado y en Puerto san Julián tiene la oportunidad de ofrecer la observación de fauna marina al igual que Pto. Madryn, pero con la diferencia a favor de que en ellas pueden verse todas las especies juntas, desde muy cerca, y en muy poco tiempo. A lo que se suma la ventaja de contar con un perfil arquitectónico y un emplazamiento urbano pequeños y relativamente compactos, emplazadas frente a la Ría y el mar, con muy buenas visuales y excelentes puestas de sol.

En todas las ciudades se mencionó la necesidad de realizar un Plan Estratégico Participativo para definir los perfiles y posibilidades de desarrollo local. También surgió la necesidad de asociarse mediante cámaras o entes mixtos de turismo. Estas propuestas permitirían subsanar el problema de falta de comunicación entre el estado y los privados y de estos últimos entre sí.

Si bien se reconoce en algunos lugares la existencia de profesionales jóvenes de turismo, se indica como una medida para mejorar la calidad de los servicios, la realización de cursos de capacitación en los distintos niveles de la actividad y concientización para toda la comunidad.

Capítulo 7: Marco de referencia para la planificación

La propuesta del Plan de Turismo Sustentable para la provincia considerará a la vez dos dimensiones principales que interactúan estrechamente en la actividad turística

- El Manejo del espacio turístico

  Y

- El Marco estratégico

La primera dimensión se relaciona con el manejo del espacio turístico y directamente con el ordenamiento del territorio que es básico para promover un desarrollo turístico sustentable, es decir equilibrado en lo ambiental, lo social y lo económico.

La segunda dimensión se relaciona con el manejo de las variables estratégicas de competitividad, particularmente con posicionamiento, diferenciación, producto y comercialización.

La unión de ambas dimensiones debe resultar en el planteamiento integrado de políticas y estrategias que orienten el desarrollo futuro de la actividad turística en la provincia.

7.1. Ordenamiento espacial del turismo

El territorio como soporte de las actividades turísticas se considerará un recurso escaso[9], que demanda compatibilizar cada una de las acciones que desde la perspectiva de otros sectores económicos intervienen en su capacidad para ofrecer un ambiente sustentable para el turismo.

La aplicación de un proceso de planificación de las actividades turísticas, que asegure su sutentabilidad, constituye uno de los principales objetivos que tanto los turistas como las comunidades residentes solicitan a las autoridades que se tengan en cuenta a la hora de establecer lineamientos para el desarrollo. Esto por cuanto la atracción para un

turista cada vez más interesado en conocer la naturaleza, dependerá directamente de la conservación del entorno en el que se desenvuelven las actividades al aire libre.

7. 1.1. Delimitación territorial actual

El territorio de la provincia de Santa Cruz se encuentra dividido en tres grandes comarcas:

- **La Comarca Austral** en la que se encuentran las localidades de El Chaltén, El Calafate; Río Turbio y 28 de noviembre.
- **La Comarca Costera** en la que se encuentran las localidades de Puerto Deseado, Puerto San Julián , Cte. Luís Piedrabuena, Puerto Santa Cruz y Río Gallegos.
- **La Comarca Noroeste** en la que se encuentran las localidades de Los Antiguos; Perito Moreno; e Hipólito Yrigoyen.

Esta división territorial, utilizada con mucha pertinencia, para la promoción y comercialización de los productos turísticos provinciales en el mercado nacional e internacional, debe ser reconsiderada a los fines del ordenamiento territorial que es objeto del presente plan.

Teniendo en cuenta que el espacio turístico se caracteriza por la presencia de los atractivos turísticos y la planta de producción del sector y observando el plano de la provincia con la localización de los atractivos, y de la planta turística coincidente en gran parte con los principales centros urbanos, podemos realizar las siguientes afirmaciones:

1) Existen grandes porciones del territorio sin atractivos turísticos relevantes en explotación que forman parte de alguna de las tres comarcas ya mencionadas.

2) Como contraparte existen atractivos turísticos relevantes en cuyas proximidades no se registran facilidades turísticas que permitan su utilización.

2. Esta afirmación puede resultar extraña, dada la inmensidad territorial de la provincia, sin embargo, para que la actividad turística se lleve adelante en condiciones de competitividad y sustentabilidad, es necesario que se produzcan localizaciones que por su contigüidad, faciliten los encadenamientos productivos entre sectores, necesarios para garantizar el desarrollo local y regional.

En este contexto, resulta necesario encarar una zonificación turística de la provincia que permita acotar y precisar las dimensiones de los espacios considerados como "turísticos" a sus reales dimensiones.

Resulta pertinente entonces, delimitar unidades de planificación más pequeñas dentro de las comarcas e incluir en la planificación territorial otros atractivos que por hallarse en la meseta central de la provincia, o en circuitos transversales de este a oeste no son considerados específicamente dentro de ninguna de las tres comarcas antes mencionadas

7. 1.2. ¿A que llamaremos unidad de planificación?

Las unidades de planificación son espacios geográficos con características especiales en las que ocurre, o se facilita en forma macro, un desarrollo turístico determinado por factores ambientales, sociales, culturales, económicos y políticos. Se puede aplicar además el concepto de sub-unidad, para un espacio geográfico más pequeño que se diferencia en alguna medida de las unidades pero que se relacionan con ellas a efectos del desarrollo turístico.

Esta división, si bien es artificial, permite una mejor comprensión del espacio turístico y la delimitación de potencialidades y restricciones de áreas particulares del territorio provincial, lo que facilitará la definición de políticas y estrategias concretas para el desarrollo futuro de la actividad turística, permitiendo además concentrar los esfuerzos de desarrollo en las áreas con mayor potencial para puntualizar las prioridades para impulsar el desarrollo turístico.

7.1. 3. Propuesta de unidades de planificación turística por Comarca

En el mapa de la provincia que se presenta adjunto se identifican los límites y la superficie que abarcan las doce unidades turísticas propuestas que son las siguientes:

1. **Unidad Caleta Olivia**
2. **Unidad Costera de Ría Deseado**

3. **Unidad Bosque Petrificado**
4. **Unidad Costera Puerto San Julián- Puerto Santa Cruz**
5. **Unidad costera austral**
6. **Unidad corredor arqueológico**
7. **Unidad circuito lago Buenos Aires**
8. **Unidad Circuito paisajístico Ruta Provincial 41 - Monte Zeballos**
9. **Unidad Parque Nacional Perito Moreno y Reserva Pcial. San Lorenzo e Hipólito Yrigoyen**
10. **Unidad el Chaltén, Laguna del desierto, Lago Viedma**
11. **Unidad El Calafate, Lago Argentino, Glaciar Perito Moreno**
12. **Unidad Río Turbio- 28 de noviembre**

Las unidades 1 a 5 se incluyen en la Comarca Costera, las unidades 7 a 9 corresponden a la Comarca Noroeste y las unidades 10 a 12 corresponden a la Comarca Austral. A continuación describiremos cada una de ellas:

1. Unidad turística Caleta Olivia

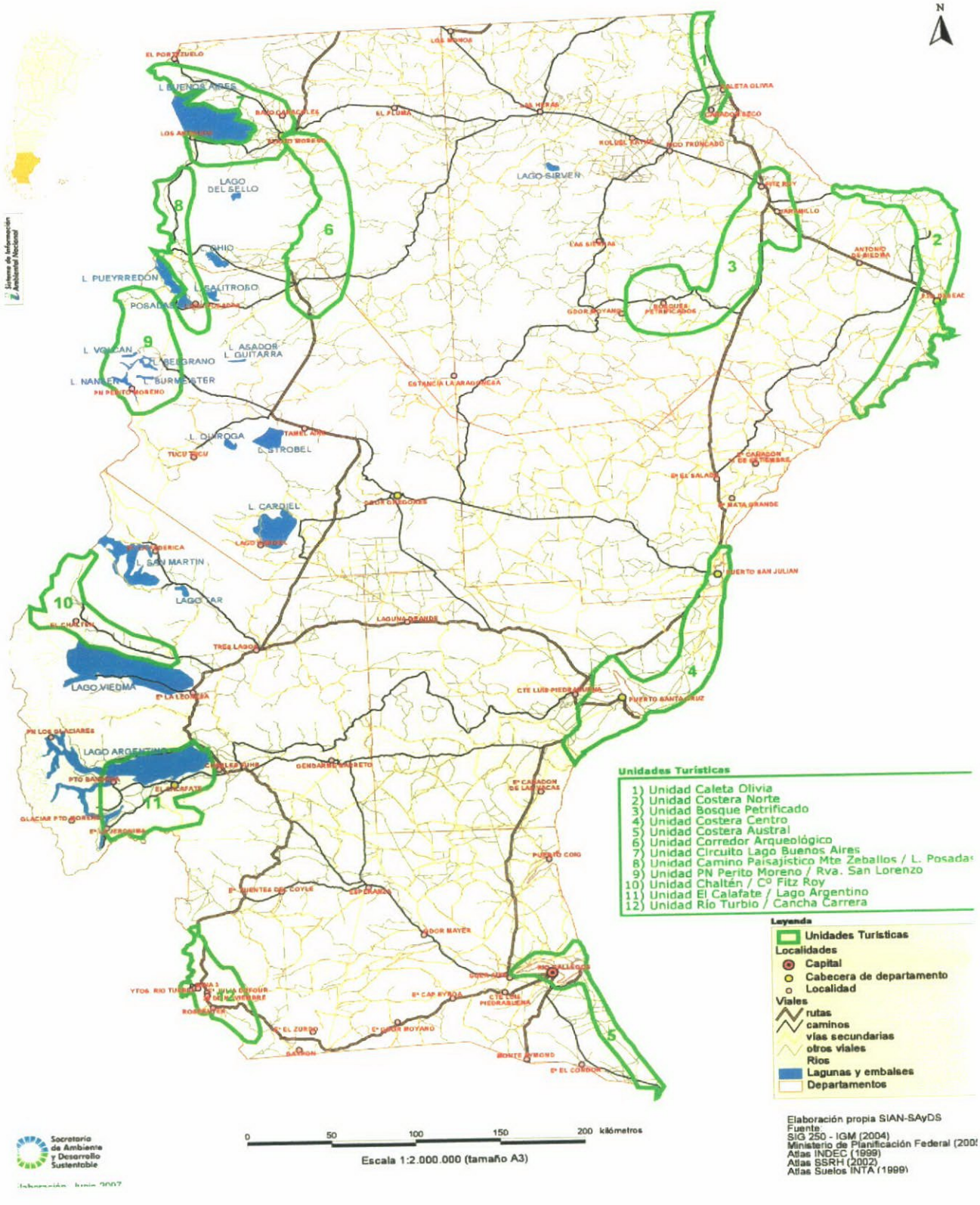
Está constituida por el acceso norte a la provincia por ruta 3, y su puerta de entrada por la zona costera o corredor este, la ciudad de Caleta Olivia .

Caleta Olivia es el segundo núcleo urbano en importancia de la Provincia con sus 36.068 habitantes según el Censo de 2001, y es la cabecera de la región petrolera por excelencia de la provincia, tanto que su emblema más difundido es el monumento al obrero petrolero, conocido como Gorosito, una enorme escultura que representa a un trabajador accionando la llave de un pozo extractor de petróleo

Caleta, tiene una amplia costanera que permite el acceso a la playa y el mar a lo largo de 5 Km. que es frecuentada por los pobladores de la región en el verano, como oferta de balneario y playa sobre el mar, su cercanía relativa a Comodoro Rivadavia, en la Provincia de Chubut, así como la intensa actividad económica de la región, hacen de Caleta Olivia un punto estratégico a considerar por los volúmenes de demanda turística que la atraviesan y pernoctan o se informan allí.

Unidades de Planificación Turística

Mapa Político - Topográfico de Santa Cruz



Pico Truncado y Las Heras situadas unas decenas de kilómetros tierra adentro son las otras localidades petroleras del Noroeste de la provincia, motoras de su desarrollo económico, cuya oferta de alojamiento que ha crecido en la última década obedece a estas razones.

2. Unidad Costera Ría Deseado

La unidad de Ría Deseado, ubicada en el noroeste de la provincia, se extiende a lo largo de unos 300 km. de costa hilvanando de norte a sur un conjunto de Reservas naturales, cuyo centro de desarrollo turístico es la localidad de Puerto Deseado.

Los límites de la unidad están dados, al norte por el refugio de Vida Silvestre Cañadón del Duraznillo, a 120km. de Puerto Deseado y al sur por la Reserva Natural Bahía Laura a 180 km. de Puerto Deseado. Este extenso litoral marítimo permite la conformación de gradientes que van dando lugar a diferentes hábitat que albergan una alta biodiversidad de especies.

Los principales atractivos naturales que se encuentran en esta unidad son[10]:

El refugio de Vida Silvestre Cañadón del Duraznillo,
La Reserva Natural de la Ría Deseado
La Reserva Isla Pingüino
Los miradores de Darwin
Punta Buque o Punta Médanos
Reserva Natural Bahía Laura .

3. Unidad Bosque Petrificado

En el Monumento Natural Bosque Petrificado no se cobra entrada, por lo que no hay un registro de la cantidad de turistas que lo visitan, si bien los guarda parques refieren que en temporada alta hay mucha afluencia de turistas por cuenta propia y en excursiones organizadas. Resulta evidente que se necesita mayor equipamiento e infraestructura en el lugar para mejorar la atención del turista y la protección del Bosque Petrificado de la depredación, ya que además de poco personal hay solo un baño para atender a turistas que llegan al mismo tiempo, por lo que se forman largas filas. El Parque

[10] Estos atractivos están descriptos en el Capítulo 2 de este Informe.

tiene un muy interesante museo de sitio y de interpretación que acerca a los visitantes los conocimientos necesarios sobre el lugar.

Jaramillo y Fitz Roy son las localidades más cercanas al Bosque Petrificado, de hecho este queda en jurisdicción de Jaramillo. Dada la ubicación estratégica de estas localidades en un entrecruzamiento de caminos conformada por las rutas 3, 43 y 281, se considera que están destinadas a ser la segunda puerta de entrada a la provincia, muchos turistas averiguan allí antes de emprender el viaje al Bosque Petrificado. por lo que están por inaugurar un centro de informes.

Ambas localidades, muy pequeñas, cuentan con entre 200 y 250 habitantes cada una, son muy pintorescas, con las características típicas de "la Gran Meseta Patagónica poseen variados ejemplos de construcciones de principios del siglo XX además del edificio de la Estación de Ferrocarril.

En ambos pueblos la estación del ferrocarril que unía Las Heras con Puerto Deseado, se constituyó en el centro del movimiento económico y social de la comunidad, ya que a través de los mismos se trasladaba la producción de lana, que era el principal recurso de la zona. Los edificios así como la traza y tendido ferrovial que unía Puerto Deseado con la localidad de Las Heras, se encuentran en buenas condiciones relativas para su puesta en valor para aprovechamiento turístico, en conjunto o por separado.

4. Unidad Costera Centro: Puerto San Julián- Puerto Santa Cruz

Abarca la zona costera central de la provincia que va desde la Bahía del desengaño al norte de Puerto San Julián, hasta el Parque Nacional Monte León al sur. En esta unidad se encuentran las ciudades Puerto San Julián, Puerto Santa Cruz y Comandante Luís Piedra Buena.

Puerto San Julián localidad de siete mil habitantes, refleja en su arquitectura las diferentes corrientes inmigratorias que conforman su población. La ciudad situada en un suave faldeo que desciende hacia la bahía tiene un trazado en retícula con dos avenidas que se interceptan.

Puerto Santa Cruz, es la ciudad más pequeña de la costa santacruceña, se encuentra a 54 km. de Monte León y a 25 km. de la Ruta Nacional N°: 3, fue la primer

capital de la provincia creada en 1878 y se ubica en la margen sur del amplio estuario del río Santa Cruz.

Comandante Luís Piedra Buena: ubicada a 35 km. de Monte León a través de la Ruta Nacional Nº 3, posee 4.175 habitantes, fundada como "El Paso", cambió su nombre en 1933, en homenaje a Piedra Buena quien fue el impulsor del primer asentamiento poblacional en Isla Pavón a mediados del siglo XIX.
Los atractivos turísticos de esta unidad permiten la observación y avistaje de fauna marina en:

Bahía San Julián

Reserva Península San Julián

Isla Justicia o isla de los pájaros

Cabo Curioso

Lobería y elefantería de Makenke.

Pingüinera de Punta Entrada,
Ría de Puerto Santa Cruz,
Isla Leones,
Puerto de aguas profundas de Punta Quilla,
Parque Nacional Monte León

5. Unidad costera austral

Abarca desde el cabo del Buen Tiempo límite norte de la Ría de Gallegos hasta el Cabo de las Vírgenes y la laguna azul al sur y suroeste. El centro turístico natural de la unidad es Río Gallegos, la ciudad capital de la provincia.
Los atractivos turísticos de esta unidad son:
La Punta Loyola
La Reserva Provincial Cabo Vírgenes
El Faro Cabo Vírgenes,
La Laguna Azul

6. Unidad corredor arqueológico

El centro turístico de servicios de la unidad es la localidad de Perito Moreno, localizada en plena estepa, en el cruce de las rutas 43 que va de este a oeste y la 40 que va de norte a sur. Perito Moreno que fue fundada alrededor de 1890 por un puñado de familias de diversos orígenes, recibió a partir de entonces tres nombres, el primero: Nacimiento, por localizarse cercano a las fuentes del río Deseado, posteriormente Lago Buenos Aires, por el inmenso espejo de agua ubicado a pocos kilómetros al oeste y desde 1952 Perito Moreno, en homenaje al hombre que fue de los primeros en recorrer la zona. Actualmente tiene alrededor de 3.600 habitantes

En esta unidad se incluye el tramo de ruta 40 que va desde Perito Moreno hasta Bajo Caracoles, a partir de la que se puede acceder a importantes muestras de arte rupestre cuyo principal exponente es la Cueva de las manos en el Río Pinturas, aunque en las cercanías existen otros atractivos de características similares, pero mucho menos visitados.

Los atractivos turísticos de la unidad son:

Cañadón del Río Pinturas y Cueva de las manos

Alero Charcamata

Cueva Grande del arroyo feo,

Picadero y parapeto en la meseta del águila .

7. Unidad circuito lago Buenos Aires:

Esta unidad que incluye el lago Buenos Aires, conforma un circuito atravesando dos pasos fronterizos con Chile, el paso Ing. Pallavichini al norte del lago Buenos Aires y el paso fronterizo que comunica con la localidad de Chile Chico al sur del lago Buenos Aires. Los Antiguos, población fronteriza ubicada a orillas del lago Buenos Aires, es el natural centro de servicios tanto de esta unidad como de la Unidad 8, esta localidad tiene un particular microclima que permite el cultivo de frutas y hortalizas, razón por la que cada mes de enero se celebra la Fiesta Nacional de la Cereza.

Caracterizan su paisaje, un bellísimo panorama de altas montañas nevadas entre las que se destacan los siguientes atractivos:

Monte Zeballos

Lago Buenos Aires
Paso a Chile Chico
Recorrido de chacras y cultivos.

8. Unidad Circuito paisajístico Ruta Provincial 41 - Monte Zeballos

Este camino paisajístico puede ser recorrido de norte a sur desde Los Antiguos hacia Lago Posadas, o al revés desde Lago Posadas y la localidad de Hipólito Irigoyen, por la ruta 41 paralelo a los ríos Los Antiguos primero y Jeinimini después, que forman el límite con Chile y con la cordillera al este, en este tramo se encuentra el Monte Zeballos de 2.743 m y el Co. Aguila. Tomando esta misma ruta en sentido E/ O desde Bajo Caracoles se atraviesa la Pampa de los Alemanes, bordea el Lago Ghío y se llega al paso Rodaballos.

Se trata de un camino de ripio que está en buenas condiciones, sólo si no ha llovido, los diferentes tramos ofrecen un paisaje muy atractivo, por la forma y colores de las mesetas, las pequeñas lagunas arcillosas de colores ocres, marrones, rosados, la diversidad en tamaño y color de los lagos y su diseño serpenteado que permite sorprender al visitante al subir o bajar o tomar una curva, en un recorrido de alrededor de 90 Km., que atraviesa una significativa diversidad de paisajes formados por bosquecillos de ñires y lengas, ríos, cascadas, cerros y lomadas y varias lagunas que sorprenden al visitante por los cambios permanentes de paisajes que ofrece en cada uno de sus recodos.

Por este recorrido al sur se arriba a la localidad de **Hipólito Irigoyen** que en breve cambiará su denominación por la de Lago Posadas, localizada a 210 km. al sur de Perito Moreno sobre una de las márgenes del Lago Posadas. Esta pequeña localidad que cuenta con 250 habitantes según el Censo del 2001, tiene todos sus accesos de ripio, a pesar de lo cual se encuentra en este momento en un acelerado proceso de crecimiento, a partir de la intensificación de la llegada de turistas en los últimos 5 años, que ha dado nuevas perspectivas al lugar, estratégicamente ubicado al pie de la cordillera sobre el valle que forma el Río Blanco y los lagos Pueyrredón, Posadas y Salitroso, es un lugar

privilegiado para observar el monte San Lorenzo y realizar excelentes excursiones de trekking a sus alrededores .

9. Unidad Parque Nacional Perito Moreno y Reserva Pcial. San Lorenzo e Hipólito Yrigoyen

Esta Unidad cuyo centro urbano más cercano es Hipólito Irigoyen, aunque el acceso desde allí actualmente solo se puede realizar a pie o a caballo y es todavía impracticable en vehículo 4x4, está compuesta por los territorios del Parque Nacional Perito Moreno y La Reserva Provincial **San Lorenzo** en el sector cordillerano de la provincia limítrofe con Chile.

Ambos espacios protegidos, nacional y provincial, deberían a efectos prácticos unificarse a través de un plan de manejo integrado, ya que protegen los mismos ecosistemas.

La Reserva San Lorenzo tiene 24.000 ha. En el sector cordillerano limítrofe con Chile, en ella se encuentra el Cerro San Lorenzo (3.700 m), la mayor elevación en la cordillera austral y cuya escalada es uno de los principales desafíos para los escaladores a nivel internacional por las dificultades de sus paredes y el rigor climático. Se destacan además el Co. Penitentes (2.930 m), las cuencas del río Meyer, lago Pueyrredón y Río Robles. Importantes son los pedreros glaciarios y las nieves eternas, predominando las formas erosivas glaciarias 4 lenguas en el Co. San Lorenzo, una de 9 km. de longitud y uno de ancho. el 90 % de su territorio está a 1.200 metros s.n. m.

Por su parte el **Parque Nacional Perito Moreno** al que se accede desde ruta 40 por 75 km. de ripio por la uta 37, se encuentra ubicado a 230 km. de Gobernador Gregores donde se encuentra su sede administrativa, tiene 115.000 ha. en una región montañosa y lacustre con valles elevados (800 m) y clima muy riguroso. Protege ambientes de bosques subantárticos y la estepa patagónica. La flora está compuesta por bosques de lengas y ñires y la fauna por Huemul, guanaco, chinchillón anaranjado, carpintero patagónico, águila mora, bandurrias, puma, gato huyñas y macá tobiano. En ambiente estepario hay lagunas con gran variedad de aves y choiques.

Tiene importantes yacimientos arqueológicos en el alero departamento guardaparques con Plan de manejo aprobado, en los aleros de lago Belgrano y en la zona sur., todos con pinturas rupestres. Dentro del parque funciona la estancia La oriental y hay dos camping. Para la atención del parque hay un grupo permanente de cuatro guarda Parques.

El **Cerro de los Indios**, sitio prehistórico de antigüedad superior a los 4.000 años antes del presente, base residencial y de actividades múltiples de los grupos humanos relacionados con las áreas del Río Pinturas y del Parque Perito Moreno, sus representaciones de pinturas rupestres son cuantitativa y cualitativamente de alto valor. . Está ubicado en la margen sudeste del Lago Posadas en propiedad privada, se accede desde Hipólito Yrigoyen en vehículo hasta la base del cerro y de allí a pie por una pendiente no muy pronunciada.

10. Unidad el Chaltén, Laguna del desierto, Lago Viedma

Al Norte de la Comarca se encuentra El Chaltén, pequeño núcleo urbano fundado en 1985 que cuenta con 324 habitantes (Censo Nacional de Población, INDEC del 2001). El Chaltén constituye el centro o polo de estadía, al que se llega en vehículo o colectivos por la Ruta 23 bordeando la ribera norte del Lago Viedma y que a su vez conecta a 80 km. con la Ruta 40. Desde este núcleo, que se ubica en la entrada, pero ya dentro del Parque Nacional de los Glaciares (sector norte), salen la mayoría de los recorridos de trekking hacia dicho Parque, los cerros emblemáticos Fitz Roy y Cerro Torre, entre otros, y hacia el campo de Hielos Continentales. Igualmente, desde El Chaltén pueden realizarse actividades de rafting y canoa en el río Fitz Roy.

Desde el extremo Noroeste de la localidad se inicia un corredor de 40 Km. a lo largo del Valle del Río de las Vueltas, hasta el Lago del Desierto y su extremo Norte, próximo ya al límite con Chile y al Lago de San Martín. Puede recorrerse en vehículo, buses pequeños y en bicicleta, caballo, etc. por un camino de ripio en buenas condiciones. A lo largo de los primeros kilómetros, se extiende una bicisenda por este corredor que incluye, al otro lado del río, la estancia Fitz Roy, construida por el primer poblador del valle Andreas Madsen, y posteriormente en dirección Norte, el Chorrillo del Salto, un salto de agua en un bonito paraje frondoso junto a la carretera, numerosas

lagunas y la Hostería El Pilar. Desde esta acogedora hostería, situada a 490 m, se inician numerosos recorridos de *trekking* que entran en el macizo del Fitz Roy por el norte y también el ascenso por el valle del Río Eléctrico hasta el Paso Marconi, la entrada al Campo de Hielo Patagónico Sur y a la llamada Travesía del Hielo Continental. El imponente Valle del Río de las Vueltas continua otros casi 20 Km. hacia el Lago del Desierto poblado por un antiguo bosque de lengas.

11. Unidad El Calafate, Lago Argentino, Glaciar Perito Moreno

El Calafate se sitúa a unos 60 km. de la entrada al Parque Nacional de los Glaciares en una zona abierta de la estepa patagónica. Ello facilita el crecimiento urbano del núcleo y permite reducir los problemas ambientales, evitando impactos en el Parque Nacional y en la Península de Magallanes, situada en el acceso al Glaciar Perito Moreno, en el extremo Oeste del citado corredor, declarada Reserva Provincial.

A lo largo del corredor, entre el núcleo de El Calafate y los Miradores del Glaciar Perito Moreno, se sitúan diversas estancias y varios embarcaderos (Puerto Bandera, Mitre, etc.), desde los que parten los cruceros lacustres hacia el Perito Moreno y los glaciares Upsala, Onelli y otros, que constituyen, junto con la contemplación del frente del Glaciar Perito Moreno desde los miradores en el extremo de la Península de Magallanes, los principales productos turísticos de la unidad. Al Sur del extremo occidental del corredor se sitúa la zona del Lago Roca que ofrece una tipología distinta y complementaria de actividades: camping, con "dormis" e instalaciones recreativas, además de recorridos de trekking y la posibilidad de recorridos a caballo y alojamiento y comidas en la Estancia Nibepo Aike.

12. Unida Río Turbio- 28 de noviembre

Al sur de Calafate se encuentra la Cuenca Carbonífera integrada por los núcleos urbanos de Río Turbio con 6.650 habitantes y 28 de Noviembre 4.686 habitantes. Se trata de un área, con una vocación fundamentalmente minera ligada al yacimiento de carbón más importante de Argentina y que ha permanecido, hasta ahora, apartada del tráfico turístico internacional y nacional, generando tan solo tráficos turísticos de origen

provincial y regional con una limitada oferta de alojamiento y de servicios, tanto en cantidad como en calidad movilizados por el Centro de Deportes Invernal Valeden.

7. 1. 4. Propuesta metodológica para trabajar con las unidades de Planificación.

A partir de la adopción del Plan de desarrollo turístico sustentare para la provincia, se deberán encarar los planes de uso del suelo para cada una de las diferentes unidades de planificación.

Presentaremos, de modo esquemático las características y resultados esperados de estos planes generales de uso del suelo.

1. Establecer un límite para cada una de las unidades de planificación.
2. Realizar un análisis integral:
    - ecológico,
    - Social
    - Económico
    - Planta turística
    - Infraestructura
    - Potencial de desarrollo
    - Restricciones al desarrollo.
3. Realizar una propuesta de Desarrollo que contenga:
    - Zonificación para uso del suelo
    - Centros de desarrollo
    - Crecimiento proyectado
    - Productos turísticos
    - Participación local
    - Necesidades de Inversión.
4. Discusión de la propuesta en talleres participativos.
5. Ajustar la propuesta y preparar el documento final

Como resultado de la aplicación de esta metodología se espera obtener:

- Una herramienta para guiar la localización y grado de desarrollo de las facilidades turísticas (centros de desarrollo).
- Identificar las áreas que se deben y las que no se deben usar para el turismo, (protección, uso futuro y uso actual).
- Herramienta para el manejo ambiental y para impulsar el desarrollo y participación local.
- Identificación de las prioridades de inversión pública.
- Orientar la inversión privada sobre el tipo de desarrollo deseado.
- Base para el desarrollo de programas de marketing

Dentro de cada Unidad de Planificación se establecerán los Centros de desarrollo turístico, es decir los espacios geográficos que presentan la mayor potencialidad para el desarrollo turístico urbano en toda la unidad. A continuación, cada uno de estos centros turísticos se planifica con mayor detalle, para lograr una zonificación de usos del suelo que impulse de la mejor manera el desarrollo turístico.

Este plan establecerá los límites de crecimiento para el centro turístico, cuantificando la cantidad de plazas hoteleras necesarias y ordenando el uso de los recursos para proteger efectivamente el ambiente, estableciendo además las necesidades de inversión en infraestructura (agua, saneamiento, telefonía). La escala deseable para los planes de uso del suelo es la de 1:25.000.

7.2. Corredores Turísticos

La propuesta de corredores turísticos del plan se muestra en el mapa de la provincia que se adjunta, y se describen a continuación:

7.2.1. Longitudinales

- **Ruta Nacional 40**

Corredor turístico vertical que permite tomar contacto con la totalidad de la zona cordillerana sur andina. Integra los atractivos turísticos relevantes de las Provincias de Neuquén, Río Negro, Chubut con los de Santa Cruz.

La ruta 40 es la columna vertebral del oeste de la provincia, para los turistas que vienen del norte la primer localidad que atraviesa es Perito Moreno, desde donde se pueden continuar hacia el oeste para conocer Los Antiguos, o seguir hacia el sur con las alternativas de visitar La cueva de las manos, y el Parque Nacional Perito Moreno. Continuando por la 40 y luego de atravesar Gobernador Gregores y Tres Lagos se accede al Chaltén y Calafate, y continuando hacia el sur a Río Turbio y 24 de noviembre, con varias opciones de pasos a Chile.

Este corredor tiene todavía escasos kilómetros asfaltados (40%) con relación a su longitud en la provincia. Actualmente es recorrido por turistas independientes, generalmente en vehículos de doble tracción o en ómnibus que hacen el recorrido por tramos.

- **Corredor de la Costa (Ruta Nacional 3)**

Recorre de norte a sur la totalidad de la costa atlántica Patagónica y de la Provincia de Santa Cruz. Este corredor que atraviesa antes de llegar a Santa Cruz, Puerto Madryn y Comodoro Rivadavia ingresa a la provincia por Caleta Olivia, conectando Fitz Roy, Jaramillo y Puerto Deseado, Puerto San Julián, Comandante Luís Piedra Buena Puerto Santa Cruz, Parque Nacional Monte León y Río Gallegos. La ruta está íntegramente asfaltada y en muy buenas condiciones de transitabilidad.

7. 2.2. Corredores Transversales

- **Ruta Provincial 43**

Es un camino con excelentes condiciones de transitabilidad que atraviesa la meseta patagónica conectando la costa con la cordillera por el norte de la provincia. A través de su prolongación por la Ruta Nacional 281 conecta Puerto Deseado con Los antiguos y el paso a Chile.

Ruta Provincial 27

Travesía transversal de la meseta patagónica que daría la posibilidad de un enlace entre la costa y la cordillera, sumando diversos atractivos tanto culturales como naturales. Esta travesía en particular es considerada por el PFTS (Plan Federal de Turismo de la Nación) porque agrega a sus atractivos la condición de ser parte del Corredor Bioceánico.

- **Ruta Provincial 5**

Propone una travesía transversal de la provincia que recorriendo la meseta, comunica el extremo sur de la Costa Patagónica, Río Gallegos con Calafate y la Comarca Austral. Esta ruta se encuentra en excelente estado de transitabilidad.

7.2. 3. Circuitos transfronterizos

Travesía transversal de la meseta patagónica que daría la posibilidad de un enlace entre la costa y la cordillera, sumando diversos atractivos tanto culturales como naturales. Esta travesía en particular es considerada por el PFTS (Plan Federal de Turismo de la Nación) porque agrega a sus atractivos la condición de ser parte del Corredor Bioceánico.

- **Circuito fronterizo Los Antiguos – Chile Chico - por paso Ing. Palavichini**

Este circuito de extraordinaria belleza circunda el Lago denominado Buenos Aires del Lado Argentino y General Carreras del lado chileno. Del lado argentino, luego de atravesar el Paso Ing, Palavichino transcurre bordeando el lago por la Ruta Provincial 45 hasta la localidad de Perito Moreno, para continuar virando al oeste por la ruta provincial 43 que lleva a los Antiguos y cruzando la frontera a la localidad de Chile Chico.

- **Circuito fronterizo, Calafate- Parque Nacional Torres del Paine**

Por el paso Cancha Carrera en verano y por los pasos vecinos a río Turbio durante todo el año, hay una creciente vinculación turística entre los atractivos de ambos países y varias empresas de ambos países que ofrecen una combinación entre ambos Parques.

- **Circuito fronterizo Río Turbio- Puerto Natales**

Si bien este circuito tiene escasa importancia en la actualidad, está ligado a dos tipos de tráfico:

a. Chilenos de Punta Arenas y Puerto Natales principalmente, que en invierno acuden a esquiar a Valdelén cuando el centro invernal ofrece nieve en sus pistas.

b. Chilenos y algún visitante extranjero –generalmente mochileros independientes- que, en su visita al P.N. Torres del Paine, pasan desde Puerto Natales a Río Turbio para aprovechar el menor coste de los hoteles y servicios en el lado argentino.

Capitulo 8: Planificación estratégica

8.1. Temas claves para el desarrollo del turismo en la provincia

Los desafíos para la provincia son superar las restricciones estructurales para su desarrollo originadas en la lejanía relativa de su territorio de los principales centros emisores de demanda, las enormes distancias entre sus localidades turísticas y la necesidad de mantener en buen estado de transitabilidad sus rutas y caminos con una provisión de servicios turísticos básicos.

Por otra parte la escasa y poco diversificada oferta de alojamiento y de recreación, en la mayor parte de las localidades turísticas del interior de la provincia, limita las posibilidades de aumentar el tamaño de su estructura de recepción simultánea de turistas.

La estacionalidad de la explotación turística de la provincia en general y de El Calafate y El Chaltén, en particular es otra de los obstáculos a remontar ya que hay una cultura instalada tanto en los prestadores de servicios como en los operadores de no ofrecer estos destinos en temporada invernal. No se trata de desconocer que las condiciones climáticas no son las mejores, debido a que hay menos horas de sol y el clima es riguroso, como contrapartida la presencia de la nieve suma un atractivo extra al paisaje y el invierno es mucho menos ventoso. Ya que se trata sobre todo de modificar hábitos, será necesario tal vez pensar en incentivos y apoyos tanto desde el sector público como del privado para romper este circulo vicioso y la inercia que de él se deriva.

Para enfrentar estos desafíos la provincia cuenta con una oferta considerable de atractivos turísticos de gran interés, que permitiría el desarrollo de productos diversificados que atraerán a diferentes segmentos de mercado, aumentando su permanencia en la región.

Para el horizonte 2008-2016 hemos considerado una serie de condiciones externas e internas que pueden influenciar el crecimiento y desarrollo del sector del turismo en la provincia. En el grupo de las condiciones externas se encuentran aquellas

variables sobre las cuales el sector turístico provincial tanto público como privado puede ejercer poco o ningún control., entre ellas podemos destacar:

- Escenario económico nacional y mundial
- Escenario político
- Reformas económicas

En el grupo de las condiciones internas se destacan las variables sobre las que el sector turismo posee capacidad de influencia directa en la toma de decisiones y por lo tanto es responsable por los resultados:

- Gestión del gobierno e inversiones públicas
- Accesibilidad y logística
- Turismo interno
- Inversiones privadas.

El escenario económico tanto nacional como internacional se muestra muy favorable por la alta liquidez internacional y la tendencia a un crecimiento sostenido de la economía mundial que prevé según datos de la OMT que cada vez más gente tendrá deseos de viajar, y contará con la posibilidad de hacerlo.

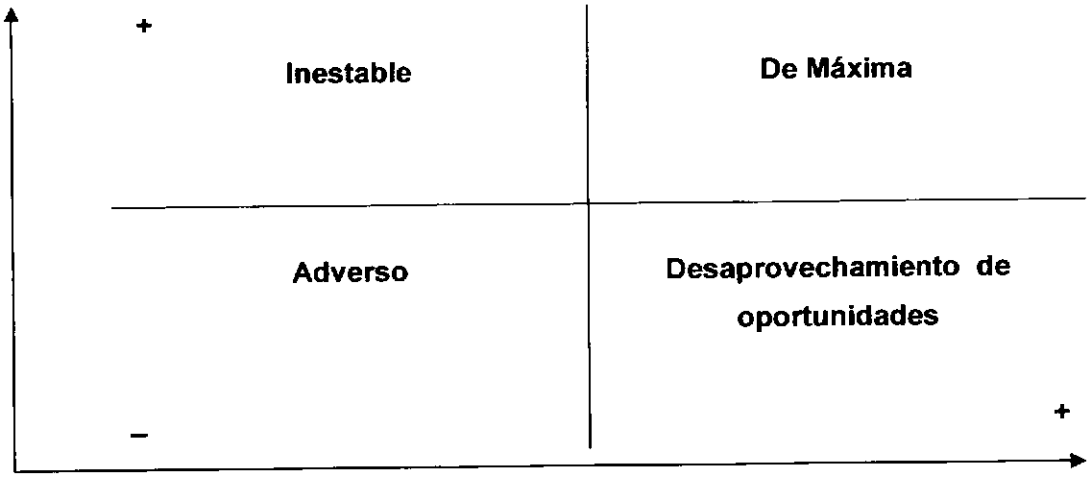
Los índices proyectados de crecimiento siguen siendo altos y, si bien de año en año los patrones mundiales y regionales han fluctuado, más recientemente a causa del temor al terrorismo por el atentado del 11 de setiembre, las crisis sanitarias - por ejemplo el SARS y a los desastres naturales, el turismo ha demostrado ser muy capaz de recuperarse rápido.

El pronóstico hasta el año 2020 es de un crecimiento del sector en todas las regiones del mundo, sobre todo, en términos de crecimiento relativo, en lugares del mundo en desarrollo, en el año 2020 se registrarán 1.500 millones de arribos internacionales, es decir más del doble del nivel actual. Estas cifras ubican al turismo en uno de los lugares más importantes de la actividad comercial mundial y lo convierte en un sector que ha crecido en un 25% en los últimos diez años.

Dado que el sistema político democrático se ha consolidado en el país no se prevé que se vuelvan a afectar las reglas económicas y consecuentemente la trayectoria del crecimiento económico que viene creciendo a tasas sostenidas en los últimos 3 años.

En lo que hace a las condiciones internas del sector puede señalarse lo siguiente: el gobierno nacional, dejando de lado el modelo neoliberal, viene ejerciendo un papel activo en la dinamización de la economía, invirtiendo en infraestructura y generando condiciones que favorezcan la producción local. Por otra parte el Plan Federal de Turismo Sustentable (PFTS), prevé entre sus acciones el financiamiento para el sector así como el fortalecimiento de las capacidades provinciales y municipales así como las del sector privado en torno al logro de la sustetabilidad y la calidad del turismo.

Tomando en cuenta estas variables y a partir de la combinación de hipótesis alternativas para un conjunto de incertidumbres críticas tanto nacionales como internacionales, e internas y externas se pueden prever cuatro escenarios para el sector turismo en los próximos años:



Escenario inestable

Este escenario está asociado a una situación en la que las condiciones internas relacionadas directamente con el sector turístico son favorables, pero están combinadas con un ambiente externo, principalmente político y económico desfavorable.

Escenario de máxima

El escenario de máxima, está constituido por una combinación afortunada de condiciones favorables tanto externas como internas .

Escenario adverso

Aunque es el escenario menos deseable, existe la posibilidad de una combinación desfavorable de condiciones tanto externas como internas del turismo.

Escenario de desaprovechamiento de las oportunidades

Este escenario combina condiciones externas favorables con condiciones internas desfavorables en el sector del turismo, lo que implica que el sector está perdiendo las oportunidades que se presentan en su entorno para expandirse.

La trayectoria del turismo en la provincia en los últimos años, sumado a las condiciones externas favorables, se vienen combinando en proporciones variadas que pronostican una evolución en dirección al cuadrante superior derecho o **escenario de máximo potencial**, con algunos reparos a ser hechos, en relación con las turbulencias causadas por el agravamiento de la crisis en la oferta de plazas aéreas y la concentración del mercado en algunos productos. Además, este escenario es altamente dependiente de la dirección proactiva que asuma la política de turismo en la provincia y en tal sentido, el escenario posible, aunque no deseable, como consecuencia de no existir esta voluntad política, es el de **desaprovechamiento de oportunidades.**

Describimos a continuación las características de estos escenarios el de mínima y el de máxima para el futuro del turismo provincial:

8.2.1. Escenario de mínima: Que desaprovecha las oportunidades

En este escenario, se mantiene la tendencia actual de desarrollo espontáneo del turismo, con muy poco ordenamiento espacial y se profundizará la tendencia a la concentración en aquellos centros turísticos ya existentes. El aumento exponencial de la demanda internacional prevista para el horizonte 2020 aumentará la presión de la frecuentación de los recursos turísticos por parte de la demanda que puede llegar a duplicarse hacia el final del período.

En este escenario de escasa participación pública en el ordenamiento del territorio, se prevé la rápida respuesta de la inversión privada y el consecuente crecimiento de la oferta turística y de los servicios que la componen respondiendo a

iniciativas aisladas de los inversionistas, que no garantizan que el crecimiento del turismo se haga de forma armónica. En este escenario, la inversión pública responde de manera tardía a los cambios de la demanda, y no se vislumbran grandes cambios en el diseño e innovación de productos, por el contrario se profundizará la masificación del turismo en destinos como El Calafate y El Chaltén, sin aumentar el promedio de estadía, ante la falta de oferta de actividades turísticas alternativas que permitan al diversificar la oferta, poniendo en el mercado productos complementarios que añadan valor a los ya ofrecidos y productos novedosos o alternativos.

El turismo de naturaleza y el turismo activo parecieran continuar con su crecimiento, mas allá de la amenaza de deterioro de los recursos naturales, producto de su usufructo indiscriminado y de la escasa posibilidad de intervención de la Subsecretaría en planes de manejo e implementación de dispositivos para los visitantes que protejan ambientalmente a los mismos y generen instancias de interpretación de los recursos.

Algunos centros con vocación turística de la provincia comenzarán a cobrar peso en el mapa turístico provincial, para brindar posibilidades de conformación de circuitos y corredores atractivos, a partir del motor de Calafate, o en su propio radio de influencia, al responder a segmentos específicos de mercado como el compuesto por los observadores de flora y fauna, los birdwatchers, los escaladores, y los que realizan trekking de montaña.

Si bien estos desarrollos serán de menor escala mantendrán una tendencia de crecimiento constante aunque a un ritmo menor.

8.2.2. Escenario de máxima: Centros de desarrollo turístico sustentable

Este escenario procurará aumentar la variedad de oferta de productos turísticos en la provincia, promoviendo el mejoramiento de su desempeño como destino turístico, tomando en cuenta el marco de referencia para la planificación ya descrito en el capítulo anterior.

Se establecerían y planificarían "centros de desarrollo turístico sustentable" dentro de las Unidades de Planeamiento descriptas, para concentrar los esfuerzos de desarrollo precisamente en esas áreas.

Los mismos implicarían un nuevo criterio y dimensionamiento del espacio turístico, que posibilitaría un crecimiento cualitativo del turismo a nivel provincial que será definido considerando variables ambientales, sociales y económicas. En ellos se intervendría con procedimientos de planificación para ordenar el desarrollo turístico y mejorar las condiciones del producto, considerando tanto los sitios actuales como potenciales para el desarrollo de manera que no se excluye lo que ya existe en la provincia.

El concepto de destino turístico sustentable, toma fuerza y esto permitiría que algunas zonas de la provincia con poco desarrollo en la actualidad, puedan ponerse a tono con las exigencias del mercado y ser más competitivas.

El crecimiento cualitativo turístico debe mantener armonía con los recursos existentes en la provincia, de manera de satisfacer los requerimientos de una generación de visitantes que buscan un entorno natural poco impactado, y que ven a la sustentabilidad como un factor decisivo en la elección de sus destinos.

El desarrollo se basará en esfuerzos mucho más integrales de inversión pública, capacitación, calidad y promoción. En algunos casos implicará el diseño completo de un nuevo sitio, pero en otros contemplará el rediseño o ajuste de sitios ya existentes hacia formas más sostenibles para la actividad turística. La infraestructura será desarrollada por el sector público de manera proactiva en asociación con los centros por desarrollar.

Por su parte se promueve la inversión privada, acorde a las necesidades detectadas durante el proceso de planificación, impulsando según sea el caso, cambios en las prestaciones que impliquen una mejora en la calidad de los servicios, en la accesibilidad a los recursos, en la formación del personal ocupado en el sector, en la incorporación de nuevas tecnologías y acciones correctivas apropiadas para mitigar impactos negativos en el ambiente, entre otros.

Este modelo de desarrollo turístico implica la generación de incentivos que viabilicen la alianza del desarrollo con la planificación y la política de sustentabilidad,

considerando la accesibilidad de las empresas de actividad turística ya sean estas pequeñas, medianas o grandes, al beneficio,

8.3. Visión de futuro

En el marco de un Plan de Turismo, la visión se convierte en la piedra angular de la estrategia que se diseñará para la provincia. Se entiende por **VISION** al conjunto de características que se desean alcanzar en un plazo determinado; en tal sentido se constituye en una utopía, deseable y posible que conduce a alcanzar el escenario deseado y cumple con el objetivo de identificar la dirección hacia donde se orienta el turismo en la Provincia.

Es decir que la conjugación de las políticas que se describen en el punto 6.5, con la historia de crecimiento y el estado actual de la actividad turística en la provincia permiten establecer una visión de futuro que en forma sintética resuma cual debería ser la forma que tome el desarrollo del turismo para la provincia en el horizonte de planificación

Visión al 2016

En el año 2016 el turismo se ubicará como una de los principales elementos dinamizadores de la economía de la provincia, generando beneficios directos e indirectos para el desarrollo humano. Será una actividad con una oferta de atractivos y productos diversificados y competitivos, que por la vía de la gestión de los destinos y de la planificación territorial, distribuirá geográficamente sus beneficios, permitiendo un uso eficiente de los recursos naturales y culturales en las diferentes unidades de planeamiento y centros de desarrollo turístico sustentable de la provincia.

8.3.1. Consideraciones que conlleva la Visión:

En primer lugar el hecho de que el turismo se consolide como una de las principales actividades económicas para la provincia, sin comprometer sus recursos naturales y culturales y generando un beneficio tangible para la comunidad receptora, le dará prestigio a la actividad que será reconocido y valorado por la sociedad de la provincia.

La mejor y más amplia distribución geográfica de la oferta de productos y actividades turísticas en el territorio provincial, permitirá una más equitativa distribución espacial de los turistas y un mayor aprovechamiento de la potencialidad de los recursos y las actividades turísticas.

Esta concepción no supone la cancelación automática del modelo actual, basado en la concentración espacial y explotación intensiva del turismo en Calafate y Chaltén, sino que requiere trabajar simultáneamente en un esquema de consolidación y perfeccionamiento de la oferta del destino líder de la provincia, el Glaciar Perito Moreno, con un esquema de diversificación de la oferta de productos complementarios y /o alternativos en las demás comarcas.

Esta Visión plantea, en suma, la adopción de un nuevo modelo de desarrollo turístico acorde con las tendencias del mercado y también con la necesidad de un más equitativo sistema de distribución de la riqueza.

En este nuevo modelo los protagonistas del desarrollo son, ante todo, las comunidades locales que mediante una acción sinérgica con gobiernos y empresarios externos asumen al turismo como una opción viable de desarrollo sustentable

8. 4. Misión

En el marco del plan Provincial de turismo 2008 - 2016, el concepto de Misión hace referencia al campo de actividad básico de las organizaciones tanto públicas como privadas con actividad o competencia en el sector turismo.

En consecuencia la Misión del sector turismo sirve de guía general para las actividades que se han de realizar a fin de lograr la Visión y los objetivos que se contemplan en el Plan Provincial de Turismo. Para ello se hace necesario un trabajo conjunto de los distintos actores de la actividad, que deberá estar orientado por el Sector Turismo de la Administración Pública para el que se ha definido la siguiente Misión:

La Misión de la Subsecretaría de Turismo

Conducir el desarrollo turístico provincial, mediante las actividades de planificación, impulso al desarrollo de la oferta, apoyo a la operación de los servicios turísticos y la promoción, articulando las acciones de diferentes instancias y niveles de gobierno.

8. 5. Principios orientadores para el desarrollo del turismo

Los principios orientadores para el desarrollo del turismo, comprenden las disposiciones políticas generales, no negociables, que regirán el plan de turismo sustentable en la proyección del futuro en el horizonte 2008-2016. Estos principios orientan y dan base a las acciones estratégicas y proyectos que se presentan en el Plan, tienen una connotación de largo plazo y deben considerarse como de acatamiento obligatorio para los organismos públicos de turismo de la provincia y para el sector. En este plan se enuncian los siguientes cinco principios o ejes de la política turística:

- **Hacer del turismo una prioridad provincial**

El turismo es una actividad de enorme complejidad. Ya que la satisfacción de las necesidades y deseos de los viajeros supone la integración de una serie de bienes y servicios públicos y privados, razón por la que se la considera una actividad transversal. Por ello si bien la Subsecretaría de Turismo, es la encargada de su integración y coordinación, la política turística de la provincia, no se limita solo a la propia actuación de la subsecretaría, por el contrario, el cabal aprovechamiento de las oportunidades que representa el turismo deberá fundarse en la estructuración y operación de una política turística en la que diferentes dependencias y organismos provinciales y nacionales, articulan y coordinan su accionar con el organismo de turismo.

- **Destinos sustentables**:

El concepto de sustentabilidad será el pilar fundamental para la actividad turística y se considerará como el factor principal de diferenciación del producto turístico

provincial. La creciente tendencia por la sustentabilidad se funda en las políticas internacionales adoptadas desde 1987, a raíz del informe que la comisión mundial sobre el medio ambiente y Desarrollo presentó a las Naciones Unidas, que se profundiza en 1992 en la Cumbre de la Tierra realizada en Río de Janeiro, a partir de los cuales la sustentabilidad se ha constituido en un paradigma de plena aceptación mundial, no solo para la oferta sino y especialmente para la demanda. El objetivo de la sustentabilidad en el turismo provincial será el de desarrollar e implementar medidas que protejan la integridad del ser humano, el potencial del medio ambiente y optimicen los beneficios económicos y sociales de la actividad estableciendo sistemas y procedimientos que involucren a todos los actores del sector. Destinos sustentables y altamente competitivos, que sean respaldados con calidad integrada en los servicios y procesos de atención, proveerán la base para potenciar la actividad turística provincial, contribuyendo a contar con turistas altamente satisfechos.

- **Cooperación entre el sector público y el privado**

La transversalidad del turismo, así como la gran cantidad de factores externos que se presentan en el funcionamiento del sistema turístico, hacen que aunque su desempeño se materializa en la esfera de acción de las empresas privadas, su funcionamiento efectivo dependa en buena medida del apoyo de las intervenciones públicas.

Aunque tradicionalmente han existido esquemas de colaboración entre el sector público y el privado especialmente en lo que hace a la promoción, se buscará la conformación de una filosofía de colaboración permanente orientada a mejorar la experiencia turística a partir del mejoramiento de la gestión integral del sistema turístico, (atractividad del destino, calidad en las prestaciones, y eficiencia en las inversiones de marketing).

- **Fortalecimiento de las capacidades locales**

El reconocimiento de que el turismo se da en la práctica, en el ámbito geográfico de las localidades, hace necesario el fortalecimiento y la construcción conjunta de mejores capacidades de gestión de los recursos humanos en ese nivel a fin de diversificar la oferta

de productos manteniendo un equilibrio en el desarrollo territorial del turismo en la provincia.

- **Promoción del bienestar y la satisfacción del turista**

El primer paso para tener turistas totalmente satisfechos consiste en la adecuada identificación de los mercados, privilegiando aquellos que generen una mayor rentabilidad para las empresas y destinos. Luego los destinos turísticos deberán posicionarse de manera singular y diferenciada, a través de un agresivo esfuerzo de marketing en el que sobresale la acción promocional. La información adquiere un valor crítico y puede ser la gran diferencia en el momento de la toma de decisión del viaje. El conocimiento y comprensión del proceso seguido por los turistas permitirá evaluar como somos percibidos, adoptando las acciones tanto de gobierno como de la iniciativa privada para superar las deficiencias.

- **Profesionalización de los Recursos Humanos**

En una actividad intensiva en uso de mano de obra, como es el turismo, donde estos trabajadores tienen contacto directo y personal con los clientes, la calidad y pertinencia de su formación es fundamental y debe constituir una oportunidad para demostrar que existe una ventaja comparativa con relación a los competidores porque los servicios no solo se proporcionan con calidad, sino que son brindados con la calidez tradicional de los argentinos.

8. 6. Objetivos generales para el desarrollo del turismo en Santa Cruz

1. Diseñar e impulsar una política de estado en materia de turismo que reconozca la transversalidad del sector turístico así como el carácter protagónico que debe tener en el desarrollo económico sustentable de la provincia y en la organización de la gestión de los destinos turísticos actuales y potenciales.

2. Mejorar el aprovechamiento del turismo como sector generador de riqueza en la Provincia, impulsando la explotación sostenible de los recursos potenciales existentes y resolviendo los obstáculos que dificultan actualmente la utilización turística

sustentable de los recursos ya en explotación para aprovechar el potencial de crecimiento.

3. Establecer un marco de referencia y un proceso para conducir de forma sostenible el futuro desarrollo turístico de la Provincia, fijando un horizonte de capacidad turística y residencial en los destinos que permita planificar y dimensionar adecuadamente las infraestructuras y servicios para el proceso de crecimiento de los próximos 8 años.

4. Contribuir a que los diversos organismos sectoriales competentes, prioricen las obras, acciones, programas y proyectos de su competencia que se han identificado en el Plan de desarrollo Turístico Sustentable para la Provincial 2008 - 2016 como claves para el desarrollo turístico de la Provincia, aprovechando potencial existente, cuya puesta en valor está muy condicionada por la falta de las infraestructuras básicas y servicios públicos.

8 .6. 1 Objetivos específicos

- Aumentar el volumen de ingresos de turistas a la provincia, mejorando su posicionamiento en los mercados actuales y desarrollando los potenciales, promoviendo el aumento del gasto y de la estadía promedio e incentivando la visita fuera de las temporadas altas.
- Incrementar el aporte del turismo en la economía provincial, así como su distribución en una forma más amplia, particularmente hacia áreas de la provincia con potencial y necesidad de incrementar su volumen de población permanente.
- Promover la inversión turística en la provincia, fomentando el conocimiento de las oportunidades de inversión y la cooperación entre el sector público y el privado tanto en relación con nuevas inversiones como en la promoción y desarrollo de la provincia.
- Promover la satisfacción de los visitantes, identificando sus necesidades y motivando la mejora en la calidad del producto y servicio ofertados, así como una mayor concientización turística en la población en general y entre los agentes involucrados en la actividad en particular

- Diversificar la oferta turística provincial, impulsando el aprovechamiento de la complementariedad y sinergia existente entre los destinos turísticos provinciales actuales e identificando los recursos, productos y proyectos que resulten viables así como las obras necesarias para su puesta en valor.
- Mejorar la interconectividad dentro de la provincia, así como de la provincia con el resto del país, a través de las medidas de facilitación e inversiones tanto de carácter público como privado que resulten necesarias para facilitar el proceso.
- Valorar la conservación de la salud del ambiente, adoptando, manteniendo y haciendo cumplir las medidas de protección y salvaguarda de los recursos tanto naturales como culturales de la provincia.
- Reconducción del proceso de rápido y desordenado crecimiento de El Calafate y El Chaltén hacia un marco de sostenibilidad y competitividad, especialmente en los puntos que soportan la mayor presión de visitantes.
- Conseguir que haya una distribución más equitativa de la riqueza generada por la actividad turística, propiciando el mayor empleo de mano de obra en la prestación de los servicios, que redunda en la mejor calidad de la prestación.
- Facilitar la integración de la población local en la actividad turística, favoreciendo la inclusión social a través del turismo y el arraigo de la población inmigrante facilitando las condiciones de servicios públicos y habitacionales para su inserción en el medio.
- Facilitar la transparencia en la fijación de precios, para obtener una mejor relación calidad precio que se genera en torno a insumos básicos, que redunda en el alto costo de vida en las localidades turísticas que afecta por igual a turistas y residentes y genera malestar, dañando la imagen y la calidad del destino.
- Aumentar la sensibilización y concientización sobre la importancia económica y social del turismo para una mayor implicación de la población local en el proceso, promoviendo un mejor conocimiento de la población local acerca del patrimonio natural y cultural de la provincia

Capitulo 9: Propuestas de acción del plan.

9.1. Ejes Estratégicos

En este capítulo se presentan las líneas de acción del plan agrupadas por grandes ejes estratégicos, de manera de facilitar la comprensión temática de los problemas que el desarrollo de la actividad plantea.

Para facilitar el tratamiento articulado de las cuestiones afines, se distingue entre ejes prioritarios de acción y ejes instrumentales. Se trata de una opción metodológica de organización, que permite relacionar los problemas planteados en el diagnóstico con los objetivos y las soluciones en las estrategias y acciones propuestas

En realidad todos los ejes temáticos están íntimamente relacionados y deben ser considerados en forma conjunta y articulada para facilitar la optimización de los resultados en el desarrollo del plan.

Los 8 ejes estratégicos propuestos se clasifican en 6 Ejes de desarrollo prioritarios y 2 ejes instrumentales o de apoyo

9.1.1. Ejes de desarrollo prioritario

1. Planificación y Gestión del Turismo Provincial.
2. Ordenamiento del Espacio Turístico.
3. Diversificación de la oferta de destinos y productos turísticos
4. Promoción, marketing y apoyo a la comercialización.
5. Infraestructura y Accesibilidad.
6. Fomento de la Inversión pública y privada .

9.1.2. Ejes instrumentales

7. Calidad de los servicios
8. Gestión de la investigación y el conocimiento en el turismo

EJE DE DESARROLLO PRIORITARIO 1
PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DEL TURISMO PROVINCIAL

Situación actual:

El turismo representa una responsabilidad pública, de los gobiernos, que son los encargados de formular la política turística Es fundamental garantizar la continuidad y el avance en la política turística global, definiendo el peso del sector en el conjunto de la economía, los objetivos fundamentales a lograr, y los medios a emplear para lograrlos. En términos generales este es el papel que cumplen las administraciones turísticas, la gestión del destino conforme a las políticas de desarrollo definidas para conseguir los objetivos marcados.

Propósito: Dar un mayor énfasis a la gestión pública del turismo, tanto en su estructura organizativa como en la identificación de las acciones que le competen, con el objeto de optimizar su funcionamiento y adecuarlo a los objetivos y modelo de desarrollo turístico propuesto por el Plan de turismo sustentable para la provincia

Estrategias:

Estrategia 1. Potenciar el organismo provincial de turismo

Dotar a la Subsecretaría de turismo de una adecuada capacidad normativa y ejecutora y de una institucionalidad acorde a los nuevos desafíos, con el objeto de asegurar los mecanismos que le permitan llevar adelante el mandato de coordinación encomendado por el presente Plan de Desarrollo Sustentable de la Provincia, transformándola en el motor de la gestión del estado para el sector.

Acciones:

1. Fortalecimiento del Organismo Provincial de Turismo gestionando el rango de Secretaria de Turismo y su correspondiente presupuesto.
2. Revisión de su actual organigrama y de las responsabilidades y competencias de cada departamento

3. Revisión de la normativa vigente para la regulación del sector para evaluar la necesidad de proponer cambios fundamentar proyectos de nuevas leyes o decretos, más adecuados a las necesidades actuales de la actividad.
4. Presentación de un anteproyecto de Ley integral de turismo y su reglamentación.
5. Difusión y puesta en marcha del Plan de turismo sustentable para la Provincia 2008-2016.
6. Diseño y puesta en marcha de un plan de capacitación para el personal de la Subsecretaría
7. Formulación de estrategias para alinear los programas operativos anuales del sector turismo a las disposiciones del plan.

Estrategia 2. Articular las políticas concurrentes a nivel provincial y municipal

Tanto en el ámbito del Sector Turismo, como en la relación con los otros ministerios y dependencias del estado, es necesario acordar la definición y coordinación de políticas sectoriales e intersectoriales que den congruencia a la actuación pública en la materia.

Acciones:

1. Formación de Grupos Intersectoriales de trabajo permanentes para el consenso de políticas concurrentes, cuyas tareas deriven en la definición y articulación de acciones concretas en apoyo al turismo sobre las principales acciones que deberán ser definidas en el período 2008-2016.

   Entre ellas:

   Política de turismo y transporte.
   Política de desarrollo sustentable del turismo.
   Política de capacitación y formación de recursos humanos
   Política fiscal.
   Política de seguridad, orden y respeto.
   Política de información estadística
   Política de infraestructura, equipamiento y comunicaciones.

2. Consensuar con las dependencias federales cuyas atribuciones se vinculen al desarrollo de la actividad turística. (Parques Nacionales,,Vialidad Nacional,

Gendarmería, Policía Federal, Prefectura, Anses, Migraciones, Aduana- AFIP, Senasa, Fuerza Aérea) su accionar .

3. Articular acciones de intercambio y asistencia técnica con los municipios turísticos de las Comarcas.

EJE DE DESARROLLO PRIORITARIO 2

ORDENAMIENTO DEL ESPACIO TURÍSTICO.

Situación actual

Las dimensiones del territorio de la Provincia de Santa Cruz hacen que la estructuración y organización turística de su territorio constituya un verdadero desafío para la gestión y el desarrollo equilibrado, descentralizado y sustentable de la actividad.

Los diferentes niveles de planificación de los organismos nacionales, provinciales y locales se manejan de manera independiente, lo que no asegura una visión integral de las necesidades de la provincia y sus localidades.

Esta independencia no permite la formulación de acciones integrales y genera el modelo de desarrollo espontáneo y disperso de la tendencia actual, este asunto debe ser resuelto para impulsar de una manera ordenada el cambio de modelo propuesto.

La falta de coordinación entre los actores relacionados con el desarrollo y los aparentes conflictos de intereses que afectan el desarrollo de la visión de futuro planteada.

El crecimiento espontáneo que se viene dando se está caracterizando por no minimizar asimetrías ambientales y sociales, lo que más bien frena el objetivo provincial que se persigue con la actividad turística, es decir el mejoramiento de las condiciones de vida de los santacruceños. El desarrollo debe ser real y efectivo para que el turismo pueda diferenciarse y crecer sanamente de cara al futuro, máxime si se considera que se espera que la cantidad de turistas se duplique para el horizonte de planificación.

Propósito: En el modelo de desarrollo propuesto el objetivo perseguido no se plantea como un simple crecimiento numérico de llegada de turistas, sino que apunta a un crecimiento cualitativo basado en la diferenciación de los espacios físicos y en la diversificación de productos, utilizando el potencial de recursos turísticos de la provincia.

Para el logro de estos objetivos es necesario emplear el marco teórico propuesto por la planificación territorial y estratégica de destinos turísticos para adecuar la oferta a las exigencias de un mercado turístico más diversificado y exigente .

Estrategia 1. Diseño y ejecución del sistema de planificación territorial del turismo

El sistema de planeamiento y manejo del espacio turístico que se propone estará integrado de la siguiente manera:

a) Plan general de uso del suelo

Es un instrumento de planificación que permite dirigir el desarrollo de productos turísticos, imagen de mercado, instalaciones turísticas, orientar la inversión privada, el manejo ambiental y las propuestas para la búsqueda del desarrollo social y económico a nivel de las unidades de planeamiento definidas en el capítulo 5.

Mediante el diseño de esos planes se establece en un nivel macro los escenarios de desarrollo de las comarcas, las metas de crecimiento en alojamiento, productos y servicios, así como las metas cuantitativas de turistas para cada unidad.

Estos planes permitirán además establecer las prioridades de inversión pública tanto provincial como nacional para lograr el crecimiento deseado, estableciendo la coordinación interinstitucional y las estrategias para promover la inversión privada en la provincia.

El diseño de estos planes se basa en un análisis pormenorizado de condiciones ambientales, sociales y económicas sobre sistemas de información geográfico para determinar posteriormente las potencialidades y principales restricciones para un tipo determinado de desarrollo turístico.

La definición final del ordenamiento se hace a través de la ubicación de Centros Primarios y secundarios de desarrollo turístico, como espacios físicos donde se concentran las propuestas de desarrollo.

b) Planes de desarrollo Local

El plan de desarrollo local es un instrumento de planificación de corte estratégico que se realiza a escala local como una forma de establecer prioridades para el desarrollo. Su gestión es informal a través de la comunidad y abarca temas que van desde la planta e

infraestructura turística hasta acciones de promoción y comercialización. Se trata de un instrumento importante para la gestión local del desarrollo turístico.

En todos estos niveles de planificación se debe contemplar y considerar las políticas planes y programas del sistema de áreas protegidas de Parques Nacionales y de las Áreas de Reserva Provinciales.

Acciones:

1. Seleccionar las unidades de planeamiento en las que se intervendrá y definir con criterios técnicos, su perímetro y superficie.

2. Realizar los acuerdos inter jurisdiccionales necesarios para dar viabilidad técnica y política a las unidades seleccionadas, estableciendo un cronograma y prioridades para su desarrollo.

3. Ajustar la metodología para la elaboración de los planes reguladores en coordinación con los planes ya existentes y coordinando según el caso con las municipalidades, Parques Nacionales, y el Consejo Agrario por las Áreas de Reservas Provinciales
4. Preparar un plan de uso del suelo para cada unidad de Planeamiento, apuntando hacia el turismo sustentable, considerando los aspectos de desarrollo turístico ambientales y socioeconómicos.

Estrategia 2: Diseño y ejecución del sistema de planificación de desarrollo local

Acciones

1. Establecer una metodología única para el diseño de planes de desarrollo locales, comenzando con las experiencias piloto seleccionadas.
2. Preparación de un programa de inversión pública de acuerdo a las prioridades establecidas en cada unidad y cada centro.
3. Establecer una comisión estatal de carácter permanente con la participación de la Subsecretaría de Ambiente, la secretaría de Planificación, Vialidad Provincial,

Consejo Agrario, Ministerio de Cultura y educación, Ministerio de la producción y demás organismos relacionados con las actividades turísticas tanto a nivel superior como de mandos medios cuya misión será la de concretar el plan anual de inversiones a partir de los planes de desarrollo turístico de las unidades de Planeamiento.

4. Impulsar conjuntamente entre la Secretaria de turismo y las Cámaras locales el desarrollo de las Organizaciones de gestión del destino turístico para trabajar conjuntamente en el seguimiento e implementación de planes.
5. Manejar la política de cooperación internacional en relación directa con la formulación y las necesidades señaladas en los planes.

Estrategia 3. Diseñar, consensuar y poner en marcha el Programa para el Turismo Sustentable

Acciones:

1. Articular un modelo participativo que fomente los aportes de los actores sociales y que propicie acuerdos de concertación para el diseño y ejecución del Programa para el Turismo Sustentable.
2. Transferir tecnologías y procesos aplicables de éxito en el ámbito nacional e internacional, al diseño y operación de proyectos turísticos provinciales sustentables.
3. Coordinar acciones con la Subsecretaria de Ambiente y Parques Nacionales para integrar el aspecto turístico en el ordenamiento ambiental que cubra a todas las entidades.
4. Establecer con la Subsecretaría de Ambiente y el Consejo Agrario la reestructuración de los estudios y manifestaciones de impacto ambiental, promoviendo la agilización de la respuesta de la autoridad a los expedientes en estudio y el control del cumplimiento de los compromisos asumidos.
5. Establecer un programa agresivo de divulgación de los planes realizados por la nación y la provincia y la responsabilidad local en su implementación.
6. Establecer un programa de preparación práctica en municipalidades y comunidades locales en todas las comarcas y unidades de planeamiento sobre temas relacionados con el manejo de residuos, reciclaje, ahorro energético, utilización racional del agua, biodiversidad y otros.

7. Establecer un programa de divulgación y concientización en el plano provincial sobre la importancia de la sustentabilidad, la educación ambiental y el compromiso personal.
8. Promover el desarrollo de buenas prácticas ambientales en las empresas turísticas y los prestadores de servicio

EJE DE DESARROLLO PRIORITARIO 3
ESTRUCTURACIÓN Y DIVERSIFICACION DE LA OFERTA DE DESTINOS Y PRODUCTOS TURISTICOS

Es necesario desarrollar bajo un enfoque cada vez más sofisticado, segmentos potenciales de mercado que cubran circuitos de interés general, aventura, observación de flora y fauna, salud, incentivos, cultural, conferencias y congresos.

Para un óptimo desarrollo de productos por parte de las empresas del sector es necesario identificar los requerimientos del mercado potencial a satisfacer, con base en los cuales debe establecerse la conceptualización funcional y simbólica de los productos y servicios para cuyo desarrollo y operación puede contarse con los conocimientos, tecnología y organización que sean necesarios, utilizando todos los recursos internos y externos disponibles.

En el proceso de desarrollo de productos es muy importante la inteligencia de marketing, tanto para la definición de los requerimientos del mercado potencial como para la evaluación de la satisfacción de la demanda real.

Si bien la operación de los productos los realiza la empresa privada, para las investigaciones correspondientes a estos productos específicos es muy importante el apoyo del Organismo Provincial de Turismo que debe implementar un sistema de investigaciones a disposición del sector.
Aumentar y diversificar los productos turísticos de calidad contemplando la pluralidad de recursos culturales y naturales de las diferentes Comarcas. Incentivar la estrategia de

segmentación, promover y organizar circuitos, integrar y apoyar la comercialización con competitividad e inclusión, como principios orientadores de la planificación de base territorial, de modo de permitir la elaboración de planes y acciones que efectivamente promuevan y consoliden los productos turísticos de relevancia para el mercado nacional o externo, considerando las peculiaridades y especificidad de cada unidad turística.

Estrategia 1: Diagnóstico de la oferta actual y potencial de destinos y productos turísticos

Acciones:

1. Mapeo de las comarcas turísticas y unidades turísticas de la provincia, tendiente a identificar circuitos o productos integrados innovadores, en una gestión compartida entre el sector público y privado de modo de colocar en el mercado productos nuevos, diversificados y con calidad.
2. Fomentar y apoyar la elaboración de investigaciones específicas para el desarrollo de productos competitivos por segmentos de actividad y en destinos específicos.
3. Apoyar la identificación y dotación de infraestructura y equipamiento especializado para cada segmento de acuerdo a los requerimientos y estándares solicitados por el turista.
4. Desarrollar un sistema de información de atractivos y servicios en un formato de Sistema de Información geográfica (SIG) para apoyar el desarrollo de productos.
5. Establecer un programa de monitoreo de nuevos productos en los destinos competidores tanto nacionales como internacionales.

Estrategia 2. Impulsar esquemas de coordinación y participación para el desarrollo local de nuevos productos con los municipios

Acciones

1. Convenios de coordinación y asignación de recursos para promoción y desarrollo de nuevos productos turísticos, mediante evaluación y seguimiento de proyectos como base para definir su renovación anual.
2. Creación de mecanismos de coordinación a través de reuniones semestrales con los funcionarios estatales y otras especiales con autoridades municipales

3. Asesoría permanente para la elaboración de los planes y proyectos turísticos estatales y municipales.
4. Seminarios para funcionarios municipales y talleres regionales de imagen urbana.

Estrategia 3: Desarrollar programas regionales innovadores de oferta turística

Los programas que se proponen para acompañan esta línea son los siguientes:

- Programa de Observación de Flora y Fauna marítima
- Programa de Turismo arqueológico y etnográfico
- Programa de Turismo Ferroviario (el tren desde Deseado hasta Las Heras)
- Programa la zaga de los conquistadores.
- Programa de rescate de identidad de los primeros colonizadores y de las estancias
- Programa de Pesca sustentable

Acciones para cada programa:

1. Diseñar y conducir programas regionales para el desarrollo de nuevos productos turísticos.
2. Proveer asesoría técnica a las localidades para la generación de programas de desarrollo de productos turísticos.
3. Transferir tecnologías de procesos para la inclusión de productos turísticos sustentables adecuados a la vocación de cada destino y su zona de influencia.
4. Integrar condiciones de marca y su posicionamiento para alentar la comercialización del producto regional, como actividad permanente.
5. Fomentar la integración de nuevos servicios públicos de transporte para el acceso del turismo y su movilización regional, en coordinación con autoridades locales y prestadoras de servicios, mediante acciones permanentes.
6. Realizar un seminario anual sobre diseño y presentación de nuevos productos a la industria con diferenciación por unidades de planificación.
7. Elaborar de manera continua perfiles de demanda con respecto a la potencialidad de nuevos productos y servicios.

EJE DE DESARROLLO PRIORITARIO 4
PROMOCION, MARKETING Y APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN.

Situación actual

Buscando establecer referencias fundamentales para las acciones de promoción y marketing del turismo de Santa Cruz se desarrollo hace unos años un manual de identidad turística que estableció los lineamientos para la producción del material de comunicación de la provincia con un criterio unificado.
Se propone seguir utilizando el logotipo e isologotipo actual, que simboliza la diversidad de atractivos turísticos y la característica de macro destino de la provincia, aprovechando así los esfuerzos promocionales realizados para su identificación en los mercados.

Por otra parte las acciones de promoción y marketing que toman como base la marca SANTA CRUZ deberían asociarse con las Macro Marcas: PATAGONIA. Y PATAGONIA ARGENTINA, para aprovechar la sinergia entre marcas.

Propósito: Posicionar a Santa Cruz como un destino natural y cultural multiactivo. La promoción del turismo para la provincia debe tener como concepto estratégico la diversificación de la imagen turística tradicional de la provincia, tanto para el mercado interno como para el mercado externo.

Estrategia 1: Establecer un programa de investigación de mercados permanente

1. Establecer un programa de investigación de mercados dividido en mercados tradicionales y mercados emergentes de importancia y potencial para la provincia.
2. Investigar segmentos verticales de mercado, es decir por motivación o actividades de interés, para tener un conocimiento aceitado de las necesidades y requerimientos de estos segmentos, encontrando los mejores canales para llegar a ellos.
3. Establecer un sistema de evaluación de la gestión comercializadora que permita evaluar la relación costo efectividad de los montos invertidos.

4. Mantener una constante evaluación de las acciones de comercialización de las provincias competidoras.

Estrategia 2: Plan de Comunicación y RR.PP. de la provincia

Acciones

1. Realizar campañas publicitarias de imagen turística de Santa Cruz en los principales mercados emisores proyectando el posicionamiento global del macro destino turístico.
2. Generar un proceso de relación permanente con la Prensa que permita la publicación en los principales medios de comunicación argentinos y del exterior de noticias y novedades acerca de los destinos de la provincia que incluya realización de Fam Press, emisión de gacetillas de prensa, seguimiento de la presencia en medios, seminarios informativos para periodistas sobre el destino.
3. Evaluar la contratación de una agencia de RR.PP. que asegure una presencia importante de la provincia, imitando experiencias altamente exitosas como la que realizó la comunidad de Puerto Deseado.
4. Edición de folletería y material promocional para la provincia en general, para las diferentes unidades turísticas y para los productos turísticos más importantes. Difusión del material a través de intermediarios, ferias, casa de provincia y otros.

Estrategia 3: Asistencia a eventos de comercialización y promoción turística

Líneas de acción

1. Participación en ferias turísticas nacionales e internacionales con apoyo del sector privado, tanto dentro del stand nacional como por su cuenta en caso de que el mercado lo requiriera.
2. Participación en Eventos especializados relacionados con los productos turísticos de la provincia.
3. Acompañar la estrategia de Secretaria de Turismo de la Nación en su estrategia de asistencia a eventos internacional.

Estrategia 4: Estrategia de marketing relacional apuntado a los diferentes miembros de la intermediación turística

Acciones:

1. Realizar acciones de RR.PP. apuntado a la intermediación turística: Operadores turísticos receptivos nacionales, Operadores turísticos emisivos extranjeros, GDS y otros que puedan ser de interés.
2. Realización de Fam Tours para asegurar el adecuado conocimiento del destino entre los intermediarios.
3. Generar material promocional y acciones promocionales para operadores y agencias minoristas nacionales y extranjeras.
4. Organización de Workshops del destino en los mercados emisores considerados prioritarios.

Estrategia 5: Programa de destinos compartidos

Acciones

1. Desarrollar una estrategia articulada en el plano de destinos turísticos de la Patagonia para la promoción del destino compartida o en asociación
2. Incentivar la participación de la actividad privada en el diseño de productos multidestino que faciliten el proceso de mercadeo conjunto con otras provincias o con Chile.

EJE DE DESARROLLO PRIORITARIO 5
TRANSPORTES, ACCESIBILIDAD E INFRAESTRUCTURA

Situación actual:

El transporte es un componente esencial de la actividad turística, que tiene en el traslado de los consumidores su propia definición. Por esta razón fue introducido este eje temático en función de la importancia que tiene para el desarrollo turístico de la provincia. Cuestiones relativas a la desregulación de la actividad, costo del combustible, frecuencias aéreas, deben considerarse en la discusión de las perspectivas de desarrollo del sector para los próximos años, de modo de resolver estrangulamientos al desarrollo que puedan afectar el desarrollo del sector debido a la complejidad de los aspectos relacionados con este tema.

En una provincia de dimensiones tan grandes como es Santa Cruz, y tan alejada de los principales centros emisores de demanda, una red de transporte aéreo articulada, que integre los vuelos internacionales con los nacionales de corta y larga distancia y los transportes de alcance regional, es fundamental para el buen desempeño del sector.

También hay que enfrentar los problemas de las limitaciones que impone la infraestructura para el transporte terrestre por ruta o ferrocarril y el transporte marítimo, no solo con relación a la integración de diferentes modalidades de transporte sino como complemento para la accesibilidad aérea y para la expansión del consumo en la provincia.

La accesibilidad es otro de los cuellos de botella para el desarrollo del turismo de la provincia. Resulta imprescindible garantizar la cantidad de vuelos por día y por semana que permitan el flujo de los turistas en todas las temporadas del año, de acuerdo a las características de la demanda en cada una de esas fechas.
Otro de los limitantes para el crecimiento de la actividad turística en la provincia, particularmente con relación a la necesidad de expandir, diversificar y desconcentrar la oferta turística, se refiere a la necesidad de mejorar la infraestructura de una manera general.

La necesidad de mejoras en infraestructura y servicios básicos se da tanto en lo que se refiere a la infraestructura y servicios básicos, particularmente con relacionados con la red vial: apertura, mejoramiento, mantenimiento, vialidad invernal, señalización, transito fronterizo, aeropuertos, transporte urbano, y con otros servicios públicos como gas, energía, agua, saneamiento, residuos y telecomunicaciones.

Estrategia 1 : Mejorar la conectividad de la provincia hacia el exterior y el interior.

Acciones:

1. Articular junto con la Secretaría de Transportes y los gobiernos de la región patagónica y las líneas aéreas una mayor frecuencia de servicios aéreos para destinos de interés turístico de la provincia.
2. Realizar acuerdos con nuevas líneas aéreas para que garanticen una determinada disponibilidad de vuelos con el subsidio provincial .

3. Definir los principales ejes viales y rutas de acceso a destinos turísticos de mayor demanda, desarrollando un programa de estructuración y mejora de la calidad del apoyo vial para los turistas (combustible, restaurantes, mecánica, informes, señalización)
4. Fomentar la integración de los actuales y nuevos servicios regulares de transporte para garantizar el acceso del turismo y su movilización regional, en coordinación con autoridades de otras provincias, de Santa Cruz, y prestadores de servicios.
5. Mapear y fomentar la instalación de trenes turísticos (Río Turbio. Puerto Deseado) organizándolos y calificándolos como productos turísticos integrados al resto de la oferta provincial.

Estrategia 2: Mejorar la provisión de infraestructura básica en las localidades de la provincia.

Acciones:

1. Identificar y cuantificar las necesidades de infraestructura en los principales circuitos y unidades turísticas de acuerdo al Plan Nacional de Turismo Sustentable.
2. Articular acciones interministeriales para la ejecución de infraestructura básica en las regiones prioritarias para el turismo, de acuerdo con la demanda actual.
3. Priorizar las inversiones públicas en proyectos que garanticen en los destinos turísticos prioritarios la ejecución de infraestructura para el saneamiento (agua y tratamiento de residuos).
4. Preparar infraestructura básica para atender personas con discapacidad.

Estrategia 5.3: Gestionar ante las instancias y niveles de gobierno correspondientes la dotación de Infraestructura en apoyo al turismo

Acciones:

1. Crear un Registro Provincial de necesidades de infraestructura e instalaciones de apoyo al Turismo, con la participación de los funcionarios de turismo provinciales y locales y los empresarios del sector.
2. Mantener actualizada la base informativa del registro provincial

3. Gestionar ante dependencias federales la integración de infraestructura básica en sus proyectos presupuestales, propiciando compromisos que apoyen el desarrollo turístico.

Estrategia 5.4. Fortalecer el equipamiento y servicios municipales en destinos turísticos.

Acciones:

1. Desarrollar acciones de conservación de los atractivos turísticos, creando las condiciones para la localización y mantenimiento de los equipamientos turísticos.
2. Apoyar la recuperación del patrimonio natural y las intervenciones en sitios históricos, ambientales, arqueológicos, geológicos para ampliar la calidad de la oferta turística.
3. Fomentar inversiones en infraestructura turística por medio de presupuestos público y privado, para emprendimientos turísticos relevantes.
4. Integrar en la planificación turística provincial y municipal las actividades relacionadas con el equipamiento local como políticas mínimas acordes con sus segmentos de mercado.
5. Impulsar esquemas de participación entre el gobierno municipal, inversionistas locales y las comunidades, a fin de satisfacer las necesidades de equipamiento que sean acordes con el diseño mínimo, incluyendo concesiones y permisos de explotación privada o social.

Estrategia 5. 5 : Incrementar la señalización turística

Acciones:

1. Impulsar la señalización turística integrada a los programas regionales de la Secretaría de Turismo de la Nación, incluyendo su imagen de marca, a fin de fortalecer su posicionamiento de mercado al tiempo de poner en valor los atractivos.
2. Incentivar, con el concurso de autoridades locales, la creación de esquemas de coparticipación para implantar el señalamiento turístico necesario, como parte de la política del equipamiento mínimo con que se deba contar en cada destino.

3. Mantener estrecha coordinación con autoridades federales, en especial con Vialidad Nacional y Parques Nacionales, al igual que con organismos provinciales para integrar la señalización turística en sus respectivos ámbitos de competencia.

EJE DE DESARROLLO PRIORITARIO 6
FOMENTO DE LA INVERSIÓN PÚBLICA Y PRIVADA

El proceso de desarrollo turístico sustentable en las provincias esta vinculado estrechamente a la disponibilidad y accesibilidad al crédito, para la expansión de los negocios y de emprendimientos públicos y privados que realizan las actividades de producción del sector turístico.

En este sentido, se hace imprescindible la disponibilidad del crédito en cantidades y en condiciones cada vez más adecuadas a los micros, pequeños, medianos y grandes negocios y emprendimientos de turismo al tiempo de direccionar la inversión pública hacia aquellos rubros y obras que son prioritarios para el desarrollo de los destinos turísticos prioritarios.

La situación actual, esta marcada por la escasa relación entre oferta y demanda financiera, en algunos casos porque la información no llega en tiempo y forma a los interesados, en otros porque los empresarios carecen de la información y la capacidad técnica para cumplimentar en tiempo y forma los requisitos necesarios para obtener financiamiento.

También, aunque en menor medida, se registran problemas para demostrar la situación dominial de las tierras, y las garantías necesarias para acceder al crédito.

Los pequeños y medianos inversores que ya están radicados en la provincia, manifiestan temor respecto a los vaivenes de la economía argentina, y desconocimiento acerca de las perspectivas a futuro de este negocio, así como de los elementales datos de mercado que les permita manejar información objetiva.

Propósito. Favorecer el desarrollo del sector turístico privado, implementando acciones que estimulen la radicación de capitales nacionales, provinciales e internacionales.

Estrategia 6.1. Programa de promoción de inversiones privadas en servicios turístico

Acciones:

1. Relevamiento permanente de los Fondos y líneas de financiamiento operativos y comunicación por los medios adecuados a los interesados para captar inversores potenciales.
2. Asesoramiento profesional a empresarios para la detección y evaluación de inversiones en corredores y destinos turísticos seleccionados.
3. Evaluación y asistencia técnica para la formulación técnica, económica y de diseño de los proyectos, de modo de cumplir con las exigencias de los organismos otorgadores de crédito.
4. Estimular esquemas de asociación con entidades de financiamiento, inversores locales y empresarios del turismo para la creación de proyectos turísticos.
5. Crear estímulos fiscales a la inversión privada en lugares seleccionados dentro de las unidades turísticas.
6. captación de inversores a través de la promoción de oportunidades de inversión a nivel nacional e internacional.

Estrategia 6.2. Fomentar la inversión para el desarrollo turístico de las Comarcas

1. Asistencia para la creación y organización de una Agencia de Desarrollo turístico por Comarca, como ente mixto de gestión publica y privada.
2. Co financiar y monitorear el funcionamiento de la Agencia de Desarrollo
3. Desarrollar un programa de concesiones de servicios e infraestructura turística en el entorno de monumentos arqueológicos y áreas naturales protegidas.
4. Implementar un banco de proyectos en turismo y desarrollar acciones para su difusión en el sector público y privado y la sociedad en general.
5. Impulsar la creación de políticas e instrumentos económicos y financieros que faciliten la inversión sobre todo en hotelería en las unidades de turismo del interior de la provincia de escaso desarrollo.
6. Relevamiento y procesamiento de datos sobre la evolución de las inversiones, generando indicadores, que faciliten la toma de decisiones.

7. Impulsar el desarrollo de productos turísticos que involucren la artesanía, el folclore y el fortalecimiento de la identidad patagónica.

EJE INSTRUMENTAL 7
CALIDAD EN LOS SERVICIOS TURISTICOS DE LA PROVINCIA

Situación actual

El crecimiento rápido y desordenado de los núcleos urbanos de la provincia más frecuentados por los turistas, que soportan una fuerte carga turística sobre todo en las temporadas altas, ha generado la especulación y el encarecimiento desorbitado de los precios turísticos para los visitantes, así como el costo de vida para los residentes .
El problema de baja calidad en los servicios en relación con el precio cobrado, se presenta sobre todo en las categorías hoteleras de menos estrellas (1, 2 y hasta 3 estrellas) que nivelan sus precios para arriba, aprovechando la escasez de oferta plazas disponibles..

La relación distorsionada entre calidad y precio afecta principalmente a los servicios de alojamiento y restauración, acarrea una disminución en la estadía promedio de los turistas y afecta negativamente la percepción de las localidades turísticos de la provincia, amenazando la competitividad de la provincia y su posicionamiento comercial .

Propósito
El sector turístico en Santa Cruz es uno de los principales dinamizador de la economía. Con una creciente competitividad que impulsa a la mejora continúa como la estrategia más segura para continuar avanzando en un marco de sustentabilidad. Este enfoque que se potencia en el turista, se orienta a los procesos e integra las herramientas metodológicas en pos de alinear los objetivos del sector con la calidad, se debe convertir en un modelo integral para pensar y gestionar los servicios turísticos con el único fin que nuestros destinos sean garantes de la satisfacción de los turistas.

Estrategia 7. 1: Contextualizar los parámetros de Calidad actuales con el fin de hacerlos pertinentes para el sector turístico de Santa Cruz.

Acciones:

1. Consensuar con los diferentes actores del sector turístico de la provincia acerca de criterios y conceptos de calidad más adecuados para aplicar al turismo en la provincia.
2. Realización de talleres para identificar y definir los criterios de aceptación mínimos a cumplir por parte de los prestadores de servicios turísticos (transporte, gastronomía, hotelería, agencias de viajes, etc.) para que los clientes perciban un servicio de calidad.
3. Definir las herramientas metodológicas que mayor aceptación tengan y mejor contribuyan a la mejora continua del sector.
4. Normalizar las herramientas seleccionadas y publicarlas con el fin de divulgarlas en el ámbito de la provincia.

Estrategia 7. 2: Sensibilizar al sector turístico

Acciones:

1. Realización de talleres, conferencias y capacitaciones para los prestadores de actividades turísticas y los municipios para sensibilizarlos acerca de la aplicación de los conceptos inherentes a la calidad en los servicios y atención al cliente.

2. Concientizar sobre los beneficios que brinda el uso de herramientas de gestión de la calidad.

Estrategia 7.3. Aplicación de herramientas de calidad a la prestación turística

Acciones:

1. Realizar un diagnóstico respecto al grado actual de calidad en la prestación de servicios, para Identificar las necesidades prioritarias y asociarlas con las distintas herramientas metodológicas disponibles.

2. Evaluación de los resultados del diagnóstico a los fin de seleccionar a los interesados en la aplicación de herramientas de gestión: ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001 entre otras .

3. Aplicar el sello de calidad a las Estancias Turística de Santa Cruz que quieran adherir al Sistema de calidad.

4. Selección y formación de referentes de la calidad que faciliten la obtención de valor agregado a las organizaciones turísticas.

Estrategia 7.4. Apoyar y contribuir a la implementación y certificación de sistemas de gestión de la calidad por las empresas turísticas.
Acciones:

1. Apoyar las acciones de implementación y certificación en los prestadores de servicios turísticos que permitan reconocimiento internacional.

2. Diseño de un Programa de Implementación de Sistemas de Gestión específicos e integrados que se ajusten a las organizaciones de Santa Cruz.

3. Diseño de programas de certificación que estimulen la utilización de herramientas de gestión que le den una impronta particular a los prestadores de servicios turísticos la provincia.

4. Realizar acciones para fortalecer la difusión de la cultura y la conciencia de la hospitalidad turística

Estrategia 7.5. Desarrollar programas de mejoramiento de los Recursos Humanos que desempeñan sus tareas en el sector turístico.
Acciones:

1. Elaboración de un diagnóstico de necesidades y oportunidades de formación integral de recursos humanos para el turismo, a partir de la incorporación de nuevos esquemas de desarrollo de la actividad.
2. Integración de un Sistema Provincial de Capacitación Turística, por ocupaciones y segmentos de mercado que incluya el diseño, elaboración e instrumentación de la capacitación.

3. Establecimiento de programas provinciales y locales de capacitación turística que permitan el uso eficiente de los recursos, asegurado a través de un seguimiento detallado de costos y beneficios.
4. Fomento a la elaboración y actualización de materiales para la capacitación turística con el fin de diseminarlos a través de medios impresos y electrónicos
5. Evaluación de las acciones de capacitación, así como su impacto en el sector.

EJE INSTRUMENTAL 8

Gestión de la información y el conocimiento en el sector turístico

Propósito:

El sector turístico se ha percatado del valor que tiene para la planificación y el desarrollo de la actividad la investigación y la gestión de la información turística en pos de una correcta utilización del conocimiento, por esto es oportuno este eje temático con el fin de orientar y consolidar el uso del Sistema de Información turística de Santa Cruz, integrando la gestión de la información, la multimedia y la comunicación Turística, abarcando los procesos principales del sector y sistematizando los procedimientos sustantivos.

Estrategias:

Estrategia 1. Potenciar el Sistema de Información Turística de Santa Cruz - SIT.

Con el fin de transformarlo en el motor de la gestión de la información turística en la provincia de Santa Cruz, integrando a los distintos actores y centralizando la información.

Acciones:

1. Evaluar las fortalezas y debilidades de la actual Gestión de la información turística llevada a cabo por la Subsecretaria de Turismo de Santa Cruz respecto al cumplimiento de los objetivos de la misma.

2. Reflejar en el SIT todo el Sistema de Gestión de la Calidad - SGC, teniendo un correlato entre los procesos y procedimientos organizacionales y los módulos y sub-módulos que integrarán el SIT.
3. Integrar y coordinar la incorporación progresiva de distintos municipios a una red de comunicación y gestión de la información procurando la certeza de los datos obtenidos, la fluida comunicación entre los actores, la sociabilización de información importante para las estrategias particulares de los actores y la coordinación de las mismas, buscando el beneficio recíproco y la optimización del uso de dicha información.
4. Estimular constantemente al compromiso de todas las áreas y los agentes de la organización con el Sistema de gestión de la información, valiéndose para esto de los medios que permitan la concientización continua del personal respecto a los beneficios a los que las prácticas requeridas conducen en términos de la eficiente planificación estratégica y la certera identificación de desviaciones no deseadas.
5. Responder a las necesidades de los usuarios del Sistema de forma continua y proporcionarles las herramientas y la capacitación para la rápida asimilación del mismo y la óptima utilización de la herramienta.
6. En un tiempo posterior, y también de forma progresiva, invitar paulatinamente a los actores privados a participar de la gestión de la información y de sus beneficios. Procurar la apertura de un canal virtual de comunicación efectivo, expedito y confiable, entre la Subsecretaria y los actores privados, para de esta manera acompañarlos de forma más activa, estimulándolos al mayor compromiso con los objetivos compartidos.

7. Diseño e implementación de un programa de capacitación para el personal de la Subsecretaría en lo referente a la gestión de la información y del manejo de su soporte, preeminentemente informático.

8. Normalizar el SIT de Santa Cruz al Sistema de Información Turística Argentina –SITA-, con el fin de aprovechar toda la información que genere el mencionado sistema como así aportar al mismo la que genere el Sistema Santacruceño.

Estrategia 2. Desarrollar e implementar un Sistema de Referencia Geográfica (SIG)

En virtud de proporcionar a dos segmentos claramente definidos: en primer lugar, los turistas que visiten Santa Cruz aportándoles una mayor cantidad de elementos que les inspiren certidumbre y seguridad en lo relativo a su experiencia turística; y, en segundo lugar, a los técnicos que deben valerse de la visualización territorial para la planificación turística que requiere referenciar geográficamente variables e indicadores en pos de la correcta proyección turística.

Acciones:

1. Analizar cuales son los requerimientos que tienen los usuarios que tendrá el sistema de referencia geográfica.
2. Evaluar que organizaciones tienen pertinencia en el proyecto ya sea porque serán proveedoras de información o bien beneficiarias del mismo y gestionar las acciones necesarias para arribar a acuerdos con las mismas que posibiliten la colaboración permanente.
3. Planificar y organizar todos los requerimientos con el fin que estos tengan un correlato con las posibilidades y recursos, definiendo objetivos a corto, mediano y largo plazo.
4. Desarrollar el SIG como módulo del SIT integrándolo a la intranet organizacional para que esté a disposición de los técnicos en pos de la planificación turística y en el Sitio web para que pueda ser accesible para los turistas que quieran valerse de esta poderosa herramienta para conocer más sobre Santa Cruz.
5. Actualizar periódicamente el SIG y para ello establecer los procedimientos necesarios que posibiliten la gestión continua de la información geográfica.

Estrategia 3: Desarrollar e implementar un Centro de Información y Recursos Documentales - CIRD.

Partiendo de la convicción de que la información es quizás el capital más valioso para cualquier organización, y teniendo en cuenta los lineamientos de la OMT en lo referente a la información y documentación turística surge la necesidad de evitar los inconvenientes a

los cuales conducen la dispersión y el incorrecto, insatisfactorio o insuficiente análisis de la misma. Para erradicar estos problemas y con ello simultáneamente valerse de optimizar la gestión de la información, se hace necesaria la gestión de un Centro de información y recursos documentales turísticos.

Acciones:

1. Realizar un análisis de los usuarios y requerimientos que tendrá el CIRD.
2. Centralizar la información dispersa de acuerdo a criterios estratégicos, categorizándola, ordenándola y procurando siempre la mejor accesibilidad a la misma por parte de los distintos actores interesados de acuerdo a las metodologías que se consideren más convenientes.
3. Diseñar programas o convenios con instituciones académicas o de investigación para facilitar el acceso a la información a profesionales o estudiantes a cambio de la donación del resultado de sus investigaciones, sin desmedro de las cláusulas que se consideren necesarias según el caso.
4. Llevar a cabo investigaciones y estudios que permitan un mayor y mejor conocimiento del fenómeno turístico, muy especialmente en aquellos temas que permitan que los resultados de estos trabajos orienten las actuaciones públicas.
5. Implementar un CIRD físico que contenga toda la información documental de la organización
6. Implementar un CIRD virtual con acceso desde la Intranet y Sitio web, que contenga todo el material digital catalogado y organizado.
7. Estimular el uso del CIRD entre los agentes pertenecientes a las distintas instituciones públicas y alentarlos a valerse de la misma para resolver inconvenientes relacionados con su labor en la actividad turística

Estrategia 4: Consolidar la generación y difusión de información para evaluar el desempeño del sector turismo

Con el propósito de dar seguimiento a la marcha de la actividad turística, en particular a las distintas acciones dispuestas por el plan, se desarrollará un sistema de seguimiento y evaluación estratégico que permita valorar los logros de las políticas turísticas, de manera

que se esté en condiciones de dimensionar el impacto de las estrategias de desarrollo del sector.

1. Llevar a cabo investigaciones y estudios que permitan un mayor y mejor conocimiento del fenómeno turístico, muy especialmente en aquellos temas que permitan que los resultados de estos trabajos orienten las actuaciones públicas.
2. Desarrollar un amplio trabajo de divulgación, tanto a través de publicaciones tradicionales, como por la vía de publicaciones electrónicas y a través de la realización de seminarios de actualización.
3. Impulsar la aplicación de las nuevas tecnologías de la información.
4. Diseñar y operar un sistema de seguimiento y evaluación integral, de las acciones que desarrolla la Subsecretaría y los demás organismos de gobierno, que permita valorar el cumplimiento de los objetivos del plan, así como la participación de los diferentes agentes tanto públicos como privados involucrados.
5. Coordinar los estudios de evaluación de las políticas sectoriales y su impacto en el desarrollo del sector

Estrategia 5: Desarrollar e implementar un Observatorio de Indicadores (Resultados e Impacto) que faciliten la gestión y toma de decisiones.

El Observatorio de Indicadores tendrá como fin analizar y evaluar el proceso planificador resultante del Plan de Desarrollo Turístico de Santa Cruz 2016, y tener una correcta visualización de los resultados de los programas y proyectos del mismo. Además en una segunda etapa evaluar el nivel de impacto del turismo en el entorno natural y sociocultural de la provincia.

1. Identificar los indicadores mensurables pertinentes para la corroboración de la eficacia y cumplimiento de metas y objetivo para cada programa, proyecto que porte el Plan.
2. Identificar los indicadores de impacto y procedimentar su actualización.
3. Sistematizar la generación del indicador normalizándola con el SIT.
4. Generar una herramienta que posibilite el fácil análisis de los datos arrojados por los indicadores para controlar la concreción de los objetivos perseguidos y en los casos pertinentes identificar la necesidad de proponer acciones correctivas.

5. Informar periódicamente a los actores claves la evolución de los indicadores subsumidos en el Observatorio de indicadores con el fin de contribuir a una correcta planificación y toma de decisiones. Esta publicación tendrá su versión según el público al que se dirija, además también se seleccionará versión para la Intranet y el Sitio Web.
6. Establecer un programa de investigación de mercados dividido en mercados tradicionales y mercados emergentes de importancia y potencial para la provincia.
7. Investigar segmentos verticales de mercado, es decir por motivación o actividades de interés, para tener un conocimiento aceitado de las necesidades y requerimientos de estos segmentos, encontrando los mejores canales para llegar a ellos.
8. Establecer un sistema de evaluación de la gestión comercializadora que permita evaluar la relación costo efectividad de los montos invertidos.
9. Mantener una constante evaluación de las acciones de comercialización de las provincias competidoras.

8.2. Priorización y programación de acciones estratégicas del plan

Cuadro: Estrategias y acciones por eje temático

PERIODO 2008- 2016			
ESTRATEGIAS Y ACCIONES	**CORTO PLAZO**	**MEDIANO PLAZO**	**LARGO PLAZO**
EJE TEMÁTICO 1: PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DEL TURISMO PROVINCIAL			
Estrategia 1.1. Potenciar el organismo provincial de turismo			
1.1.1.Fortalecimiento del Organismo Provincial de Turismo gestionando el rango de Secretaria de Turismo y su correspondiente presupuesto.	X		
1.1.2 Revisión de su actual organigrama y de las responsabilidades y competencias de cada departamento.	X		
1.1.3. Revisión de la normativa vigente para la regulación del sector para evaluar la necesidad de proponer cambios fundamentar proyectos de nuevas leyes o decretos, más adecuados a las necesidades actuales de la actividad.		X	
1.1.4. Presentación de un anteproyecto de Ley integral de turismo y su reglamentación.	X		
1.1.5. Difusión y puesta en marcha del Plan de turismo sustentable para la Provincia 2008- 2016.	X		
1.1.6. Diseño y puesta en marcha de un plan de capacitación para el personal de la Subsecretaría	X		
1.1.7 Formulación de estrategias para alinear los programas operativos anuales del sector turismo a las disposiciones del plan.	X		
Estrategia 1.2.Articular las políticas concurrentes a nivel provincial y municipal			
1.2.1. Formación de Grupos Intersectoriales de trabajo permanentes para el consenso de políticas concurrentes, cuyas tareas deriven en la definición y articulación de acciones concretas en apoyo al turismo sobre las principales acciones que deberán ser definidas en el período 2008-2016. Entre ellas: Política de turismo y transporte. Política de desarrollo sustentable del turismo. Política de capacitación y formación de recursos humanos Política fiscal. Política de seguridad, orden y respeto. Política de información estadística Política de infraestructura, equipamiento y comunicaciones	X	X	X
1.2.2. Consensuar con las dependencias federales cuyas atribuciones se vinculen al desarrollo de la actividad turística. (Parques Nacionales,,Vialidad Nacional, Gendarmería, Policía Federal, Prefectura, Anses, Migraciones, Aduana- AFIP, Senasa, Fuerza Aérea) su accionar .	X	X	
1.2.3. Articular acciones de intercambio y asistencia técnica con los municipios turísticos de las Comarcas	X	X	X
EJE TEMÁTICO 2: ORDENAMIENTO DEL ESPACIO TURÍSTICO			
Estrategia 2.1. Diseño y ejecución del sistema de planificación territorial			

del turismo			
2.1.1. Seleccionar las unidades de planeamiento en las que se intervendrá y definir con criterios técnicos, su perímetro y superficie.	X		
2.1.2. Realizar los acuerdos inter jurisdiccionales necesarios para dar viabilidad técnica y política a las unidades seleccionadas, estableciendo un cronograma y prioridades para su desarrollo.	X		
2.1.3. Ajustar la metodología para la elaboración de los planes reguladores en coordinación con los planes ya existentes y coordinando según el caso con las municipalidades, Parques Nacionales, y el Consejo Agrario por las Áreas de Reservas Provinciales.	X		
2.1.4. Preparar un plan de uso del suelo para cada unidad de Planeamiento, apuntando hacia el turismo sustentable, considerando los aspectos de desarrollo turístico ambientales y socioeconómicos.		X	X
Estrategia 2 .2. Diseño y ejecución del sistema de planificación de desarrollo local			
2.2.1. Establecer una metodología única para el diseño de planes de desarrollo locales, comenzando con las experiencias piloto seleccionadas.	X		
2.2.2. Preparación de un programa de inversión pública de acuerdo a las prioridades establecidas en cada unidad y cada centro.	X		
2.2.3. Establecer una comisión estatal de carácter permanente con la participación de la Subsecretaría de Ambiente, la secretaria de Planificación, Vialidad Provincial, Consejo Agrario, Ministerio de Cultura y educación, Ministerio de la producción y demás organismos relacionados con las actividades turísticas tanto a nivel superior como de mandos medios cuya misión será la de concretar el plan anual de inversiones a partir de los planes de desarrollo turístico de las unidades de Planeamiento.	X	X	
2.2.4. Impulsar conjuntamente entre la Secretaria de turismo y las Cámaras locales el desarrollo de las Organizaciones de gestión del destino turístico para trabajar conjuntamente en el seguimiento e implementación de planes.		X	X
2.2.5. Manejar la política de cooperación internacional en relación directa con la formulación y las necesidades señaladas en los planes.		X	X
Estrategia 2.3. Diseñar, consensuar y poner en marcha el Programa para el Turismo Sustentable.			
2.3.1. Articular un modelo participativo que fomente los aportes de los actores sociales y que propicie acuerdos de concertación para el diseño y ejecución del Programa para el Turismo Sustentable.	X		
2.3.2. Transferir tecnologías y procesos aplicables de éxito en el ámbito nacional e internacional, al diseño y operación de proyectos turísticos provinciales sustentables.		X	
2.3.3. Coordinar acciones con la Subsecretaria de Ambiente y Parques Nacionales para integrar el aspecto turístico en el ordenamiento ambiental que cubra a todas las entidades.	X		
2.3.4. Establecer con la Subsecretaría de Ambiente y el Consejo Agrario la reestructuración de los estudios y manifestaciones de impacto ambiental, promoviendo la agilización de la respuesta de la autoridad a los expedientes en estudio y el control del cumplimiento de los compromisos asumidos.	X	X	
2.3.5. Establecer un programa de divulgación de los planes realizados por la nación y la provincia y la responsabilidad local en su implementación.		X	X

2.3.6. Establecer un programa de preparación práctica en municipalidades y comunidades locales en todas las comarcas y unidades de planeamiento sobre temas relacionados con el manejo de residuos, reciclaje, ahorro energético, utilización racional del agua, biodiversidad y otros.	X	X	
2.3.7. Establecer un programa de divulgación y concientización en el plano provincial sobre la importancia de la sustentabilidad, la educación ambiental y el compromiso personal.	X		
2.3.8. Promover el desarrollo de buenas prácticas ambientales en las empresas turísticas y los prestadores de servicio.		X	X
EJE TEMÁTICO 3: ESTRUCTURACIÓN Y DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA DE DESTINOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS			
Estrategia 3.1 Diagnóstico de la oferta actual y potencial de destinos y productos turísticos.			
3.1.1. Mapeo de las comarcas turísticas y unidades turísticas de la provincia, tendiente a identificar circuitos o productos integrados innovadores, en una gestión compartida entre el sector público y privado de modo de colocar en el mercado productos nuevos, diversificados y con calidad.	X		
3.1.2. Fomentar y apoyar la elaboración de investigaciones específicas para el desarrollo de productos competitivos por segmentos de actividad y en destinos específicos.	X	X	
3.1.3. Apoyar la identificación y dotación de infraestructura y equipamiento especializado para cada segmento de acuerdo a los requerimientos y estándares solicitados por el turista.		X	X
3.1.4. Desarrollar un sistema de información de atractivos y servicios en un formato de Sistema de Información geográfica (SIG) para apoyar el desarrollo de productos.		X	
3.1.5. Establecer un programa de monitoreo de nuevos productos en los destinos competidores tanto nacionales como internacionales.		X	X
Estrategia 3.2 Impulsar esquemas de coordinación y participación para el desarrollo local de nuevos productos con los municipios			
3.2.1. Convenios de coordinación y asignación de recursos para promoción y desarrollo de nuevos productos turísticos, mediante evaluación y seguimiento de proyectos como base para definir su renovación anual.	X		
3.2.2. Creación de mecanismos de coordinación a través de reuniones semestrales con los funcionarios estatales y otras especiales con autoridades municipales	X		
3.2.3. Asesoría permanente para la elaboración de los planes y proyectos turísticos estatales y municipales.		X	
3.2.4. Seminarios para funcionarios municipales y talleres regionales de imagen urbana.	X	X	
Estrategia 3.3. Desarrollar programas regionales innovadores de oferta turística.			
3.3.1. Diseñar y conducir programas regionales para el desarrollo de nuevos productos turísticos.			X
3.3.2. Proveer asesoría técnica a las localidades para la generación de programas de desarrollo de productos turísticos.			
3.3.3. Transferir tecnologías de procesos para la inclusión de productos turísticos sustentables adecuados a la vocación de cada destino y su zona de influencia.	X		

3.3.4. Integrar condiciones de marca y su posicionamiento para alentar la comercialización del producto regional, como actividad permanente.		X	
3.3.5.Fomentar la integración de nuevos servicios públicos de transporte para el acceso del turismo y su movilización regional, en coordinación con autoridades locales y prestadoras de servicios, mediante acciones permanentes	X		
3.3.6.Realizar un seminario anual sobre diseño y presentación de nuevos productos a la industria con diferenciación por unidades de planificación		X	
3.3.7. Elaborar de manera continua perfiles de demanda con respecto a la potencialidad de nuevos productos y servicios	X		
EJE TEMÁTICO 4: PROMOCION, MARKETING Y APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN			
Estrategia 4.1. Establecer un programa de investigación de mercados permanente			
4.1.1 Establecer un programa de investigación de mercados dividido en mercados tradicionales y mercados emergentes de importancia y potencial para la provincia	X		
4.1.2. Investigar segmentos verticales de mercado, es decir por motivación o actividades de interés, para tener un conocimiento aceitado de las necesidades y requerimientos de estos segmentos, encontrando los mejores canales para llegar a ellos.	X		
4.1.3. Establecer un sistema de evaluación de la gestión comercializadora que permita evaluar la relación costo efectividad de los montos invertidos.		X	
4.1.4. Mantener una constante evaluación de las acciones de comercialización de las provincias competidoras.		X	X
Estrategia 4. 2 Plan de Comunicación y RR.PP. de la provincia			
4.2.1 Realizar campañas publicitarias de imagen turística de Santa Cruz en los principales mercados emisores proyectando el posicionamiento global del macro destino turístico	X	X	X
4.2.2. Generar un proceso de relación permanente con la Prensa que permita la publicación en los principales medios de comunicación argentinos y del exterior de noticias y novedades acerca de los destinos de la provincia que incluya realización de Fam Press, emisión de gacetillas de prensa, seguimiento de la presencia en medios, seminarios informativos para periodistas sobre el destino	X	X	
4.2.3. Evaluar la contratación de una agencia de RR.PP. que asegure una presencia importante de la provincia.	X		
4.2.4. Edición de folletería y material promocional para la provincia en general, para las diferentes unidades turísticas y para los productos turísticos más importantes. Difusión del material a través de intermediarios, ferias, casa de provincia y otros.	X	X	
Estrategia 4. 3 Asistencia a eventos de comercialización y promoción turística			
4.3.1. Participación en ferias turísticas nacionales e internacionales con apoyo del sector privado, tanto dentro del stand nacional como por su cuenta en caso de que el mercado lo requiriera	X	X	X
4.3.2. Participación en Eventos especializados relacionados con los productos turísticos de la provincia	X	X	X

4.3.3. Acompañar la estrategia de Secretaria de Turismo de la Nación en su estrategia de asistencia a eventos internacional.	X		
Estrategia 4. 4. Estrategia de marketing relacional apuntado a los diferentes miembros de la intermediación turística			
4.4.1. Realizar acciones de RR.PP. apuntado a la intermediación turística: Operadores turísticos receptivos nacionales, Operadores turísticos emisivos extranjeros, GDS y otros que puedan ser de interés	X		
4.4.2. Realización de Fam Tours para asegurar el adecuado conocimiento del destino entre los intermediarios	X	X	
4.4.3. Generar material promocional y acciones promocionales para operadores y agencias minoristas nacionales y extranjeras	X	X	
4.4.4. Organización de Workshops del destino en los mercados emisores considerados prioritarios			
Estrategia 4. 5. Programa de destinos compartidos			
4.5.1. Desarrollar una estrategia articulada en el plano de destinos turísticos de la Patagonia para la promoción del destino compartida o en asociación	X		
4.5.2. Incentivar la participación de la actividad privada en el diseño de productos multidestino que faciliten el proceso de mercadeo conjunto con otras provincias o con Chile		X	X
EJE TEMÁTICO 5: Transportes, Accesibilidad e Infraestructura			
Estrategia 5.1. Mejorar la conectividad de la provincia hacia el exterior y el interior.			
5.1.1. Articular junto con la Secretaría de Transportes y los gobiernos de la región patagónica y las líneas aéreas una mayor frecuencia de servicios aéreos para destinos de interés turístico de la provincia.	X		
5.1.2. Realizar acuerdos con nuevas líneas aéreas para que garanticen una determinada disponibilidad de vuelos con el subsidio provincial.	X		
5.1.3. Definir los principales ejes viales y rutas de acceso a destinos turísticos de mayor demanda, desarrollando un programa de estructuración y mejora de la calidad del apoyo vial para los turistas (combustible, restaurantes, mecánica, informes, señalización).	X		
5.1.4. Fomentar la integración de los actuales y nuevos servicios regulares de transporte para garantizar el acceso del turismo y su movilización regional, en coordinación con autoridades de otras provincias, de Santa Cruz, y prestadores de servicios.		X	
5.1.5. Mapear y fomentar la instalación de trenes turísticos (Río Turbio. Puerto Deseado) organizándolos y calificándolos como productos turísticos integrados al resto de la oferta provincial.			X
Estrategia 5.2. Mejorar la provisión de infraestructura básica en las localidades de la provincia			
5.2.1 Identificar y cuantificar las necesidades de infraestructura en los principales circuitos y unidades turísticas de acuerdo al Plan Nacional de Turismo Sustentable.	X		
5.2.2. Articular acciones interministeriales para la ejecución de infraestructura básica en las regiones prioritarias para el turismo, de acuerdo con la demanda actual.	X		
5.2.3. Priorizar las inversiones públicas en proyectos que garanticen en los destinos turísticos prioritarios la ejecución de infraestructura para el saneamiento (agua y tratamiento de residuos.		X	

5.2.4. Preparar infraestructura básica para atender personas con discapacidad.		X	X
Estrategia 5.3. Gestionar ante las instancias y niveles de gobierno correspondientes la dotación de infraestructura en apoyo al turismo			
5.3.1. Crear un Registro Provincial de necesidades de infraestructura e instalaciones de apoyo al Turismo, con la participación de los funcionarios de turismo provinciales y locales y los empresarios del sector.	X		
5.3.2. Mantener actualizada la base informativa del registro provincia.	X		
5.3.3 Gestionar ante dependencias federales la integración de infraestructura básica en sus proyectos presupuestales, propiciando compromisos que apoyen el desarrollo turístico.	X	X	
Estrategia 5.4. Fortalecer el equipamiento y servicios municipales en destinos turisticos			
5.4.1. Desarrollar acciones de conservación de los atractivos turísticos, creando las condiciones para la localización y mantenimiento de los equipamientos turísticos.	X		
5.4.2. Apoyar la recuperación del patrimonio natural y las intervenciones en sitios históricos, ambientales, arqueológicos, geológicos para ampliar la calidad de la oferta turística.	X	X	
5.4.3. Fomentar inversiones en infraestructura turística por medio de presupuestos público y privado, para emprendimientos turísticos relevantes.		X	
5.4.4. Integrar en la planificación turística provincial y municipal las actividades relacionadas con el equipamiento local como políticas mínimas acordes con sus segmentos de mercado.		X	
5.4.5. Impulsar esquemas de participación entre el gobierno municipal, inversionistas locales y las comunidades, a fin de satisfacer las necesidades de equipamiento que sean acordes con el diseño mínimo, incluyendo concesiones y permisos de explotación privada o social.		X	X
Estrategia 5.5. Incrementar la señalización turística			
5.5.1. Impulsar la señalización turistica integrada a los programas regionales de la Secretaría de Turismo de la Nación, incluyendo su imagen de marca, a fin de fortalecer su posicionamiento de mercado al tiempo de poner en valor los atractivos.	X		
5.5.2. Incentivar, con el concurso de autoridades locales, la creación de esquemas de coparticipación para implantar el señalamiento turístico necesario, como parte de la política del equipamiento mínimo con que se deba contar en cada destino.	X	X	
5.5.3. Mantener estrecha coordinación con autoridades federales, en especial con Vialidad Nacional y Parques Nacionales, al igual que con organismos provinciales para integrar la señalización turística en sus respectivos ámbitos de competencia.	X	X	
EJE TEMÁTICO 6: FOMENTO DE LA INVERSIÓN PÚBLICA Y PRIVADA			
Estrategia 6.1. Programa de promoción de inversiones privadas en servicios turisticos			
6.1.1. Relevamiento permanente de los Fondos y líneas de financiamiento operativos y comunicación por los medios adecuados a los interesados para captar inversores potenciales.	X		

6.1.2. Asesoramiento profesional a empresarios para la detección y evaluación de inversiones en corredores y destinos turísticos seleccionados.	X		
6.1.3. Evaluación y asistencia técnica para la formulación técnica, económica y de diseño de los proyectos, de modo de cumplir con las exigencias de los organismos otorgadores de crédito.	X		
6.1.4. Estimular esquemas de asociación con entidades de financiamiento, inversores locales y empresarios del turismo para la creación de proyectos turísticos.		X	
6.1.5. Crear estímulos fiscales a la inversión privada en lugares seleccionados dentro de las unidades turísticas.		X	
6.1.6. Captación de inversores a través de la promoción de oportunidades de inversión a nivel nacional e internacional.		X	X
Estrategia 6.2. Fomentar la inversión para el desarrollo turístico de las Comarcas.			
6.2.1. Asistencia para la creación y organización de una Agencia de Desarrollo turístico por Comarca, como ente mixto de gestión pública y privada.	X		
6.2.2. Cofinanciar y monitorear el funcionamiento de la Agencia de Desarrollo.		X	
6.2.3. Desarrollar un programa de concesiones de servicios e infraestructura turística en el entorno de monumentos arqueológicos y áreas naturales protegidas.	X		
6.2.4. Implementar un banco de proyectos en turismo y desarrollar acciones para su difusión en el sector público y privado y la sociedad en general	X		
6.2.5. Impulsar la creación de políticas e instrumentos económicos y financieros que faciliten la inversión sobre todo en hotelería en las unidades de turismo del interior de la provincia de escaso desarrollo		X	
6.2.6. Relevamiento y procesamiento de datos sobre la evolución de las inversiones, generando indicadores, que faciliten la toma de decisiones	X		
6.2.7. Impulsar el desarrollo de productos turísticos que involucren la artesanía, el folclore y el fortalecimiento de la identidad patagónica	X		
EJE TEMÁTICO 7: CALIDAD EN LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA			
Estrategia 7.1. Contextualizar los parámetros de Calidad actuales con el fin de hacerlos pertinentes para el sector turístico de Santa Cruz			
7.1.1. Consensuar con los diferentes actores del sector turístico de la provincia acerca de criterios y conceptos de calidad más adecuados para aplicar al turismo en la provincia.	X		
7.1.2. Realización de talleres para identificar y definir los criterios de aceptación mínimos a cumplir por parte de los prestadores de servicios turísticos (transporte, gastronomía, hotelería, agencias de viajes, etc.) para que los clientes perciban un servicio de calidad.	X		
7.1.3. Definir las herramientas metodológicas que mayor aceptación tengan y mejor contribuyan a la mejora continua del sector.		X	
7.1.4. Normalizar las herramientas seleccionadas y publicarlas con el fin de divulgarlas en el ámbito de la provincia.	X		
Estrategia 7.2. Sensibilizar al sector turístico acerca de los beneficios de la adopción de sistemas de calidad			

7.2.1. Realización de talleres, conferencias y capacitaciones para los prestadores de actividades turísticas y los municipios para sensibilizarlos acerca de la aplicación de los conceptos inherentes a la calidad en los servicios y atención al cliente.	X		
7.2.2. Concientizar sobre los beneficios que brinda el uso de herramientas de gestión de la calidad.	X	X	
Estrategia 7.3. Aplicación de herramientas de calidad a la prestación turística			
7.3.1. Realizar un diagnóstico respecto al grado actual de calidad en la prestación de servicios, para Identificar las necesidades prioritarias y asociarlas con las distintas herramientas metodológicas disponibles.	X		
7.3.2. Evaluación de los resultados del diagnóstico a los fin de seleccionar a los interesados en la aplicación de herramientas de gestión: ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001 entre otras.		X	
7.3.3. Aplicar el sello de calidad a las Estancias Turística de Santa Cruz que quieran adherir al Sistema de calidad.	X		
7.3.4. Selección y formación de referentes de la calidad que faciliten la obtención de valor agregado a las organizaciones turísticas.	X		
Estrategia 7.4. Apoyar y contribuir a la implementación y certificación de Sistemas de Gestión de la calidad por las empresas turísticas			
7.4.1. Apoyar las acciones de implementación y certificación en los prestadores de servicios turísticos que permitan reconocimiento internacional.		X	
7.4.2. Diseño de un Programa de Implementación de Sistemas de Gestión específicos e integrados que se ajusten a las organizaciones de Santa Cruz.	X		
7.4.3. Diseño de programas de certificación que estimulen la utilización de herramientas de gestión que le den una impronta particular a los prestadores de servicios turísticos la provincia.		X	
7.4.4. Realizar acciones para fortalecer la difusión de la cultura y la conciencia de la hospitalidad turística.	X		
Estrategia 7.5. Desarrollar programas de mejoramiento de los Recursos Humanos que desempeñan sus tareas en el sector turismo			
7.5.1. Elaboración de un diagnóstico de necesidades y oportunidades de formación integral de recursos humanos para el turismo, a partir de la incorporación de nuevos esquemas de desarrollo de la actividad.	X		
7.5.2. Integración de un Sistema Provincial de Capacitación Turística, por ocupaciones y segmentos de mercado que incluya el diseño, elaboración e instrumentación de la capacitación.		X	
7.5.3. Establecimiento de programas provinciales y locales de capacitación turística que permitan el uso eficiente de los recursos, asegurado a través de un seguimiento detallado de costos y beneficios.		X	
7.5.4. Fomento a la elaboración y actualización de materiales para la capacitación turística con el fin de diseminarlos a través de medios impresos y electrónicos	X		
7.5.5. Evaluación de las acciones de capacitación, así como su impacto en el sector.		X	

EJE TEMÁTICO 8: Gestión de la investigación y la información en el sector turístico			
Estrategia 8. 1. Potenciar el Sistema de Información Turística de Santa Cruz – SIT			
8.1.1. Evaluar las fortalezas y debilidades de la actual Gestión de la información turística llevada a cabo por la Subsecretaria de Turismo de Santa Cruz respecto al cumplimiento de los objetivos de la misma	X		
8.1.2. Reflejar en el SIT todo el Sistema de Gestión de la Calidad - SGC, teniendo un correlato entre los procesos y procedimientos organizacionales y los módulos y sub-módulos que integrarán el SIT	X		
8.1.3. Integrar y coordinar la incorporación progresiva de distintos municipios a una red de comunicación y gestión de la información procurando la certeza de los datos obtenidos, la fluida comunicación entre los actores, la sociabilización de información importante para las estrategias particulares de los actores y la coordinación de las mismas, buscando el beneficio recíproco y la optimización del uso de dicha información		X	
8.1.4. Estimular constantemente al compromiso de todas las áreas y los agentes de la organización con el Sistema de gestión de la información, valiéndose para esto de los medios que permitan la concientización continua del personal respecto a los beneficios a los que las prácticas requeridas conducen en términos de la eficiente planificación estratégica y la certera identificación de desviaciones no deseadas	X		
8.1.5. Responder a las necesidades de los usuarios del Sistema de forma continua y proporcionarles las herramientas y la capacitación para la rápida asimilación del mismo y la óptima utilización de la herramienta	X		
8.1.6. En un tiempo posterior, y también de forma progresiva, invitar paulatinamente a los actores privados a participar de la gestión de la información y de sus beneficios. Procurar la apertura de un canal virtual de comunicación efectivo, expedito y confiable, entre la Subsecretaria y los actores privados, para de esta manera acompañarlos de forma más activa, estimulándolos al mayor compromiso con los objetivos compartidos		X	
8.1.7. Diseño e implementación de un programa de capacitación para el personal de la Subsecretaría en lo referente a la gestión de la información y del manejo de su soporte, preeminentemente informático.	X		
8.1.8. Normalizar el SIT de Santa Cruz al Sistema de Información Turística Argentina –SITA- , con el fin de aprovechar toda la información que genere el mencionado sistema como así aportar al mismo la que genere el Sistema Santacruceño.	X		
Estrategia 8. 2. Desarrollar e implementar un Sistema de Referencia Geográfica (SIG)			
8.2.1. Analizar cuales son los requerimientos que tienen los usuarios que tendrá el sistema de referencia geográfica	X		
8.2.2. Evaluar que organizaciones tienen pertinencia en el proyecto ya sea porque serán proveedoras de información o bien beneficiarias del mismo y gestionar las acciones necesarias para arribar a acuerdos con las mismas que posibiliten la colaboración permanente	X		
8.2.3. Desarrollar el SIG como módulo del SIT integrándolo a la intranet organizacional para que esté a disposición de los técnicos en pos de la planificación turística y en el Sitio web para que pueda ser accesible para los turistas que quieran valerse de esta poderosa herramienta para conocer más sobre Santa Cruz	X		
8.2.4. Actualizar periódicamente el SIG y para ello establecer los			

procedimientos necesarios que posibiliten la gestión continua de la información geográfica	X		
Estrategia 8. 3. Desarrollar e implementar un Centro de Información y Recursos Documentales - CIRD			
8.3.1. Realizar un análisis de los usuarios y requerimientos que tendrá el CIRD			
8.3.2. Centralizar la información dispersa de acuerdo a criterios estratégicos, categorizándola, ordenándola y procurando siempre la mejor accesibilidad a la misma por parte de los distintos actores interesados de acuerdo a las metodologías que se consideren más convenientes	X		
8.3.3. Diseñar programas o convenios con instituciones académicas o de investigación para facilitar el acceso a la información a profesionales o estudiantes a cambio de la donación del resultado de sus investigaciones, sin desmedro de las cláusulas que se consideren necesarias según el caso	X		
8.3.4. Llevar a cabo investigaciones y estudios que permitan un mayor y mejor conocimiento del fenómeno turístico, muy especialmente en aquellos temas que permitan que los resultados de estos trabajos orienten las actuaciones públicas	X		
8.3.5. Implementar un CIRD físico que contenga toda la información documental de la organización		X	
8.3.6. Implementar un CIRD virtual con acceso desde la Intranet y Sitio web, que contenga todo el material digital catalogado y organizado		X	
8.3.7. Estimular el uso del CIRD entre los agentes pertenecientes a las distintas instituciones públicas y alentarlos a valerse de la misma para resolver inconvenientes relacionados con su labor en la actividad turística		X	
Estrategia 8.4. Consolidar la generación y difusión de información para evaluar el desempeño del sector turismo			
8.4.1. Llevar a cabo investigaciones y estudios que permitan un mayor y mejor conocimiento del fenómeno turístico, muy especialmente en aquellos temas que permitan que los resultados de estos trabajos orienten las actuaciones públicas.	X		
8.4.2. Desarrollar un amplio trabajo de divulgación, tanto a través de publicaciones tradicionales, como por la vía de publicaciones electrónicas y a través de la realización de seminarios de actualización.	X		
8.4.3. Impulsar la aplicación de las nuevas tecnologías de la información.	X		
8.4.4. Diseñar y operarar un tema de seguimiento y evaluación integral, de las acciones que desarrolla la Subsecretaria y los demás organismos de gobierno, que permita valorar el cumplimiento de los objetivos del plan, así como la participación de los diferentes agentes tanto públicos como privados involucrados.	X		
8.4.5. Coordinar los estudios de evaluación de las políticas sectoriales y su impacto en el desarrollo del sector		X	
Estrategia 8.5. Desarrollar e implementar un Observatorio de Indicadores (Resultados e Impacto) que faciliten la gestión y toma de decisiones			
8.5.1. Identificar los indicadores mensurables pertinentes para la corroboración de la eficacia y cumplimiento de metas y objetivo para cada programa, proyecto que porte el Plan		X	
8.5.2. Identificar los indicadores de impacto y procedimentar su actualización.		X	
8.5.3. Sistematizar la generación del indicador normalizándola con el SIT		X	

8.5.4. Generar una herramienta que posibilite el fácil análisis de los datos arrojados por los indicadores para controlar la concreción de los objetivos perseguidos y en los casos pertinentes identificar la necesidad de proponer acciones correctivas			X
8.5.5. Informar periódicamente a los actores claves la evolución de los indicadores subsumidos en el Observatorio de indicadores con el fin de contribuir a una correcta planificación y toma de decisiones. Esta publicación tendrá su versión según el público al que se dirija, además también se seleccionará versión para la Intranet y el Sitio Web.		X	
Estrategia 8.6. Consolidar la generación y difusión de información para evaluar el desempeño del sector turismo			
8.6.1. Establecer un programa de investigación de mercados dividido en mercados tradicionales y mercados emergentes de importancia y potencial para la provincia	X		
8.6.2. Investigar segmentos verticales de mercado, es decir por motivación o actividades de interés, para tener un conocimiento aceitado de las necesidades y requerimientos de estos segmentos, encontrando los mejores canales para llegar a ellos	X		
8.6.3. Establecer un sistema de evaluación de la gestión comercializadora que permita evaluar la relación costo efectividad de los montos invertidos		X	
8.6.4. Mantener una constante evaluación de las acciones de comercialización de las provincias competidoras		X	X

Capitulo 10. Recomendaciones para la puesta en marcha del Plan

Las propuestas de acción del plan se agrupan en 8 grandes ejes temáticos que se desagregan en 6 ejes de desarrollo prioritario y 2 ejes instrumentales. Cada uno de estos ejes se desagrega a su vez en estrategias y acciones. Las acciones propuestas en cada uno de los ejes tienen un carácter indicativo y deberán ser ajustadas de acuerdo a los avances que se vayan operando en el transcurso de la operación del Plan.

Esta propuesta modular del plan por ejes temáticos diferenciados, facilitará su puesta en marcha, ya que si por algún motivo, político, técnico o económico, alguno de los ejes temáticos es postergado o desestimado para su ejecución, esto no vulnerará la ejecución del resto de las líneas propuestas. En este sentido, se propone un Plan flexible que respondiendo a los lineamientos de planificación estratégica fijados en el capítulo 8, podrá ir adaptándose al devenir que proponga la realidad.

El plan, que propone lineamientos para toda la provincia, debe ser concretado a través de los planes operativos anuales de la Subsecretaría de Turismo de la provincia que será la encargada de velar por su adecuación a las realidades cambiantes y su cumplimiento, revisión y actualización.

Para el seguimiento del plan y la evaluación de los resultados se propone la utilización de las siguientes herramientas:

10.1. **Cuadro de Mando Integral**

Que sirve para gestionar la implementación del Plan a corto plazo, y realizar el seguimiento y control de sus acciones retroalimentando el proceso. Del proceso de seguimiento del plan podrán derivarse ajustes o actualizaciones de, estrategias o acciones propuestas para adecuarlas a los escenarios cambiantes que pueden aparecer en el futuro o para reprogramar acciones incluso para el horizonte 2016- 2020.

Se trata de un plan, "vivo", es decir en continuo proceso de retroalimentación y revisión a través de su gestión y la evaluación de su cumplimiento por medio del cuadro de mando integral, facultado para incluso reformularlo completamente cuando el escenario en los destinos haya cambiado muy significativamente.

10.2 **Organización de Gestión del Destino –OGD-** como un pequeño ente de carácter mixto –concertado entre el sector público y el privado- para coordinar la gestión de un destino turístico de la provincia a través del Plan y empleando para ello el cuadro de mando integral descrito.

Esta OGD debería concretarse para cada una de las Comarcas Turísticas de la provincia comprometiendo la designación de un funcionario de la Subsecretaría de Turismo en la Región con facultades para acordar con cada uno de los municipios y reparticiones involucradas en la puesta en marcha de las acciones emergentes del plan para la Comarca y localidad, según lo concertado en el seno de la OGD, para cada año de su puesta en marcha. El objetivo prioritario de estas OGD no es la promoción turística sino el fortalecimiento de la oferta turística y de las capacidades de los Recursos Humanos de la Comarca, fomentando la investigación y aplicación de los marcos reglamentarios.

La urgencia en este caso está dada por la localidad de El Chaltén, que al no ser municipio aún, requerirá de un seguimiento más especializado para ayudar a los integrantes de la Comisión de Fomento a lograr las metas fijadas para el destino. Pero independientemente de este caso, ya planteado, tanto la Comarca Noroeste como la Comarca Costera, requieren de una acción específica destinada a su puesta en valor.

Bibliografía

1) Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016; Secretaria de Turismo de la Nación, C.F.I. 2005.
2) Código de Planeamiento Urbano – Proyecto. Municipalidad de El Calafate, Provincia de Santa Cruz, febrero de 2005.
3) Artesi, Liliana. Desarrollo turístico en El Calafate, Serie estudios y perspectivas Nro. 15 de CEPAL. Buenos Aires, marzo de 2003.
4) Aurelio, Julio. Plan de marketing y estudio de mercado turístico de El Calafate, agosto 1995
5) Gemelli, Alicia; Arrieta María Ester y Nemaric, Rodolfo Estudio de Mercado de Lago Argentino, C.F.I, 1989.
6) Agramonte, Alberto, "Oferta y categorización de servicios para estancias turísticas. Informes Parciales 2 y 3 C.F.I. Provincia de Santa Cruz.
7) Sendón, Isabel, Plan de desarrollo turístico del Noroeste de la provincia de Santa Cruz - Plan NOSA (dos tomos) – CFI, 2001.
8) Biondi, Esteban L. Plan de Desarrollo de Destinos de Cruceros en la Provincia de Santa Cruz - Puerto Deseado y Puerto San Julián. Informe final - Tomo I, II y III - CFI, 2000.
9) Plan Integral de Desarrollo Turístico de la Comarca Austral. Informes I y II. EPTISA – PLANTA. 2005.
10) Boullón, Roberto; Dumais, Lydia L. Plan de desarrollo turístico de Puerto Deseado - Provincia de Santa Cruz – CFI, noviembre 2001.
11) Estudio de Análisis de Sustentabilidad de "El Calafate" en el contexto de una Evaluación Ambiental Estratégica. Environmental Resources Management (ERM) Japan - Banco Mundial, septiembre de 2005.
12) Plan de Manejo de la Reserva Provincial Cabo Vírgenes"Giaccardi, Maricel; Sturzenbaum, Silvina.. Consejo Agrario provincial, 2001.
13) Plan de Manejo Parque Nacional Monte León, Comité de Administración del Plan de Manejo, 2002.
14) Plan de Manejo de Laguna Azul.Tiberi, Pedro; Oliva, Gabriel; Belardi, Juan Bautista; Carballo, Flavio.

15) Markier, Gustavo. Plan estratégico de comunicación hacia los mercados emisivos del exterior para la provincia de Tierra del fuego - En su dimensión turística receptiva Informe Final - Tomo I y Tomo II, enero 2002.

16) Talleres costeros de la Provincia de Santa Cruz
Río Gallegos 9 de mayo de 2005
Puerto Santa Cruz 10 de mayo de 2005
Comandante Luis Piedra Buena11 de mayo 2005
Puerto San Julián 12 de mayo 2005
Puerto Deseado 13 de mayo de 2005
Caleta Olivia- Cañadón Seco 14 de mayo 2005

17) Talleres Región Noroeste de la Provincia de Santa Cruz
Perito Moreno 21 de marzo
Los Antiguos 22 de marzo
Hipólito Irigoyen 23 de marzo de 2005
Lago Posadas 23 de marzo de 2005