Universidad Abierta Interamericana

Facultad de Turismo y Hospitalidad - Licenciatura en Turismo

Agroturismo en el Valle Inferior del Río Chubut - VIRCH

Condiciones y posibilidades de desarrollo.

Tesista: **Schwieters, María Belén**

Matrícula Nº 16398

Fecha de entrega: 03 de Abril de 2006

INDICE

Páginas

Introducción.....4
Fundamentación.....5
Propósito de la Investigación.....7
Presentación de la zona de estudio y Ubicación Geográfica.....8

Capitulo 1: El Problema Construido por el Sujeto Investigador
1.1. Problema.....13
1.2. Hipótesis.....13
1.3. Formulación de objetivos.....14
1.3.1. Objetivos Generales.....14
1.3.2. Objetivos Específicos.....14
1.4. Limitaciones.....14

Capitulo 2: Marco Teórico
2.1. Antecedentes de la investigación.....15
2.2. Conceptualización.....23
2.2.1. Turismo.....23
2.2.2. Turismo rural.....23
2.2.3. Agroturismo.....23
2.2.4. Establecimientos Rurales.....24
2.2.5. Sistema turístico.....24
2.2.6. Oferta turística.....24
2.2.7. Infraestructura.....24
2.2.8. Demanda turística.....24
2.2.9. Segmentos de mercado.....25
2.2.10. Marketing.....25
2.2.11. Distribución.....25
2.2.12. Comunicación.....26
2.2.13. Distribución del producto turístico.....26
2.2.14. Diagnóstico.....26
2.2.15. Grupo Asociativo.....26
2.2.16. Modelo asociativo.....27
2.2.17. Educación en el turismo.....27

Capitulo 3: Marco Teórico Metodológico
3.1. Abordaje del objeto de estudio.....28
3.1.1. Abordaje.....28
3.2. Tipo de Investigación.....28
3.3. El Proceso de Investigación.....29
3.4. Técnicas para la recolección de información.....30
3.4.1. Selección de los instrumentos.....30
3.4.2. Análisis de los datos.....31
3.4.3. Operacionalización de las variables.....32
3.4.4. Presentación de los resultados.....36

Capitulo 4: Desarrollo – Corpus de Análisis
4.1. Marco Referencial del desarrollo del agroturismo en la provincia del Chubut.....37
4.1.1. Agroturismo en Chubut.....37
4.1.2. Marco legal.....39

4.2. Diagnóstico de los emprendimientos que conforman la oferta de agroturismo en el VIRCH.....41
4.2.1. Agroturismo en el VIRCH.....41
4.2.2. Reconocimiento de los micro emprendimientos rurales turísticos del VIRCH.....42
4.2.3. Análisis de las dieciséis encuestas realizadas a los propietarios prestadores de servicios de los micro emprendimientos agroturísticos del VIRCH.....43
4.2.4. Análisis de la entrevista realizada a un funcionario de turismo.....47

4.3. Análisis de la demanda potencial de agroturismo del VIRCH.....50
4.4. Relevamiento de la estructura turística de la zona con la cual se vincula el objeto de estudio elegido.....57
4.4.1. Inventario turístico 57

Capitulo 5: Consideraciones finales
5.1. Análisis FODA del producto agroturismo en el VIRCH 62
5.2. Conclusiones 66
5.3. Propuestas 69
5.4. Lecciones aprendidas durante la investigación 71

Bibliografía
Anexo

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo final, pretende abordar la relación que tiene el agro con el turismo en su dimensión práctica y teórica.

La elección del tema (turismo rural- agroturismo en el valle inferior del río Chubut, Argentina), se debe principalmente a que en los últimos años esta actividad ha tomado gran impulso y se hacen cada vez más evidentes los beneficios de ésta. Por ello, el objeto de investigación elegido son los Micro emprendimientos turísticos rurales del Valle Inferior del río Chubut.

El abordaje de este objeto de estudio se orienta hacia: Un marco referencial del desarrollo del agroturismo en la provincia del Chubut; un diagnóstico de los emprendimientos que conforman la oferta de agroturismo en el Valle Inferior del Río Chubut; y por último un relevamiento de la estructura turística de la zona con la cual se vincula el objeto de estudio elegido.

El trabajo está construido sobre la base de diferentes elementos o aspectos: una explicación teórica del marco metodológico utilizado; un apartado acotando el objeto de estudio en términos de corpus, alcances, variables y abordaje; un marco teórico que atraviesa el trabajo; y un cuerpo de investigación, compuesto por las diferentes aplicaciones de variables y metodología de observación y análisis. Por último un capítulo donde las conclusiones toman forma de propuesta.

Al final del trabajo, se encuentran algunos textos y materiales que hacen las veces de anexo y que justifican su presencia a partir de las diversas necesidades de la búsqueda del proceso de investigación.

Fundamentación

La elección del tema (turismo rural- agroturismo en el valle inferior del río Chubut), se debe a que al ser oriunda y haber vivido en la ciudad de Rawson, Provincia de Chubut, como también a partir de mi conocimiento de la zona y de mis estudios en turismo he observado que:

En los últimos años esta actividad ha tomado gran impulso, se hacen cada vez más evidentes los beneficios de la misma, aumentan los esfuerzos para lograr su desarrollo y aprovechamiento sustentable.

Lograr el desarrollo del agroturismo es importante ya que aumenta la oferta de servicios que la Provincia de Chubut, Argentina tiene para ofrecer tanto al consumidor global extranjero como nacional y local.

Cabe tener en cuenta que la región del Noreste de Chubut cuenta con atractivos turísticos de relevancia mundial como es la Península Valdés, lo cual es una oportunidad para poder publicitar y hacer conocer otras alternativas al producto ofrecido en el destino.

La decisión de promover un proceso de desarrollo, debe considerar que el conjunto de actividades locales configura un sistema, que a su vez se relaciona con otros sistemas. Por ello, las actividades de la microempresa rural no se limitan solo a la utilización de productos de origen agropecuario; el espacio y los sistemas rurales son abiertos, heterogéneos y con estrecha y permanente interdependencia económica con los espacios urbanos y periurbanos, los cuales también pueden beneficiarse con la actividad (dado su efecto multiplicador).

La propuesta de desarrollo del agroturismo, mantiene un fuerte enfoque de apoyo a la producción agropecuaria (principal actividad productiva del medio rural), e implica una alternativa para la generación de puestos de trabajo, como también una posibilidad de involucrar a las mujeres en actividades productivas y de servicios generadores de ingreso.

El agroturismo ofrece a los productores rurales de la Provincia de Chubut, una herramienta productiva que les ayuda a fortalecer sus economías sin alejarlos de sus actividades y tareas tradicionales.

Asimismo, el agroturismo juega un papel significativo en la mejora de la calidad de vida de las personas involucradas, ya que esta actividad promueve la aplicación de conceptos de sostenibilidad en las áreas rurales y apoya todo esfuerzo tendiente a proteger y conservar el entorno natural.

En Chubut el agroturismo nace como respuesta económica a un problema social: desarraigo de la familia rural, falta de empleo y bajos ingresos. La comunidad de productores se moviliza y se impone el desafío de generar nuevas propuestas para fortalecer sus emprendimientos. Ya desde el año 1999, desde la Corporación de Fomento de Chubut –CORFO-, se ha detectado la demanda de apoyo (créditos) de pequeños productores agropecuarios, que manifestaban interés y necesidad de diversificar sus actividades (e ingresos), incorporando al turismo a su actividad principal, motivado esto por dos factores concurrentes: por un lado la crisis sectorial que los lleva a buscar alternativas de ingresos[1] y

[1] Argentina alcanza el máximo nivel histórico de pobreza en octubre de 2002, cuando llegó al 57,5 % de la población. Poco antes de la devaluación y el default, en octubre de 2001, era pobre el 38,3 de los residentes urbanos y la indigencia era del 13,6 %. Hoy es pobre el 44,3 % de los argentinos y la indigencia alcanza al 17 %. Según datos del 1er semestre de 2004. Considerando también que estimaciones realizadas por el Banco Mundial, hablan de hasta un 20 % mas en las áreas rurales que los niveles característicos del área urbana.

por el otro la visualización de una demanda creciente de la actividad turística en términos de servicios, en los destinos de turismo tradicionales de Chubut. Con el fin de atender esas dificultades, *en septiembre del año 2000 tuvo lugar un programa de agroturismo para la provincia del Chubut (capacitación y Asistencia Técnica a grupos de productores), el cual* sentó las bases para que los participantes puedan operar sus microempresas rurales como prestadoras de servicios de agroturismo.

Una realidad a considerar es el lugar que ocupa en la mente del extranjero "la marca Patagonia" como también es importante tener en cuenta que este posicionamiento de la marca Patagonia puede ser aprovechado para el desarrollo del agroturismo en el VIRCH. Asimismo cabe destacar que en la Provincia del Chubut las ciudades de Pto. Madryn, Trelew y Gaiman están dentro de un radio de 100 Km de distancia. Por lo tanto podemos decir que el turista podría complementar las actividades de ecoturismo y/o turismo aventura con actividades de agroturismo, estimulando la integración y desarrollo regional de la Comarca Península Valdés, un destino complementario con productos y atractivos en diferentes ciudades, ya que cada lugar tiene su encanto. La suma de atractivos aumenta las motivaciones del viaje y permitiría lograr una mayor estadía en la zona con el consecuente aumento de ingresos y beneficios para más personas.

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos – EPH. Encuesta Permanente de Hogares, citada en El programa de Agroturismo de la Provincia del Chubut.

PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo tiene como propósito brindar elementos que permitan:

- Establecer las bases a partir de las cuales se proyecten planes de desarrollo que beneficien al sistema turístico de la zona en su conjunto;
- Orientar el mejoramiento del patrimonio turístico del VIRCH;
- Tener una guía a seguir que oriente los esfuerzos en determinados aspectos, en el momento de iniciar nuevos emprendimientos o perfeccionar los existentes.

Esta información puede ser de gran utilidad para los diferentes actores que participan en la actividad turística de la zona: los actores involucrados en servicios turísticos, ya sean agencias de viajes y turismo, gastronomía, recreación, alojamiento, que podrán adecuar progresivamente sus servicios, como así también para los responsables actuales y futuros de las chacras que se orientan como nuevos emprendedores dedicados al agroturismo.

Asimismo para la comunidad local, debido a que el turismo es una fuente de ingresos, generadora de puestos de trabajo, que beneficia a toda la sociedad y para ello debe haber un desarrollo integral que implica adquirir información y conocimientos sobre la actividad turística de la zona.

Puede ser de gran utilidad, también, para los diferentes organismos de turismo como la Secretaria de Turismo de la Provincia del Chubut y demás instituciones tanto públicas como privadas, que se propongan promover y desarrollar la actividad turística.

PRESENTACIÓN DE LA ZONA DE ESTUDIO Y UBICACIÓN GEOGRÁFICA

CARACTERÍSTICAS GENERALES

El Valle Inferior del Río Chubut, VIRCH, está ubicado en el sector noreste de la provincia del Chubut, abarca las localidades de 28 de Julio, Dolavon, Gaiman, Trelew y Rawson, la superficie es de aproximadamente 540 Km2 que representa el 0,24% del total provincial, comprende una extensión de aproximadamente 90 km., desde el límite superior localizado en la zona denominada 28 de Julio hasta la costa atlántica, con un ancho que varía entre 5 y 6 kilómetros. Otros lugares que sin estar dentro del valle, forman parte de esta franja del este chubutense son la ciudad de Puerto Madryn, Puerto Pirámides y Península Valdés.[2]

El VIRCH presenta una topografía llana, rodeado por bardas que lo separan de la meseta, determinando un ambiente natural bien definido.

El clima es desértico. Las precipitaciones rara vez superan los 200 mm. anuales y no tiene una estación definida como netamente lluviosa a lo largo del año.

Las temperaturas máximas pueden sobrepasar los 40Cº y las mínimas los 12Cº bajo cero, con una marcada amplitud térmica diaria y anual. La humedad relativa del ambiente es baja en el verano elevándose en el invierno hasta el 70%.

El valle presenta actualmente una intensa subdivisión de la tierra – las parcelas originales entregadas por las autoridades argentinas a los primeros colonos eran de 100 has. – producto de las ventajas de las vías de comunicación, que facilitaron la introducción de productos desde el norte del país, quebrantando las economías familiares y por otro lado una continua subdivisión por herencia o venta de los dueños originales.

El VIRCH es una zona en la que conviven diferentes modos de producción y racionalidades. Tanto puede hallarse al productor mas desarrollado, como diferentes modalidades de productores familiares

La economía del VIRCH se basa principalmente en actividades primarias, ganadería ovina, engorde de ganado bovino, fruti hortícola, pesca, también secundarias, textil, metalúrgica, construcciones, y terciarias, turismo, servicios financieros, centros de distribución.

La morfología urbana del VIRCH está caracterizada por las ciudades citadas anteriormente que siguiendo una disposición lineal – cercanas a las márgenes del río Chubut – producen un espacio socio-económico jerárquicamente articulado.

La Patagonia en general y la subregión del VIRCH en particular, poseen características paisajísticas, naturales y culturales especiales. A pesar de su geografía agreste y aparentemente hostíl, es rica en recursos naturales, particularmente en lo referente a fauna -marina y terrestre- y flora patagónica, complementados con una extraordinaria riqueza paleontológica.

Asimismo, la subregión cuenta con un importante patrimonio cultural e histórico, a modo de ejemplo: museos, capillas galesas, Eisteddfod y otras festividades.

[2] Fuente: http://www.vistasdelvalle.com.ar/index1.htm

PROVINCIAS DE LA REPUBLICA ARGENTINA[3]

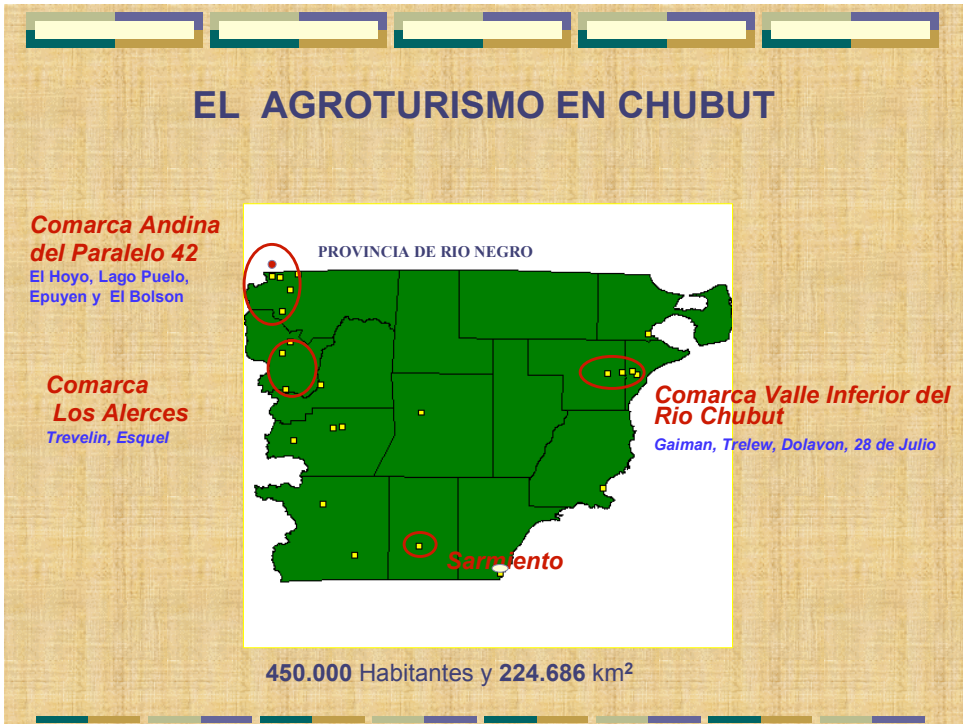
[3] Fuente: http://www.aduanaargentina.com/images/mapa-argentina.gif

MAPA DE LA PATAGONIA ARGENTINA[4]

[4] Fuente: http://www.ruta0.com/maparutaspatagonia.ASP

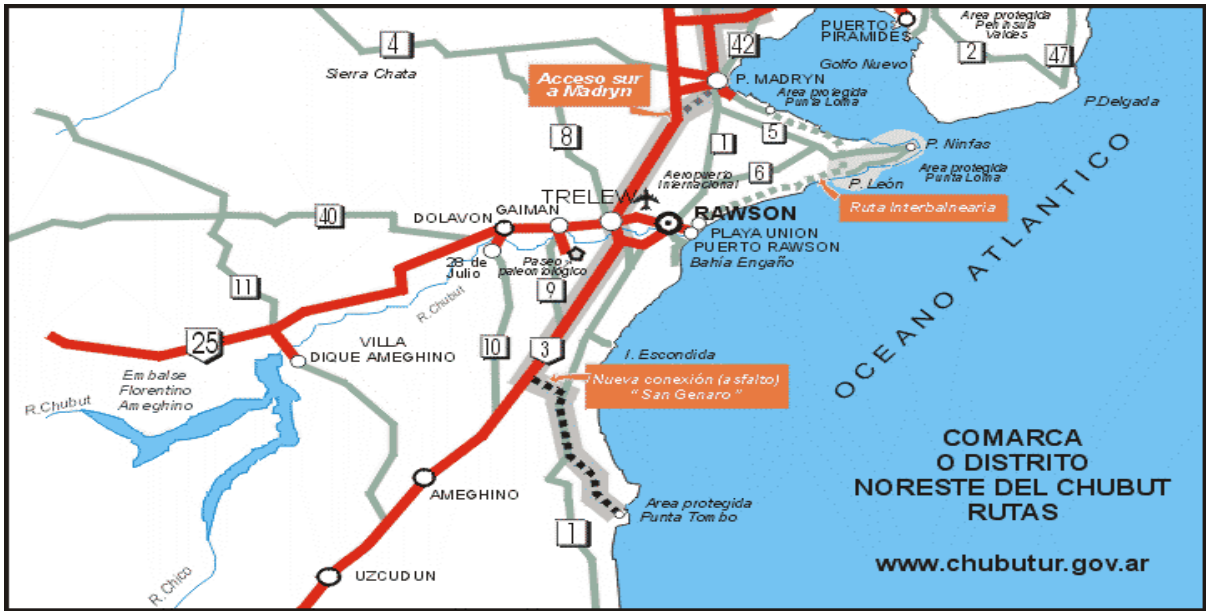
MAPA DE LA PROVINCIA DE CHUBUT[5]

MAPA DE AGROTURISMO EN LA PROVINCIA DE CHUBUT[6]:

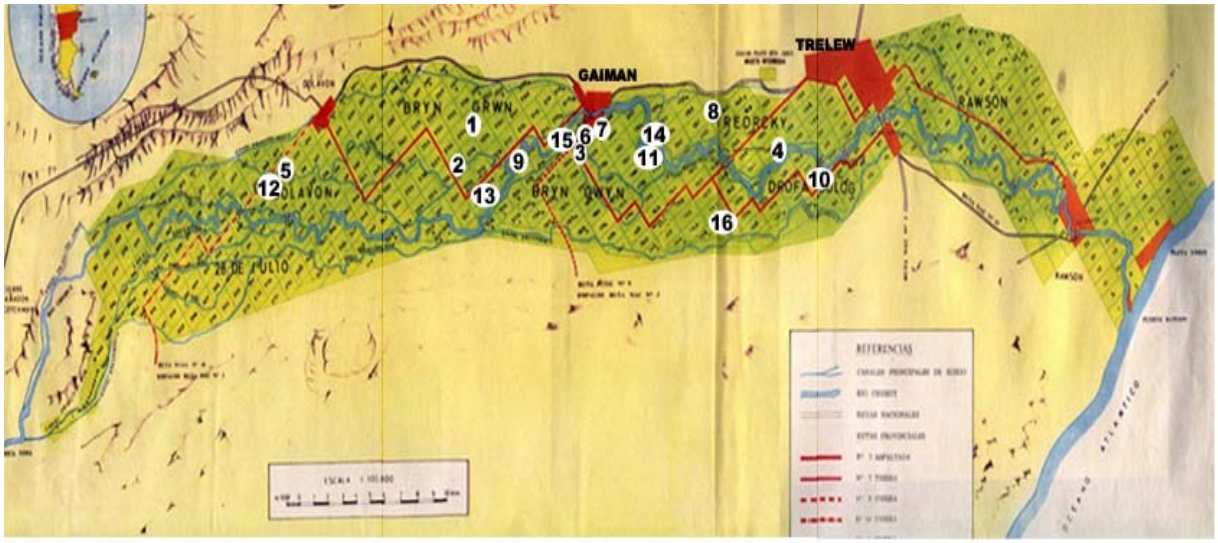


[5] Fuente: http://www.patagonia.com.ar/chubut/plano.php
[6] Fuente: Programa Provincial de Agroturismo en Chubut. Año 2000.

COMARCA O DISTRITO NORESTE DEL CHUBUT[7]



MAPA DEL VALLE INFERIOR DEL RIO CHUBUT[8]



1 - BOD IWAN - chacra nº 254
2 - EL CEIBO - chacra nº 227
3 - QUINTA NARLU - chacra nº 203, lote 1
4 - GRANJA LOMA GRANDE - chacra nº 131
5 - LAS PIEDRAS - chacra nº 326
6 - DON JULIO - chacra nº 203
7 - DAN Y COET - chacra nº 203
8 - BONTEMPO - chacra nº 182
9 - POSADA LOS MIMBRES - chacra nº 211
10 - LAS ROBINIAS - chacra nº 106, lote 7
11 - EL COMEDOR DEL CHACARERO - chacra nº 185
12 - EL RINCON DE LA NORIA - chacra nº 277
13 - LA HERNERITA - chacra nº 206
14 - LOS HORNEROS - chacra nº192, lote 12
15 - PLANT GRAS - ruta asfaltada a Bryn Gwyn, Gaiman
16 - SAN ANDRES DE CAÑICO - chacra nº146 - Drofa dulog

[7] Fuente: C:\WINDOWS\TEMP\Rar$DI00.159\comarca-noreste-rutas.gif
[8] Fuente del mapa original: http://www.vistasdelvalle.com.ar/mapavalle/mapa.htm-La ubicación de los establecimientos agroturísticos es de **elaboración propia**.

EL PROBLEMA CONSTRUIDO POR EL SUJETO INVESTIGADOR

El siguiente trabajo de investigación se establece en relación a los micro emprendimientos agroturísticos del Valle Inferior del Río Chubut –VIRCH, Argentina- durante el primer trimestre del año 2006.

1.1. Problema:

Si se considera que los micro emprendimientos de agroturismo del VIRCH –Provincia del Chubut, Argentina- están ubicados en una región de atractivos de jerarquía internacional tal como Península Valdés, ¿por qué no están siendo aprovechados de acuerdo a sus potencialidades turísticas?

Las potencialidades turísticas de los micro emprendimientos de agroturismo del VIRCH se refieren a que están ubicados estratégicamente, ya que se encuentran próximos a una zona conocida mundialmente, cuya riqueza de fauna marina la hacen particularmente atractiva, como así también están cerca de la ciudad de Gaiman, cuyo patrimonio cultural la convierte en un reconocido atractivo turístico.
Es decir, los micro emprendimientos se encuentran en una zona que ofrece atractivos turísticos de interés local, regional, nacional e internacional, lo cual implica una gran afluencia de visitantes a la zona, que pueden constituir una demanda potencial para la oferta de agroturismo de los microemprendimientos del VIRCH.

1.2. Hipótesis

Los micro emprendimientos agroturísticos del VIRCH no están siendo aprovechados de acuerdo a sus potencialidades y esta situación podría revertirse en la medida que se identifiquen los principales factores que obstaculizan su desarrollo.

1.3 Formulación de objetivos

1.3.1. Objetivos generales

I. Analizar el desarrollo del agroturismo en la zona del VIRCH.
II. Identificar los factores mas relevantes que afectan el desarrollo del agroturismo en el VIRCH.

1.3.2. Objetivos específicos

I. Desarrollar los aspectos históricos y problemáticos del agroturismo en la zona del VIRCH.
II. Relevar y analizar cada uno de los emprendimientos existentes con desarrollo de agroturismo en el VIRCH
III. Conocer los recursos turísticos de la zona de influencia que puedan complementar la oferta turística de los micro emprendimientos agroturísticos del VIRCH.
IV. Generar propuestas para superar los factores mas relevantes que afectan el desarrollo del agroturismo en el VIRCH.

1.4. Limitaciones

Se detalla a continuación una lista de los obstáculos que limitaron el desarrollo de la investigación:

a) Escasos antecedentes de la investigación, pocos trabajos de investigación realizados sobre el tema “Agroturismo” en la zona estudiada y dificultad para acceder a ellos.

b) La Secretaria de Turismo y Áreas Protegidas de la Provincia del Chubut y demás entes turísticos estatales no disponen de estudios sobre las características de la demanda de agroturismo en la zona. Sólo se ha logrado obtener datos estadísticos acerca del ingreso de visitantes a las Áreas Naturales Protegidas de la Provincia y otros estudios sobre las características generales de la demanda turística de la zona.

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación

-Se presenta como antecedente el siguiente documento de "Diagnóstico de Turismo Rural a Nivel Nacional" que refiere al "Surgimiento del Turismo Rural en Argentina ", un "análisis FODA del producto Turismo Rural" y las respectivas "Consideraciones Generales" sobre el tema.
El documento fue realizado por la Dirección de Desarrollo de la Oferta de la Secretaría de Turismo de la Nación en Junio del año 2005[9].

Documento de Diagnóstico de Turismo Rural a Nivel Nacional

Elaborado por: Dirección de Desarrollo de la Oferta de la Secretaría de Turismo de la Nación .

Capital Federal, junio 2005

Surgimiento del Turismo Rural en Argentina.

La República Argentina se caracteriza por sus extensas regiones dedicadas a la producción rural, como lo indica la importancia de ese sector en la estructura económica del país. Esta importante actividad se desarrolla a lo largo y ancho de todo el territorio nacional en establecimientos de distinto tipo y tamaño, los que según sus características adquieren variadas denominaciones, tales como: estancias, campos, chacras y granjas.

Muchos de estos establecimientos han superado los 200 años de historia, siendo los cascos de algunas de ellas estupendas mansiones de arquitectura de origen inglés o francés, lujosamente amobladas y equipadas confortablemente. Otras en cambio, conservan el viejo y austero estilo colonial.

Desde hace algunos años, y de acuerdo con las tendencias de los mercados se están incorporando a la ya vasta oferta turística de la Argentina un número creciente de estos establecimientos a la función turística.

En la actualidad se puede decir que existe una variada gama de productos de turismo rural cada vez más apreciados tanto por el turismo internacional como por el interno. Este turista que proviene en su mayor parte de las grandes ciudades, encuentra en estos establecimientos no solo el contacto con la naturaleza sino especialmente las vivencias ligadas al trabajo de campo, compartiendo momentos de la vida cotidiana con el productor y su familia.

Gran cantidad de propietarios han habilitado las instalaciones de sus establecimientos, transformándolos en pequeños y exclusivos hoteles de gran clase, brindando al huésped la posibilidad de realizar una serie de actividades que hacen de la estadía una grata experiencia: paseos a caballo, pesca,

[9] El presente documento me fue enviado, vía e-mail, por el Sr. Patricio Barrios de la Dirección de Desarrollo de la Oferta de la Secretaria de Turismo de la Nación, según sus aclaraciones, es un documento de análisis propio del área.

observación de aves, polo, golf, etc. También se pueden compartir las diferentes actividades del campo, como el arreo de ganado, ordeñe de vacas, yerra de vacunos, señalada de corderos, esquila de ovejas, contemplar una doma o jineteada a cargo de los gauchos, y disfrutar de una guitarreada, bailes folklóricos y gastronomía típica de la zona.

Las características que presenta la oferta turística del país, posibilitan al exigente turista proveniente de otros confines del mundo la elección de este producto, de acuerdo con sus gustos y expectativas, dentro de las más diversas alternativas en materia de atractivos naturales, paisajes y culturas locales.

Cada región presenta distintas opciones donde se conjugan tradiciones culturales, vestigios arquitectónicos, actividades de campo diferenciadas: paisajes pampeanos, fincas coloniales, estancias jesuíticas, grandes extensiones patagónicas, turismo de aventura, etc.

Debido a su creciente importancia el turismo rural está apoyado por los organismos públicos y privados nacionales, provinciales y locales.

La comercialización del turismo rural se realiza a través de operadores turísticos o en forma directa por parte de los propietarios, ofreciendo la posibilidad de disfrutar de un día de campo o pernoctar en los establecimientos rurales.

Análisis FODA[10] del producto turismo rural [11]

FORTALEZAS

- Actividad que tiende a la conservación del patrimonio tangible e intangible, permitiendo la puesta en valor de los importantes recursos paisajísticos, histórico-culturales y estético arquitectónicos.
- Variedad de atractivos turísticos naturales y bellezas paisajísticas, permitiendo la práctica de diversas actividades: agro turísticas, ecoturísticas, culturales y recreativas deportivas.
- Creación de empleo y permanencia de la familia rural en el campo, brindando protagonismo a la mujer y a los jóvenes en la empresa agropecuaria.
- Revalorización de las costumbres y actividades rurales.
- Establecimientos con características diferenciadas con capacidad de captar diferentes segmentos de mercado.
- Atención personalizada favoreciendo la calidad en el servicio.
- Seguridad del Entorno Rural, tranquilidad, paz, silencio.
- Diversificación de ingresos económicos en la empresa agropecuaria.
- Grupos de visitantes reducidos adecuándose a las posibilidades de infraestructura de los establecimientos.
- El producto turístico en cuestión no se encuentra limitado por la estacionalidad.
- Producto cuyos destinos se complementan con la demanda internacional.
- El producto turismo rural no requiere inversión pública significativa, ya que se generan nuevas actividades turístico-productivas aprovechando la infraestructura y el equipamiento existente.

DEBILIDADES

- Producto de “Elite”, precios elevados.

[11] Fuente: Secretaría de Turismo de la Nación, Dirección de Desarrollo de la Oferta . “ Documento de Diagnóstico de Turismo Rural a Nivel Nacional”. Junio 2005.

- Oferta orientada a un sector socioeconómico medio-alto.
- Escasa diversificación de la oferta de actividades existiendo un predominio de las actividades recreativas y deportivas, por sobre las que incumben al área productiva y cultural.
- En general, no se lleva a cabo una explicitación sobre cada tarea rural: época en que deben realizarse los sembrados o cultivos, métodos de cría de ganado, uso de los instrumentos de labranza y maquinarias agrícolas, etc.
- Escaso desarrollo de otras modalidades se turismo rural, ej.: granjas educativas, chacras, etc.)
- Escasa diferenciación de la oferta, ya que funcionalmente se desarrolla alojamiento o aprovechamiento del sector del casco y no de otros tipos de la oferta e infraestructura rural.
- Demanda orientada a un segmento etario de entre 30 – 50 años.
- Pocas agencias con el producto organizado en relación a la oferta.
- Concentración de agencias que comercializan el producto en la Ciudad de Bs. As.
- Deficiencias en infraestructura:
    - Falta de señalización turística y vial.
    - Falta de mantenimiento de rutas y caminos.
    - Carencia de facilidades para la construcción y/o ampliación de instalaciones turísticas.
    - Falta de empresas de transporte (escasa frecuencia) lo que dificulta las comunicaciones entre las distintas localidades.
- Escasa diversificación de oferta de actividades.
- Carencia de legislación a nivel Nacional que regule la actividad.
- Falta de capacitación turística:
    - Poca concientización turística de los diferentes actores sociales.
    - Desconocimiento de los habitantes del crecimiento económico que significa el desarrollo turístico.
    - Falta de capacitación a artesanos de productos regionales para su comercialización y buena presentación.
    - Escasa capacitación de animadores turísticos, falta de capacitación en calidad de atención a los turistas.
- Falta de políticas para el desarrollo turístico.
- Falta de aplicación de las leyes de caza y pesca: disminución de la cantidad de especies autóctonas a causa de la casa furtiva.
- Problemática ambiental: contaminación, falta de tratamiento y recolección de residuos en áreas rurales.

OPORTUNIDADES

- Creación de circuitos productivos y alternativas turísticas: “Rutas Alimentarias”
- Ampliación de la oferta turística.
- Creación de instituciones coordinadoras y organizadoras de la oferta turística.
- Diseño de folletería adecuada para cada destino en particular.
- Construcción de lugares de alojamiento.
- Fomentar la concientización turística.
- Crecimiento de oportunidades: alternativas del turismo rural.
- Concientizar al lugareño que el turismo aprovechado puede acrecentar ingresos económicos.
- Crear, destinar capitales para el desarrollo turístico dando lugar a la inversión privada.
- Actualmente el tipo de cambio favorece el turismo receptivo.
- Potenciar actividades de ecoturismo.
- Revalorizar la producción de los artesanos y productores regionales.

- Concientizar a los habitantes de zonas rurales de los beneficios que proporciona el desarrollo turístico.
- Fomentar desde las Organismos Gubernamentales la concientización de proteger el patrimonio turístico.
- Incentivar al sector privado a invertir en emprendimientos turísticos para mejorar la oferta existente.
- Mejorar el patrimonio edilicio y cultural.
- Fomentar las manifestaciones artísticas y deportivas.
- Preservación de la flora y fauna autóctona.
- Rescate y puesta en valor del Patrimonio Cultural.
- Mayor inserción en equipamiento turístico.
- Mayor capacitación turística a prestadores.

AMENAZAS

- Afluencia excesiva de turistas que por sobrecarga del espacio turístico pueda generar problemas de contaminación ambiental.
- Comunidades cerradas por desconfianza y por inseguridad.
- Desorganización, falta de planificación.
- Discontinuidad en el desarrollo de los emprendimientos debido a cambios políticos en los gobiernos (municipales, provinciales y nacional).
- Pérdida de la seguridad.
- Mayor contaminación ambiental.
- El deterioro de los caminos puede transformarse en una traba para el desarrollo turístico.
- La situación económica (no permite establecer inversiones locales para mejorar servicios).
- Depredación, falta de control según la reglamentación vigente.
- Peligro de generar alteraciones en la cultura local poniendo en riesgo los valores tradicionales y sociales de una comunidad.

Consideraciones Generales: teniendo en cuanta el análisis FODA antes descrito se puede inferir que a nivel nacional la demanda de turismo rural se limita a un grupo reducido, debido a las tarifas elevadas y los intereses y motivaciones que los acercan a dicha actividad.

De la misma manera, referido a la comunicación, es necesario que la oferta esté bien organizada y difundida, para ello de deberá trabajar en forma conjunta y coordinada entre los organismos públicos y privados pertinentes, ya que difícilmente el esfuerzo aislado de los productores llegará a tener éxito en la promoción.

Con respecto a la escasa diversificación de la oferta, cada establecimiento debería profundizar sobre los tipos de productos turísticos que los diferencie entre sí y explotarlos al máximo, generando nuevas y distintas actividades, haciendo hincapié en los recursos con que cuenta.

Se deben aprovechar los recursos culturales referidos a las tradiciones gauchescas y folclóricas, así como también, la actividad agropecuaria con el propósito de darle identidad y autenticidad al producto.

Cabe decir, que si se quiere lograr una revalorización de las costumbres y actividades rurales, es necesario que el visitante conozca a las mismas, ya sea participando u observándolas

El origen de estas debilidades se basan generalmente en la escasa capacitación debido a que si hubiera una mayor información de cómo generar

subproductos o reciclar lo existente para darle un enfoque turístico se obtendría un mejor provecho de los recursos logrando un desarrollo paulatino del turismo.

-Otro antecedente de la investigación es el informe realizado por La Comisión Nacional para la Promoción y Desarrollo de la Región Patagónica (CONADEPA) ya que, considerando la escasez de información respecto a mi objeto de estudio, resultan interesantes los aportes de este informe para conocer las características del agroturismo en la Patagonia.

Agroturismo en la región patagónica

La región Patagónica explota menos de un tercio de su potencial turístico, razón por la cual la CONADEPA[12] se ocupó de dinamizar y coordinar una serie de estudios destinados a establecer nuevas ofertas turísticas acordes a las tendencias del momento, el *agroturismo*. La Patagonia está dotada de privilegiados atractivos naturales cuyo aprovechamiento turístico supera apenas el 80% de su real potencialidad. Como resultado de los estudios realizados contemplando las más diversas variables sobre el tema turismo, apareció esta propuesta diferencial como una de las de mayor ventaja en cuanto a demanda y rentabilidad: "El Agroturismo", se trata de una nueva forma de turismo que desde hace ya años gana adeptos en todo el mundo. Consiste en conectarse con la naturaleza, no para ver pasar el paisaje, sino para integrarse a él como un habitante más del mismo. Compartir la vida de aquellos que viven en ese lugar, aprender sus costumbres, participar de sus tareas cotidianas, ser parte del lugar. En este sentido la región Patagónica resulta un desafío turístico irresistible y es por eso que la CONADEPA está trabajando específicamente en el tema.
El "Turismo Rural" se remite a todas aquellas actividades que puede desarrollarse en el ámbito rural y que resultan de interés para los habitantes de las ciudades debido a sus características exóticas, tradicionales, románticas; diferentes del estilo usual de vida.
Desde esta perspectiva incorpora a casi todas las categorías turísticas, incluyendo al turismo ecológico, de negocios religioso de aventura, estudiantil, étnico, cultural, etc.

La CONADEPA está desarrollando un proyecto que también permita una apropiación de la renta. En primer lugar porque está analizando la incorporación de pequeños productores a la actividad. En segundo término porque ocurre con excesiva frecuencia que la mayor parte de los recursos económicos que genera el turismo no quedan en la región que aporta los recursos físicos, sino por el contrario, en los centros emisores de turistas

Por otra parte hay que destacar que el Turismo Rural constituye una actividad sumamente atractiva para el diseño de una estrategia común con los países del MERCOSUR y especialmente en el caso patagónico con Chile. Esta

[12] La Comisión Nacional para la Promoción y Desarrollo de la Región Patagónica (CONADEPA) fue creada por el Poder Ejecutivo nacional para que se aboque a fomentar planes de desarrollo, generar alternativas de inversiones y elaborar estrategias de promoción para la región en todos sus aspectos. Creada en 1988 con el objeto de implementar políticas y estrategias de desarrollo para la región que comprende a las provincias de La Pampa, Río Negro, Neuquén, Chubut, Santa Cruz, Tierra del Fuego y el partido bonaerense de Carrnen de Patagones.

asociación, a diferencia de la mayoría de las propuestas vinculadas a la actividad agropecuaria, surge con naturalidad. Los agentes económicos y las autoridades del sector son conscientes que los turistas que arriban al Sur Chileno no dejan de visitar la Patagonia Argentina y viceversa. Desarrollar una estrategia agresiva en esta dirección permitiría afrontar en mejores condiciones los mercados externos, ya que para el turismo europeo que se propone visitar Sudamérica, la oferta de varios países, de culturas y de paisajes diferentes les resulta más atractiva que una oferta limitada a lo nacional. [13]

-Otro documento que se ha tomado como antecedente de la investigación es el informe realizado por la Lic. Ilarri Laura en el año 2004, quien desempeña la función de jefe del Departamento de Desarrollo y está a cargo del Área de Capacitación y Turismo Rural de la Secretaria de Turismo y Áreas Protegidas de la Provincia de Chubut en la actualidad.

Titulo del Informe: TURISMO RURAL Y AGROTURISMO

Autor: Lic. Ilarri, Laura. jefe del Departamento de Desarrollo, a cargo del Área de Capacitación y Turismo Rural de la Secretaria de Turismo y Áreas Protegidas de la Provincia de Chubut

Rawson, 2004

El turismo Rural es una oferta de actividades recreativas, alojamiento y servicios afines, situada fuera del ejido urbano, dirigida principalmente a los habitantes de las ciudades que buscan unas vacaciones en contacto con la naturaleza y la gente local.
No existe una definición única de Turismo Rural y en cada país tiene significados ligeramente diferentes, pero todos tienen los mismos aspectos que lo caracterizan.
La base del Turismo Rural es el medio rural en el sentido amplio: los paisajes naturales (campos, montañas, ríos, valles, lagos), la arquitectura típica, la flora, la fauna, el folklore. Todo esto despierta el interés de aquellas personas que viven habitualmente en la urbe y que están dispuestos a invertir su tiempo libre y su dinero en este tipo de oferta, por supuesto que lo que facilitara que el visitante opte por un atractivo de estas características es el equipamiento y los servicios que harán su estancia mas agradable.
Otra de las características es lo que se ofrece al turista en el medio rural, por ejemplo alojamiento de pequeño tamaño en casas de campo, explotaciones agrarias u pequeñas hosterías de arquitectura típica de la región. También se ofertan espacios para camping, actividades recreativas para que su estancia no resulte aburrida, como excursiones en bicicleta, a caballo y otras. Se ofrecen además productos naturales y típicos, gastronomía y artesanía tradicional.

En algunos países del mundo el Turismo Rural cuenta con una larga tradición, Francia es uno de los mas representativos, ya que se caracteriza por la abundancia y la diversidad de su oferta, así como de actividades complementarias.
La oferta hotelera esta construida por hoteles pequeños y de gestión familiar, la mayoría están asociados en cadenas voluntarias que les proporcionan una marca y llevan a cabo la comercialización como Logis de France con 4500

[13] www.viarural.com.ar/servicios/instituciones/conadepa/conadepa

establecimientos y Relais Saint Pierre que agrupa a los hoteles de los pescadores.
Otro ejemplo es Austria cuya oferta de Turismo Rural representa el 25% del total de camas de país
Citando a otro país, España se adecua mas a las características de Argentina y por ende a la Provincia del Chubut.
Por ejemplo:
1-No existe una clasificación de establecimientos, solo se exigen requisitos mínimos.
2-Falta mas coordinación en la promoción.
3-No se ha creado una imagen de marca que facilite la identificación de la oferta.
4-Se tiene gran necesidad de formación especializada.
Con respecto al Punto 3 cabe acotar que La Provincia del Chubut posee la ventaja de pertenecer a la Patagonia, marca reconocida en todo el mundo y que resulta un emblema de productos naturales y culturales fácilmente identificables. Solo queda desarrollar una oferta de servicios de calidad a modo de no desmerecer el posicionamiento de la marca.

Habiendo caracterizado el Turismo Rural, es fácil identificar el **Agroturismo,** el cual se puede definir como todo establecimiento rural que complementa su producción agrícola-ganadera con la actividad turística, sin interferir ésta el normal desarrollo de la primera.

Los atractivos convocantes pueden ser, atractivos naturales, culturales, de exploración y científicos. Dentro de las actividades a desarrollar se destacan, las actividades de laboreo o productivas (actividades agrotécnicas, granja o huerta orgánica, yerra, señalada, esquila, arreos, etc.); recreativas o deportivas (cabalgatas, trekking, rapel, pesca, parapente, paseos en carro, actividades náuticas, etc.); ecoturísticas (observación de aves, senderos interpretativos, safaris fotográficos, talleres de granja y huertas, recorridos científicos, protección de áreas específicas).

En un principio se lo identificó como una nueva forma de recreación, basada en pasar unos días de campo conociendo las tareas rurales o disfrutando de un asado criollo en un ambiente de tradición de la llanura pampeana, comiendo empanadas, asado con cuero o al asador, los mozos están vestidos de paisanos con bombacha de campo, rastra, boina, etc.
Su repercusión en los diferentes niveles de la sociedad fue tan pronunciada que no se tardó en adaptar los antiguos cascos en estancias de pequeños “hoteles” rurales donde la atención personalizada de sus dueños refleja fidedignamente la magnificencia del campo con las tareas productivas del mismo.
Esta nueva oferta no solo benefició a los citadinos que buscaban descanso y nuevas propuestas recreativas sino que generó innumerables ventajas revalorizando el campo a través del conocimiento de sus tareas y de sus costumbres generándoles a los establecimientos menos productivos una alternativa económica complementaria. Esta nueva oferta trae consigo además ventajas como son la generación de empleos (cocineros, mucamas, mozos, guías baqueanos) contribuyendo, a su vez, con la reducción de la migración campo-ciudad en búsqueda de trabajo, la diversidad de las actividades de campo, la degustación y venta de productos caseros, el intercambio cultural, la repercusión del patrimonio arquitectónico y cultural y la protección de los recursos naturales-

A pesar de sus tantas ventajas, la existencia de recursos no garantiza el éxito de la actividad (tal vez por su ubicación o por su accesibilidad) y se requiere grandes esfuerzos de promoción y comercialización para ubicar el producto en el mercado, lo cual ocasiona algunas limitaciones en su desarrollo. Para evitar estas limitaciones es necesario preparar un Plan de Comunicación a modo de pautar la estrategia de marketing.

2.2. Conceptualización

2.2.1. **Turismo:** "El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros". [14]

2.2.2. Dentro del turismo hay una serie de especificaciones que refieren a las diferentes manifestaciones de la actividad turística, entre ellas: el Turismo Rural. Respecto a su concepto aún no se ha reconocido una denominación genérica, las definiciones varían según el contexto, pero a partir de las fuentes consultadas puede deducirse que todas las definiciones mantienen algunas similitudes y entre las modalidades que puede asumir el Turismo Rural se encuentra el Agroturismo.
La Resolución 138/02 del 5 de septiembre de 2002 que está en vigencia en la provincia del Chubut refiere a la Reglamentación del Registro de Emprendimientos Turísticos en Espacios Rurales, en su Anexo 1º aclara que se entiende como *Turismo Rural, "*a toda actividad turística y/o recreativa llevada a cabo fuera del núcleo urbano"
A partir de los antecedentes en el tema[15] y sabiendo que, no existe una definición única de Turismo Rural, ya que en cada país tiene significados diferentes y que las modalidades y manifestaciones de turismo rural son diversas, me adhiero a la definición formulada según el Decreto Nº 1636/02 del Poder Ejecutivo Provincial del 12 de diciembre de 2002. Si bien el Decreto ha caducado, esta definición se adapta mejor al planteo de mi investigación porque es más específica. Este Decreto, en su Articulo 1º, define como **Turismo Rural** "al conjunto de actividades recreativas, de alojamiento y/o de servicios afines a los mismos que se desarrollan en el medio rural aprovechando y disfrutando del ambiente y de los valores naturales y culturales, establecido como complemento económico de una estructura social y/o productiva preexistente".

2.2.3**. Agroturismo***:* En base a la Resolución 138/02, consideraré los diferentes conceptos que refieren a mi objeto de estudio, y pretendiendo hacer énfasis al concepto base de mi trabajo , considero al AGROTURISMO como un desprendimiento de las actividades que se pueden realizar en espacios rurales, en relación a la zona objeto de mi estudio, Valle Inferior del Río Chubut, puedo decir que el AGROTURISMO implica establecimientos agropecuarios que complementan sus funciones originarias con la actividad turística, brindando servicios de alimentación y/o alojamiento y principalmente ofreciendo actividades recreativas donde el turista participa activamente de la realización de las mismas, por ejemplo, en la huerta, corral, cabalgatas, caminatas, entre otras. Estas actividades ponen énfasis en conectarse con la naturaleza, compartir la vida de aquellos que viven en ese lugar y participar de sus tareas cotidianas.

2.2.4. **Establecimientos Rurales***:* Es la denominación otorgada a campos de grandes extensiones, que pueden brindar servicio de alojamiento, alimentación y actividades agroturísticas o de Turismo Activo indistintamente o en su conjunto y

[14] OMT. *Introducción al Turismo.* Madrid: Egraf; 1998. p.44.
[15] Antecedentes de la Investigación, p.15

Micro emprendimientos Rurales: ídem al anterior pero con superficies más reducidas y situadas, generalmente, dentro de ejidos municipales (chacras).[16]

Considerando la relación de mi objeto de estudio con el turismo y que en el trabajo se realizará un inventario turístico a fines de conocer los recursos turísticos y relevar la estructura turística de la zona con la cual se vincula la oferta turística de los micro emprendimientos agroturísticos del VIRCH, citaré a continuación los siguientes conceptos.

2.2.5. **Sistema turístico***:* Hay una trama de relaciones que caracterizan el sistema turístico, estas relaciones forman un sistema. El funcionamiento se origina en el encuentro de la oferta con la demanda, a través de un proceso de venta del producto turístico que, junto a la infraestructura forman la estructura de producción del sector. La **superestructura** tiene como función, controlar la eficiencia del sistema turístico (vigilando el funcionamiento e interrelación de las partes). Comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como privados, encargados de optimizar y modificar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema turístico y armonizar sus relaciones para facilitar la producción y la venta de los servicios que componen el **producto turístico**, éste está formado por los mismos bienes y servicios que forman la oferta turística. Bien es aquel que satisface las necesidades de los compradores (alojamiento, restaurante, etc.) y Servicio es la manera de servir o atender. Los servicios que se venden al turista son elaborados por un subsistema llamado *planta turística*, integrado por: El equipamiento e instalaciones, (mas la infraestructura y atractivo turístico). El **equipamiento** incluye todos los establecimientos administrados por la actividad pública o privada que se dedican a prestar los servicios básicos. Se clasifica en: alojamiento, alimentación, esparcimiento y otros servicios. Las instalaciones son todas las construcciones especiales. Se clasifican en: de agua y playa, de montaña, generales.

2.2.6. **Oferta turística***:* Es la mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor a un precio dado y por un periodo dado y está integrada por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos, los cuales se comercializan mediante el sistema turístico.

-Oferta turística principal: Atractivos naturales, culturales, de eventos.

-Oferta turística complementaria: Le da sustento a la principal, facilita el traslado y la residencia del sujeto.

2.2.7. **Infraestructura***:* Es el conjunto de obras y servicios que promueven el desarrollo socioeconómico general y que el turismo usa para impulsar la actividad (rutas, cajeros, hospitales, etc.), el equipamiento son las obras y servicios que satisfacen las necesidades del turista y que pueden ser utilizadas por los residentes (medios de transporte, entretenimientos, etc.) y las instalaciones son las obras especificas para el turismo (miradores, senderos, sombrillas, etc.).

2.2.8. ***Demanda turística****:* Es el conjunto de bienes y servicios que se compra o solicita por un turista a un precio dado y en un momento determinado. Es el número de personas que viajan o desean viajar para utilizar instalaciones turísticas y servicios lejos de su lugar de residencia habitual. Hay diferentes tipos de demanda:

[16] Fuente: Resolución Nº 138/02, Reglamentación del Registro de Emprendimientos Turísticos en Espacios Rurales.

-D. Real: Es la cantidad de turistas que hay en un lugar y momento determinado, mas la suma de los bienes y servicios solicitados efectivamente por los consumidores en ese lugar durante el tiempo de su estadía.

-D. Histórica: Es el registro estadístico de las demandas reales ocurridas en el pasado, y el análisis de sus variaciones y tendencias para deducir el ritmo de su evolución.

-D. Futura: Es el resultado del cálculo que habrá que realizarse tomando como base los datos de la demanda histórica de un lugar para proyectar su posible crecimiento.

-D. Actual o efectiva: Aquella gente que comúnmente viaja a destinos turísticos y utiliza los servicios e instalaciones.

-D. Potencial: Aquellas personas motivadas a viajar, pero que no son capaces de hacerlo debido a restricciones temporales o financieras.

-D. Diferida: Aquellas personas que podrían viajar si fueran motivadas, pero no lo hacen porque carecen del conocimiento de oportunidades y facilidades. [17]

2.2.9. El mercado se puede dividir en **segmentos de mercado**, los segmentos son las partes homogéneas dentro de un gran mercado heterogéneo. Segmentar es dividir o agrupar en base características en común, no hay una forma preestablecida de segmentar, ésta es variada e infinita (algunos dicen que, en realidad, la demanda ya esta segmentada y la tarea es encontrar los deseos de aquellas partes). Hay diferentes formas de segmentar, puede ser: Por nivel socioeconómico; Por edad y sexo; Por lugar de residencia y estos pueden subdividirse en: Tamaño y composición del grupo; Estilo de vida (actividades: cultura, playa. Pesca, ski); Comportamiento (es el modo de manejarse de las personas cuando compran: Si paga contado o en cuotas, si visita siempre el mismo lugar o diferente lugar, si busca precio bajo sin considerar la calidad o precio alto que garantice calidad). La Calidad es el conjunto de cualidades de algo, en los centros turísticos se trata de lograr la excelencia de los servicios para satisfacer al consumidor y este es quien indica el nivel de calidad con sus exigencias.[18]

2.2.10. **Marketing:** es la comercialización, esta muy relacionado a la venta, investiga cómo, dónde, cuándo vamos a poner un producto en el mercado y como aprovechar los recursos para que el producto entre en competencia. Enfoca directamente al comprador, a la demanda. Se propone ofertar un producto, que el cliente lo compre, que satisfaga sus necesidades y expectativas y que lo difunda, o sea como orientar la oferta a la demanda.

2.2.11. **Distribución:** Hay que distinguir entre distribución directa e indirecta. **La distribución directa** se produce sin intermediarios, lo que supone tener limitaciones en la cobertura del mercado pero también poder mantener el control sobre el canal de distribución. Tradicionalmente, este tipo de distribución se ha basado en la compra directa por parte del cliente, que era el que tomaba la iniciativa. Actualmente, sin embargo, el entorno crecientemente competitivo ha obligado a aplicar nuevas técnicas de distribución, como el marketing directo, dirigidas hacia los clientes potenciales y basadas en avances tecnológicos. **La *distribución indirecta*** supone la existencia de algún tipo de intermediario entre el proveedor y el consumidor. En el sector turístico los principales distribuidores son los mayoristas o tour operadores, creadores de los paquetes turísticos, que comercializan los paquetes elaborados por los TT.OO., Así como servicios

[17] Boullón, Roberto. *Planificación del espacio turístico*. México DF: Trillas; 1990, Cap 2.

[18] Boullón, Roberto. Marketing turístico, Una perspectiva desde la Planificación. Bs.As: Lib. Turísticas; 1998, Capitulo 5.

propios. También aquí la tecnología informática y de telecomunicaciones está jugando un importante papel, ya que debido al volumen de información que se maneja, facilita y agiliza las consultas, proporciona mayor fiabilidad de las transacciones, aumenta la productividad y permite una mayor precisión a la hora de segmentar el mercado.[19]

2.2.12. **Comunicación:** El propósito esencial de la comunicación, es proporcionar información adecuada y para ello se recurre esquemáticamente a los siguientes medios: Publicidad: Consiste en una comunicación pagada por un sponsor que se realiza a través de un medio de comunicación no personal.; Relaciones Publicas: Publicidad especializada, que se realiza por una agencia o persona que vive de este trabajo; Promoción de ventas: Se diferencia de la publicidad en que, esta no puede por si sola cerrar una venta, mientras que con la promoción de ventas es lo que realmente se pretende además de comunicar información; y Venta personal.[20]

2.2.13. **Distribución del producto turístico***:* En el sector turístico resulta muy difícil separar lo que es la fase de distribución del producto turístico de la fase de comunicación, dada su propia pecularidad de ser un bien-servicio. Por ello, en este caso, es más correcto aunar estas dos fases de la distribución del producto turístico bajo la denominación de **comercialización turística**.[21]

Las siguientes definiciones se incorporan al marco teórico, ya que me propongo analizar cada uno de los emprendimientos que conforman la oferta de agroturismo en el VIRCH, asimismo, son conceptos que estarán presentes durante el trabajo.

2.2.14. **Diagnóstico:** Comprende el análisis y la evaluación de la situación histórica y presente del objeto de estudio[22]. Corresponde al diagnóstico describir y analizar la llamada "situación existente" o "situación a transformar", ésta etapa deberá ordenar con claridad, completar y depurar los datos y elementos que faciliten una visión general de la situación en que se encuentra el objeto de estudio[23]. En la fase del diagnóstico, también hay que evaluar los recursos turísticos, para realizar la selección de recursos prioritarios, es necesario llevar a cabo las siguientes investigaciones específicas: -Identificar los lugares de interés turístico que sirvan de base para la selección; -Inventariar los recursos existentes en cada uno de los lugares identificados (por recursos turísticos se entiende "todos los bienes y servicios que por medio de la actividad del hombre y de los medios con los que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda); Tipificar los lugares y recursos inventariados; Seleccionar dentro de cada tipo de recursos, aquellos que se consideran prioritarios[24].

2.2.15. **Grupo Asociativo***:* Un grupo asociativo es aquel conjunto de entidades o empresas, que se agrupan, comparten metas y objetivos para lograr el bien común, manteniendo su individualidad.

2.2.16. **Modelo asociativo***:* Es aquel grupo asociativo "ideal" en un sentido práctico (aspectos organizacionales, comunicacionales y de gestión, etc.) que sirve como guía o ejemplo para otros aplicables en cualquier campo.

---

[19] Organización Mundial del Turismo. *Introducción al Turismo.* Madrid: Egraf; 1998, Unidad 16, p. 312
[20] Idem, p. 314
[21] Organización Mundial del Turismo. *Introducción al Turismo.* Madrid: Egraf; 1998, Unidad 7, p. 144
[22] Molina, Sergio. Turismo, metodología para su aplicación. México: Trillas; 1998. Cap 5.
[23] Hernández Díaz. Planificación turística. México: Trillas; 1982. Cap 4. p. 31.
[24] Bote Gómez, Venecio. Planificación Económica del Turismo. México: Trillas; 1997. Cap 5.

2.2.17. **Educación en el turismo**: Las características económicas del turismo como actividad productiva (actividad intensiva en trabajo, baja productividad) y las nuevas situaciones derivadas de los cambios políticos y económicos a escala internacional, exigen prestar una especial atención a la relación entre empleados y productividad. La capacidad de los mismos para ajustarse a las nuevas exigencias, cada vez mas, depende de su nivel de formación. No obstante hay que destacar la débil relación que tradicionalmente ha existido entre educación-formación y actividad productiva.

Es decir, se requiere una revisión del papel de la educación en el campo del turismo y la consideración de la gran importancia que tiene la inversión estratégica en capital humano en la actividad turística. En este contexto, hay que considerar como avanzar en el proceso educativo, detectando las necesidades y exigencias del mundo turístico.

Cada vez es más evidente que no se puede pensar en un desarrollo equilibrado del sector o en un proceso de mejora de calidad, si no se realiza un esfuerzo de inversión en formación por parte de las empresas. La mayor o menor calidad de los recursos humanos condiciona, cada vez mas, el resultado del negocio y la competitividad de la actividad[25].

[25] Organización Mundial del Turismo. *Introducción al Turismo.* Madrid: Egraf; 1998, Unidad19, p. 375

Capítulo 3

MARCO TEÓRICO METODOLÓGICO

ABORDAJE Y DELIMITACIÓN DE LA INNVESTIGACIÓN

3.1. Abordaje del objeto de estudio

El objeto de investigación elegido: Micro emprendimientos turísticos rurales del Valle Inferior del río Chubut.

Todo recorte de objeto, toda selección para el análisis, todo camino elegido para abordarlo resulta arbitrario. Entran en juego en la selección del objeto, una serie de experiencias que dirigen la atención y el interés de análisis hacia un punto y no hacia otro.

En este sentido, la experiencia académica, además de la experiencia personal que refiere a la actividad turística regional –en la Provincia del Chubut- me llevan a construir este objeto particular, el cual refiere a los micro emprendimientos de agroturismo del Valle Inferior del Río Chubut, Provincia del Chubut, Argentina.

Se da lugar ahora a sentar las bases del marco metodológico del que se parte para entender el proceso de investigación.

3.1.1. Abordaje

Siempre hay tantos abordajes de un objeto como sujetos investigadores. En ese sentido, el abordaje de este objeto de estudio se orienta hacia:

- *Marco referencial del desarrollo del agroturismo en la provincia del Chubut.*
- *Diagnóstico de los emprendimientos que conforman la oferta de agroturismo en el VIRCH.*
- *Relevamiento de la estructura turística de la zona con la cual se vincula el objeto de estudio elegido.*

3.2. Tipo de Investigación

La investigación es de tipo pura, teórica o básica, entendiéndola "...como aquella que realiza el sujeto investigador cuando se propone extender, corregir o verificar el conocimiento, sin preocuparse por la aplicación directa o inmediata de los resultados.*"*[26]

Una investigación descriptiva, que encuentra su preocupación primordial en describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos para destacar los elementos esenciales de su naturaleza. De esta forma se puede obtener las notas que caracterizan a la realidad estudiada.

[26] Garza Mercado, Ario. Manual *de técnicas de la Investigación. 7º ed. México DF:* El Colegio de México; 1998, p. 2.

Mi abordaje metodológico es una investigación de tipo descriptiva porque es un estudio simple que responde a una pregunta referida a una problemática de los emprendimientos del VIRCH, pretende analizar el desarrollo del agroturismo en la zona e identificar los factores mas relevantes que afectan su desarrollo. De esta forma se podrían establecer características del objeto de estudio que aporten nuevos conocimientos.

3.3. El Proceso de la Investigación

En cuanto a la concepción de la investigación científica, este trabajo se basa en las tesis elaboradas por Juan Samaja[27].

El producto del proceso de investigación científica es el conocimiento científico, en este caso, el resultado del proceso de esta tesina se transformará en medios de nuevas investigaciones y en condiciones de investigación para nuevos procesos respecto de nuevos objetos.

Una de las categorías metodológicas fundamentales para la investigación es el concepto de *diseño.* Este contiene los resultados de la selección de los objetos de estudio, de atributos relevantes y de los procedimientos que se aplicarán en torno a la naturaleza de los objetivos. De esta manera, el concepto de diseño de la investigación refiere a la particular manera de un momento de adopción de estrategias metodológicas para la resolución del problema.

El tipo de diseño a utilizar será el descriptivo, ya que el mismo plantea perfeccionar la situación del asunto, profundizar. El diseño de una investigación trata de planificar el contraste de la hipótesis con la realidad, lo que constituye la esencia misma de la investigación. Es la forma de realizar la prueba que supone toda investigación científica, tanto en la disposición y enlace de los elementos que intervienen en ella como en el plan a seguir en la obtención y tratamiento de los datos necesarios para verificarla. Dentro de los tipos de Diseño; El Descriptivo es un estudio diseñado única y exclusivamente para describir la distribución existente de las variables, sin ocuparse de sus causas.
Son estudios sencillos que responden a preguntas referidas a características de sujetos, lugar y tiempo en que ocurren los fenómenos estudiados.[28]

En relación al diseño y para abordar el objeto de estudio se opta por una muestra intencionada, ya que en ésta se escogen las unidades no en forma fortuita sino completamente arbitraria, designando a cada unidad según características que para el investigador resulten de relevancia. Tipo de Muestra: en grupos de población pequeños, la observación se puede dirigir, prácticamente, a la totalidad de sus miembros. Dos son las formas principales en la obtención de muestras significativas: el muestreo intencional, también denominado muestreo basado en criterios, y el muestreo aleatorio. El muestreo basado en criterios comprende diferentes estrategias, entre ellas; el Muestreo exhaustivo: el investigador observa todos los casos o elementos de la población objeto de estudio. Es la forma de selección ideal, pero su aplicación depende del

[27] Samaja, Juan. *Epistemología y Metodología. Elementos para una teoría de la investigación científica*. Buenos Aires: Eudeba; 1993.
[28] García Pérez, Vicente y Tomé Pérez Enrique. *Metodología de la investigación.* Libro electrónico en www.enferpro.com/curso.htm

tamaño de la población, solo los conjuntos de proporciones reducidas pueden abordarse desde esta estrategia de selección. [29]

De todo lo dicho entonces se concluye en que el producto de un proceso de investigación científica exige contemplar, junto con la producción de conocimiento fáctico relevante, un elemento de universalización y de demostración.

Según la información oficial proporcionada, a partir de paginas Web de la Secretaría de Turismo de la Provincia del Chubut[30] *y la Secretaría de Turismo de Nación*[31]*, s*e han identificado 16 Establecimientos que ofrecen agroturismo en el VIRCH (al 31-03-06). Los establecimientos se identificaron en una primera instancia a partir de la WEB y posteriormente en mi salida a campo.
Considerando que en grupos de población pequeños, la observación se puede dirigir, prácticamente, a la totalidad de sus miembros, en este trabajo se investigan los dieciséis casos o elementos de la población objeto de estudio, es decir se ha tomado una muestra exhaustiva.

Asimismo, en cuanto a este particular abordaje del objeto de estudio elegido, y ante cualquier otro, el back ground del analista, tanto su carga académica, como la apropiación de sentido de la cotidianeidad, como las propias subjetividades, acotan la mirada, y en ese sentido también, a medida que se construye la investigación, el objeto adopta diferentes formas.

3.4. Técnicas para la recolección de la información

Esta etapa corresponde al diseño de la investigación, es la recolección y análisis de la información que permite la comprobación o desaprobación de aquellos problemas identificados y planteados con anterioridad.

La recolección de datos utilizada para este trabajo son: Fuentes Primarias como encuestas y entrevistas y Fuentes Secundarias de tipo bibliográfico.

Las fuentes claves serán elegidas en función del potencial de información que puedan ofrecer y serán aquellas personas que realmente posean abundantes referencias respecto de la temática en estudio. En este caso los informantes claves son: personal a cargo de las chacras, personal de los entes municipales o provinciales de turismo.

3.4.1. Selección de los instrumentos

Los instrumentos seleccionados para llevar a cabo la investigación son los siguientes:

[29] Fuente: Prof. Lic. Beatriz Massuco, “La investigación y sus métodos”, 2002 UAI. Apuntes de cátedra: Rubio y Varas. El análisis de la realidad social.
[30] www.chubutur.gov.ar
[31] www.sectur.gov.ar

- *Encuestas a los prestadores de servicios de los micro emprendimientos de agroturismo en el VIRCH. Se han realizado dieciséis encuestas[32].*

La utilización de un cuestionario como instrumento para recolectar la información requerida para los objetivos de ésta investigación, se debe a que éste permite la recolección de datos individuales que luego permitirán su consideración conjunta agrupándolos en clases, grupos o tipos. Tiene como ventaja la facilidad para la medición, la minimización de los errores en la realización de las preguntas, y el ahorro en tiempo y costo para el procesamiento de la información, además de la estandarización y la comparabilidad en las respuestas. Es económico ya que el formato de la técnica permite obtener un gran número de datos (ya estipulados de antemano) para el análisis minucioso de las variables investigadas, que por otro procedimiento llevaría mucho más tiempo y supondría un costo elevado.

- *Entrevista a funcionarios en turismo. Se ha realizado una entrevista[33].*

Justifico la elección ya que entre los elementos de los que se dispone a los fines de reunir información para producir datos y considerando la inexistencia de información sobre las características de la demanda de agroturismo en el VIRCH, la entrevista permite obtener información específica y subjetiva, siendo muy útil cuando el entrevistador necesita que su respondente pueda transmitir el mensaje del que es portador, el entrevistador buscará encontrarse con un monto de información adecuada en calidad y cantidad, en relación con los alcances de la investigación de la que forma parte. A su vez el entrevistado, al momento de realizar sus aportes a la misma, elaborará conjeturas respecto de los motivos del investigador.

3.4.2.Análisis de los datos

Una vez que tenemos la información, es decir terminada la fase de recogida de datos, debemos realizar una serie de tareas para analizarlos. En primer lugar procederemos a codificarlos[34], o lo que es lo mismo, a asignarles códigos que faciliten el trabajar estadísticamente con ellos. Estos códigos pueden ser números o letras, si bien el uso de números facilita el tratamiento informático de los datos.

Toda esta información debe servir a la finalidad de simplificar el manejo de los datos, posibilitarlo a nivel informático y controlarlo a nivel interpretativo. Esto va a implicar que debemos conocer perfectamente lo que significa cada código, a qué variable pertenece cada etiqueta y, en definitiva, se está requiriendo una planificación para la tarea de la codificación. Tras todo este proceso llegamos a lo que se denomina *matriz de datos*.

[32] Ver encuesta modelo en Anexo p.6
[33] Ver entrevista modelo en Anexo p.8
[34] Ver codificación de los datos en Anexo p.9

Una vez que tenemos la matriz de datos se procede a su tratamiento estadístico.[35]

3.4.3. Operacionalización de las variables- matriz de datos

Dice Galtung, que si bien los datos que maneja la ciencia en su conjunto son de muy diverso contenido, lo cierto es que comparten una estructura común (Estructura del dato). Consecuentemente todos los datos previstos de cada investigación pueden ordenarse según su estructura común, en una "Matriz de Datos".

Siempre se habla de "algo", de un "ente" (turistas, instituciones, provincias, etc). Esos individuos o grupos que van a conformar nuestros "átomos" de estudio, se denominan UNIDADES DE ANALISIS (UA).

Pero, además, se dice o se predica algo de esas UA. Se indica una cualidad, cantidad o atributo de la UA. Esos atributos se denominan VARIABLES (V). Podriamos decir que, la variable es el nombre de una clase de estados (ej: sexo) y cada uno de los estados que clasifica la variable (ej: masculino-femenino) se denominan VALORES (R) de la variable, que deben ser exhaustivos (todos los posibles) y excluyentes entre si (una misma unidad no debe representar mas de un valor de la variable).

Entonces, para los metodólogos (por ej. Gauteng) los datos tienen una estructura tripartita: UA-V-R.

Sin embargo es necesario señalar también el procedimiento con el cual se adjudicarán los Valores a cada Unidad de Análisis, ya que existen variables que son lo suficientemente complejas como para que no sea sencilla la adjudicacion de R. Por lo tanto es necesario indicar cual será el INDICADOR (I) de la variable.

El indicador es un cuarto componente y es el que permite "construirlo" y "adjudicarlo". Consiste en adjudicar los aspectos parciales que se considerarán en cada caso para evaluar la variable en cada unidad de análisis.

En este caso se procede a OPERACIONALIZAR las variables en juego. Es decir, indicar la DEFINICIÓN OPERACIONAL de la variable (ésta no es identica a la definición conceptual de la variable estipulada en el Marco Teórico, sin embargo guarda con ella relaciones específicas).

Cabe aclarar que cada dimensión o aspecto parcial que compone la variable, puede analizarse señalando las dimensiones que las componen (subdimensiones o subvariables).[36]

A continuación se decribe el procedimiento utilizado para analizar los datos obtenidos a partir de las encuestas. La matriz de datos diseñada para la realización de las encuestas responde a las preguntas o subvariables, que a su vez plantean responder a las variables de la hipotesis formulada.

---

[35] García Pérez, Vicente y Tomé Pérez Enrique. *Metodología de la investigación.* Libro electrónico en www.enferpro.com/curso.htm

[36] Fuente: Apuntes de catedra, prof. Lic. Karina De Vinzenzi, "la investigacion y sus metodos", 2005-UAI.

Universo de Estudio: Todos los micro emprendimientos agroturisticos del VIRCH.
UA = cada uno de los micro emprendimientos agroturisticos del VIRCH, identificados en la Secretaria de Turismo y Áreas Protegidas de Chubut y en Secretaría de Turismo de Nación al 31 de marzo de 2006, que conforman la oferta de agroturismo.

.

Matriz de Datos

V_1 = TIPO de Establecimiento	R= Micro emprendimiento agroturistico R= Establecimiento Rural
V_2 = DEPARTAMENTO en que se halla el Establecimiento	R= Gaiman R= Dolavon R= Trelew R= 28 de Julio R= Otro
V_3 = UBICACION	R = Buena / Mala Procedimiento: Se considera "buena", si el establecimiento está ubicado a una distancia entre 10 y 20 Km de Rutas Nacionales y/o Provinciales que permitan la conexion entre el aeropuerto y la chacra.
D_1 = Proximidad a Aeropuertos D_2 = Proximidad a rutas provinciales D_3 = Proximidad a rutas nacionales	R: -10 km / e/10 km y 20 km / +20 km R: -10 km / e/10 km y 20 km / +20 km R: -10 km / e/10 km y 20 km / +20 km
V_4= CAMINOS para el acceso a la chacra	R = Buenas condiciones/ Malas condiciones Procedimiento: Se considera en "buenas condiciones", si el camino es, por lo menos, consolidado y, transitable todo el año (o existen caminos alternativos para que lo sea).
D1: Tipo de caminos D2: Transitabilidad de los caminos D3: Presencia de caminos alternativos	R = Consolidados/ Huellas/ Asfalto R: Transitados todo el año/ No transitados todo el año. R: Si / No
V_5 = ATRACTIVOS CONVOCANTES	R: Naturales I: Flora, fauna, río, espacio verde, otro. R: Culturales I: Detalles suntuarios, casco antiguo, historia de los galeses, otro. R: De exploración I: Senderos interpretativos, sala de interpretación, otro. R: Científicos I: Proceso de producción, otro.
V_6 = TIPO DE ACTIVIDADES A DESARROLLAR	R: Laboreo I: Granja o huerta orgánica, corral, apicultura, plantación de árboles, otras. R: *Recreativas y deportivas* I: cabalgatas, caminatas, visitas guiadas, pesca, otra.

	R: Eco turísticas *I:* Observación de aves-Ornitología, senderos interpretativos, safaris fotográficos, otra. R: De ocio I: Descansar, tomar sol, meditar, otra.
V_7 = SERVICIOS COMPLEMENTARIOS de actividades recreativas	R: Si / No I: Canchas deportivas, piscina, otros.
V_8 = DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS	R: Si / No Procedimientos: Se considera que si, si el establecimiento dispone del 80% de los servicios.
D1: Agua potable D2: Suministro de gas D3: Suministro de electricidad D3: Sistema de comunicaciones D4: Desagües cloacales	R: Si/ No R: Si/ No R: Si/ No R: Si/ No R: Si/ No
V_9 = ALOJAMIENTO	R: Posee / No posee
V_{10} = Capacidad del alojamiento	R: Para más de 20 personas R: Entre 10 y 20 personas R: Para menos de 10 ó 10 personas
V_{11} = Tipo de alojamiento	R: Campamentismo R: Habitaciones R: Departamentos R: Otro
V_{12} = SERVICIO DE COMEDOR	R: Si / No
D1: Elaboración de comidas típicas	R: Si / No I: Cordero, lechón, vaca, empanadas, otros.
V_{13} = VENTA DE PRODUCTOS	R: Si / No I: Dulces, conservas, escabeches, aderezos, pan casero, otros.
V_{14} = ANTIGUEDAD del casco	R: Mas de 50 años R: Menos de 50 ó 50 años
V_{15} = ESTILO ARQUITECTÓNICO del casco	R: Moderno R: Colonial R: Otro
V_{16} = COMODIDADES Y ESPACIOS COMUNES	R: Cuenta con las comodidades y espacios / No cuenta con las comodidades y espacios Procedimiento: Se considera que el establecimiento "cuenta con comodidades y espacios comunes" si, por lo menos, este dispone de algún lugar cerrado preparado para recibir al visitante.
D1: Quincho	R: Si/ No

D2: Bar D3: Comedor D4: Sala de estar / Living D5: Estacionamiento D6: Salón de ventas de productos D7: Baños Públicos D8: Otro	R: Si/ No R: Si/ No R: Si/ No R: Si/ No R: Si/ No R: Si/ No R: Si/ No
V_{17} = DISPONIBILIDAD DE EQUIPOS DE APOYO	R: Si/ No Procedimiento: Se considerara que "si", si por lo menos, el establecimiento dispone de guía baqueano y de equipo de primeros auxilios.
D1: Comunicaciones con equipos portátiles D2: Equipamiento para actividades recreacionales D3:Disponibilidad de guía baqueano D4:Disponibilidad de equipo de supervivencia y de primeros auxilios D5:Otro	R: Si/ No R: Si/ No Indicadores: Monturas/ embarcaciones/ otros R: Si/ No R: Si/ No R: Si/ No
V_{18} = CAPACITACION DE LOS RECURSOS HUMANOS.	R: Capacitado / No capacitado Procedimiento: se considera "capacitado", si cumple positivamente con las dimensiones 1 y 3 de la Variable.
D1: Realización de cursos D2: Manejo de idiomas D3: Profesional en turismo	R: Si/ No R: Si/ No R: Si/ No
V_{19} = COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	R: Suficiente/ Insuficiente Procedimiento: Se considera "suficiente", si por lo menos, utiliza cuatro herramientas de comunicación y comercialización.
D1: Folletería D2: Publicidad Radio-TV-Grafica D3: Internet D4: Acción directa de venta D5: Ferias Y workshop D6: Agencias de viajes D7: Entes estatales D8: Otro	R: Si/ No R: Si/ No R: Si/ No I: E-mail, participación en pag. Web, otros R: Si/ No R: Si/ No R: Si/ No R: Si/ No R: Si/ No
V_{20} = ASOCIATIVIDAD	R: Si/ No
V_{21} = BUENA PREDISPOCISION DEL ESTADO PARA LOGRAR EL DESARROLLO DE AGROTURISMO EN LA ZONA	R: Si / No
V_{22} = ARANCEL DE INGRESO A LA CHACRA	R: Si / No
V_{23} = TEMPORADA DE MAYOR AFLUENCIA DE LOS VISITANTES	R: Dic-mar. R: Abr-ago. R: Sep-dic. R:Otra I: NS/NC, indiferente.

V_{24} = CANTIDAD DE VISITANTES ANUALES	R: menos de 100 R: entre 100 y 200 R: mas de 200
V_{25} = PROCEDENCIA DE LOS VISITANTES	R: Locales R: Regionales R: Nacionales R: Extranjeros
V_{26} = FORMA DE ARRIBO, DE LOS VISITANTES, A LAS CHACRAS	R: Vehiculo propio R: Auto de alquiler R: Bus de excursion R: Otro I: taxi, etc.
V_{27} = GRUPO ETARIO DE LOS VISITANTES	R: Niños R: Jovenes R: Adultos R: Tercera edad
V_{28} = TIPO DE COMPAÑIA DE LOS VISITANTES	R: Individual R: Parejas R:Familias R: Escolares/ Estudiantes R: Otro

3.4.4. Presentación de los resultados

Una vez que -previa aplicación de las técnicas de análisis estadístico- obtenemos los resultados de nuestra investigación, procedemos a su exposición. Esto puede hacerse mediante representación gráfica[37] (por ejemplo sectoriales, curvas, diagramas de barras) o representación numérica.

La representación gráfica tiene por objetivo, además de resumir la información, producir un impacto visual, es un modo más serio de resumirlos a la vez que facilita una interpretación objetiva y cuidadosa. [38]

En el siguiente capitulo procederé a abordar los diferentes aspectos que conforman mi objeto de estudio y realizaré el análisis de la información recolectada mediante los instrumentos elegidos. Asimismo desarrollaré la información que he obtenido durante el proceso de la investigación, basándome principalmente en la tabulación de los datos que he realizado, en la representación gráfica, como así también en mis propias subjetividades.

[37] Ver Representación gráfica en Anexo p.10-14

[38] García Pérez, Vicente y Tomé Pérez Enrique. *Metodología de la investigación.* Libro electrónico en www.enferpro.com/curso.htm

Capítulo 4

DESARROLLO - CORPUS DE ANÁLISIS

4.1. Marco Referencial del desarrollo del agroturismo en la provincia del Chubut.

4.1.1. Agroturismo en Chubut

"La Provincia del Chubut cuenta con Estancias situadas en la costa, la meseta o en la cordillera que alojan a turistas, que llegan con el afán de integrarse a una vida más natural, más auténtica, revalorizando las costumbres del campo y de su gente. También se pueden conocer chacras distribuidas en los valles 16 de Octubre en las proximidades de Trevelín, del río Chubut (abarcando Trelew, Gaiman y Dolavon), en el Municipio Rural de Sarmiento o en localidades de la Comarca Andina del Paralelo 42º. En todos ellos el turista podrá visitar establecimientos agroturísticos donde se realizan circuitos basados en mostrar su producción. Quesos caseros, frutas finas, conservas de hongos, hidroponía, cultivos de frutas y vegetales, dulces y licores artesanales, son algunos de los productos que se pueden adquirir después de conocer los secretos de su producción o elaboración".[39]

El párrafo anterior ha sido citado ya que, aclara lo que pretendo decir a partir de la información obtenida en el presente trabajo sobre las actividades de agroturismo que se destacan en la provincia del Chubut. Las mismas son justamente aquellas que se encuentran en las zonas donde se aplicó "el Programa de agroturismo para la Provincia del Chubut", de lo cual puede deducirse que, el agroturismo es una actividad bastante nueva y que está en vías de desarrollo.

"El programa se inició en septiembre del 2000, y consistió de dos etapas: Capacitación y Asistencia Técnica a grupos de productores, las cuales se completaron durante el 2001 y se llevaron a cabo en cuatro áreas de la Provincia de Chubut. Ellas son: **El Municipio de Sarmiento. La Comarca Andina del Paralelo 42** (Epuyen, El Hoyo y Lago Puelo). **La Comarca del Valle Inferior y Medio del Río Chubut** (Trelew, Rawson, Gaiman, Dolavon y 28 de Julio). **La Comarca Los Alerces** (Trevelin, Esquel)"[40]

El Programa se efectuó debido a que la preocupación de los pequeños agricultores y productores rurales de la provincia del Chubut se centraba en las dificultades que condicionaban la producción y la venta o colocación de sus productos tradicionales, "dando origen a una falta de liquidez que afectaba tanto el predio rural como al grupo familiar" .[41]

Con el fin de resolver esas dificultades, el gobierno provincial solicitó al Instituto Interamericano de Turismo sugerir soluciones cuyo eje fuera el uso del turismo como herramienta de desarrollo. De ese modo, con la colaboración de un grupo

[39] http://www.chubutur.gov.ar/es/atractivos/turismo-rural.html
[40] Programa de agroturismo para la Provincia del Chubut, Argentina. Octubre de 2000.
[41] Idem.

de profesionales de la Provincia del Chubut, se efectuó un relevamiento y análisis de la situación existente que arrojó como resultado la formulación del Programa Provincial de Agroturismo. La primera acción del Programa, en carácter de experiencia piloto, se realizó en el Municipio de Colonia Sarmiento, en el sur provincial.

Del Programa en cuestión participaron instituciones gubernamentales y no gubernamentales. Entre las primeras figuran la Corporación de Fomento del Chubut (CORFO Chubut); la Dirección General de Empleo y Formación Profesional, del Ministerio de Gobierno de la Provincia del Chubut; la Gobernación de la Provincia del Chubut, la Secretaría de Turismo de la Provincia y los Municipios de Sarmiento, Epuyén, El Hoyo, Lago Puelo, Trelew, Rawson, Gaiman, Dolavon, 28 de Julio, Trevelin y Esquel. Las instituciones no gubernamentales participantes representan a la Asociación de Guías Profesionales de Turismo del Noreste del Chubut y al Instituto Interamericano de Turismo, Washington DC, EEUU, creador del programa.

El objetivo del Programa fué ofrecer apoyo en sus labores a micro-empresarios rurales de la provincia, a través de la aplicación del Agroturismo, entendido como herramienta que permite fortalecer sus economías dando sostenibilidad a las actividades y tareas tradicionales.
"En particular el Programa pretende jugar un papel significativo en la mejora de la calidad de vida del productor y su familia, aplicando conceptos de sostenibilidad en las áreas rurales y apoyando los esfuerzos tendientes a proteger y conservar el entorno natural en las zonas rurales"[42].

El Programa se compone de dos fases: la primera de capacitación, y la segunda, de asistencia técnica orientada a la asociatividad. La fase de *capacitación*, planificada a nivel individual y grupal, tiende a que los participantes puedan "aumentar su capacidad y competencia para desenvolverse adecuadamente y competir en el medio económico que les es familiar y además estar en capacidad de organizar, dirigir y operar sus microempresas rurales como prestadoras de servicios de agroturismo" [43]. Por su parte, la fase de *asistencia técnica* se dirige a la creación de un grupo asociativo.

El programa de agroturismo tuvo a lo largo de su desarrollo distintas instancias, "al principio se caracterizo por una gran dinámica de las actividades previstas como producto del entusiasmo de los participantes directos, los productores, que movilizaban a sus pares, a las autoridades locales, y presionaban al gobierno provincial para que se cumplan con las expectativas generadas, luego, debido los cambios de los funcionarios políticos, disminuyo este apoyo hasta desaparecer, cuando las nuevas autoridades de CORFO, consideraron al Programa Agroturismo como una actividad superflua que no-tenia nada que ver con su misión institucional, por lo cual le quitaron todo apoyo presupuestario"[44].

Como consecuencia de ello, "el programa mudó de organización a la Secretaria de Turismo Provincial, en la cual las dificultades continuaron, y las acciones sólo se siguieron desarrollando debido a que el financiamiento era externo al presupuesto provincial.

[42] Programa de agroturismo para la Provincia del Chubut, Argentina. Octubre de 2000.
[43] Idem.
[44] Idem.

El Programa tuvo continuidad, hasta el 20 de Diciembre de 2001, a partir de esta fecha por las razones institucionales y políticas del país, las tareas del Programa se redujeron, y en el caso particular del grupo de productores de la Comarca Los Alerces, hasta la fecha no se ha podido completar la asistencia técnica y tutorías previstas en el diseño original del Programa.

Asimismo, en octubre de 2002, se realizó en Comodoro Rivadavia el 1er taller internacional de Agroturismo[45] y luego continuó con acciones de capacitación y divulgación organizadas por los propios grupos asociativos y apoyadas en muchos casos, por los gobiernos municipales locales, tal es el caso de los encuentros semestrales que reúnen a los productores y sus organizaciones de manera rotativa por localidades de la provincia.

Cabe aclarar que, según la información obtenida, entre los circuitos turísticos de la provincia más destacados se encuentra el que se puede disfrutar en las localidades de El Hoyo, Lago Puelo, Epuyen y El Bolsón, en la Comarca Andina del Paralelo 42. Allí las pequeñas unidades productivas conforman un circuito agroturístico muy importante, con más de veinticinco establecimientos que ofrecen productos, visitas guiadas e incluso participación en las diferentes actividades productivas, todo complementado con los escenarios naturales de esa región de la cordillera chubutense.

"En la costa, en la meseta o en la cordillera, el turismo rural y el agroturismo son en Chubut una alternativa excelente para vivir la Patagonia".[46]

Es importante destacar que la provincia del Chubut está en tercer lugar luego de Buenos Aires y Mendoza respectivamente, en relación a la cantidad de establecimientos rurales[47], lo cual nos da la pauta de la importancia otorgada a la actividad agroturística a nivel provincial. Cabe aclarar también que la provincia del Chubut cuenta con la ventaja de pertenecer a la Patagonia, ya que las características ambientales y culturales de la región patagónica, la existencia de mitos, como también el hecho de que La Patagonia constituye una marca y un destino turístico en sí mismo, generan condiciones propicias para el desarrollo del Turismo rural en general y del Agroturismo en particular, considerando además la existencia de un mercado de demanda creciente por este tipo de propuestas con la posibilidad de tener contacto directo con la naturaleza.

4.1.2. Marco legal

Ante la gran variedad de sitios para conservar que posee la provincia del Chubut y la imperiosa necesidad de hacerlo, debido a que por diversos factores estos sitios pueden perder sus condiciones, y sumado a esto las condiciones económicas insuficientes del Estado provincial para proveer formas efectivas de protección de tantos sitios de variadas características, es que surge la idea de crear una figura que facilite el control y el cuidado para estos sitios.

Surge una figura denominada *Custodio Rural* que cuenta con la particularidad de hacer socios en el cuidado de los recursos a los propietarios de las tierras, delegando responsabilidades de control y administración de

[45] Ver 1º Taller Internacional de Agroturismo en Anexo p.57
[46] http://www.chubutur.gov.ar/es/atractivos/turismo-rural.html
[47] Fuente: Dirección de Desarrollo de la Oferta, Secretaría de Turismo de la Nación. Junio 2005. Ver cuadro y grafico: NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS POR PROVINCIA Y TOTAL PAÍS en Anexo p.1-2

atractivos naturales o culturales de interés turístico, basados siempre en que el turismo en la naturaleza es la actividad económica con más posibilidades y además una forma de conservar nuestros recursos. Esta figura fue creada por Ley Nº4217 en el año 1996 y se reglamenta por Decreto Nº1490 en el año 1999, y deben cumplimentar la solicitud correspondiente de los atractivos naturales y/o culturales de interés turístico.

Los propietarios que se inscriban como custodios reciben del Estado la delegación de la administración y control de los atractivos turísticos y pueden realizar diversas prestaciones turísticas autorizadas y apoyadas por el propio Estado. Además como el Organismo Provincial de Turismo[48] es autoridad de aplicación de esta normativa, debe consensuar con las distintas autoridades competentes para que dentro del predio del custodio, el manejo de los distintos recursos se realice siguiendo los mismos lineamientos y compatibilizando los objetivos de conservación con el uso sostenible de los mismos para un manejo integrado del ambiente.[49]

Sin embargo y según lo dicho por Laura Ilarri[50] la Ley de custodios es para fomentar las áreas protegidas privadas de todo el territorio de la provincia, de aquí surge una incoherencia al incluir a Península Valdés que, para entonces, ya era un Área Protegida. Por eso años mas tarde se derogó el Artículo que incluía a Península Valdés. Los establecimientos rurales del VIRCH no necesitan ser Custodios ya que sus principales atractivos son recursos naturales y culturales no productivos o antropizados. Es una opción del propietario, pues la Secretaria de Turismo y Áreas Protegidas no obliga a que sean Custodios Rurales.

Asimismo se crea en el año 1998 la Resolución Nº 061/98 que aprueba el Registro Provincial de Prestadores Turísticos pero no especifica respecto a prestadores en Espacios Rurales, refiere principalmente a prestadores turísticos asentados en Áreas Protegidas.

Finalmente en el año 2002 se aprueba la Resolución Nº138/02[51] siendo esta la única que afecta a mi objeto de estudio, agroturismo en el VIRCH, la Resolución 138/02 incluye en el Anexo1 la Reglamentación de Emprendimientos Turísticos en Espacios Rurales. Esta Resolución en su Articulo 1º establece que el Organismo Provincial de Turismo será la Autoridad de Aplicación de la presente Reglamentación y tendrá a su cargo el Registro Provincial de Emprendimientos Turísticos en Espacios Rurales. Además en su Articulo 2º define los conceptos de Turismo Rural, Agroturismo, Turismo alternativo o activo, Establecimientos Rurales y Micro emprendimientos Rurales.

Según mi opinión, la aprobación de la Resolución 138/02 con respecto al tema agroturismo en el Valle Inferior del Río Chubut es un paso importante para lograr el desarrollo del agroturismo en la zona, asimismo es importante que el crecimiento esté acompañado de regulaciones, pero que éstas existan antes de lograr el desarrollo y no después, pues esto es beneficioso para acompañar un mayor número de iniciativas de calidad y menos problemas respecto a ofertas sin registrar.

---

[48] La Ley Provincial 3258 crea el Organismo Provincial de Turismo y su Constitución; le da facultades y atributos; crea la figura de Presidente del OPT, quien puede firmar Resoluciones.
[49] Ley Provincial Nº4217: Custodio Rural.
[50] La Lic. Ilarri, Laura es jefe del Departamento de Desarrollo y está a cargo del Área de Capacitación y Turismo Rural de la Secretaria de Turismo y Áreas Protegidas de la Provincia de Chubut en la actualidad.
[51] Ver Resolución 138/02 en anexo p.3

4.2. Diagnóstico de los emprendimientos que conforman la oferta de agroturismo en el VIRCH.

4.2.1. Agroturismo en el Valle Inferior del Río Chubut

El objeto de estudio elegido corresponde a espacios agrícolas que, resultan apropiados para el desarrollo de modalidades agroturísticas. Son, en síntesis, espacios dedicados a usos productivos que conjugan conservación y producción, en zonas de alto valor cultural y natural de una región.

El Valle Inferior del Río Chubut, VIRCH, es el asiento de cinco municipios: Trelew, Rawson, Gaiman, Dolavon y 28 de Julio. Constituye una de las áreas seleccionadas dentro del Programa Provincial de Agroturismo.
Durante la fase de capacitación del Programa en el año 2000 (descripto en el presente capítulo), participaron **treinta** microempresarios rurales de los cuales **ocho** conformaron el grupo asociativo denominado "Valle del Río Encantado" y en la actualidad solamente **cinco** forman parte del mismo. El consorcio "Valle del Río Encantado mantiene interconexión con los otros grupos del mismo perfil distribuidos en la geografía provincial, la Red Provincial de Agroturismo compuesta además por la Comarca Andina del Paralelo 42, Los alerces y Sarmiento Verde, para intercambiar experiencias, unificar códigos y mantenerse informados"[52].
Para fines del año 2003 Integraban el consorcio "Valle del Río Encantado" los siguientes ocho establecimientos: "Bod Iwan", "Don Julio", "Dan y Coed", "Bontempo", "Las Piedras", "El Ceibo", "Narlú" y "Granja Loma Grande".
Y hasta el mes de Marzo de 2006, el consorcio solamente está integrado por cinco establecimientos: ''Bod Iwan", "Las Piedras", "Loma Grande", "Don Julio" y "Dan y Coed."
En general se trata de establecimientos agropecuarios, en parcelas que no superan las 50 has, denominados chacras.
Tradicionalmente, la mayoria de los emprendimientos estaban dedicados al cultivo de forrajeras y la pastura de animales para engorde, las actividades de huerta y frutales sólo se realizaban para consumo familiar.
En todos los casos, los establecimientos, complementan sus funciones originarias con la actividad turística, destacando que, en lineas generales, todos los establecimientos presentan caracteristicas similares pero, tambien puede apreciarse que cada uno de ellos puede ofrecer distintas actividades .

[52] Según lo dicho por el productor Eduardo Evans, chacra 131, "Granja Loma Grande". Febrero 2006.

4.2.2. Reconocimiento de los micro emprendimientos rurales turísticos del VIRCH

Hasta el día treinta del mes de Marzo del año 2006, en el Valle Inferior del Río Chubut, desde la ciudad de Trelew hasta Dolavon, se encuentran ubicados varios establecimientos donde se ofrece agroturismo, allí el visitante puede conocer sobre las diferentes técnicas de crianzas y cosechas y se muestran y explican las actividades productivas.

Se puede disfrutar de un ambiente tradicional, presenciar actividades de campo, degustar platos típicos regionales y eventualmente pernoctar.

Los establecimientos pueden ser visitados en forma particular, o en pequeños grupos, abonándose en muchos de ellos una tasa de ingreso para recibir la visita guiada al predio, además se ofrece la degustación de productos y/o adquisición de licores, dulces, repostería artesanal, flores, frutas y verduras, chacinados, aromáticas y servicios de comedor rural, mini museos, actividades recreativas, etc

Se detalla a continuación un listado de los micro emprendimientos rurales que constituyen la oferta agroturística del VIRCH:

- *Loma Grande*
- *Dan y Coed*
- *Don Julio*
- *Bontempo*
- *Quintas Narlu*
- *El Ceibo*
- *Bod Iwan*
- *Los Mimbres*
- *Las Robinias*
- *Las Piedras*
- *El comedor del chacarero*
- *El Rincon de la noria*
- *La Hernerita*
- *Los Horneros*
- *Plant Glas*
- *San Andres de Cañico*

Segun la información oficial proporcionada, a partir de páginas Web de la Secretaría de Turismo de la Provincia del Chubut[53] *y la Secretaría de Turismo de Nación*[54]*, s*e han identificado dieciséis Establecimientos (identificados al 31-03-06) que ofrecen agroturismo en el VIRCH. Los establecimientos se identificaron en una primera instancia a partir de la WEB y posteriormente en mi salida de campo.

Las unidades han sido seleccionadas según características que resultaron de relevancia. Al considerar que en grupos de población pequeños, la observación se puede dirigir, prácticamente, a la totalidad de sus miembros, se han investigado los dieciséis casos o elementos de la población objeto de estudio.

[53] www.chubutur.gov.ar
[54] www.sectur.gov.ar

4.2.3 Análisis de las dieciséis encuestas realizadas a los propietarios prestadores de servicios de los micro emprendimientos agroturísticos del VIRCH.

A partir de las dieciséis encuestas realizadas[55] y los datos procesados[56] se obtienen las siguientes conclusiones:

- Sobre la base del universo de estudio (dieciséis emprendimientos rurales) es importante saber que el 74% del total (ver gráfico 1 en anexo), es decir doce, se hallan en el departamento de Gaiman facilitando un recorrido que puede concentrar la visita de un mayor número de chacras en menor tiempo. Así mismo entre los departamentos de Trelew y Dolavon se completa el circuito de las chacras, albergando a las cuatro restantes y existiendo una distancia máxima que no supera los 30 km.
- La mayoría de las chacras se ubican a más de 20 km del aeropuerto de la ciudad de Trelew, lo cual no impide que las personas lleguen a las mismas. Lo importante aquí es que todas distan a menos de 10 km de la Ruta Nacional Nº 25 y un 75% se halla entre 10 y 20 km de la Ruta Provincial Nº 7. Para los tramos que se recorren en la zona, éstos kilómetros no significan grandes distancias. Respecto a los accesos, todas las chacras cuentan con caminos asfaltados o consolidados de ripio, y transitables todo el año, así como también con la presencia de caminos alternativos. Sin embargo una observación a tener en cuenta es la carencia de señalización adecuada para llegar a los establecimientos, lo cual supone un inconveniente para el fácil ingreso a los mismos. (Ver gráfico 2, 3, 4 y 5 en anexo).
- Con relación a los atractivos convocantes existe una gran variedad, todos poseen flora, fauna y espacios verdes. También la mitad ofrece su proceso de producción orgánica como atractivo y un 75% dispone de detalles suntuarios y elementos antiguos (de trabajo, de uso personal y adornos, entre otros) lo cual refleja la identidad de las chacras y las historias de antepasados, esto resulta significativo debido a que los emprendimientos están enclavados en una zona con mucho valor histórico cultural fundada por los colonos galeses y presupone un atractivo en si mismo. Un punto a destacar es la presencia de senderos de interpretación ya que son de gran ayuda para las visitas guiadas, así como también para una mejor organización y cuidado de las chacras que se encuentran en producción activa. (Ver gráfico 6 en anexo).
- Respecto a las actividades que desarrollan y ofrecen a los visitantes, estas se hallan intrínsicamente ligadas a los atractivos que presentan, es decir que la huerta y la plantación de árboles se ligan con la flora y, las tareas de corral con la fauna. La opción de visita guiada se relaciona a las dos anteriores ya que integra las mismas en un recorrido. Asimismo hay muchas otras actividades (apicultura, lombricultura, ornitología, cabalgata) que si bien no todas las chacras las ofrecen, complementan a las anteriormente mencionadas y es importante ya que se puede hacer un circuito basado en las diferentes opciones y especialidades. Cabe destacar que todas las chacras cuentan con equipamiento de apoyo ya sea equipos portátiles de comunicación, equipo de supervivencia y 1º

[55] Ver en anexo p.6-7 encuesta modelo (encuestas realizadas a los propietarios de los establecimientos de agroturismo al final del Anexo).
[56] Ver en Anexo p.9 (tabulación de datos); paginas 11-15 (gráficos de resultados)

auxilios, como también la disponibilidad de guías baqueanos que en su mayoría son los mismos dueños los grandes conocedores del lugar, quienes realizan las visitas guiadas y ofrecen sus servicios en un contexto de marcado carácter familiar y hospitalario. Sin embargo, según los datos arrojados con relación a si ofrecían servicios complementarios para actividades recreativas solamente dos contestaron que sí disponía, lo cual es un aspecto negativo ya que ésto impide que el turista además de disfrutar de las actividades propias del agroturismo disponga de otras alternativas de recreación e inclusive dificulta la posibilidad de pasar un día completo en el lugar. (Ver gráfico 7, 8 y 13 en anexo).

- En lo que a alojamiento refiere sólo tres establecimientos disponen del mismo, esto supone en principio una negativa si consideramos que en la zona hay escasez de plazas y que este servicio se integraría a los ya existentes resultando atrayente para la demanda de agroturismo. Ahora bien, se pudo observar que según las condiciones particulares, las prioridades son otras como pueden ser, la mejora de los servicios e instalaciones que poseen. Asimismo todas cuentan con los servicios básicos de agua potable, gas natural, electricidad y sistemas de comunicación que es un gran facilitador para la creación futura de alojamiento. (Ver gráfico 9 en anexo).
- En cuanto al servicio de comedor cabe resaltar que la mitad de las chacras aproximadamente posee el mismo, sin embargo este no se oferta con una carta o menú, sino que debe ser solicitado con anticipación y a pedido (sólo un emprendimiento se dedica exclusivamente al servicio de comedor). En todos los casos se ofrece un menú de comidas típicas que incluye cordero, lechón, vaca, empanadas, tortas y otros productos de elaboración casera. Asimismo disponen de las estructuras adecuadas para tal servicio (Quincho, Comedor, Sala de estar / Living, Estacionamiento y Baños Públicos). Además todas las chacras poseen venta al público de productos de elaboración propia y también disponen de un espacio para la venta de los mismos. (Ver gráfico 10, 11 y 12 en anexo).
- Considerando la capacitación[57] de los Recursos Humanos, se puede decir que trece de los establecimiento cuentan con personal de servicio que ha realizado cursos pero he aquí una observación, la mayoría de estos estuvieron orientados a la manipulación de alimentos, elaboración de dulces y conservas, higiene alimentaria entre otros (en su mayoría dictados en la escuela agrotécnica de la localidad de Gaiman), también puede destacarse la participación en algunos cursos de concientización turística promovidos desde la Secretaria de turismo de la Provincia pero, los cursos que mayores herramientas proporcionaron para la materia "agroturismo" fueron los tres dictados a partir del *Programa de Agroturismo para la Provincia del Chubut*[58]. *D*a la coincidencia de que solamente tres establecimientos cuentan con personas profesionales en turismo (guías de turismo) y justamente ellas son las únicas -del total- que

[57] *"La capacitación:* es un proceso continuo de enseñanza-aprendizaje, mediante el cual se desarrolla las habilidades y destrezas de los servidores, que les permitan un mejor desempeño en sus labores habituales, se debe tener en cuenta que la capacitación es un esfuerzo que realiza la entidad para mejorar el desempeño de los servidores, por lo tanto, el tipo de capacitación, debe estar en relación directa con el puesto que desempeña. Los conocimientos adquiridos, deben estar orientados hacia la superación de las fallas o carencias observadas durante el proceso de evaluación". Fuente: http://www.unmsm.edu.pe/ogp/ARCHIVOS/Glosario/indc.htm#11

manejan otro idioma a parte del español, en los tres casos hablan ingles, con excepción de "los mimbres", cuya propietaria también maneja el alemán. La carencia de estas condiciones en la mayoría de los establecimientos, supone un gran inconveniente a la hora de recibir visitantes, ya que los prestadores están dependiendo entonces de la disponibilidad de personas que puedan realizar las visitas guiadas (por ejemplo) en otro idioma. (Ver gráfico 14 en anexo).

- En lo que a comunicación y comercialización (ver gráfico 15 en anexo) del producto refiere, puede decirse que es insuficiente, la principal herramienta utilizada es la acción de venta directa (el cliente o algún guía de turismo conocido contacta directamente al prestador, en la mayoría de los casos por teléfono) y vía Internet, la mayoría de los establecimientos solamente figuran (aparecen algunas características y un teléfono y/o e-mail para contactarlos) en paginas Web ya sea de la secretaria de turismo de Nación, de la secretaria de turismo de la provincia y en la pagina web de un hobbysta llamada "vistas del valle" pero no disponen de paginas Web propias que el turista potencial pueda visitar (con excepción de "Los Mimbres"). De aquí se puede observar que la mayoría de los visitantes son comunicados en el centro de informes de la localidad de Gaiman o desde diferentes entes estatales ya sea de Trelew o Rawson (aquí los prestadores dejan su folletería); en lo que a Ferias y Workshops incumbe, el acontecimiento mas concurrido por estos prestadores es la "Feria de productos regionales" que se realiza en Gaiman, pero cabe resaltar que la misma no tiene un gran alcance debido a que la mayoría de los visitantes son de la zona, (el establecimiento "Los Mimbres" sí considera la posibilidad de asistir a eventos realizados en Bs. As u otras ciudades). En relación a la publicidad gráfica, en radio y/o TV, puede decirse que la publicidad televisiva e incluso radial es inexistente (solo algunas menciones casuales en canales y radios locales) y respecto a la grafica, solo puede considerarse un diario informativo que se edita mensualmente llamado "Chubut fuerza viva", la aparición en algunas ediciones de la revista "Recorriendo la Patagonia" y una guía de turismo regional; pero en líneas generales la continuidad en las acciones publicitarias es carente (varios de los prestadores comentaron que esto se debía a los costos que implica la publicidad, la falta de equipamiento y capacidad para absorber la demanda). Cabe resaltar que los establecimientos que figuran en los espacios antes nombrados en su mayoría son los que pertenecen al consorcio de agroturismo "Valle del río encantado", hay varios establecimientos que tienen sus propios contactos y se manejan de manera independiente. Por ultimo, importa destacar el hecho de que solamente cuatro de los prestadores trabajan con agencias de viajes y coincide que son justamente aquellos que disponen de personal capacitado y esto supondría un mejor manejo de su producto. Un aspecto a relacionar es el asociativismo[59], ya que se debe considerar que "El programa provincial" antes nombrado promovió la organización y puesta en marcha de grupos asociativos, de aquí el existente consorcio de agroturismo "Valle del río encantado", pero a partir de la información recolectada se observa que solamente cinco (31%) de los

[59] "La *asociatividad* es un mecanismo de cooperación entre empresas, donde cada una de las mismas, sin perder necesariamente su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar de un esfuerzo conjunto con otros participantes para la búsqueda de un objetivo común." Fuente: *Bilancio Guillermo. "La Construcción de alianzas, redes y proyectos asociativos"* VI jornada s de Integración y Desarrollo de Empresas de Salud.1999.

establecimientos forman parte de él ya que varios productores se han retirado del mismo, y a partir de las encuestas e interacción con las diferentes personas implicadas pudo deducirse que esto fue a causa del cansancio de realizar esfuerzos comunes obsoletos, también la falta de apoyo de las diferentes entidades y la falta de consenso interno. Fue un motivo de desacuerdo el hecho de cobrar arancel de ingreso a las chacras, solamente cinco de las dieciséis chacras (31%) cobra un valor de 5$, ya que sus propietarios consideran que las visitas guiadas implican tiempo y eso vale, pero el 69% restante piensa que la ganancia de ellos esta en la venta de productos y que el hecho de pagar mal predispone al visitante. (Ver gráfico 16 y 18 en anexo).

En prolongación a lo anteriormente descrito, es importante considerar que el asociativismo[60] permite trabajar en colaboración y realizar la divulgación de los servicios en forma conjunta (Integrando la oferta individual de cada chacra a una estrategia promocional común y en red para informar e identificar el servicio), como también es de importancia tener en cuenta la incidencia de la intermediación que puede darse en tres estadios diferentes: en las fases previas, durante y después del viaje, tanto en la información comunicación al cliente y la venta del producto como cuando el cliente vuelve a su punto de origen y las acciones a desarrollar se encuadran dentro del ámbito del marketing con el objetivo final de fidelizar al cliente.

- Otro aspecto a relacionar es la buena predisposición del Estado para lograr el desarrollo de agroturismo en la zona (ver gráfico 17 en anexo), el resultado que se obtuvo fue que solo un 50% contestó que si, argumentando la ayuda para el financiamiento de los cursos que incluía "el programa provincial" y la mención en paginas de Internet de los establecimientos y servicios de agroturismo disponibles en la zona como también alguna colaboración para folletería, pero el otro 50% considera que ..."El Estado no hace todo lo que podría y la presencia del mismo, en líneas generales, deja mucho que desear"...[61]
- Respecto a las características de la demanda de agroturismo en el VIRCH, cabe resaltar que las chacras son visitadas principalmente por familias y parejas que arriban, en su mayoría, mediante vehículo propio, auto de alquiler y también muchos llegan al lugar en taxi (muy pocos reciben la visita de buses de excursión). Si hablamos de procedencias, se recibe la visita tanto de residentes de áreas urbanas vecinas o cercanas (regionales) como también turistas del territorio nacional y extranjero. En todos los casos, la época del año o temporada de mayor afluencia de visitantes es en vacaciones de verano (diciembre-marzo), pero también en los periodos entre Abril-Agosto y Septiembre-Diciembre se reciben turistas ya que los mismos vienen atraídos principalmente, sea por; las ballenas (la temporada de avistaje se extiende desde el mes de junio hasta mediados de diciembre); los pingüinos (desde principios de septiembre hasta noviembre) o el Eisteddfod (el programa festival esta dividido en dos fechas; para septiembre en Gaiman, el Eisteddfod de la juventud; para octubre el Eisteddfod del Chubut) . Pero cabe resaltar que pese a tener en la zona atractivos como estos, de gran importancia y ya consolidados, la cantidad aproximada de visitantes anuales a las chacras del VIRCH es menor a 100 en la mayoría de los casos. (Con excepción

[61] Fuente: comentario textual extraído de las encuestas realizadas a los propietarios.

de “Los Mimbres”, que realiza su propia comercialización; “Quintas Narlú”, especializado en la venta de dulces; “El comedor del chacarero”, se dedica exclusivamente al servicio de comedor y “Loma Grande”, quien dice recibir mas de 200 ya que trabaja mucho con estudiantes). (Ver gráficos 19, 20, 21 y 22 en anexo).

El análisis realizado sobre cada una de las variables que se tuvieron en cuenta para el avance de la investigación conducen a identificar los factores mas relevantes que afectan el desarrollo del agroturismo en los micro emprendimientos del VIRCH.

Asimismo, considero necesario ampliar esta información obtenida con aquella que se obtuvo mediante la entrevista realizada a la Licenciada Ilarri Laura, quien es un informante clave ya que actualmente desempeña la función de jefe del Departamento de Desarrollo y está a cargo del Área de Capacitación y Turismo Rural de la Secretaria de Turismo y Áreas Protegidas de la Provincia de Chubut. La entrevista se realizó, vía e-mail, principalmente para obtener mayor precisión sobre la demanda de la zona pero también se consideraron otros aspectos que refieren al objeto de estudio elegido.

4.2.4 Análisis de la entrevista realizada[62] a un funcionario de turismo.

Cabe destacar que solamente se ha obtenido la respuesta de un sólo funcionario en turismo pese a haber insistido y solicitado la colaboración de otras personas, de las cuales también consideraba interesante obtener opiniones pero, lamentablemente, no he recibido respuesta. Igualmente el principal informante clave, teniendo en cuenta el cargo que desempeña, sí ha colaborado y del análisis de la entrevista con la Lic. Ilarri, se destacan los siguientes datos arrojados:

-Respecto a la llegada de visitantes a los micro emprendimientos agroturísticos del VIRCH, considera que, los principales centros emisivos de demanda son Capital Federal, Gran Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe.
-Según su opinión, señalando aspectos reales y potenciales, la demanda para realizar agroturismo en la zona se caracteriza por un perfil de turista que se interesa por las diferentes expresiones del hombre productivo, por las diferentes culturas y costumbres, el turista es mas curioso y desea participar de su estilo de vida. La demanda no se perfila claramente como un turista de naturaleza, sino como uno ocasional que busca "cosas para hacer" durante su permanencia en un destino de estadía como es Puerto. Madryn o Trelew.
-Respecto a los recursos turísticos de la zona de influencia que puedan complementar la oferta turística de los micro emprendimientos agroturísticos del VIRCH la entrevistada considera que, por lo general, el Agroturismo complementa a los atractivos zonales: Península Valdés, Pta. Tombo; la visita a las chacras se hace si les queda tiempo libre o un día libre. Aclara que en el caso de Posada “Los Mimbres” , se aprovecha el alojamiento agroturístico por ser punto de distribución hacia los atractivos locales.

[62] Ver entrevista modelo en Anexo p.8 y entrevista realizada en la última pág. del Anexo

Cabe destacar que, según los datos arrojados en las encuestas a los propietarios, la Posada “los Mimbres” dispone de personal capacitado en turismo y utiliza varias estrategias para comercializar su producto, como asimismo se maneja de manera independiente.

-Con respecto a la evolución de la demanda turística en la región, según su opinión, a partir del año 2003 hasta el presente, el turismo rural va creciendo día a día, los destinos de naturaleza van consolidándose y fortaleciéndose con mayores ofertas de atractivos y servicios, asimismo, la provincia del Chubut, se vio favorecida por el incremento de turistas nacionales e internacionales, (estos últimos favorecidos por el cambio monetario y quizás mas segmentados en un perfil ecoturístico) desde el año 2002 hasta la actualidad. A su vez el turista se vuelve mas exigente con los destinos, (atractivos ,equipamiento, servicios, etc) implicando un mayor esfuerzo para mantener la competitividad.

-Considera que los factores mas relevantes que posibilitan el desarrollo del agroturismo en el VIRCH implican el correcto diseño del producto, la orientación del mismo según el perfil de la demanda que desean trabajar y la correcta estrategia de comunicación y distribución.

-Con relación a los factores mas relevantes que limitan el desarrollo del agroturismo en el VIRCH opina que, hay poca información sobre los establecimientos que ofrecen agroturismo, falta desarrollar el producto turístico, también les falta capacitación en manejo de grupos y atención al cliente. El producto no tiene estrategias claras de comunicación, falta señalización por el Valle para llegar a cada establecimiento. Asimismo, reconoce como factores importantes para el desarrollo del agroturismo en el VIRCH: el asociativismo, la capacitación turística y la aplicación de una adecuada estrategia de comercialización y explica que, “el Asociativismo es la forma de consolidación del producto, aunando esfuerzos , atractivos, infraestructura, recursos económicos, mas tratándose de productos similares, la capacitación es la herramienta que le dará soltura, seguridad, y gestión para optimizar su emprendimiento. La estrategia de comercialización es imprescindible para poner en marcha el producto, para efectivilizarlo y que se introduzca y consolide en el mercado”.

decir

-La Licenciada manifiesta que, pese a que actualmente, los establecimientos agroturísticos del VIRCH que forman parte del consorcio de agroturismo del "Valle del Río Encantado" cinco (Bod Iwan, Las Piedras, Loma Grande, Don Julio y Dan y Coed), los establecimientos agroturísticos del VIRCH que están registrados en la Secretaria de la Provincia del Chubut son cuatro (falta Dan y Coed). También están inscriptas Quintas Narlu y Posada Los Mimbres que no están asociadas al Consorcio, pero ofrecen el Producto agroturístico.

Cabe destacar que según la salida a campo e investigación del presente trabajo, son dieciséis los establecimientos de agroturismo que se han identificado en el VIRCH, esto lleva a deducir que hay muchos emprendimientos que no se han registrado en la Secretaria de Turismo y tampoco forman parte del consorcio de agroturismo, o sea se podría decir que se manejan de manera independiente y aislada.

-Señala que, las acciones por parte de la Secretaria y demás Entes turísticos para la comunicación y comercialización del producto agroturismo en el VIRCH incluyen: publicación en Internet, elaboración de folleteria, ayuda económica para asistir a eventos relacionados con el agroturismo, notificación de cursos de capacitación, auspicio de eventos gestionados por el Consorcio.

-Respecto a la existencia de programas o cursos de capacitación para los prestadores de servicios de agroturismo en el VIRCH, Justamente del 16 al 19/5

se comienza a dictar el curso de Formación y Organización de Micro emprendimientos en Trelew donde fueron convocados con una carga de 20 horas. La entrevistada informó que aparte del "Programa de agroturismo para la provincia de Chubut", hasta el momento, también se han dado Talleres de Agroturismo y Turismo Rural desde la Secretaría de Turismo. Asimismo, desconoce la existencia de estudios realizados sobre las características de la demanda de agroturismo en el VIRCH y no tiene conocimiento sobre si se está haciendo algún plan de desarrollo de agroturismo en la zona.

Con el objeto de obtener mayor precisión sobre la demanda de agroturismo en el VIRCH se obtuvieron datos estadísticos a partir de los trabajos que se han encontrado con estudios realizados sobre las características de la demanda turística en la zona.

*4.3 **Análisis de la demanda potencial de agroturismo del VIRCH**.*

Para comenzar a hablar sobre la demanda debemos comprender que significa la misma, entonces, a partir de la explicación que se encuentra en el marco teórico del trabajo, asimismo de mis conocimientos en el tema, puedo decir a modo de resumen que, *la demanda turística de un producto o servicio incluye a* todos aquellos turistas que, de manera individual o colectiva, se desplazan fuera de su lugar de residencia habitual con el objeto de satisfacer sus necesidades de ocio, recreo o descanso entre otras. De la misma manera la demanda real son aquellas personas que efectivamente viajan; y la demanda potencial son aquellas personas que podrían viajar.

La Comarca Península Valdés es una región que abarca una serie de destinos y productos turísticos. El Valle Inferior del Río Chubut forma parte de la misma.
En relación a lo anteriormente dicho y considerando la inexistencia de estudios sobre la demanda de Agroturismo en el VIRCH, la misma se deducirá a partir del análisis de la demanda en general que llega a la zona. En base a los datos obtenidos por cada municipio turístico de la Comarca se abordará la demanda potencial de agroturismo en el Valle Inferior del Río Chubut.
Consideraré las variables que caracterizan la demanda real de estos destinos turísticos como posible demanda potencial de agroturismo en el VIRCH, es decir, considerando a estas ciudades como posibles mercados emisivos.

Los cuatro destinos/municipios mas importantes de dicha Comarca y que albergan a los visitantes son: Puerto Madryn, Trelew, Rawson-Playa Unión y Gaiman, el orden no es al azahar, sino que se debe a la cantidad de plazas hoteleras que poseen: Puerto Madryn (4111), Trelew (1174), Rawson-Playa Unión (286) y Gaiman (94)[63]

[63]Organismo Provincial De Turismo Del Chubut. Responsable: Lic. Piedad M. Losano. “Informe Estadístico - Temporada 2005/06 (PRELIMINAR)”. Rawson, abril de 2006.

RAWSON Y PLAYA UNIÓN[64]

A partir del estudio estadístico efectuado durante la temporada estival 2004/2005, la información que se destaca es que se registraron 12776 pernoctes en Rawson y Playa Unión,

El promedio de estadía varia entre 3 a 6 noches, los turistas mayoritariamente constituyeron **grupos familiares**

Los **mercados emisores** principales de visitantes son:

- *Bs. As. 37.9%*
- *Chubut.....13.1%*
- *Extranjeros.....12.6%*
- *Santa Fé.....8.8%*
- *Cuyo y Litoral.....8.8%*
- *Patagonia Sur.....8.8%*
- *Patagonia Norte.....8.8%*
- *Córdoba.....3.7%*

Con respecto al **medio de transporte** principal de desplazamiento, es el auto particular, 84.8%; el ómnibus se transforma en segunda instancia en el medio de transporte utilizado por los visitantes 15.2%.

El 91, 1% de los visitantes al destino arriban con la **motivación principal** de vacacionar y disfrutar de los atractivos naturales y culturales de la Comarca Península Valdés; en tanto que, el 8.9% lo hace con el objetivo de visitar a sus familiares y amigos.

Este último aspecto es importante a destacar ya que, considerando la cantidad de pernoctes registrados durante la temporada estival (12.776), ese 91% equivale a 11.626 personas que llegan al destino con la motivación principal de disfrutar de los atractivos naturales y culturales de la Comarca Península Valdés, asimismo el hecho de que el principal medio de transporte utilizado es el auto particular, lo cual facilita el desplazamiento y acceso a los micro emprendimientos agroturísticos del VIRCH. Como también cabe destacar que la estadía promedio varia entre 3 y 6 noches, lo cual daría la posibilidad de que estas personas incorporen la actividad agroturística en sus días de turismo y recreación, considerando que la distancia entre Rawson y la mayoría de los emprendimientos agroturísticos es menor a 30 Km.

[64] Dirección de Turismo de la Municipalidad de Rawson. "Estudio Estadístico Turístico, Informe Final Temporada Estival 2004/05 (Diciembre-Marzo)".

PUERTO MADRYN[65]

Estadía promedio mensual de los turistas que ingresaron a la Secretaría de turismo de Puerto Madryn.

Año	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	Promedio
98	2,7	2,8	2,8	3,3	2,6	2,7	3,3	2,9	3	3,7	3,8	3,5	3,1
99	4	4,2	3,9	3,4	3,1	3	3,6	3,4	3,6	3,4	3,3	3,3	3,5
00	4,3	4,1	3,9	3,3	3,3	3,3	3,7	3,2	3,5	3,3	2,9	3,2	3,5
01	4,3	3,8	3,4	3,2	3,3	3	3,6	3,5	3,6	3,3	3,3	3,4	3,5
02	4,1	4	3,6	3,2	3,2	3,5	4	3,5	3.8	3.8	3.6	4	3.7
03	**5,3**	4,8	3,6	3,4	3.9	3.5	3.7	3.4	3.6	3.8	3.3	4	3.8
04	4.8	4.4	3.7	3.9	3.7	3.6	3.8	3.3	3.6	3.5	3.3	3.4	3.7
05	4.3	3.9	**2.1**	3.3	3.4	4.2	3.7	3.2	3.1	3.5	3.1	3.2	3.4
06	4.5	3.8											

Teniendo en cuenta que la ciudad de Puerto Madryn es el principal centro de distribución de Península Valdés y que la estadía promedio mensual varia históricamente entre 3,1 y 3,7, asimismo la mayoría de los turistas vienen con itinerarios ya organizados y estructurados con el objeto primordial de conocer a la ballena Franca Austral, no considero que éste destino sea una de principales centros emisivos de demanda de agroturismo en el VIRCH, sin embargo, cabe destacar que, según los datos registrados, el arribo de turistas durante la temporada estival (15 de Diciembre-15 de Marzo) del año 2005 fue de 112.548 personas, asimismo en la temporada estival del año 2006 fue de 131.122, es decir, que el arribo de turistas aumentó y considero que la evolución de la demanda durante la temporada estival es un aspecto a destacar ya que, la temporada de ballenas se extiende del 15 de junio al 15 de diciembre, lo cual indica que los turistas que arriban durante la temporada estival vienen por otras motivaciones como por ejemplo, disfrutar de la playa y de los atractivos turísticos de la zona, entre los cuales se puede ofrecer “el agroturismo en el VIRCH”.

Respecto a la localidad de Gaiman, no considero que sea uno de los principales centros emisivos de demanda de agroturismo en el VIRCH, teniendo en cuenta su escasez en cantidad de plazas y, en líneas generales, los turistas realizan una excursión a la localidad principalmente para tomar el té gales y conocer las capillas galesas. Pero si creo que los micro emprendimientos de agroturismo en el VIRCH son un gran complemento de los atractivos que ofrece Gaiman.

[65] Secretaria de turismo de la Municipalidad de Puerto Madryn. “Informe de Demanda Turística 2006”.

TRELEW[66]:

Según los datos estadísticos[67], el **arribo de turistas** comenzó a ascender a partir del año 2001 y en el periodo 2002/03 se registraron 72.276 visitantes; 2003/04-81.120 visitantes y 2004-2005 se registraron 91.494 visitantes.

Según la **procedencia:** los turistas son extranjeros (25%) y Nacionales (75%)

TURISTAS NACIONALES SEGÚN PROCEDENCIA
PROVINCIA Bs. As. 55%, SANTA FÉ 12%, PATAGONIA 9%,CAPITAL FEDERAL 7%, CORDOBA 7%, OTROS 10%
TURISTAS EXTRANJEROS SEGÚN PROCEDENCIA
ESPAÑA 16%, LIMÍTROFES 15%, ITALIA 9%, USA/ CANADA 8%
FRANCIA 8%, ALEMANIA 6%, SUIZA 3%, OTROS 35%.

Motivación Turística: Naturaleza 69%, Cultura 13%, Parte del Itinerario 7%, Visitas a familia/Amigos 4%, Otros 7%.
Medio de arribo: Auto 51%, Avión 17%, Bus Excursión 16%, Bus Línea 13%, Otros 3%.
Estadía Promedio: De1 a 3 días 46%; De paso 41%; De 4 a 6 días 9%; Más de 6 días 4%.

A partir de los datos obtenidos y mis conocimientos de la zona, se puede decir que la ciudad de Trelew es el principal centro emisivo de demanda de agroturismo en el VIRCH, considerando también que la distancia desde Trelew a la mayoría de los emprendimientos agroturísticos es menor a 20 KM, es importante destacar que la ciudad de Trelew se caracteriza por ser el principal centro de distribución del VIRCH, en cuanto a los visitantes, en líneas generales, provienen de la provincia de Bs.As principalmente, seguido de grandes ciudades como Santa Fe, Capital Federal y Córdoba, asimismo Patagonia. La principal motivación es la Naturaleza (casi el 70%) y le sigue en segundo lugar la Cultura (13%), ahora bien, el producto agroturismo incluiría varios aspectos de estas modalidades de turismo, es decir, pueden practicarse actividades como avistaje de aves o participar activamente de tareas relacionadas con el campo. Asimismo, los emprendimientos están muy cerca de Gaiman, asiento de la cultura galesa.
También se rescata que del total de los visitantes que arriban a la ciudad, el 25% de los mismos son de procedencia internacional, tener este dato presente es importante debido a que el perfil de los turistas extranjeros es singular, vienen en busca de experiencias relacionadas a la naturaleza y se sienten atraídos por la vida simple y sencilla que se presenta en la zona, asimismo por la comida sana la cual puede relacionarse con la producción orgánica que ofrecen los establecimientos agroturísticos del VIRCH.
Del mismo modo que en Rawson y Playa Unión, el principal medio de transporte utilizado es el auto particular, lo cual implica, como se explicó anteriormente, una facilidad para el desplazamiento y acceso a los micro emprendimientos.

[66] Secretaria de Turismo de la Municipalidad de Trelew, Área Estadística. "Análisis de Demanda Turística-Temporada 2004/2005".
[67] Ver representación gráfica de los datos estadísticos en Anexo p.55

Como se puede observar, hay similitud en las características de la demanda de Trelew con la de Rawson y Playa Unión; respecto a la procedencia, en ambas se destacan en cantidad, los turistas de Buenos Aires, Chubut y Patagonia como también extranjeros. Estas similitudes, en el perfil de los turistas, llevan a deducir que las conclusiones respecto a la demanda de Trelew, en líneas generales, son aplicables a la demanda de Rawson-Playa Unión y viceversa.

A partir de la información recolectada, es claro que la tendencia, sobre la cantidad de turistas que arriban a la zona, es positiva debido a que aumenta.

La ciudad de Puerto Madryn ha registrado una afluencia de 74.219 visitantes para la temporada estival 2004, aumentando la misma a 112.548 visitantes para la temporada estival 2005 y 131.122 para la temporada estival 2006.

La ciudad de Trelew ha recibido en las temporadas (2001/02 – 42.434 visitantes / 2002/03 – 72.276 visitantes / 2003/04 – 81.120 visitantes / 2004/05 – 91.494 visitantes) .

Asimismo durante la temporada estival 2004/05, se registraron 12.776 pernoctes en Rawson y Playa Unión, creciendo para la temporada 2005/06 un 21.5%, es decir, un total de 15.522 pernoctes.

Lo importante de remarcar la evolución de la demanda, se basa en que al demostrar, mediante datos estadísticos, el aumento de la misma a través del paso de los años, puede deducirse la posibilidad de insertar y ofrecer nuevos productos turísticos en el mercado, ahí es donde aparece el producto en cuestión: "El Agroturismo".

Según entrevista personal con Laura Ilarri, sobre la evolución de la demanda turística en la región a partir del año 2003 hasta el presente, en relación al agroturismol considera que […] *el mismo va creciendo día a día, los destinos de naturaleza van consolidándose y fortaleciéndose con mayores ofertas de atractivos y servicios. En particular, Chubut se vio favorecida por el incremento de turistas nacionales e internacionales, (estos últimos favorecidos por el cambio monetario y quizás mas segmentados en un perfil eco turístico) desde el año 2002 hasta la actualidad*[68]. […]

Lo ideal es poder ofrecer el producto agroturismo como una posibilidad más para que el turista que visita la zona aumente sus motivos para elegir el destino o para quedarse un día más, tal como lo explica la Lic. Ilarri, "*Por lo general el Agroturismo complementa a los atractivos zonales: Pla. Valdes, Pta. Tombo. La visita a las chacras se hace si les queda tiempo libre o un día libre".*

En relación a esto se menciona que la estadía promedio de los visitantes de la ciudad de Trelew es en un 41% de paso, un 46% de 1 a 3 días, el 9% de 4 a 6 días y el 4% más de 6 días[69].

Entonces, considerando a la ciudad de Trelew como principal centro emisor de turistas y sabiendo que la cantidad de arribos aumenta, asimismo que la procedencia (25 % extranjeros), y motivaciones (naturaleza y cultura) de los mismos son compatibles con la oferta de agroturismo, respecto a la duración de

[68] Entrevista mantenida a Maria Laura Ilarri Mendoza. Rawson, 16 de mayo de 2006.

[69] Secretaria de Turismo de la Municipalidad de Trelew, Área Estadística. "ANÁLISIS DE DEMANDA TURÍSTICA Temporada 2004/2005".

la estadía puedo decir que, la demanda a la que se debería apuntar es principalmente a los visitantes que se quedan mas de 6 días (4%), teniendo en cuenta que si durante la temporada 2004/05 arribaron a la ciudad 91494 visitantes, entonces la cantidad de turistas que se quedan mas de 6 días es equivalente a 365 visitantes aproximadamente; asimismo aquellos visitantes con una estadía promedio entre 4 y 6 días equivale a 8.234 visitantes aproximadamente.

Según mi opinión, esto se facilitaría con la utilización de una adecuada estrategia de comunicación y comercialización del producto agroturismo, se debe acercar la oferta a la demanda, puntualizar las acciones publicitarias a la demanda potencial. Asimismo para aumentar el porcentaje de los visitantes que se quedan de 1 a 3 días o que están de paso, la buena comunicación del mismo seria de gran ayuda.

Pero un aspecto anterior a tener en cuenta es la correcta planificación del desarrollo del agroturismo, se debe considerar la capacidad de carga de los mismos y su desarrollo a largo plazo.

Antes de utilizar una adecuada estrategia de comercialización y comunicación para atraer la demanda turística, se debe considerar una adecuada **planificación para el desarrollo sustentable**, ya que esto permitirá evitar la posibilidad de que la demanda sature a la oferta y por ende la mala publicidad y posicionamiento del producto.

La zona del VIRCH posee amplios espacios abiertos, sin contaminación y poca población buscados por visitantes que por diferentes motivos llegan a los mismos. Por ende, esta es una característica que no hay que descuidar, se debe tomar en cuenta que la importancia del ambiente en la actividad turística es un aspecto que cada vez atrae más y más la atención de los turistas.

Asimismo cabe aclarar que del ambiente no solo se considera el medio físico sino también su identidad sociocultural. De allí parte la instrumentación del desarrollo sostenible[70], dentro de la concepción de respeto al medio ambiente y a la cultura, la cual conlleva a la participación de la comunidad en el proceso de planificación e implementación de los planes y a las responsabilidades compartidas.

Para la OMT (1993), la planificación sostenible se ha de basar en tres principios fundamentales:

1. La sostenibilidad ecológica que garantiza que el plan de actuaciones sea compatible con el mantenimiento de los procesos ecológicos esenciales, de la diversidad biológica y de los recursos biológicos.
2. La sostenibilidad social y cultural que garantiza que el desarrollo aumentará el control de los hombres sobre sus propias vidas, será compatible con la cultura y los valores de las personas afectadas, y mantendrá y fortalecerá la identidad de la comunidad.

[70] Tras la Conferencia sobre Medio Ambiente y Desarrollo de Naciones Unidas (Cumbre de la Tierra de Río de Janeiro en 1992), con la publicación de la *Agenda 21* y adopción de la misma por 182 gobiernos del planeta, la filosofía de la sostenibilidad ha empezado a extenderse a nivel global. Lo relevante a partir de este momento es que el desarrollo sostenible sobrepasa el campo de la ecología para referirse también a los aspectos sociales, culturales y económicos, llegando hasta el punto que algunos autores como Ramón Folch identifican desarrollo con desarrollo-sostenible. . El concepto de **sostenibilidad** proviene del campo de las Ciencias Naturales, para referirse a la capacidad que tiene cualquier ecosistema para sobrevivir, para sostenerse, como consecuencia de la introducción de cambios en los elementos o en su relación en el sistema.

3. La sostenibilidad económica que garantizará que el desarrollo será económicamente eficiente y que los recursos serán gestionados de modo que se conserven para las generaciones futuras.

El enfoque del turismo de manera sostenible supone una gestión de todos los recursos (agotables) y de los residuos (atendiendo a la capacidad de asimilación de los mismos) de manera que todas las necesidades de tipo económico, social y estético pueden ser satisfechas mientras se mantiene la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida (OMT, 1993).

Como muchas otras actividades turisticas, el agroturismo está en estrecha relación con el medio ambiente, dado que proporciona los recursos que generan dicha actividad. Por ello es necesario identificar los impactos posibles en el medio a efectos de mitigar y propender al desarrollo de un turismo sostenible. Considero que en ese sentido, el agroturismo es una herramienta estratégica de desarrollo social local y económico, puesto que, planificación[71] mediante, hace posible orientar actividades y evitar los daños al ambiente.

[71] Planificación es "la aplicación racional del conocimiento al proceso de adoptar decisiones que sirvan de base a la acción humana". (Sociedad Interamericana de planificación). Molina, Sergio. *Turismo, metodología para su aplicación.* México DF: Trillas; 1991, Cap.5.

4.4 Relevamiento de la estructura turística de la zona con la cual se vincula el objeto de estudio elegido

Para conocer los recursos turísticos de la zona de influencia con la cual se vinculan los micro emprendimientos agroturísticos del VIRCH, considero necesario saber cuáles son los atractivos y servicios que conforman la estructura turística de la zona, para lo cual he realizado un inventario turístico, asimismo habiendo planteado que los micro emprendimientos agroturísticos del VIRCH están ubicados en una región de atractivos de jerarquía, resulta interesante analizar los mismos mediante un inventario turístico.

4.4.1 Inventario turístico

El inventario de recursos turísticos es un catálogo de los "lugares, objetos y establecimientos de interés turístico de un área determinada". La OEA clasifica los recursos en 5 categorías: Sitios naturales, Museos y manifestaciones culturales, Folklore, Relaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas y Acontecimientos programas.

También se hace una clasificación según jerarquías: (según la OEA)

- Jerarquía I: Atractivo con rasgos excepcionales y gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual y potencial).
- Jerarquía II: Atractivo excepcional en un país, capaz de motivar una corriente de visitantes nacionales o extranjeros, ya sea por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos. Jerarquía III: atractivo con algún rasgo llamativo capaz de interesar a visitantes de larga distancia que hubiesen llegado a su zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corriente turística local.
- Jerarquía IV: Atractivo sin méritos suficientes para considerarlo al nivel de las jerarquías anteriores.

La planta turística se clasifica en categorías: alojamiento, alimentación, esparcimiento, otros servicios.

La tipificación permite evaluar la mayor o menor potencialidad de los diferentes tipos de recursos y las relaciones existentes entre planta e infraestructura. [72]

A continuación se detallan las tablas que a modo de resumen describen el inventario turístico[73] correspondiente a los atractivos, recursos y servicios que posee la zona para complementar la oferta turística de los micro emprendimientos agroturísticos del VIRCH.[74]

[72] Bote Gómez, Venecio. *Planificación Económica del Turismo*. México: Trillas; 1997, Cap 5.
[73] Ver inventario completo en Anexo p.15
[74] El inventario turístico es de **elaboración propia**, la información que expone el inventario ha sido seleccionada a partir de la pagina Web de la Secretaria de Turismo de la Provincia del Chubut.

INVENTARIO TURÍSTICO				
ATRACTIVOS				
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
PENÍNSULA VALDES	Sitios naturales	costas	península	Jerarquía 4
Puerto Pirámides	Sitios naturales	Costas	Playas	Jerarquía 4
Isla de los Pájaros	Sitios naturales	Costas	Islas	Jerarquía 3
Punta Pirámide	Sitios naturales	Lugares de observación y fauna		Jerarquía 3
Caleta Valdés	Sitios naturales	Costas	Bahías y Caletas	Jerarquía 3
Punta Norte	Sitios naturales	Lugares de observación y fauna		Jerarquía 3
Punta Delgada	Sitios naturales	Lugares de observación y fauna		Jerarquía 3
DOLAVON	Museos y manifestaciones culturales históricas	Lugares históricos		Jerarquía 3
GAIMAN	Museos y manifestaciones Culturales-históricas	Lugares históricos		Jerarquía 3
RAWSON	Museos y manifestaciones Culturales históricas	Lugares Históricos		Jerarquía 1
PLAYA UNIÓN	Sitios Naturales	Costas	Playas	Jerarquía 2
TRELEW	Museos y Manifestaciones Culturales-históricas	Lugares Históricos		Jerarquía 3
PUERTO MADRYN	Sitios Naturales	Costas	Playas	Jerarquía 4

ACTIVIDADES
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD: TURISMO RURAL EMPRENDIMIENTOS TURISTICOS EN ESPACIOS RURALES
CATEGORÍA: VISITAS CULTURALES Y ACTIVIDADES DEPORTIVAS
ESTACIONALIDAD: Todo el año
UBICACIÓN: Comarca Península Valdés
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD: AVISTAJE DE DELFINES
CATEGORÍA: ESPARCIMIENTO Y VISITA A SITIOS NATURALES
ESTACIONALIDAD: Se encuentran durante los meses de Enero a Marzo.
UBICACIÓN: En Chubut, están en la costa de Puerto Madryn y en el Golfo San José

en la Península Valdés.
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD: AISTAJE DE BALLENAS
CATEGORÍA: ESPARCIMIENTO Y VISITA A SITIOS NATURALES
ESTACIONALIDAD: la temporada de avistajes se extiende desde el mes de junio hasta mediados de diciembre Pero se encuentran de Mayo a Diciembre.
UBICACIÓN Se realiza en Península Valdés, desde la localidad de Puerto Pirámides
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD: AISTAJE DE TONINA OVERA
CATEGORÍA: ESPARCIMIENTO Y VISITA A SITIOS NATURALES
ESTACIONALIDAD: Se encuentran en los meses de Abril a Noviembre
UBICACIÓN: desde la villa balnearia Playa Unión. Dos empresas desarrollan la actividad de avistaje bajo permiso y cuidado de la Secretaría de Turismo y Áreas Protegidas de Chubut y las mismas están ubicadas en el Puerto sobre la desembocadura del Río Chubut.
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD: VISITA A PINGÜINO DE MAGALLANES
CATEGORÍA: ESPARCIMIENTO Y VISITA A SITIOS NATURALES
ESTACIONALIDAD: desde principios de Septiembre hasta Noviembre
UBICACIÓN: Punta Tombo
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD: EISTEDDFOD
CATEGORÍA: ASISTENCIA A ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS
ESTACIONALIDAD: Una comisión Organizadora, elegida en asamblea, elabora anualmente el programa del Festival, dividido en dos fechas. Para septiembre, en Gaiman, el Eisteddfod de la Juventud; para Octubre, en Trelew, el Eisteddfod del Chubut.
UBICACIÓN: Trelew y Gaiman
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD: MUSEOS
CATEGORÍA: VISITAS CULTURALES
ESTACIONALIDAD: Todo el año
UBICACIÓN: En la costa de Puerto Madryn y en el Golfo San José en la Península Valdés.
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD: PALEONTOLOGÍA
CATEGORÍA: VISITAS CULTURALES
ESTACIONALIDAD: Todo el año
UBICACIÓN: Trelew
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD: OCEANOGRAFÍA- ECOCENTRO
CATEGORÍA: VISITAS CULTURALES
ESTACIONALIDAD: El Ecocentro puede visitarse durante todo el año.
UBICACIÓN: Ciudad de Puerto Madryn.
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD: TURISMO DE AVENTURA
CATEGORÍA: DEPORTIVAS
ESTACIONALIDAD: Durante todo el año.
UBICACIÓN: principalmente en Península Valdés, Pto. Madryn y Playa Unión
FACILIDADES TURISTICAS
OTROS SERVICIOS**: AGENCIAS DE VIAJES**
Cantidad
PLAYA UNIÓN = 1

PUERTO MADRYN = 25
RAWSON = 2
TRELEW = 11
ALOJAMIENTOS
Cantidad
GAIMAN = 4
PLAYA UNION = 8
PUERTO PIRÁMIDES = 9
TRELEW = 12
PUERTO MADRYN = 83
RAWSON = 1
ALIMENTACION
Cantidad de lugares que ofrecen servicio astronómico
GAIMAN = 9
PUERTO PIRÁMIDES = 14
RAWSON = 3
TRELEW =18
PUERTO MADRYN = 48

INFRAESTRUCTURA
TRANSPORTE AÉREO
PUERTO MADRYN
AEROPUERTO EL TEHUELCHE
EMPRESAS QUE OPERAN: DENOMINACIÓN/ TIPO/ DIRECCIÓN/ TEL.
TRELEW
AEROPUERTO ALMIRANTE ZAR
EMPRESAS QUE OPERAN: DENOMINACIÓN/ TIPO/ DIRECCIÓN/ TEL.
TRANSPORTE MARITIMO – PUERTOS
PUERTO MADRYN: Muelle Almirante Storni
RAWSON: Puerto Rawson
TRANSPORTE TERRESTRE
EMPRESAS QUE OPERAN: DENOMINACIÓN/ TIPO/ DIRECCIÓN/ TELÉFONO
PUERTO MADRYN
TRELEW
Red Vial
Ruta Nacional Nº 3 / Ruta Nacional Nº 25 / Ruta Provincial Nº 7
Puntos que une
Tipo de calzada
Estado de la Ruta
Señalización
Velocidad Promedio
Distancias en kilómetros desde el Congreso de Buenos Aires hacia:
Dolavon
Gaiman
Puerto Pirámides
Puerto Lobos
Puerto Madryn
Punta Delgada

Punta Norte
Punta Tombo
Rawson
Trelew
Distancias en kilómetros desde Rawson hacia
Dolavon
Gaiman
Puerto Pirámides
Puerto Madryn
Punta Delgada
Punta Norte
Punta Tombo
Trelew

Consideraciones Generales del Inventario turístico:

Entonces, a partir de este relevamiento, puedo decir que *la estructura turística de la zona con la cual se vincula el objeto de estudio elegido,* los micro emprendimientos de agroturismo del Valle Inferior del Río Chubut, ofrece la posibilidad de realizar un recorrido variado en lo que a productos turísticos refiere y cuenta con la infraestructura y las facilidades turísticas necesarias para tal fin.

A modo de resumen, destacaré que en la zona hay ciudades como Puerto Madryn, Trelew, Rawson, las cuales son Centros de Distribución para conocer atractivos de jerarquía nacional e internacional comprendiendo desde sitios naturales hasta manifestaciones culturales asimismo, realizar actividades varias tanto deportivas, culturales, de naturaleza, esparcimiento, museos, paleontología; la zona ofrece la posibilidad de conocer importante fauna marina en Península Valdés, el Ecocentro (oceanario, primer espacio del país dedicado a la interpretación de los ecosistemas marino para el conocimiento y la protección del mar) en la ciudad de Puerto Madryn, el Museo Paleontológico Egidio Feruglio, ubicado en Trelew (uno de los museos más importantes de Sudamérica), además también el Parque Paleontológico Bryn Gwyn; la ciudad de Gaiman, antigua colonia galesa que conserva sus tradiciones (el té y las capillas galesas); Dolavon (a 35 Km.) conocido por sus norias y donde aún funciona el primer molino harinero de la zona dado al excelente trigo que se cosechaba en la región. Hacia la costa, en la desembocadura del Río Chubut, se encuentra el Puerto de Rawson y Playa Unión, una villa balnearia para disfrutar de la playa y avistar toninas overas.

CONSIDERACIONES FINALES

*5.1. **Análisis FODA[75] del producto Agroturismo en el VIRCH** [76]*

Este análisis es de elaboración propia y se ha realizado a partir de las fuentes consultadas, los instrumentos utilizados y también los conocimientos propios considerando que soy oriunda y he vivido en la zona del VIRCH.
Se elaboró con la finalidad de responder el problema, asimismo, considerando la hipótesis y objetivos planteados en la investigación.

FORTALEZAS

- Espacios abiertos, sin contaminación, poca población.
- Todos los establecimientos están rodeados de un paisaje natural muy pintoresco.
- Nueva visión de productores para la incorporación del agroturismo en su actividad tradicional.
- Micro emprendimientos agroturísticos asociados en el Consorcio "Valle del Río Encantado".
- Reconocimiento de la importancia del agroturismo en las diferentes localidades del VIRCH.
- RRHH, Todos los emprendimientos disponen de guía baqueano y personal de contacto de las chacras que conoce de producción agrícola-ganadera, es hospitalario y ofrece un ambiente familiar.
- Cercanía en distancia entre los micro emprendimientos agroturísticos del VIRCH, lo cual facilita un recorrido que puede concentrar la visita de un mayor número de chacras en menor tiempo.
- Cercanía en distancia de los micro emprendimientos con respecto a Rutas Nacionales y Provinciales.
- Caminos asfaltados y consolidados para el acceso a los micro emprendimientos.
- Los micro emprendimientos poseen variedad de atractivos convocantes y actividades, en su mayoría ofrecen visitas guiadas, muestran el proceso de producción orgánica, poseen senderos interpretativos.
- Cada establecimiento tiene su encanto y se destaca por alguna particularidad como por ejemplo poseer el casco antiguo de la chacra, colección de piedras indígenas, invernáculos de rosas y claveles, entre otras.
- Todos los emprendimientos disponen de los servicios básicos de agua potable, gas natural, electricidad y sistemas de comunicación, asimismo de equipo de primeros auxilios.
- Gran parte de los establecimientos ofrecen servicios de comedor de comida casera y disponen de estructuras adecuadas para tal servicio, ya

[75] Las **Fortalezas y Debilidades** son las variables internas, y las **Oportunidades y Amenazas** son variables externas de la unidad de análisis, o sea las ventajas y desventajas respecto al entorno y al contexto que las rodea. (Contexto es el todo y entorno es la parte significativa del contexto). Levaggi, Gero. Herramientas para análisis de marketing estratégico, análisis FODA. cap 3
[76] Fuente: **Elaboración propia** a partir de la información obtenida durante la Investigación.

sea quincho, comedor, estacionamiento, baños públicos, entre otros.

- La temporada de mayor afluencia de visitantes es en verano pero, durante el otoño y la primavera los micro emprendimientos también reciben turistas ya que los mismos vienen atraídos por otos atractivos de la zona y complementan sus actividades con el agroturismo en el VIRCH.
- Los emprendimientos son visitados por turistas regionales, nacionales y extranjeros.

DEBILIDADES

- Escasa participación y colaboración de propietarios con la Secretaría , en cuanto a inscripción en el Registro Provincial y en el envío de datos estadísticos.
- No existen programas de consultas a organizaciones y áreas de gobierno, sobre acciones agroturísticas a desarrollar.
- No existen hasta ahora planificaciones para el agroturismo, ni estadísticas de investigaciones sobre la demanda turística de agroturismo en el VIRCH.
- Para los que están ubicados sobre la costa del río, tienen permanente amenaza de los desbordes e inundaciones por efectos del mal manejo del caudal del río.
- Carencia de señalización adecuada para llegar a los establecimientos.
- Pocos emprendimientos ofrecen servicios complementarios para actividades recreativas para que el turista además de disfrutar de las actividades propias del agroturismo disponga de otras alternativas de recreación e inclusive la posibilidad de pasar un día completo en el lugar.
- Oferta de alojamiento escasa. Pocos establecimientos disponen de alojamiento.
- Falta de experiencia de los productores en el sector turístico. Escasa capacitación de los recursos humanos en relación a la realización de cursos que proporcionen importantes herramientas para el desarrollo del agroturismo, pocos establecimientos cuentan con personas profesionales en turismo, asimismo hay carencia de personas que hablen otro idioma además del Español.
- La comercialización del producto agroturismo en el VIRCH es insuficiente, la principal estrategia utilizada es la venta directa y la comunicación mediante los centros de informes turísticos de las localidades, asimismo la continuidad de las acciones publicitarias es carente.
- Solamente el 31% de los emprendimientos forman parte del consorcio “Valle del Río Encantado” ya que varios de los prestadores se han retirado por falta de consenso interno y otros tienen sus propios contactos y se manejan de manera independiente.
- Varios de los prestadores consideran que no hay buena predisposición del Estado para lograr el desarrollo del agroturismo en la zona.
- Poca afluencia de visitantes. La cantidad anual de visitantes es poca en la mayoría de los casos.
- Debe considerarse la posibilidad de que la demanda de turistas sature la oferta de servicios de agroturismo, asimismo esto requiere que el desarrollo este acompañado de importantes acciones de planificación para

lograr el desarrollo sustentable del agroturismo en el VIRCH.

Oportunidades

- El Banco del Chubut S. A. lanzó una línea de créditos para microempresarios que facilitan la inversión en servicios.
- La Dirección de Turismo Municipal de la ciudad de Trelew llamará el próximo mes de Julio a Concurso Privado de Precios para la señalización denominada "puntos naranjas", para colocar en el ingreso y la parte urbana de la ciudad, con íconos y referencias de los recursos turísticos de la zona, donde figurarán los establecimientos de agroturismo.
- Se dicta en este momento capacitaciones en la formación de micro emprendimientos organizados por la Secretaría de Turismo de la Municipalidad de Trelew, a cargo de un capacitador de la Secretaría de Turismo de Nación[77].
- Existencia de una Red Provincial de Agroturismo compuesta por "la Comarca Andina del Paralelo 42", "Los Alerces", "Sarmiento Verde" y "Valle del Rio Encantado", para intercambiar experiencias, unificar códigos y mantenerse informados.
- Patagonia, imagen y marca de reconocimiento internacional.
- Variedad de atractivos de jerarquía y actividades en la zona
- Amplia disponibilidad de Facilidades turísticas en las ciudades que integran la zona respecto a servicios de agencias de viajes, alojamientos y alimentación.
- Existencia de buena infraestructura disponible en lo que refiere a transporte aéreo, marítimo y terrestre.
- Distancias relativamente cortas entre las ciudades que conforman la zona, ya que para los Kilómetros que se recorren en la región, estos tramos no significan grandes distancias.
- Incremento de visitantes nacionales y extranjeros en los últimos años que busca naturaleza e interactuar con la cultura local.
- Complementariedad con la oferta tradicional.
- Muchos establecimientos se encuentran a poca distancia de recursos culturales (capillas galesas) que constituyen un atractivo más en el diseño de los circuitos.
- Existe un nicho de mercado internacional – Inglaterra – identificado como potencial, dado el interés de los habitantes del mencionado país por conocer la historia de su cultura y las chacras con su producción es una muestra de ello.
- Las noticias sobre productos contaminados hace que la población cercana (turismo interno) recurra a los establecimientos para adquirir cosechas puras y naturales.
- A escasos km. se encuentra Trelew, ciudad que se caracteriza por la diversidad de servicios (alojamiento-restauración).

[77] Ver Artículo de Capacitación en Anexo p.59

- A escasos km. se encuentra la ciudad de Gaiman que está enclavada en un pequeño valle que hace suave y cálido su clima (comparándolo con el clima de la costa).

Amenazas

- La marca Patagonia se reconoce mundialmente por sus recursos naturales y la imagen que proyecta actualmente es exclusivamente la de un turismo orientado a las actividades relacionadas con el avistaje de su fauna.
- Paquetes turísticos estructurados.
- Los itinerarios están programados con muy pocos días de estadía en la zona, lo que repercute en la inserción de otros atractivos en los mismos

Consideraciones generales: El desarrollo turístico en el medio rural se constituye en una alternativa para abrir nuevos espacios de desarrollo y aprovechar las oportunidades de mercado que el agroturismo ofrece al habitante rural que cuenta con recursos naturales y culturales con interesante potencial turístico.

La fortaleza del agroturismo reside en gran parte, en las capacidades del poblador rural para relacionarse con el turista por medio de palabras, actitudes a través del entorno y las actividades propias, como también en la posibilidad para distanciarse de su propia ruralidad para comprender mejor lo que de ellos se espera. Asimismo debe considerarse que la tendencia que se destaca es la personalización del producto turístico, surgida de una nueva demanda que busca la ruralidad y la naturaleza como nueva motivación de sus viajes.

A medida que los prestadores de agroturismo adopten mayor iniciativa y aprovechen de mejor manera sus potencialidades turísticas y los beneficios que se les presentan a través de la actividad turística–por su efecto multiplicador, generador de infraestructura y servicios de apoyo- podrán contrarrestar de mejor forma los efectos negativos que hoy vivencia el campo, desestacionalizar tanto los ingresos como las labores agrícolas tradicionales, permitiendo además ir logrando el desarrollo del producto “agroturismo”.

5.2. CONCLUSIONES

A partir del inventario turístico se puede observar que la zona posee una estructura turística dotada de todos los recursos y servicios para que el visitante satisfaga sus necesidades, lo cual posibilitaría a priori que el producto "Agroturismo en el VIRCH" se desarrolle adecuadamente, considerando también como oportunidad que el área se presenta como estratégica, ya que el turista puede complementar las actividades de agroturismo con actividades de ecoturismo y/o turismo aventura.

Sin embargo, teniendo en cuenta el problema, la hipótesis y los objetivos planteados del trabajo y luego de una ardua investigación y de la información que se ha recolectado y desarrollado, según mi opinión, se destaca el asociativismo, la capacitación y la comercialización como los principales factores que obstaculizan el desarrollo de los micro emprendimientos de agroturismo en el VIRCH.

No obstante a lo largo de la investigación se han detectado otros factores, en base al trabajo realizado y al análisis FODA, que son los siguientes:

Cabe destacar que son dieciséis los establecimientos de agroturismo que se han identificado en el VIRCH, esto lleva a deducir que hay muchos emprendimientos que no se han registrado en la Secretaria de Turismo y tampoco forman parte del consorcio de agroturismo. Asimismo, hay escasa participación y colaboración de propietarios con la Secretaría , en cuanto a inscripción en el Registro Provincial y en el envío de datos estadísticos.

Por otra parte varios de los prestadores consideran que no hay buena predisposición del Estado para lograr el desarrollo del agroturismo en la zona.

No existen programas de consultas a organizaciones y áreas de gobierno sobre acciones agroturísticas a desarrollar, ni tampoco un plan de desarrollo actual de agroturismo en la zona.

Asimismo debe considerarse la posibilidad de que la demanda de turistas sature la oferta de servicios de agroturismo, dado que el desarrollo debe estar acompañado de importantes acciones de planificación para lograr el desarrollo sustentable del agroturismo en el VIRCH.

Tampoco se dispone de estudios con investigaciones sobre la demanda turística de agroturismo en el VIRCH.

A modo de resumen y caracterización, a partir de toda la información obtenida respecto a la **demanda real y potencial de agroturísmo en el VIRCH** y según los datos obtenidos en las dieciséis encuestas y la entrevista realizada, se puede decir que, los micro emprendimientos de agroturismo del VIRCH son visitados principalmente por familias y parejas.

Respecto al **medio de transporte** utilizado, los visitantes arriban, en su mayoría, mediante vehículo propio, auto de alquiler y también muchos llegan al lugar en taxi (muy pocos reciben la visita de buses de excursión). Si hablamos de **procedencias**, se recibe la visita tanto de residentes de áreas urbanas vecinas o cercanas (regionales) como también turistas extranjeros y del territorio nacional (los principales centros emisivos son, Capital Federal, Gran Bs. As., Córdoba y Santa Fe).

La época del año o **temporada de mayor afluencia** de visitantes es en vacaciones de verano (diciembre-marzo), pero también en los periodos entre Abril-Agosto y Septiembre-Diciembre se reciben turistas ya que los mismos vienen atraídos principalmente por atractivos de importancia en la zona como ser las ballenas, los pingüinos o el Eisteddfod.

La demanda para realizar agroturismo en la zona se caracteriza por un **perfil de turista** que se interesa por las diferentes expresiones del hombre productivo, las diferentes culturas y costumbres, es mas curioso y desea participar de su estilo de vida. La demanda no se perfila claramente como un turista de naturaleza, sino como uno ocasional que busca "cosas para hacer" durante su permanencia en un destino de estadía (Trelew, Rawson-Playa Unión). Por lo general el Agroturismo complementa a los atractivos zonales: Península Valdés y Punta Tombo.

Respecto a la **evolución de la demanda turística,** la provincia del Chubut se vio favorecida por el incremento de turistas nacionales e internacionales, (influenciados por el cambio monetario) desde el año 2002 hasta la actualidad. A su vez el turista se vuelve mas exigente con los destinos, (atractivos, equipamiento,etc) implicando un mayor esfuerzo para mantener la competitividad.

Asimismo, la **cantidad aproximada de visitantes anuales** a las chacras del VIRCH es menor a 100 en la mayoría de los casos. Hay *p*oca afluencia de visitantes teniendo en cuenta la demanda potencial de la zona para el VIRCH.

Cabe destacar que los itinerarios turísticos están programados con muy pocos días de estadía en la zona, dado que los Paquetes turísticos son estructurados. Este otro factor que obstaculiza el desarrollo del agroturismo en el VIRCH. Asimismo la marca Patagonia es reconocida mundialmente por sus recursos naturales y la imagen que proyecta actualmente es exclusivamente la de un turismo orientado a las actividades relacionadas con el avistaje de su fauna.

Entre los factores que limitan el desarrollo del agroturismo en el VIRCH también se destaca la escasa información sobre los establecimientos que ofrecen agroturismo ya que el producto no tiene estrategias claras de comunicación, hay una falta de desarrollo del producto turístico y se hace necesario el correcto diseño del producto como así también la orientación del mismo según el perfil de la demanda a captar.
Pocos emprendimientos ofrecen servicios complementarios para actividades recreativas para que el turista además de disfrutar de las actividades propias del agroturismo disponga de otras alternativas de recreación e inclusive la posibilidad de pasar un día completo en el lugar. La oferta de alojamiento es escasa.

Según mi opinión*, la situación ideal* para el desarrollo conveniente de la actividad de agroturismo estará basada primordialmente sobre un amplio concepto de asociatividad sobreponiéndose al individualismo (éste último como factor negativo), una óptima y adecuada capacitación, y por último una intensa estrategia de comercialización otorgarían a los emprendimientos turísticos la posibilidad de insertarse en la oferta existente y de conformar “en conjunto” un producto turístico atrayente.

Sin embargo, *la realidad* que se presenta es otra, pues con respecto al *asociativismo* y como antes se mencionó, durante la fase de capacitación del

Programa provincial de Agroturismo, participaron treinta microempresarios rurales de los cuales ocho conformaron el grupo asociativo denominado “Valle del Río Encantado” . En la actualidad solamente cinco forman parte del mismo, ya que la mayoría de los emprendimientos no están dispuestos a formar parte de un grupo de estas características, debido a que por diferentes razones (la falta de consenso, los contactos individuales, los esfuerzos obsoletos, entre otros) prefieren manejarse independientemente en vez de unirse por objetivos comunes que a mediano o largo plazo beneficien al conjunto.

Es importante considerar que si “la suma de las partes conforman el todo”, para este caso las especialidades de cada una de las chacras pueden conformar un producto turístico diversificado y consolidado.

Otro aspecto que contrasta con el ideal es *la capacitación*, cada vez es más evidente que no se puede pensar en un desarrollo equilibrado del sector si no se realiza un esfuerzo por la formación de los recursos humanos, debido a que la mayor o menor calidad de los mismos condiciona el resultado del negocio y la competitividad. En este sentido los micro emprendimientos del VIRCH están atravesando una crisis generalizada, la mayoría de los propietarios carecen de formación turística. Sin embargo han tomado cursos correspondientes al tema, dictados por entes estatales y en general, se puede decir que los contenidos abarcaron aspectos que permitieron aumentar la capacidad y competencia de los productores para desenvolverse de una mejor manera; pero en la mayoría de los casos, es necesario dar continuidad a estas acciones priorizando la constancia de la asistencia técnica a los pequeños productores agropecuarios interesados en incorporarse a la actividad, así como también a aquellos que ya lo hicieron pero demandan un seguimiento para consolidar la misma, y de esa manera, estar en capacidad de organizar, dirigir y operar su microempresa rural como prestadora de servicios de agroturismo. Además, esto es de utilidad para que puedan formular sus productos y servicios en función de clientes y usuarios.

Según mi opinión, el último punto a relacionar con la realidad presentada es la *comunicación y comercialización* del producto. Se pudo observar que en casi todos los casos la misma es insuficiente, si bien es utilizada la acción de venta directa, por vía Internet aparecen algunas características y datos para contactar a los establecimientos, así como también en los centros de informes turísticos u otros entes estatales - de las diferentes localidades - los prestadores dejan folletería propia y del consorcio. En líneas generales no se considera la posibilidad de asistir a Ferias y Workshops de gran alcance y hay carencia de continuidad en las acciones publicitarias (grafica, radio y/o TV), esto sumado a otras falencias observadas durante la investigación lleva a deducir que se desaprovechan los beneficios de utilizar una buena estrategia de comercialización.

Otro aspecto importante, relacionado a la asociatividad, es el hecho de que hay varios establecimientos que tienen sus propios contactos manejándose de manera independiente, otros pocos trabajan con agencias de turismo y ambos son justamente quienes disponen de personal capacitado lo cual supondría un mejor manejo de su producto.

Para finalizar la exposición se remarca el concepto de interrelación existente entre los factores destacados como mas relevantes (asociatisvismo-capacitación-comercialización), ya que se deja por sobre entendido lo importante que resulta el asociativismo en este caso, el mismo permite trabajar en colaboración y realizar la comercialización mas conveniente y la divulgación de los servicios de agroturismo en forma conjunta. Los conocimientos y

experiencias del personal capacitado facilitarían la correcta elección y utilización de las herramientas de comunicación.

Entonces, articularse y promocionar, interna y externamente, el servicio en forma colectiva, así como también actuar en forma corporativa y solidaria es la vía adecuada para la adquisición de insumos de usufructo colectivo.

5.3. PROPUESTAS

Para elaborar mis propuestas, he tenido en cuenta la hipótesis planteada, así como también los objetivos presentados. A continuación se detallan las nociones consideradas:

- En primera instancia resulta imprescindible priorizar la continuidad de la asistencia técnica a los productores agropecuarios interesados en incorporar la actividad, así como también a aquellos que ya lo hicieron pero demandan un seguimiento para consolidar la misma. Lograr una completa capacitación permitiría generar confianza y trabajar con un grupo homogéneo; también seria importante considerar un enfoque de participación y aprendizaje, revalorizando el papel de las comunidades, elevando su capacidad de decisión minimizando así la dependencia de los expertos externos.
- Es interesante que a través de la asistencia técnica se desarrollen los beneficios de trabajar en equipo incentivando así la conformación y consolidación de un grupo asociativo que represente los diferentes establecimientos que ofrecen agroturismo. Por ejemplo hacer saber a los integrantes que en general, la estrategia de integración permite la simplificación y abaratamiento de las acciones de marketing, la reducción de los costes operacionales, la obtención de mejor información y más barata sobre la demanda y tendencias globales del mercado, la implementación de tecnologías de otro modo inalcanzables para las empresas de tamaño pequeño, una mejora de la eficiencia de los procesos y una mayor flexibilidad para satisfacer las necesidades de los visitantes.
- Realizar estudios de la demanda real y potencial para el producto de agroturismo, y así poder orientar la oferta a las características de los visitantes, reflexionando que para lograr competitividad la satisfacción del cliente constituye una de las vías de actuación más importante.
- Consensuar políticas con las instituciones de apoyo al sector, adecuadas a la situación de los establecimientos que ofrecen la actividad del agroturismo. Siempre se debe tener en cuenta que la Administración Publica juega un papel muy importante en el desarrollo de la actividad, estableciendo el marco de actuación y facilitando la cooperación y coordinación entre las empresas.

- Considerar las ventajas de la comercialización del producto turístico (distribución y comunicación) mediante la intervención de los intermediarios turísticos o canales de distribución, encargados de combinar las diferentes opciones y atractivos que puede ofrecer un destino determinado, además, dadas las características de intangibilidad del producto turístico, los intermediarios materializan lo intangible, es decir, representan en soportes gráficos (folletos, posters, revistas) y audiovisuales las imagines más representativas del producto. Por otra parte, la comunicación que hacen del producto turístico en sus promociones y folletos ayuda a configurar la imagen que los consumidores potenciales tienen del destino, influyendo en el proceso decisorio.
- Armado de un circuito basado en las diferencias individuales: como ya se menciono la mayoría de los emprendimientos se caracteriza por alguna especialidad -ya sea trabajos en cuero crudo, venta de dulces, lombricultura, apicultura, huerta orgánica mejor adaptada, corral atractivo, comedor preparado, casco antiguo e historia de los galeses, producción artesanal de vinos, exposición de monedas y piedras indígenas, alojamiento-; ésto combinado con la cercanía existente entre las chacras, daría como resultado la posibilidad de realizar circuitos que incluyan varios emprendimientos en un día e inclusive dos días (aprovechando aquellos que cuentan con alojamiento), un producto diversificado a través de la suma de los diferentes encantos que cada una de los establecimientos puede ofrecer. Unirse y ofrecer un producto que complementa debilidades con la fortaleza de las partes.
- Armado del producto Miniturismo "Día de Campo": se podrían ofrecer visitas para los centros urbanos de no más de 100 km de distancia (entonces por ejemplo Puerto Madryn, Trelew, Rawson, Gaiman, Dolavon, 28 de Julio y otros, serian clientes potenciales). El mismo se puede basar en el circuito antes mencionado o simplemente en la visita a una chacra en particular, la cual deberá reunir las condiciones adecuadas y prepararse para ofrecer los servicios y atractivos necesarios.
- Planificar adecuadamente el desarrollo de las actividades, elaborar planes para la consecución de uno o más objetivos, siempre pensando en las necesidades individuales y grupales –para el caso del Consorcio-. Planificar supone identificar y cuantificar los principales problemas que se oponen al desarrollo turístico, tanto en facilidades turísticas –planta turística e infraestructura- como en la política turística con el fin de mejorar la actuación del Estado y la calidad de los servicios prestados por la iniciativa privada.

5.4. LECCIONES APRENDIDADAS DURANTE LA INVESTIGACIÓN

El propósito y característica de esta investigación inhiben de precisar conclusiones definitivas, se ha llegado al desenlace que es continuidad de otras investigaciones realizadas e inicio de futuros trabajos que profundicen, complementen o corrijan lo dicho hasta aquí. Estas reflexiones provisorias deben ser entendidas como una consideración sobre los alcances y limites de lo abordado a través de estas páginas, a la vez que como hipótesis de posibles investigaciones posteriores.

Al comienzo de este trabajo se planteó la relación existente del agro con el turismo –agroturismo- *en el Valle Inferior del Río Chubut, a través del proceso de investigación se ha aprendido que el mismo nace de la* iniciativa local basado en los recursos locales (físicos y humanos), con gestión y efectos locales, marcado por los paisajes locales, que valora la cultura local, ofrece bienestar a las poblaciones donde se implanta.

Es un tipo de turismo interesado en aspectos relacionados con la naturaleza, que busca integrar zonas apartadas a la actividad económica regional, explotando adecuadamente los recursos físicos y los atractivos naturales existentes.

Abre oportunidades de actividades económicas a familias organizadas principalmente en micro y pequeñas empresas que hacen un aporte importante a la diversificación de la oferta turística de la zona.

Para las familias y las comunidades rurales, el agroturismo contribuye sustancialmente al aumento de sus ingresos en forma directa, sobre todo allí donde las dificultades para la agricultura son grandes; ayuda a rehabilitar áreas abandonadas, valorando las actividades rurales mismas; sirve para mantener estacionalmente el empleo escaso en zonas agrícolas; crea, a menudo, nuevas oportunidades de trabajo y valora el papel tradicional de la mujer en la vida rural, permitiéndole jugar nuevos roles.

El agroturismo, como parte de una estrategia de desarrollo local, enfatiza la diversificación productiva de las economías rurales, su articulación con diversos mercados y su orientación hacia alternativas generadoras de ingresos, complementando, a la vez, a otras actividades productivas.

Además facilita la aplicación de conceptos de sostenibilidad en las áreas rurales y apoyando todo esfuerzo tendiente a proteger y conservar el entorno natural.

Sin embargo, deben destinar muchos esfuerzos a su promoción, tanto entre los productores como con profesionales y técnicos de apoyo. El agroturismo constituye una experiencia de “inducción desde la oferta” que debe destacarse.

En la actualidad las tendencias del turismo se orientan hacia distintas formas de organización y gestión, para lograr una mayor productividad y efectividad es necesario contemplar los principios de formación, calidad, flexibilidad, atención personalizada, integración, marketing y un crecimiento sustentable.

Todos aquellos establecimientos que se adapten a estos cambios y logren sus objetivos han de haber logrado una inserción en el mercado turístico, mas

aun teniendo como oportunidad el hecho de que se hallan inmersos en una zona ya consolidada turísticamente como lo es la Comarca Península Valdés.

Por consiguiente, el agroturismo merece una mayor atención por parte de las administraciones públicas, de los investigadores y educadores, y de los profesionales y trabajadores del sector, dado su gran potencial en la generación de renta y empleo y su contribución a la conservación y mejora del entorno natural y cultural.

En el agroturismo las ventajas competitivas vienen determinadas por aquellos elementos incorporados (valor añadido) al destino turístico. La educación y formación especificas para la actividad suponen una mejora de los canales y medios de información del destino, el esfuerzo permanente por introducir innovaciones, etc.

Si se es capaz de entender y definir un producto turístico, el cual debe satisfacer de forma completa al segmento visitante, se habrá avanzado mucho en el campo de la planificación y la gestión turística.

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES

Bibliografía citada

- Bilancio Guillermo. "La Construcción de alianzas, redes y proyectos asociativos". En: VI jornadas de Integración y Desarrollo de Empresas de Salud, Capital Federal, Argentina, Abril 1999.
- Bote Gómez, Venecio. "Planificación Económica del Turismo". 2º ed. México: Trillas; 1997.
- Boullón, Roberto. "Marketing turístico, Una perspectiva desde la Planificación".Buenos Aires: Lib. Turísticas, 1998.
- Boullón, Roberto. "Planificación del espacio turístico". 2º ed. México DF: Trillas; 1990.
- Garza Mercado, Ario. "Manual de técnicas de la Investigación". 7ma. Edición. México: El Colegio de México, DF; 1998.
- Hernandes Diaz, Edgar A. "Planificación Turística". México: Trillas; 1982.
- Levaggi, Gero. Herramientas para análisis de marketing estratégico, Definición de Negocio, Análisis FODA: Ciclo de Vida de un Producto. 2ª edición. Buenos Aires: Ediciones Universo; 1997.
- Molina, Sergio. "Turismo, metodología para su aplicación". México DF: Trillas;1991.
- Organización Mundial del Turismo. "Introducción al Turismo". 1º ed. Madrid: Egraf; 1998.
- Samaja, Juan. Epistemología y Metodología. Elementos para una teoría de la investigación científica. Buenos Aires: Eudeba; 1993.

Bibliografía consultada

- Ander-Egg, E. "Introducción a la planificación". 15º edición. BsAs: Lumen; 1995.
- Botta Mirta. "Tesis, Monografías e Informes", Nuevas formas y técnicas de Investigación y Redacción. Buenos Aires, Biblos; 2002.
- Boullón, Roberto. "Las actividades turísticas y recreacionales". México DF: Trillas; 1992.
- Boullon, R. " Los Municipios turísticos". México DF: Trillas; 1990.
- Boullon, R. "Proyectos Turísticos". México DF: Diana; 1996.
- Cardenas Tabares, Fabio. "Comercialización del turismo " Determinación y análisis de mercados". 3º ed. México: Trillas; 1990
- Cárdenas Tabares, F. "Producto Turístico". México: Edit. Trillas; 1995.
- Cardenas Tabares, F. "Proyectos turísticos" Localización e Inversión. 1º ed. México: Trillas; 1991.
- Fernandez, Carlos. "El Plan de Marketing, Como elaborarlo con ayuda informatica". Madrid: Cutropia; 2001.
- Getino, Octavio. "Turismo, entre el ocio y el neg-ocio", Identidad Cultural y Desarrollo económico de América Latina y el Mercosur. Ediciones ciccus- La crujia; 2002.
- Hernandes Diaz, Edgar A. "Proyectos Turísticos Formulación y Evaluación". 2º ed. México: Trillas; 1990.
- Mc. Intosh, A. "Turismo, Planeamiento, administración y organización". BsAs. Edit. Limusa, 1992.
- Mendicoa Gloria Edel, compiladora. "Manual teórico-Práctico de Investigación Social", Apuntes preliminares. 1º ed. Buenos Aires: Espacio Editorial; 1998.
- Milio Balanzá, Isabel. Diseño y Comercialización de Productos Turísticos Locales y Regionales. Madrid: Thomson Editores Spain Panarifo S.A. ; 2004
- Molina, Sergio. Turismo y Ecología. México: Trillas; 1994.

- Rocha Centeno, Rogelio. “Metodología de la investigación aplicada al turismo”. México: Trillas; 1992.

Publicaciones

- Cambrils, Joan-Carles. La planificación turística en los espacios naturales y rurales. Universitat Politécnica de Valencia, 1999,

Leyes

- Resolución 138/02, Reglamentación del Registro de Emprendimientos Turísticos en Espacios Rurales, Ley Nº 3258, con Resolución Nº 061/98
- Ley Provincial Nº 4217, Ley de Custodio Rural.
- Ley Nº 3258.

Paginas Web

- www.chubutur.gov.ar
- García Pérez, Vicente y Tomé Pérez Enrique. Metodología de la investigación. Libro electrónico en www.enferpro.com/curso.htm
- www.sectur.gov.ar
- www.chubutur.gov.ar
- www.vistasdelvalle.com.ar
- www.viarural.com.ar/servicios/instituciones/conadepa/conadepa
- www.unmsm.edu.pe/ogp/ARCHIVOS/Glosario/indc.htm#11
- www.aduanaargentina.com
- www.ruta0.com/maparutaspatagonia.ASP
- www.patagonia.com.ar/chubut/plano.php

Otros

- Apuntes de catedra, prof. Lic. Karina De Vinzenzi, “la investigacion y sus metodos”, 2005-UAI.
- Apuntes de cátedra: Prof. Lic. Beatriz Massuco, “La investigación y sus métodos”, 2002 UAI. Rubio y Varas. El análisis de la realidad social.

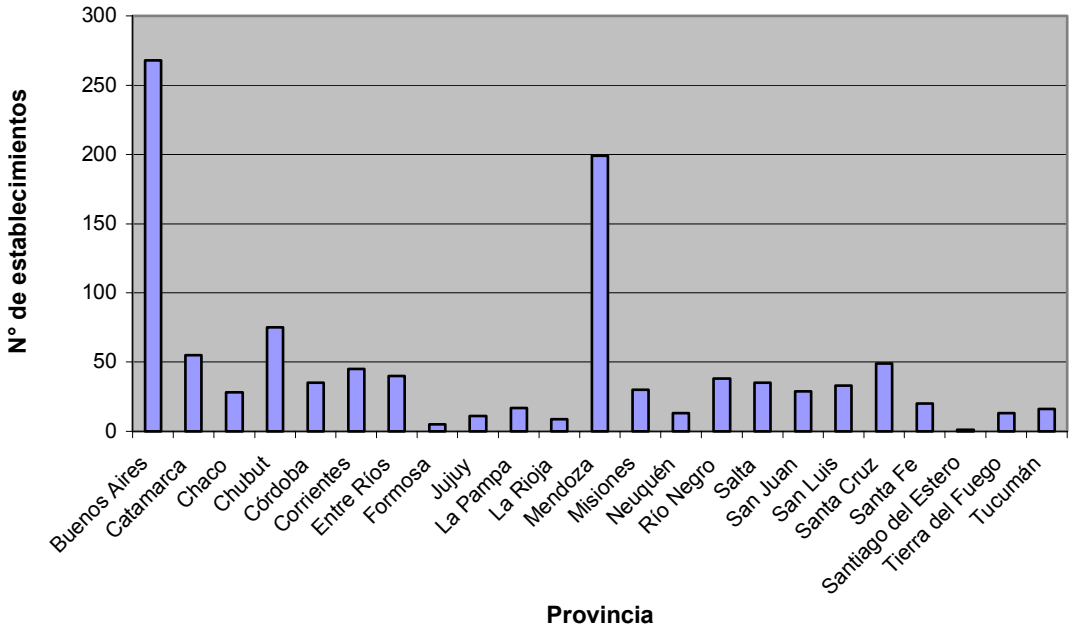
- Organismo Provincial De Turismo Del Chubut. Responsable: Lic. Piedad M. Losano. “Informe Estadístico - Temporada 2005/06 (PRELIMINAR)”. Rawson, abril de 2006.
- Dirección de Turismo de la Municipalidad de Rawson. “Estudio Estadístico Turístico, Informe Final Temporada Estival 2004/05 (Diciembre-Marzo)”.
- Secretaria de turismo de la Municipalidad de Puerto Madryn**.** “Informe de Demanda Turística 2006”.
- Secretaria de Turismo de la Municipalidad de Trelew, Área Estadística. “Análisis de Demanda Turística- Temporada 2004/2005”.

- Secretaría de Turismo de la Nación, Dirección de Desarrollo de la Oferta. “Documento de Diagnóstico de Turismo Rural a Nivel Nacional”. Junio 2005.
- Lic. Ilarri, Laura. Jefe del Departamento de Desarrollo, a cargo del Área de Capacitación y Turismo Rural de la Secretaría de Turismo y Áreas Protegidas de Chubut. “Turismo Rural y Agroturismo”. Rawson, 2004.
- Instituto Interamericano de Turismo, Washington DC. Programa de agroturismo para la Provincia del Chubut, Argentina. Octubre de 2000.

ANEXO

Dirección de Desarrollo de la Oferta – Secretaría de Turismo de la Nación - Junio 2005. Ver cuadro y grafico: NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS POR PROVINCIA Y TOTAL PAÍS.

N° DE ESTABLECIMIENTOS POR PROVINCIA



NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS
POR PROVINCIA Y TOTAL PAÍS

PROVINCIA	N° ESTABL.
Buenos Aires	268
Catamarca	55
Chaco	28
Chubut	75
Córdoba	35
Corrientes	45
Entre Ríos	40
Formosa	5
Jujuy	11
La Pampa	17
La Rioja	9
Mendoza	199
Misiones	30
Neuquén	13
Río Negro	38
Salta	35
San Juan	29
San Luis	33
Santa Cruz	49
Santa Fe	20
Santiago del Estero	1
Tierra del Fuego	13
Tucumán	16
TOTAL	1064

Elaboración: Dirección de Desarrollo de la Oferta - Secretaría de Turismo de la Nación - Junio 2005

RAWSON, 05 de septiembre de 2002

RESOLUCIÓN Nº 138/02 OPT

ANEXO I
Reglamentación del Registro de Emprendimientos Turísticos en Espacios Rurales

CONDICIONES GENERALES

Artículo 1º: El Organismo Provincial de Turismo será la Autoridad de Aplicación de la presente Reglamentación y tendrá a su cargo el Registro Provincial de Emprendimientos Turísticos en Espacios Rurales.

Artículo 2º: Entiéndase como **Turismo Rural,** a toda actividad turística y / o recreativa llevada a cabo fuera del núcleo urbano.
Agroturismo: son establecimientos agropecuarios que complementan sus funciones originarias con la actividad turística, sin interferir esta última en el normal desarrollo del mismo.
Turismo alternativo o activo: son actividades recreativas donde el turista participa activamente de la realización de las mismas, por ejemplo, cabalgatas, caminatas, rafting, rapel, entre otras.
Establecimientos Rurales: denominación otorgada a campos de grandes extensiones, que pueden brindar servicio de alojamiento, alimentación y actividades agroturísticas o de Turismo Activo indistintamente o en su conjunto
Microemprendimientos Rurales: idem anterior pero con superficies más reducidas y situadas, generalmente, dentro de ejidos municipales (chacras)

De la HABILITACIÓN

Artículo 3º: Los establecimientos tienen la obligación de inscribirse en dicho Registro, con antelación a la fecha de inicio de las actividades.

Artículo 4º: La habilitación del Establecimiento se efectivizará al:
a) Cumplir con los requisitos enunciados en el Artículo 5º
b) Haber sido inspeccionada por personal del Área Desarrollo y de la Dirección de Servicios y Control de Calidad dependientes del Organismo Provincial de Turismo a fin de completar la Ficha de Relevamiento (Anexo II)
c) Habilitación comercial extendida por autoridad competente
d) Presentar los requerimientos enunciados en el Artículo 7º

De los REQUISITOS

Artículo 5º: Los requisitos básicos para que un establecimiento o microemprendimiento rural sea considerado turístico son los siguientes:

a) Tener el predio ordenado y limpio
b) Parquización del acceso y casco principal (salvo áreas protegidas)
c) Excelente estado de mantenimiento de las instalaciones (pintura, revoque, alambrados, etc.)
d) Tener determinados los senderos y especificadas las actividades a realizar En el caso de alojamiento: poseer sábanas y juego de toalla/toallón en perfecto estado, mantener mobiliario uniforme en cada uno de los ambientes, debiendo contar cada habitación con cama/s single o matrimonial, -evitando las camas cuchetas-, mesa de luz, silla, armario, espejo y frazadas extras. Decoración de buen gusto.
e) El baño deberá contar con: bañera o ducha con cortina o mampara, lavabo, bidet, toalleros, jabonera, espejo, enchufe junto al espejo, vasos, repisa, silla o banqueta, cenicero, cesto para residuos, pudiendo ser privado -preferentemente- o compartido.
f) La vajilla utilizada deberá ser toda del mismo juego, desafectando las que estén cascadas o rajadas.
g) Especificar el segmento de la demanda destinataria
h) Plantear la estrategia de comercialización
i) Personal capacitado para la atención del turista
j) Tener contratado un Seguro para los pasajeros, para estar cubiertos ante cualquier eventualidad durante su estada en el establecimiento.

Artículo 6º: Los Emprendimientos Turísticos en Espacios Rurales , en caso de asentarse dentro de las Áreas Naturales Protegidas provinciales, deberán ajustar su funcionamiento a los lineamientos que al respecto determine el Plan de Manejo.

De la INSCRIPCIÓN

Artículo 7º: Son requerimientos mínimos para la inscripción en el presente Registro:

a) Solicitud de inscripción por escrito
b) Nombre de la persona o razón social, carácter de la misma, copia legalizada del contrato social y/o contrato de arrendamiento o explotación si fueran inquilinos o concesionarios o título de propiedad si fueran propietarios.
c) Presentar una carpeta especificando los servicios que brindan, la infraestructura con la que cuenta para uso turístico y el equipamiento que posean según los requerimientos de cada actividad.
d) Diagramar un croquis del casco y sus dependencias y de los circuitos/senderos turísticos – recreativos.
e) Adjuntar fotografías del casco, del alojamiento (si lo tuviera) e imágenes paisajísticas.

f) Detallar la accesibilidad al casco, estado del (os) camino (s), distancia a la localidad más próxima, señalización y caminos alternativos.

Artículo 8º: Los Establecimientos que, a la fecha de vigencia de la presente, se encuentren prestando servicios del tipo de los previstos por la presente, quedarán automáticamente registrados teniendo un plazo de seis (06) meses para cumplimentar los requisitos enunciados en el Artículo 4º. Cumplido el plazo se le dará de baja en el Registro.

Artículo 9º: En caso de cierre temporal o definitivo de las instalaciones y/o actividades, el prestador deberá notificar, como mínimo 15 días antes de la cesación de los servicios, a la Autoridad de Aplicación.

Artículo 10º: El propietario permitirá la realización de inspecciones periódicas en su Establecimiento por parte del personal de la Dirección de Servicios y Control de Calidad, a fin de fiscalizar los servicios ofrecidos y actualizar la información del mismo.

Artículo 11º: La Autoridad de Aplicación está facultada a excluir del Registro a todo Emprendimiento que no cumpla con los principios de calidad en la prestación de sus servicios o infrinja las reglamentaciones provinciales o nacionales vigentes.

Artículo 12º: El Organismo de Turismo avalará y promocionará como Emprendimientos Turísticos en Espacios Rurales a los que cumplimenten el artículo 4º. Pudiendo los inscriptos gozar de los siguientes beneficios:

a) Figurar en toda publicación donde se difunda la oferta turística provincial fiscalizada por el Organismo Provincial de Turismo
b) Beneficiarse con las líneas de créditos específicas para el sector, que se instrumente desde el sector público.
c) Acogerse a cualquier beneficio fiscal impositivo que pudiera implementarse, como estímulo a la actividad turística.
d) Reclamar la protección del Estado ante actos comerciales considerados desleales, o bien realizados por personas no inscriptas en este Registro, ni habilitadas para desempeñarse en la actividad turística
e) Participar de las acciones y cursos de capacitación que realice el Organismo Provincial de Turismo
f) Figurar como componente de la oferta turística en todo evento promocional que realice, patrocine o auspicie el Organismo Provincial de Turismo, dentro o fuera de la provincia.
g) Plantear ante este Organismo los inconvenientes en el desempeño de su actividad y que puedan resolverse con ayuda, intervención y/o gestión de los mismos.

h) Reclamar el acompañamiento y apoyo del Organismo Provincial de Turismo para gestiones que deban cumplimentarse ante organismos nacionales o de otras provincias y que contribuyan al interés turístico provincial.

Artículo 13º: El propietario deberá ubicar en la ruta de acceso al establecimiento un cartel identificatorio con el nombre del mismo, agregando la denominación de complejo turístico, turismo rural, agroturismo u otra forma aclaratoria sobre la actividad que desarrolla.

De las SANCIONES

Artículo 14º: Las infracciones que pudieran cometerse en relación a lo dispuesto en la presente reglamentación, se sancionarán de la siguiente manera:

a) Apercibimiento. Cuando se detecte a través de la fiscalización, el incumplimiento los requisitos enunciados en el Artículo Nº 5
b) Multas de un valor equivalente a cinco veces el valor de la habitación single y hasta veinte veces el mismo valor para el caso de establecimientos con alojamiento, o el valor estipulado por persona para el día de campo, siendo graduable conforme a la gravedad de la acción. Clausura transitoria. Oscilarán entre 5 y 60 días corridos, podrá aplicarse como sanción principal o como complementaria de la multa, para el caso reincidente de intimaciones
c) Clausura definitiva, cuando las personas que habiendo sido sancionadas, incurran en otra falta dentro de los dos (2) años a contar desde la fecha de la sanción.

Entrevista modelo (entrevista realizada a un funcionario en turismo en la ultima pagina del Anexo).

ENTREVISTA A UN FUNCIONARIO EN TURISMO

Lugar: **Fecha:**
Nombre del entrevistado:
Cargo que desempeña:

1)-Respecto a la llegada de visitantes a los micro emprendimientos agroturísticos del VIRCH, ¿Cuáles considera que son los **principales centros emisivos** de la zona?

2)-¿Que puede decir acerca de la evolución de la demanda turística en la región a partir del año 2003 hasta el presente?

3)-¿Cuál considera que es la **demanda** para realizar agroturismo en la zona?. ¿Podría señalar aspectos reales y potenciales de la misma?

4)-¿Cuáles considera que son los recursos turísticos de la zona de influencia que puedan complementar la oferta turística de los micro emprendimientos agroturísticos del VIRCH?

5)-¿Hay **estudios realizados** sobre las características de la demanda de agroturismo en el VIRCH? ¿En caso afirmativo podría aclarar cuáles?

6)-¿Cuáles considera que son los factores mas relevantes que **posibilitan** el desarrollo del agroturismo en el VIRCH?

7)-¿Cuáles considera que son los factores mas relevantes que **limitan** el desarrollo del agroturismo en el VIRCH? ¿Podría comentar por qué?

8)-¿Reconoce como factores importantes para el desarrollo del agroturismo en el VIRCH: el asociativismo, la capacitación turística y la aplicación de una adecuada estrategia de comercialización? ¿Por qué?

9)-¿Cuántos de los establecimientos agroturísticos del VIRCH forman parte del **consorcio de agroturismo del "Valle del Río Encantado"?**

10)-¿Cuántos de los establecimientos agroturísticos del VIRCH están registrados en la Secretaria de la Provincia del Chubut?

11)-Cuáles son las acciones por parte de la Secretaria y demás Entes turísticos para la **comunicación y comercialización** del producto agroturismo en el VIRCH?

12)-¿Se está haciendo algún **plan de desarrollo** de agroturismo en el VIRCH?

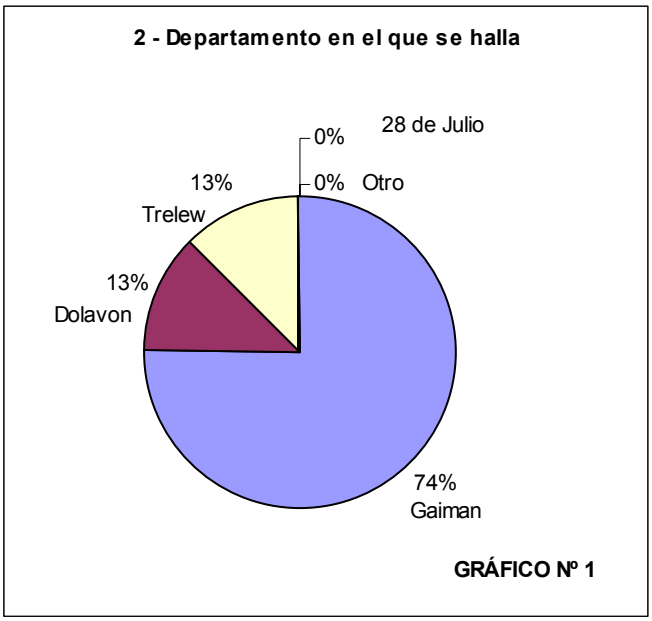
13)-Actualmente, existen planes, programas o cursos de capacitación para los prestadores de servicios de agroturismo en el VIRCH?

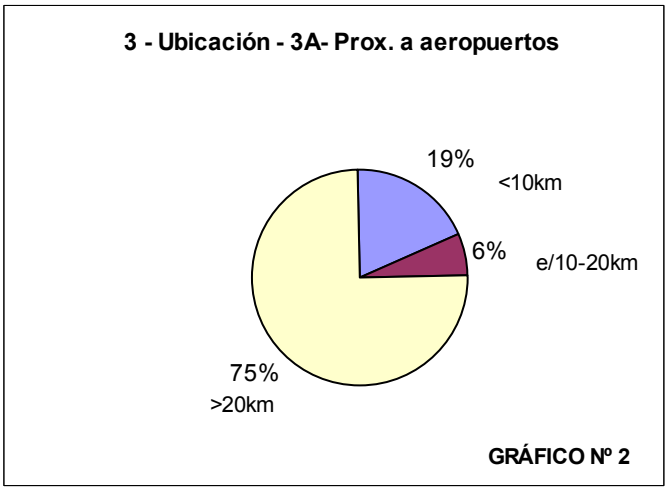
14)-¿El "Programa de agroturismo para la provincia de Chubut", es el único que se llevó a cabo hasta el momento?

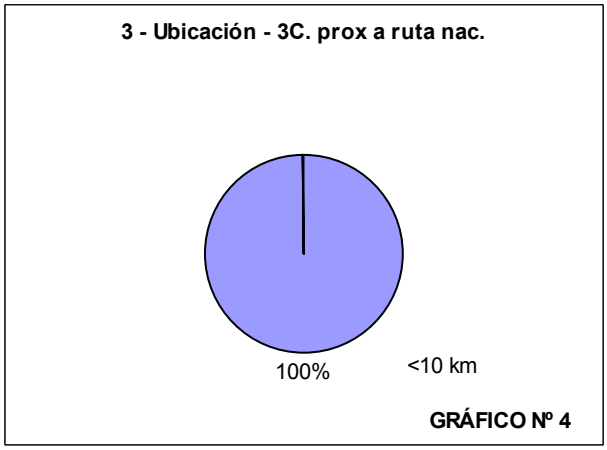
OTRAS ACLARACIONES Y/O COMENTARIOS:....

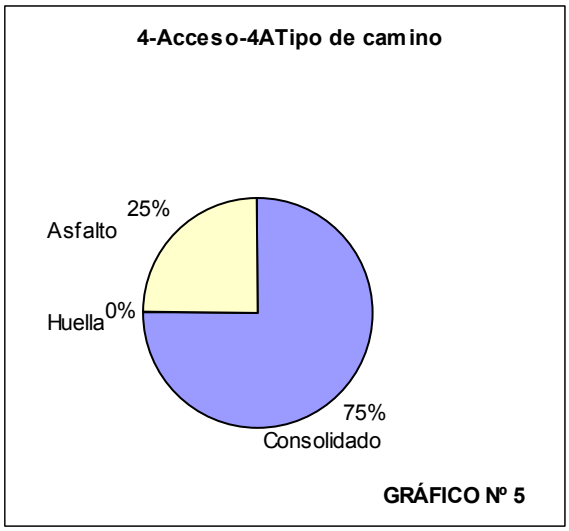
MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Gráficos de tabulación de encuestas








4-Acceso-4ATipo de camino
Asfalto
25%
Huella
0%
75%
Consolidado
GRÁFICO Nº 5

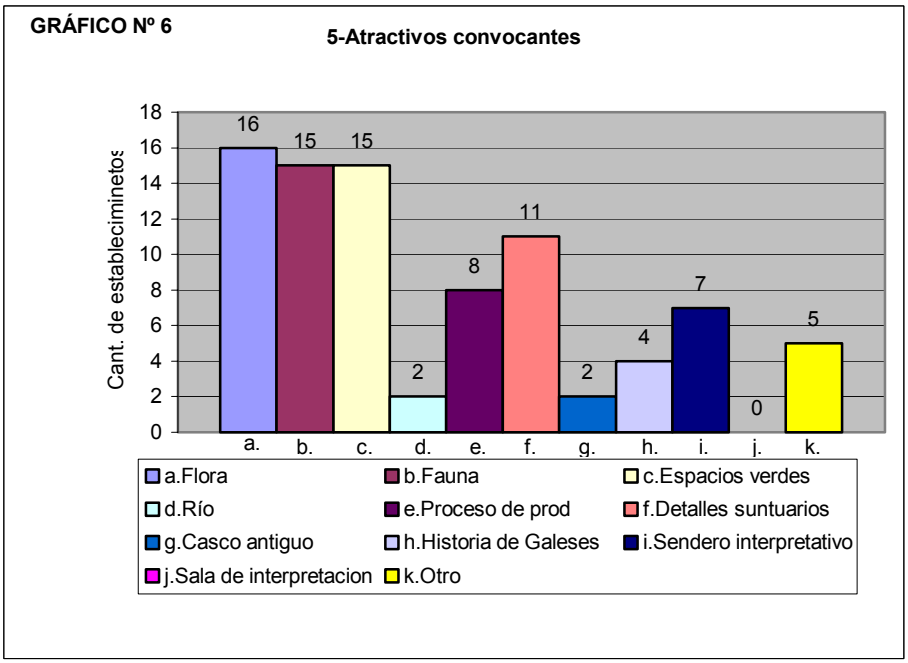


GRÁFICO Nº 6
5-Atractivos convocantes
Cant. de establecimiento
18
16
14
12
10
8
6
4
2
0
16
15
15
2
8
11
2
4
7
0
5
a.
b.
c.
d.
e.
f.
g.
h.
i.
j.
k.
a.Flora
b.Fauna
c.Espacios verdes
d.Río
e.Proceso de prod
f.Detalles suntuarios
g.Casco antiguo
h.Historia de Galeses
i.Sendero interpretativo
j.Sala de interpretacion
k.Otro

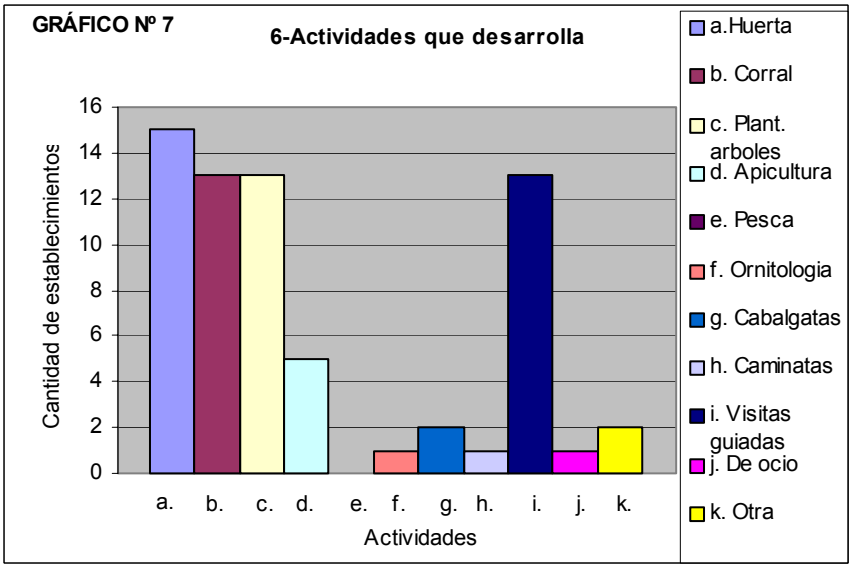


GRÁFICO Nº 7
6-Actividades que desarrolla
Cantidad de establecimientos
16
14
12
10
8
6
4
2
0
a.
b.
c.
d.
e.
f.
g.
h.
i.
j.
k.
Actividades
a.Huerta
b. Corral
c. Plant. arboles
d. Apicultura
e. Pesca
f. Ornitologia
g. Cabalgatas
h. Caminatas
i. Visitas guiadas
j. De ocio
k. Otra

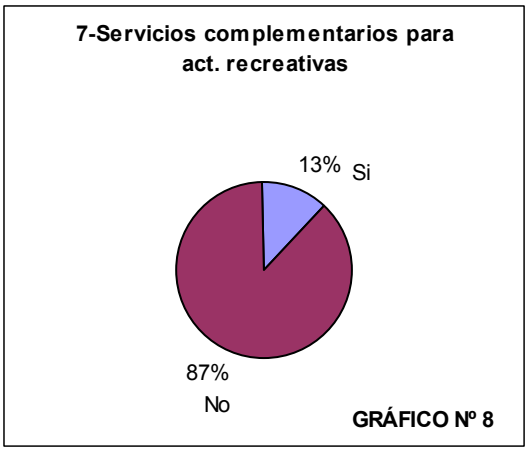


GRÁFICO Nº 8

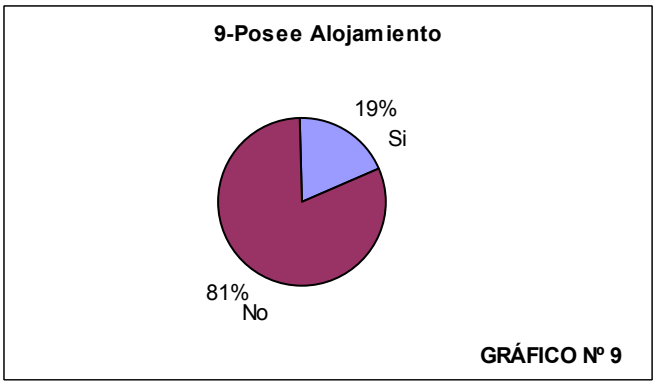


GRÁFICO Nº 9

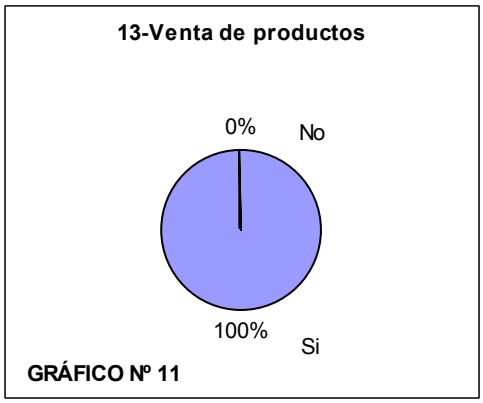


GRÁFICO Nº 11

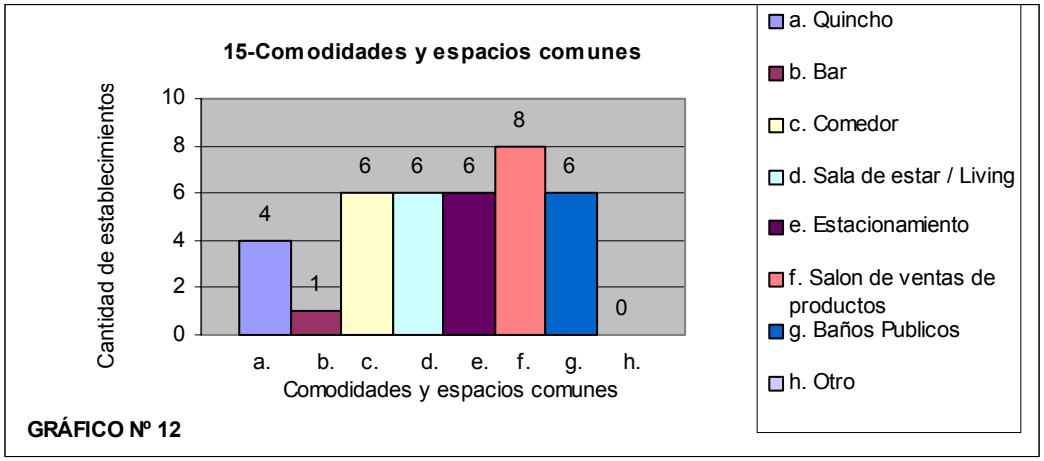


GRÁFICO Nº 12

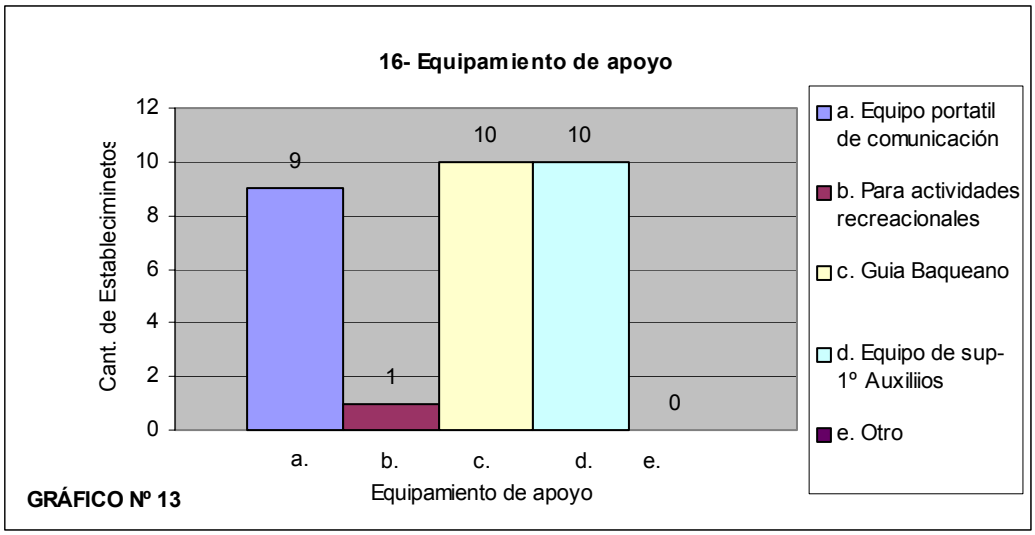


GRÁFICO Nº 13

GRÁFICO Nº 14

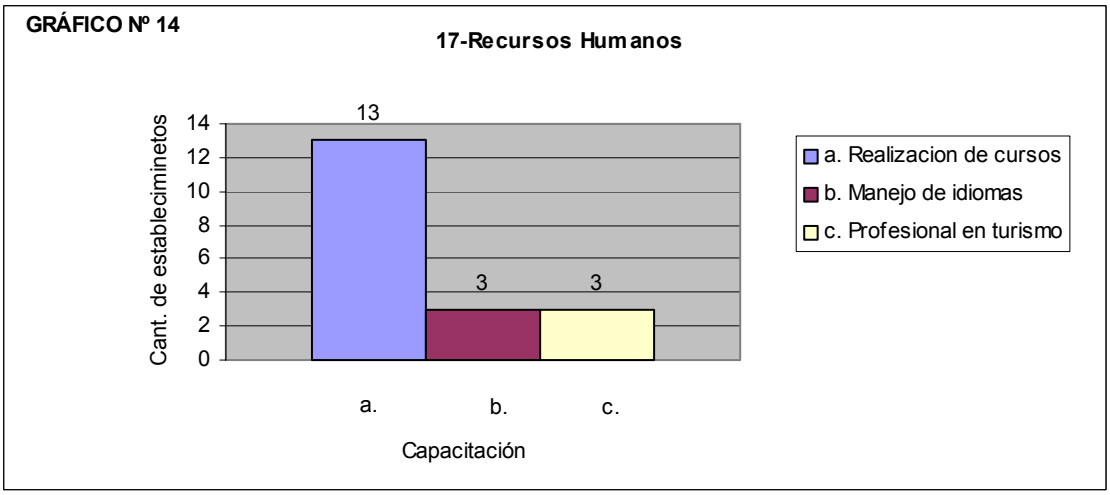
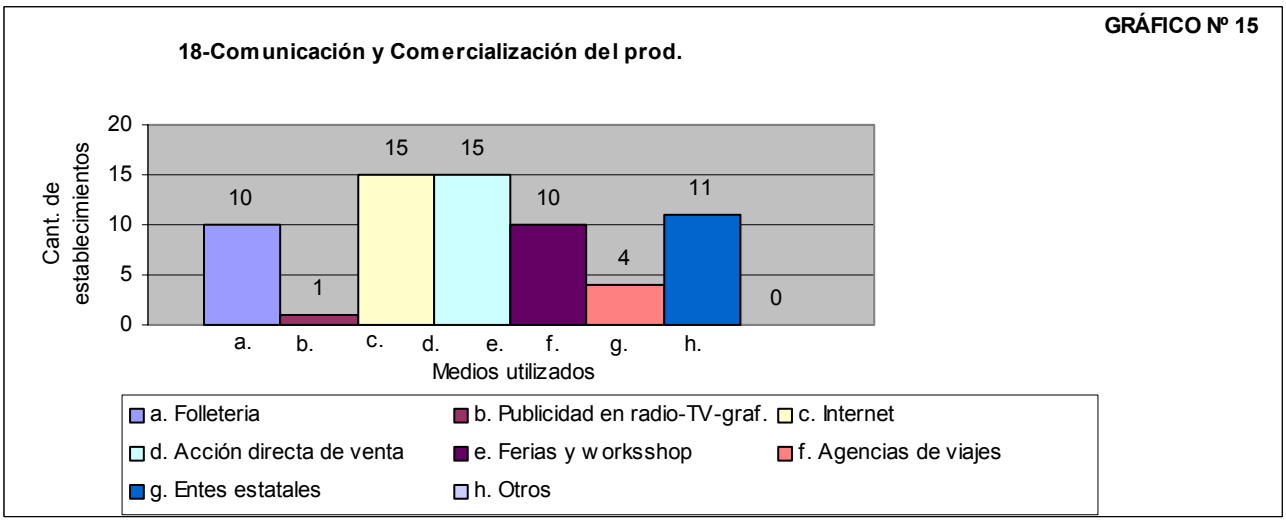


GRÁFICO Nº 15



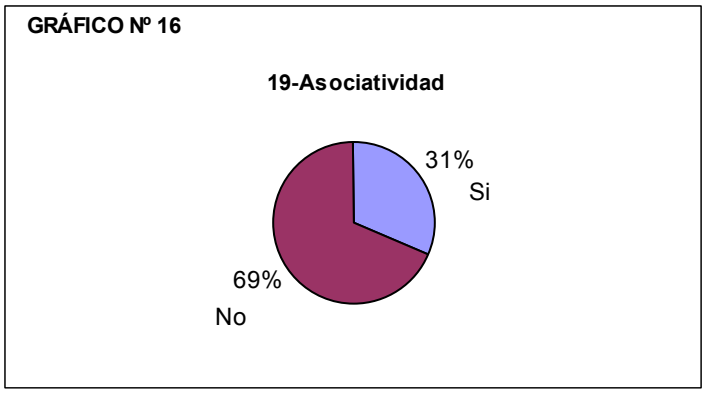


GRÁFICO Nº 16
19-Asociatividad
31%
Si
69%
No

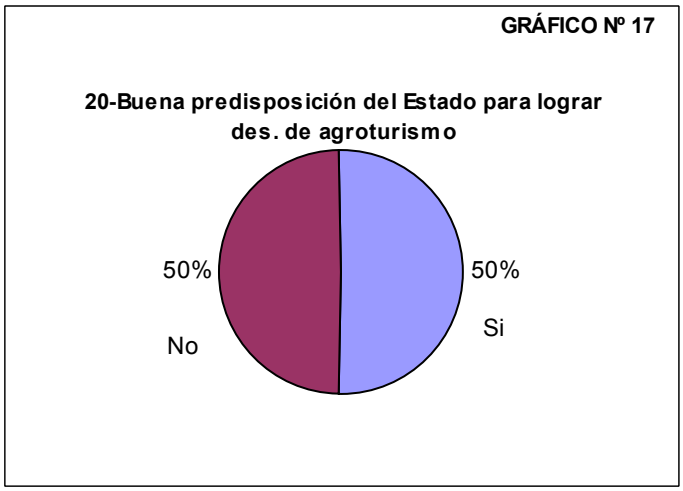


GRÁFICO Nº 17
20-Buena predisposición del Estado para lograr des. de agroturismo
50%
50%
Si
No

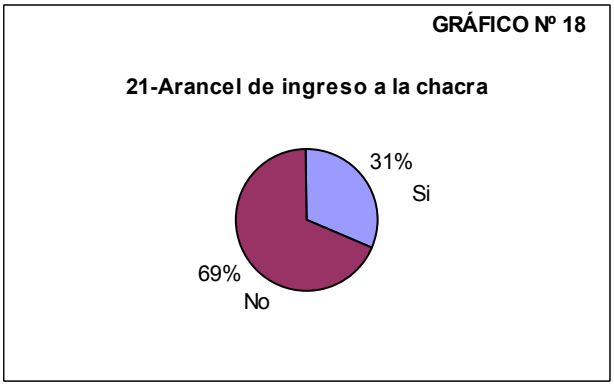


GRÁFICO Nº 18
21-Arancel de ingreso a la chacra
31%
Si
69%
No

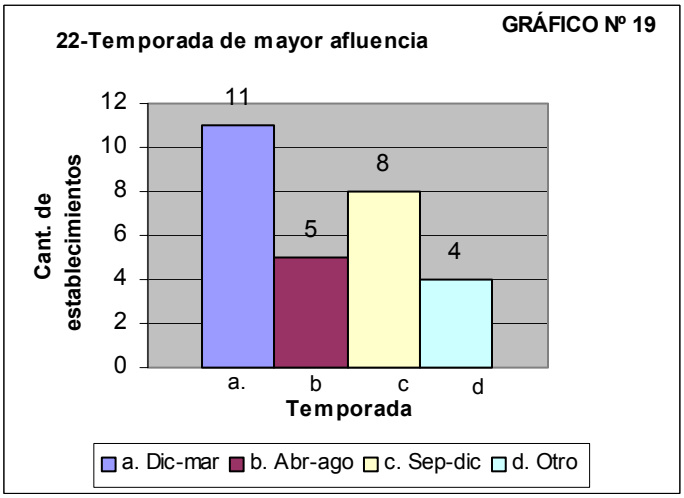


GRÁFICO Nº 19
22-Temporada de mayor afluencia
Cant. de establecimientos
12
10
8
6
4
2
0
11
5
8
4
a.
b
c
d
Temporada
a. Dic-mar
b. Abr-ago
c. Sep-dic
d. Otro

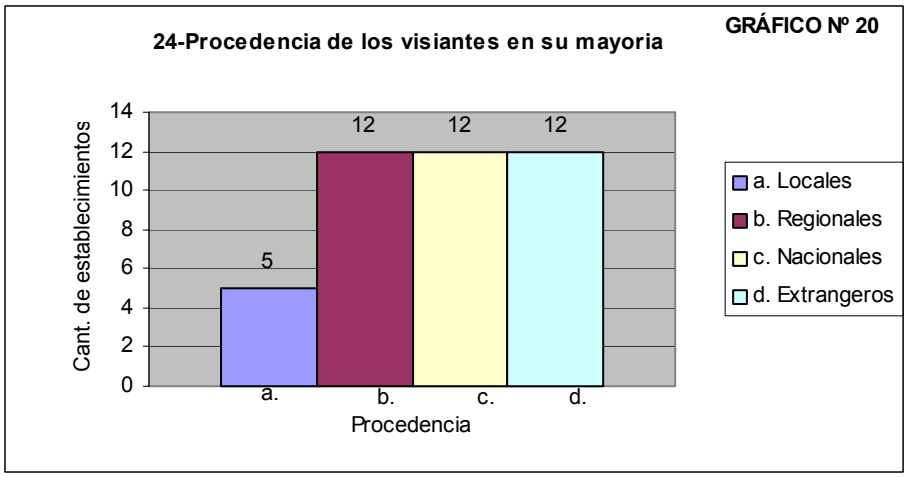


GRÁFICO Nº 20
24-Procedencia de los visiantes en su mayoria
Cant. de establecimientos
14
12
10
8
6
4
2
0
5
12
12
12
a.
b.
c.
d.
Procedencia
a. Locales
b. Regionales
c. Nacionales
d. Extrangeros

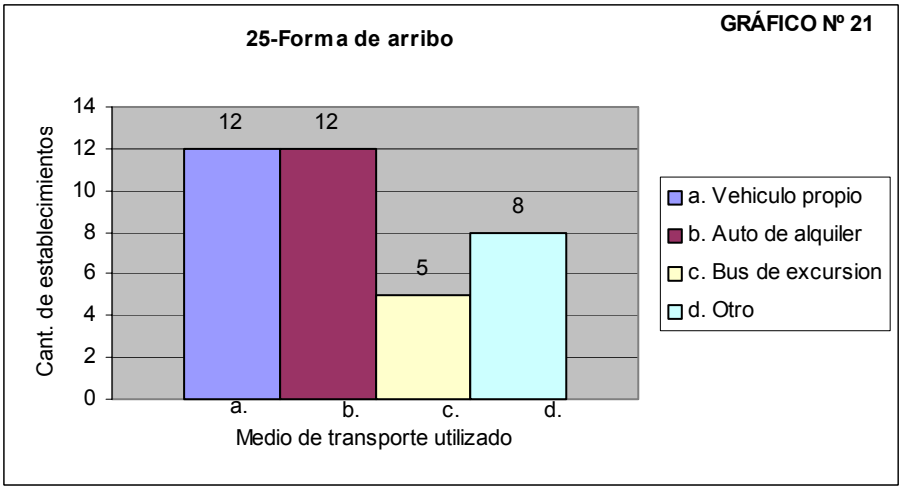


GRÁFICO Nº 21
25-Forma de arribo
Cant. de establecimientos
14
12
10
8
6
4
2
0
12
12
5
8
a.
b.
c.
d.
Medio de transporte utilizado
a. Vehiculo propio
b. Auto de alquiler
c. Bus de excursion
d. Otro

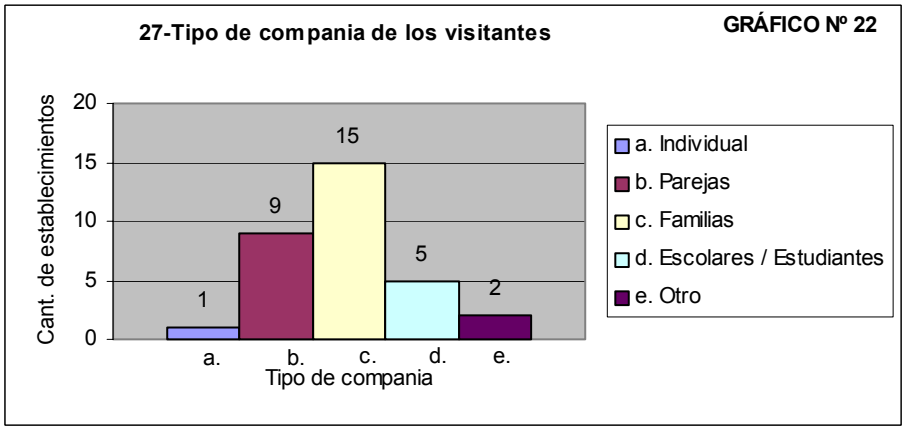


GRÁFICO Nº 22
27-Tipo de compania de los visitantes
Cant. de establecimientos
20
15
10
5
0
1
9
15
5
2
a.
b.
c.
d.
e.
Tipo de compania
a. Individual
b. Parejas
c. Familias
d. Escolares / Estudiantes
e. Otro

INVENTARIO TURÍSTICO DE

LA COMARCA PENÍNSULA VALDÉS

COSTA ATLÁNTICA - NORESTE DE CHUBUT

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Península Valdés	Sitios naturales	costas	península	Jerarquía 4

-Ubicación: Noreste de la Provincia del Chubut
-Tarifa:
Deberá abonar la entrada general por persona (que se destina al mantenimiento de todas las áreas protegidas del sistema que allí podrá visitar).
-Medio de acceso
Por la Ruta Provincial Nº 2 de asfalto llega a Península Valdés y recorre aproximadamente 33 km. hasta llegar al ingreso: El Desempeño.
Continuando por la ruta y a 21 Km. llega al Centro de Interpretación Istmo Ameghino, donde podrá recibir información sobre el recorrido, folletería, e información.
De allí a Puerto Pirámides, restan solo 27 Km. y es donde encontrará los servicios al visitante y el único lugar donde podrá cargar combustible.
Por camino de ripio podrá llegar a las Áreas Protegidas que comprenden el Sistema:
a 5 km del Itsmo , Isla de los Pájaros, y desde Puerto Pirámide a: 5 km , Punta Pirámide, a 71 km , Caleta Valdés , a 77 km , Punta Norte y a 71 km , Punta Delgada.
Estos caminos de ripio si bien presentan muy buen estado deben ser circulados con mayor precaución, se recomienda no manejar a alta velocidad.
Visitantes
-Características
Área Natural Protegida. Patrimonio Natural de la Humanidad - UNESCO 1999
Es la más importante por su biodiversidad y extensión, y conocida en todo el mundo por la visita de la Ballena Franca Austral a sus costas, que se dibujan en el Mar Argentino con los Golfos San José y Nuevo, éste último cobija la villa de Puerto Pirámides, que ofrece los servicios esenciales al visitante
En el delgado Istmo Carlos Ameghino, está ubicado el ingreso a la Reserva Integral Península Valdés, allí esta el Centro de Interpretación de fauna, flora e historia del lugar, junto a un equipo de Guarda faunas preparados para brindar la información. Contenidas en la Península se encuentran cuatro Áreas Protegidas esparcidas sobre la costa de todo el contorno: Isla de los Pájaros, Punta Pirámide, Caleta Valdés y Punta Norte
Hoy la Península forma parte de un sistema de conservación de las especies naturales que aquí encuentran paz, tranquilidad y la protección necesaria para el desarrollo de sus vidas.

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Puerto Pirámides	Sitios naturales	Costas	Playas	Jerarquía 4

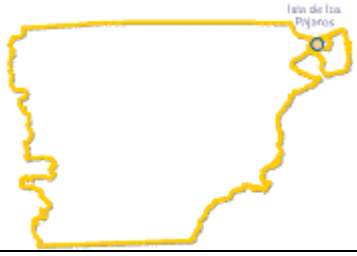
-Ubicación:
Se encuentra enclavada en la Península Valdés, este curioso y llamativo accidente geográfico ubicado en el extremo noreste del Chubut

-Características
Singular aldea turística, posee una condición casi insular y como consecuencia de ello un clima privilegiado, facilitando el gozo de sus innumerables atractivos durante todo el año.

Dentro de este paraíso y ubicada a 27 Km del Istmo Ameghino, Puerto Pirámides es un pueblo de mar, con aguas cristalinas, variedad de fondos, dunas y aventura sin límites. Cuenta con todos los servicios indispensables para el turista y se pueden desarrollar actividades en agua y tierra: avistajes de ballenas, buceo, windsurf, velerismo, pesca deportiva, trekking, mountainbike y sandboard. Durante los meses de junio a diciembre de cada año, personas de todo el mundo ponen su atención y visitan esta pequeña aldea para realizar una experiencia única: el Avistaje de la Ballena Franca Austral.

En Puerto Pirámides es el lugar para abastecerse de combustible antes de emprender el recorrido a la Península.

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Isla de los Pájaros	Sitios naturales	Costas	Islas	Jerarquía 3



-Ubicación y Medio de acceso
Ubicada a 5 Km del Istmo Ameghino, se accede por ruta de ripio.
-Características
Éste área, creada el 29 de septiembre de 1967, posee un gran valor biológico ya que es un área reproductiva de diez especies distintas de aves marinas y costeras con importantes tamaños poblacionales como la gaviota cocinera, cormoranes roqueros, biguas, ostreros, garzas blanca y bruja, pato vapor y pato juarjual y pingüinos de Magallanes.
El área cuenta con un mirador con binoculares de alta potencia desde donde es posible avistarlas aves que se encuentran en la Isla separada de la costa por unos 800 m, allí esta el guarda fauna quien brinda información detallada de todo lo observado.
Además en la playa se pueden avistar flamencos, gaviotines y gaviotas capucho café, según la temporada.
Se aconseja visitarla de septiembre a abril por la cantidad de animales que agrupa

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Punta Pirámide	Sitios naturales	Lugares de observación y fauna		Jerarquía 3

-Ubicación:
Se ubicada a 5 Km de la localidad de Puerto Pirámides
-Medio de acceso:
se accede por camino de ripio.
-Características:
Se encuentra aquí un apostadero reproductivo de lobos marinos de un pelo con un alto valor biológico y geológico por la abundancia de registros fósiles que aquí se encuentran.
Permite además avistar distintas especies de aves marinas y terrestres y a la ballena franca austral de junio a diciembre.
Los lobos pueden observarse desde un acantilado ubicado a 50 m de altura desde senderos establecidos.
Se recomienda la visita de septiembre a abril de cada año, época que concentra la mayor cantidad de animales

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Caleta Valdés	Sitios naturales	Costas	Bahías y Caletas	Jerarquía 3

-Ubicación y medio de acceso

Se ubica a 71 Km de Puerto Pirámides accediéndose por R. Pcial. Nº 3 y empalmando con las R. provinciales 52 y 47, todas de ripio.

-Características:

Es el área protegida de creación más reciente de la costa, 24 de enero de 1977, constituye un apostadero de elefantes marinos excepcional, y es además una zona habitual de ataque de orcas

Se pueden observar elefantes durante todo el año, especialmente de septiembre, octubre y noviembre, época en que se alimentan las crías de elefantes marinos.

Ocasionalmente podrán avistarse ballenas francas austral, algunas especies de delfines y muchas especies de aves tanto marinas como terrestres.

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Punta Norte	Sitios naturales	Lugares de observación y fauna		Jerarquía 3

-Ubicación y Medio de acceso:
Se accede a través de la R. Pcial. Nº 3, a 77 Km de Puerto Pirámides
-Características:
Creada el 29 de septiembre de 1967. Es un apostadero de elefantes y lobos marinos de un pelo en su ciclo reproductivo siendo ésta la zona de mayor frecuencia de ataque de orcas a los lobos, pudiéndose avistar la fauna autóctona de la estepa como las martinetas, guanacos y el choique y aves marinas y terrestres, paseriformes y rapaces que nidifican en la zona. También varias especies de reptiles lagartijas, yarará ñata y mamíferos peludo, piche, cuis, tucu-tucu, gato del pajonal, gato montés, zorro gris, mara, etc. Elefantes marinos están presentes durante todo el año, al igual que los Lobos marinos de un pelo.
se concentran en mayor cantidad desde diciembre hasta abril para reproducirse. Las Orcas se avistan principalmente en febrero, marzo y abril, época en que se alimentan de las crías de lobos marinos. Este Área cuenta con un centro de interpretación y senderos interpretativos.

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Punta Delgada	Sitios naturales	Lugares de observación y fauna		Jerarquía 3

-Ubicación y Medio de acceso
Las rutas de acceso son la Provincial Nº 47, dista de Puerto Pirámides por ruta Provincial Nº 2, a 71 km por camino de ripio.
-Características
Aquí se encuentra un apostadero de lobos marinos de un pelo (todo el año) y elefantes marinos del sur (sede mediados de agosto hasta abril).
Fue creada el 11 de marzo de 1983, y cuenta con una superficie de 2830 hectáreas aproximadamente

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
DOLAVON	Museos y manifestaciones culturales históricas	Lugares históricos		Jerarquía 3

-Ubicación y Medio de acceso:
Ubicado a 35 Km de Trelew, siguiendo el curso del Río Chubut,
-Características:
Encuentra su actividad más importante en la producción de las tierras del Valle.
Aquí se construyó el primer molino harinero dado el excelente trigo que se cosechaba en la región.
Dolavon es una apacible localidad atravesada por una de las numerosas zanjas de riego construidas por los galeses a fines del siglo pasado, conservándose aún una noria de esa época

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
GAIMAN	Museos y manifestaciones Culturales-históricas	Lugares históricos		Jerarquía 3

-Ubicación y Medio de acceso:
A 17 Km de la ciudad de Trelew, se accede por ruta Na nº 3.
-Características:
Es conocida por su tradición galesa, manifestada en las casas de té galés, las construcciones en piedra y ladrillos vistos, y las antiguas Capillas que lo acercarán a las fuentes de la gesta colonizadora.
Se destacan los canales de riego, los alfalfares, los edificios antiguos: capillas, casa, escuelas, y sus habitantes. Hoy nativos, galeses, italianos, españoles, portugueses, árabes conforman una comunidad activa y hospitalaria dispuesta a mostrarle sus encantos.
Entre sus atractivos históricos se destaca la primera casa de la localidad construida por el Sr. David D. Roberts en el año 1874, donde naciera el primer hombre blanco de Gaiman; la Capilla Bethel construida en 1914; el Túnel del ex Ferrocarril Patagónico (1914) ; la Biblioteca Ricardo J. Berwyn y el Museo Regional ubicado en la antigua estación del ferrocarril y el monumento a Cristóbal Colón que tiene como característica ser el primero realizado en su honor en Sudamérica, inaugurado en 1893 .
-Servicios: Gaiman ofrece la posibilidad de alojarse en la zona urbana en hoteles, hosterías, y en espacios rurales, en una posada situada a orillas del Río Chubut como también la posibilidad de tomar el tradicional té galés en una de las casas de té, y degustar comida internacional.
Muy cerca de la localidad, en el paraje Bryn Gwyn, encontramos el Primer Parque Paleontológico de Sudamérica (verdadero museo al aire libre). Realizado por el "MEF" de Trelew.

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
RAWSON	Museos y manifestaciones Culturales históricas	Lugares Históricos		Jerarquía 1

-Ubicación y Medio de acceso:
Ubicado sobre la margen del Río Chubut, se puede acceder por Ruta Nacional nº25 o por Ruta Prov. Nº 7
-Características:
Es la Capital de la Provincia del Chubut, su principal actividad es la político administrativa por ser sede del Gobierno Provincial.
Fue fundada por el Coronel Julián Murga en 1865 y quedó sancionada como capital de la Provincia el 26 de noviembre de 1957. Fue el primer asentamiento de la gesta galesa en la Patagonia a fines del siglo pasado
Esta caracterizado por sus bulevares y atractivos culturales, como el Museo Salesiano de gran valor antropológico; el Centro Cultural José Hernández; el Centro de Rescate Histórico de la ciudad; la Capilla Berwyn y las numerosas manifestaciones arquitectónicas de los edificios públicos. Rawson cuenta con el Parque Recreativo "General San Martín" ubicado a orillas del Río Chubut y es lugar ideal para el camping, recreación y visita al Zoológico que allí se encuentra.
Puerto de Rawson: A 7 Km, en la desembocadura del Río Chubut en el Océano Atlántico, lugar de desembarco de piezas a nivel nacional, en un ambiente característico. Con oferta para degustar platos elaborados a base de pescados y mariscos. Durante los meses de Marzo a Diciembre de cada año se realiza el Avistaje de Toninas Overas.

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
PLAYA UNIÓN	Sitios Naturales	Costas	Playas	Jerarquía 2

-Ubicación y Medio de acceso:
Lindante al puerto de Rawson, sobre mar abierto. Se accede, por doble trocha, desde Rawson.
-Características:
Su oferta de servicios incluye campings, distintos tipos de alojamientos turísticos, comercios, complejos deportivos, bares y confiterías bailables que dan una particular vida nocturna durante los meses de verano.
Es un lugar ideal para la práctica del windsurf y el surf por las características físicas y climatológicas. Otras posibilidades son la pesca de costa (Playa Unión es sede de importantes concursos de pesca); el avistaje de toninas overas desde el puerto.
Con características de villa balnearia como su tranquilidad, la seguridad y la hospitalidad de su gente ofrece el disfrute de extensas playas solitarias.
Hacia el Sur se encuentra Playa Magagna, grupo de playas vecinas de distintas características ya que sus costas son de restinga, ricas en bivalvos y pulpos, brindando una alternativa diferente a los afortunados visitantes.

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
TRELEW	Museos y Manifestaciones Culturales-históricas	Lugares Históricos		Jerarquía 3

-Ubicación y Medio de acceso:
Ubicada a 67Km al Sur de Puerto Madryn y 20 Km de Rawson y Playa Unión y a 1436 kms. desde Buenos Aires (por Ruta Nacional Nº3 y a 1.50hs de vuelo)
-Características:
Es nudo de comunicación y transporte y centro comercial e industrial de la Comarca Atlántica del Noreste del Chubut, concentrando toda una estructura de servicios acorde a su importancia turística (hoteles, agencias receptivas, restaurantes y el aeropuerto).
Desde aquí se realizan la mayoría de las excursiones por la zona
Nació en la segunda mitad del año 1886 como punta de rieles del ferrocarril que comenzaba a trazarse entre el Valle Inferior del Chubut y el Golfo Nuevo (actual Puerto Madryn).
-En Trelew se ubica el Museo Paleontológico Egidio Feruglio (el "MEF"), uno de los más importantes de Sudamérica por la colección que atesora y también por el valor de las investigaciones y actividades que desarrolla.
Otros sitios de interés son el Museo Histórico Regional Pueblo de Luis (la historia de la ciudad y sus habitantes), la Capilla Moriah en cuyo cementerio descansan los restos de los primeros colonos galeses arribados la zona, la Plaza Independencia con su glorieta central y los numerosos edificios históricos.
Es sede permanente del Eisteddfod (encuentros corales que se realiza únicamente en Gales y Chubut) y del Certamen Internacional de Coros cada dos años.
Gran actividad cultural: es sede de cuatro facultades de la Universidad Nacional de la Patagonia, además de institutos terciarios.
-Servicios al turista: Tiene una capacidad de 1.200 plazas, la oferta gastronómica consiste en más de 20 establecimientos que ofrecen una amplia gama de especialidades desde cocina patagónica hasta tenedor libre. Las agencias de viajes que operan en la zona suman más de 7 empresas locales, el movimiento de pasajeros se divide en 4 compañías aéreas con un promedio de 6 vuelos diarios y 12 empresas de transporte terrestre de media y larga distancia y 1 empresa urbana que recorre toda la ciudad.
Cuenta con un aeropuerto con características para operar internacionalmente y con una moderna terminal de ómnibus y sitios de esparcimiento como el casino, bingo, cine y teatros

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
PUERTO MADRYN	Sitios Naturales	Costas	Playas	Jerarquía 4

-Ubicación y Medio de acceso:
Ubicada a orillas del Golfo Nuevo, acceso por Ruta Nacional Nº3
-Características:
Rodeada de paisajes naturales y caracterizada por barrios de gran belleza arquitectónica, manifiesta su esencia turística a través de la calidad y cantidad de oferta hotelera, gastronómica y de servicios en general. Oferta de platos realizados a base de mariscos.

Es el centro de buceo más importante del país, también ofrece una variada gama de actividades como windsurf, Mountain bike, trekking, sandboard, cabalgatas, paseos náuticos.

Museos, sitios históricos, vida nocturna, numerosas agencias receptivas y la cercanía con los principales atractivos y localidades de la región, complementan la ciudad.

Avistajes de ballenas en El Doradillo
Desde la playa El Doradillo - a 15 km. de Madryn – observar las primeras ballenas de la temporada desde la costa.

A partir del lanzamiento de temporada (Junio), se inauguran los avistajes embarcados con guías balleneros profesionales.

También encontramos en Puerto Madryn el Ecocentro, primer centro de interpretación del país dedicado al ecosistema marino, combina a la ciencia con la educación y las expresiones artísticas.
A 17 Km en dirección Sur, se ubica el Área Protegida Provincial de Punta Loma, apostadero de lobos marinos de un pelo y de colonias de gaviotines sudamericanos entre otros, esta área protegida puede ser visitada durante todo el año.

ACTIVIDADES

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD: TURISMO RURAL

EMPRENDIMIENTOS TURISTICOS EN ESPACIOS RURALES

CATEGORÍA: Visitas Culturales y Actividades deportivas

ESTACIONALIDAD: Todo el año

Ubicación: Comarca Península Valdés

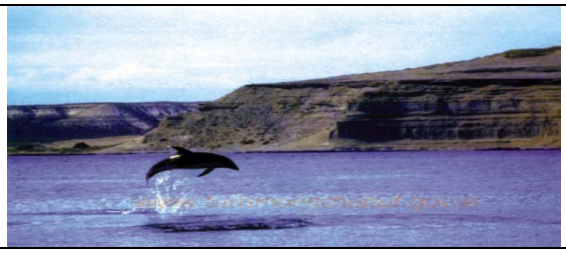
El Pedral:
Esta ubicado sobre el Océano Atlántico en Punta Ninfas, Provincia del Chubut, a 75 km de Puerto Madryn y 100 km de la ciudad de Trelew. Aquí el turista encontrará un lugar confortable para alojarse, y disfrutar plenamente de la naturaleza. La Estancia posee un casco principal en perfectas condiciones, y de características singulares ya que su construcción y mobiliario datan del siglo XIX. Además se ofrecen distintas actividades al aire libre como: Trekking, pesca deportiva, y otras.

La Clara:
Se encuentra situada a unos 50 Kms al sur de la ciudad de Trelew por ruta Provincial N° 1.
El Turista es recibido con mate y torta fritas de campo, se ofrece un recorrido por el casco del campo acompañado por sus anfitriones y observar las instalaciones del mismo culminando al visita con un almuerzo típico de cordero Patagónico al asador.

Las Bardas:
El campo, de 1650 hectáreas, está ubicado a quince kilómetros al sur de la ciudad de Trelew y es objeto de una estricta administración conservacionista.
Se accede por la Ruta Nacional Nº 3 en el kilómetro 1473^{300}.
Es de interés para paleontólogos, geólogos, botánicos, astrónomos y naturalistas.
Cuenta con un desnivel que va desde los 35 a los 250 metros snm, se encuentran fósiles marinos y minerales que datan del eoceno (terciario) hasta el pleistoceno (cuaternario) abarcando así un período aproximado de 35 millones de años.
Está ubicado en la provincia fitogeográfica del monte y la flora, dado que el campo no se pastorea, se encuentra intacta pudiéndose apreciar los distintos procesos de adaptación de las especies patagónicas. Con 30 kilómetros de sendas interiores, se puede practicar ciclismo y trekking (en todos sus grados de exigencia), interpretación de recursos, avistaje de aves y fauna o paseos en vagón (doce plazas).
La casa tiene capacidad de seis plazas y su comedor permite atender a doce comensales. Posee terrazas aptas para la observación astronómica, y también cuenta con un quincho con capacidad para veinticinco personas.

Loan Blanc:
Estancia ubicada en cercanía de la ciudad de Puerto Madryn
Ofrece la posibilidad de realizar diferentes actividades como: circuitos que recorren yacimientos arqueológicos como así también afloramiento de cuarzo o cristal de roca, caminatas guiadas por bosques petrificados.
Aquí también están presente tareas típicas como la esquila y la señalada.

Ofrece la posibilidad de almorzar.
Otros Establecimientos en la zona de similares características: (Identificados a partir de : http://www.vistasdelvalle.com.ar/turismo-rural.htm) -Establecimiento El Deseado: Ubicado a 30 Km de Puerto Madryn. -Estancia La Ernestina: Ubicación Punta Norte - Península Valdés. - Estancia San Guillermo- Península Valdés -Estancia Bella Vista:

ACTIVIDADES
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD: AVISTAJE DE DELFINES

CATEGORÍA: ESPARCIMIENTO Y VISITA A SITIOS NATURALES
ESTACIONALIDAD: Durante los meses de verano - Enero a Marzo.
UBICACIÓN: costa de Puerto Madryn y en el Golfo San José en la Península Valdés.
CARACTERISTICAS El delfín oscuro Lagenorhynchus Obscuruses pertenece al grupo de los mamíferos, ya que respira aire y alimenta a sus crías con leche materna. Los delfines oscuros son sumamente gregarios, es decir viven en grupos. La mayor parte del tiempo se mueven en pequeños grupos de 6 a 15 individuos pero pueden formar grandes manadas de hasta 300 delfines. Mundialmente son conocidos como uno de los delfines más acrobáticos. Sus saltos y acrobacias son parte importante de su sistema de comunicación, los realizan ya sea para detectar a las presas como para relacionarse con otros delfines, alimentarse o copular. La edad máxima registrada, determinada a partir de las bandas de crecimiento que se depositan en los dientes, es de 35 años.

ACTIVIDADES
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD: Avistaje de Ballenas
CATEGORÍA: ESPARCIMIENTO Y VISITA A SITIOS NATURALES
ESTACIONALIDAD: la temporada de avistajes se extiende desde el mes de junio hasta mediados de diciembre
UBICACIÓN Se realiza en Península Valdés, desde la localidad de Puerto Pirámides
CARACTERISTICAS Esta villa balnearia ofrece el servicio de seis empresas que realizan el avistaje de la Ballena Franca Austral. Estas eligen la tranquilidad de las aguas de los Golfos para aparearse y parir sus crías. El Avistaje tiene una duración de aproximadamente una hora, de acuerdo a la proximidad de los ejemplares. Se las puede observar y fotografiar gracias a la absoluta transparencia de las aguas. Distintas especies pueden ser avistadas en el mundo, pero aquí en Argentina, en Chubut, Puerto Pirámides es el único lugar donde se realiza profesionalmente, prohibiéndose el acceso a embarcaciones privadas.

ACTIVIDADES
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD: Avistaje de Tonina Overa
CATEGORÍA: ESPARCIMIENTO Y VISITA A SITIOS NATURALES
ESTACIONALIDAD: Se encuentran en los meses de Abril a Noviembre
UBICACIÓN: desde la villa balnearia Playa Unión.
CARACTERÍSTICAS Dos empresas desarrollan la actividad de avistaje bajo permiso y cuidado de la Secretaría de Turismo y Áreas Protegidas de Chubut y las mismas están ubicadas en el Puerto sobre la desembocadura del Río Chubut. Es el delfín más pequeño del mundo, mamífero de coloración blanco y negro, de un metro y medio de longitud y se movilizan en grupos de 2 a 10 individuos. Nadadores rápidos y activos, Como ya es tradicional en Chubut, se las estudia y protege constantemente, es por ello que muchas excursiones realizadas con turistas pueden ser acompañadas por biólogos que proveen de información necesaria para su cuidado.

ACTIVIDADES

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD: VISITA A Pingüino de Magallanes

CATEGORÍA: ESPARCIMIENTO Y VISITA A SITIOS NATURALES

ESTACIONALIDAD: desde principios de Septiembre hasta Noviembre

UBICACIÓN: Punta Tombo

CARACTERISTICAS

Punta Tombo es único en el mundo, ya que no existe otra colonia de pingüinos de esta magnitud que sea accesible tan fácilmente. Las colonias de aves son altamente vulnerables ante cualquier disturbio.

Esta zona protegida cuenta con las instalaciones necesarias para la visita de turistas.

Su tamaño poblacional (más de medio millón de ejemplares) y las distintas características de la especie, congrega a visitantes y científicos de todo el mundo. Esta área puede ser recorrida a través de senderos especialmente diseñados pudiéndose además observar otras especies de aves marinas y animales autóctonos de la estepa.

Cada año a fines de agosto, principio de septiembre comienzan a llegar los machos y luego lo hacen las hembras; los machos acondicionan los nidos ya construidos años anteriores. Nidifican hasta aproximadamente 800 metros de la costa, pero accidentes naturales hacen que su caminata desde el mar pueda ser de más de un kilómetro.

Las hembras ponen generalmente dos huevos a comienzos de octubre y tras 40 días de incubación compartida con el macho nacen los pichones.

Los pichones nacen cubiertos de plumón gris oscuro, el cual pierden en febrero cuando mudan a plumaje juvenil.

A fines de enero y febrero, grupos de juveniles nacidos la temporada anterior, pasan casi dos semanas en tierra donde mudan su plumaje juvenil por el de adulto. Los pingüinos utilizan gran parte de su tiempo en la cosmética de su plumaje, frotándose con el pico, limpiando las plumas para mantener la estructura de la misma y así contribuir a la impermeabilidad.

Investigación

La Sociedad Zoológica de Nueva York con la colaboración del Organismo Provincial de Turismo del Chubut, está estudiando los pingüinos en Punta Tombo con el fin de conocer sobre su biología, comportamiento y conservación. Muchos pingüinos tienen un anillo numerado en la aleta, el cual permitirá obtener datos de individuos conocidos. Pingüinos anillados en Tombo han sido encontrados en lugares tan alejados como Brasil.

ACTIVIDADES
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD: EISTEDDFOD
CATEGORÍA: ASISTENCIA A ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS
ESTACIONALIDAD: Una comisión Organizadora, elegida en asamblea, elabora anualmente el programa del Festival, dividido en dos fechas. Para septiembre, en Gaiman, el Eisteddfod de la Juventud; para Octubre, en Trelew, el Eisteddfod del Chubut.
UBICACIÓN: Trelew y Gaiman
CARACTERÍSTICAS: El vocablo "EISTEDDFOD" se traduce por "estar sentado" El Eisteddfod comenzó a celebrarse en Chubut durante el último cuarto del siglo XIX, como un festival comunitario centrado en la poesía y en el canto. Era el tiempo en que la zona no contaba sino con dos pequeñas aldeas, Rawson y Gaiman, ambas establecidas por los inmigrantes que, desde el País de Gales, habían arribado a la Patagonia a partir de 1865. Desde entonces, el festival tuvo su corazón en, lo que podríamos llamar, la cultura de la palabra. se trata de celebrar dos momentos culminantes: cuando la palabra se vuelve poema y cuando se transforma en canto. Y en este último caso, de modo especial cuando las voces se congregan y conforman un Coro. En torno de esta dos celebraciones, se van eslabonando varias otras: el ensayo, la recitación, el solo instrumental, la música vocal, las danzas, las artesanías, la plástica, las traducciones. Pero siempre con la característica de ser participaciones abiertas a toda la comunidad. Al igual que ocurrió con otra prácticas Europeas, que se Americanizaron y constituyen hoy parte del rico patrimonio cultural del Nuevo Mundo, así el EISTEDDFOD se integró a la vida de la PATAGONIA.

ACTIVIDADES
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD: MUSEOS
CATEGORÍA: VISITAS CULTURALES
ESTACIONALIDAD: Todo el año
UBICACIÓN: Trelew, Rawson, Gaiman, Dolavon.
CARACTERISTICAS
Museo Regional Pueblo de Luis de Trelew Ubicado en la antigua estación del ferrocarril de la ciudad de Trelew, este museo se concentra en nuestros antepasados, tehuelches, mapuches, inmigrantes galeses y primeros pobladores de a ciudad. Cuenta con siete salas de exposición que ofrecen al visitante aspectos históricos de la zona reflejando la identidad local. Está ubicado en Av. Fontana y 9 de Julio Horario de atención es de Lunes a Viernes de 08 a 20 hs, Entrada: el valor de la entrada $2 para mayores de 12 años, menores sin cargo.
Museo de Rescate Histórico de Rawson Ubicado en la capital de la Provincia, concentra diversos elementos que hacen la historia y desarrollo de la ciudad capital, ofrece charlas y muestras fotográficas. Esta ubicado en Av. San Martín 830 Horario de atención: Lunes a Viernes de 07:00 a 20:00 y Sábados de 15:00 Hs. a 20:00 Hs. Muy cerca de allí se puede visitar el Museo Salesiano con una importante colección antropológica de la Patagonia.
Museo Histórico Regional de Gaiman Alojado en la antigua estación ferroviaria, atesora objetos y reliquias que dan fe de la trayectoria de los colonos galeses en la zona. Esta ubicado en calle 28 de Julio Nº 705. Horarios de atención: Abierto de Martes a Domingos, todo el año (excepto Feriados, Navidad, Año Nuevo y Pascua) de 15 a 19 hs.
Molino Harinero de Dolavon Aquí se construyó el primer molino harinero de la zona, debido al excelente trigo que se producía. Ahora el turista puede disfrutarlo.

ACTIVIDADES
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD: PALEONTOLOGÍA
CATEGORÍA: VISITAS CULTURALES
ESTACIONALIDAD: Todo el año
UBICACIÓN: Trelew
CARACTERISTICAS
Museo Paleontológico Egidio Feruglio |MEF|,: Es el museo exclusivo de paleontología más importante de Sudamérica, con una muestra permanente que recorre una línea de tiempo hacia el pasado, desde los primeros humanos hasta el inicio de la vida en el planeta, destacándose la presencia de los dinosaurios que habitaban nuestro suelo. Esta institución ofrece también viajes educativos y experiencias programadas para docentes y estudiantes, como el recorrido temático en el Geoparque Bryn Gwyn que devela un mundo salvaje en un verdadero museo al aire libre, en cercanías de Gaiman.

ACTIVIDADES
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD: OCEANOGRAFÍA- Ecocentro
CATEGORÍA: VISITAS CULTURALES
ESTACIONALIDAD: todo el año. Los horarios varían según la temporada. Normalmente está abierto al público todos los días de 10 a 19 horas.
UBICACIÓN: Ciudad de Puerto Madryn,
CARACTERÍSTICAS: El EcoCentro es el primer centro de interpretación del país dedicado al ecosistema marino, que en una original propuesta combina a la ciencia con la educación y las expresiones artísticas. Su muestra y las actividades que allí se desarrollan brindan distintas claves para interpretar la naturaleza. Los espacios del EcoCentro Ell hall central, con una muestra de pinturas de jóvenes artistas plásticos nacionales. El café del EcoCentro, con salida a una amplia terraza también con vista al mar. La biblioteca, Ubicada en la torre del edificio tiene cuatro niveles, cada uno especialmente ambientado para la recreación y la inspiración de sus visitantes La sala de Interpretación Científica, Con la exhibición permanente, se puede apreciar la riqueza de la naturaleza costera patagónica y descubrir las particularidades de los animales que viven en este lugar. Paneles interactivos como el que invita a oír ballenas y delfines, hacen de este recorrido una experiencia a través de todos los sentidos. En esta muestra, también esta "la pileta de invertebrados" un piletón que reproduce las condiciones del mar. Allí se observa cómo se desplazan las estrellas de mar o cómo se alimentan los erizos y las anémonas. Se realizan visitas guiadas.

ACTIVIDADES
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD: TURISMO DE AVENTURA
CATEGORÍA: DEPORTIVAS
ESTACIONALIDAD: Durante todo el año, esta zona se brinda para disfrutar y conocer la práctica de un sinnúmero de actividades.
UBICACIÓN: principalmente en Península Valdes, Pto Madryn y Playa Unión
CARACTERÍSTICAS: -Buceo: Pto Madryn es la capital Nacional del Buceo, esta actividad también se practica en Pto Pirámides. Ambas cuentan con todos los requisitos para la prestación de este servicio. La temporada comprende los meses de primavera / verano -Windsurf y Surf: Puerto Madryn y Playa Unión invitan a vivenciar esta experiencia Ambas cuentan con instructores y alquiler de tablas para la práctica de estos deportes. -Sandboard: Esta nueva actividad crece progresivamente en la zona, en Puerto Pirámides es donde las enormes dunas de arena blanca brindan el escenario ideal para esta actividad. Hay alquiler de tablas. -Safaris 4x4: Principalmente en Pto. Pirámides se ofrece la contratación de una excursión para observar, hacer de copiloto o en vehículo propio; un entramado de senderos y rutas permiten las aventuras motoras. -Mountainbike La mayor oferta de este deporte esta en las cercanías de la ciudad de trelew. -Carrovelismo El Carrovelismo es una marca registrada del balneario Rada Tilly cerca de Comodoro Rivadavia (Corredor Central), pero también encontramos esta oferta en la ciudad de Pto madryn.

FACILIDADES TURISTICAS

OTROS SERVICIOS: **AGENCIAS DE VIAJES**

PLAYA UNIÓN

Total = 1

COIRON VIAJES – Legajo : 11159 – Categoría : EVT
RIFLEROS 498
Email: coironviajers@infovia.com.ar

PUERTO MADRYN

Total = 25

COSTA BLANCA TOURS - Legajo : 8743 - Categoría : EVT
DOMECQ GARCIA 365
Tel. : 45-4506 nvaleon@grupopatagonia.com.ar

EUBALENA VIAJES - Legajo : 9953 - Categoría : EVT
BELGRANO 175
Tel. : 47-1463 eubalena@infovia.com.ar

ARGENTINA VISION OPERADORA TURISTICA - Legajo : 8725 - Categoría : EVT
AV. JULIO A. ROCA 536 LOC. 2 Y 3
Tel. : 45-5888 / 45-1773 correo@argentinavision.com

PATAGONIA AUSTRAL - Legajo : 11709 - Categoría : EVT
JULIO A. ROCA 297 LOC.4
Tel. : 45-2452 / 45-0872 explore@explorarpatagonia.com

TITO BOTTAZZI VIAJES Y TURISMO - Legajo : 9084 - Categoría : EVT
BV. BROWN 1070
Tel. : 47-4110 / 47-3800 info@titobottazzi.com.ar

AIKE TOUR - Legajo : 7402 - Categoría : EVT
LEANDRO N. ALEM 237
aiketour@infovia.com.ar

SOUTH PATAGONIA - Legajo : 8782 - Categoría : EVT
JUAN B. JUSTO 842
Tel. : 47-4255

WAIRA TRAVEL - Legajo : 11881 - Categoría : EVT
DOMECQ GARCIA 637 1° PUERTA 1
Tel. : 45-3860 transarnez@infovia.com

HUINCA TRAVEL - Legajo : 12024 - Categoría : EVT
28 DE JULIO 37
info@huincatravel.com
WHALES PATAGONIA TURISM - Legajo : 12046 - Categoría : EVT
BARTOLOME MITRE 139
Tel. : 47-1436 whalespatagonia@argentina.com

LOIKA EXPEDICIONES - Legajo : 12047 - Categoría : EVT
MARCOS A. ZAR 474
Tel. : 45-4163 info@elgualicho.com.ar

CUYUN - CO - Legajo : 703 - Categoría : AT
AV. JULIO A. ROCA 165 LOC.3 Y 4
Tel. : 45-1845 / 45-2061 gerencia@cu-co.com.ar

TURISMO PU-MA - Legajo : 701 - Categoría : AT
28 DE JULIO 46
Tel. : 45-2504 / 45-2857 info@turismopuma.com

ESTACION BALLENERA - Legajo : 11818 - Categoría : EVT
AV. JULIO A. ROCA 297 PB Y EP LOC. 6
Tel. : 45-8824 estacionballenera@infovia.com.ar

FACTOR PATAGONIA - Legajo : 10234 - Categoría : EVT
25 DE MAYO 186 LOCAL 3
Tel. : 45-3570 factorpm@infovia.com.ar

BEPLOMCH - Legajo : 10521 - Categoría : EVT
DOMECQ GARCIA 423
Tel. : 45-7095 beplomch@beplomch.com.ar

ALORA VIAGGIO - Legajo : 10396 - Categoría : EVT
AV. ROCA 27
Tel. : 45-4505 / 445-5106 aloraviaggio@aloraviaggio.com

VIENTO SUR OPERADORES TURISTICOS - Legajo : 10380 - Categoría : EVT
AV. DOMECQ GARCIA N° 435/7 435
Tel. : 45-5511 vientosur@powernet.net.ar

SEA LION TOUR - Legajo : 11367 - Categoría : EVT
25 DE MAYO 141
offroad@speedy.com.ar

MIRAS DEL MAR - Legajo : 10342 - Categoría : EVT
AV. JULIO A. ROCA 11
consultas@mirasdelmar.com.ar

CHUCAO - Legajo : 11553 - Categoría : EVT
25 DE MAYO 656
Tel. : 47-4737 chucao@chucao.com

GOLFO NUEVO - Legajo : 10206 - Categoría : EVT
MARCOS A. ZAR 844
Tel. : 45-0823 carrera@infovia.com.ar

CAUSANA VIAJES - Legajo : 9368 - Categoría : EVT
MORENO 390
Tel. : 45-5044 causana@causana.com.ar

AGENCIA FLAMENCO TOUR - Legajo : 9585 - Categoría : EVT
AV. JULIO A. ROCA 331
fromeo@flamencotour.com.ar
Representante Técnico : ROMEO, FERNANDO LUIS -Nro. de Registro : 6487

PUERTO MADRYN TURISMO - Legajo : 9541 - Categoría : EVT
AV. JULIO A. ROCA 624
Tel. : 45-2355 info@madrynturismo.com

RAWSON

Total = 2

MOLINARI - Categoría : EVT
GREGORIO MAYO 170 | Sucursal
Tel. : 481225 hmvrawson@infovia.com.ar

GALATTS TURISMO - Legajo : 3549 - Categoría : EVT
MARIANO MORENO 719
Tel. : 48-2543 / 48-1934 galatts@arnet.com.ar

TRELEW

Total = 11

PATAGONES - Legajo : 11608 - Categoría : EVT
CARRASCO 156 DPTO. FRENTE
Tel. : 186-1501 patriciaurdangarin@hotmail.com

CARLOS DI FIORE TOUR & TRAVEL - Legajo : 8727 - Categoría : EVT
INMIGRANTES 296
Tel. : 42-2618 / 42-8010

MOLINARI VIAJES - Legajo : 8608 - Categoría : EVT
BELGRANO 461
Tel. : 42-5610 molinariviajes@infovia.com.ar

THUNDER VIAJES Y TURISMO - Legajo : 10147 - Categoría : EVT
PELLEGRINI 452
Tel. : 43-1091 ventas@thunderpatagonia.com
Representante Técnico : BONET, SILVIA ELENA - Nro. de Registro : 2737

ALCAMAR TRAVEL - Legajo : 7521 - Categoría : EVT
SAN MARTIN 146
Tel. : 42-1448 / 42-1213 alcamarsrl@infovia.com.ar
Representante Técnico : MARCH, JOSE PEDRO - Nro. de Registro : 1985

SOUTHERN CROSS TOURS - Legajo : 10319 - Categoría : EVT
URQUIZA 824
Tel. : 42-8662 s-cross@sinectis.com.ar
Representante Técnico : LAGIARD SARMIENTO, RICARDO JESUS - Nro. de Registro : 4685

NIEVEMAR TOURS - Legajo : 3520 - Categoría : EVT
ITALIA 98
nievemar@internet.siscotel.com
Representante Técnico : MIRANDA, MIGUEL ANGEL - Nro. de Registro : 361

DINOSAURIOS - VIAJES Y TURISMO - Legajo : 11156 - Categoría : EVT
PELLEGRINI 1868
Tel. : 43-3035
Representante Técnico : AMICI, VERONICA MERCEDES -Nro. de Registro : 6031

PATAGONIA GRANDES ESPACIOS S.R.L. - Legajo : 10204 - Categoría : EVT
BELGRANO 338
Tel. : 45-8331 infopge@speedy.com.ar

RE-KREO TRAVEL - Legajo : 10740 - Categoría : EVT
AV. FONTANA 455 LOCAL 5
Tel. : 43-8046 rekreoaventura@ar.inter.net

VESTA E V Y T - Legajo : 4497 - Categoría : EVT
SAN MARTIN 67
Tel. : 43-5087 / 43-5292 cityhotelsrl@infovia.com.ar

FACILIDADES TURISTICAS				
ALOJAMIENTOS				
GAIMAN Total = 4				
DENOMINACIÓN	**CLASE**	**CATEGORÍA ESTRELLAS**	**DIRECCIÓN**	**TELÉFONO**
UNELEM	HOTEL	1	TELLO Y 9 DE JULIO	491663
DYFFTRYN GWYRDD	HOSTERIA	2	TELLO 103	491777
GWESTY TYWI	HOSTERIA	2	M.D. JONES 342	491292
TY GWYN	HOSTERÍA	2	AV. H. YRIGOYEN Y 9 DE JULIO	491009

PLAYA UNIÓN Total = 8				
DENOMINACIÓN	**CLASE**	**CATEGORÍA ESTRELLAS**	**DIRECCIÓN**	**TELÉFONO**
ATLANSUR	HOTEL	1	RAWSON 339	496030
PUNTA LEON	HOTEL	S/C	HERNANDEZ Y J.D.L. PIEDRA	498042
LE BON	HOSTERIA	2	RIFLEROS Nº68	496638
PREMIER	COMPLEJO DEPARTAMENTOS	2	PERITO MORENO 951	496360 - 15668909
MUTUAL GAIMAN	CAMPING	S/C	NAHUELPAN Y RAMON LISTA	496075 - 15686196
CLUB VIAL	CAMPING	S/C	NAHUELPAN S/N	-
BANCO CHUBUT	CAMPING	S/C	NAHUELPAN 164	-
POLICIAL	CAMPING	S/C	NAHUELPAN S/N	482666

PUERTO PIRÁMIDES Total = 9				
DENOMINACIÓN	**CLASE**	**CATEGORÍA ESTRELLAS**	**DIRECCIÓN**	**TELÉFONO**
LA ESTANCIA DEL SOL	HOSTERIA	1	AV DE LAS BALLENAS S/N	495007
THE PARADISE	HOSTERIA	S/C	2º BAJADA AL MAR	495003 - 495030
PATGONIA FRANCA	HOSTERIA	S/C	1º BAJADA AL MAR	495006
A.C.A.	MOTEL	1	AV DE LAS BALLENAS 25	495004
EN EL MAR	CABAÑAS	1	1º BAJADA AL MAR	495049
EL CRISTAL	ALQ. TEMP.	S/C	2º BAJADA AL MAR	495033
J Y M	HOSPEDAJE	S/C	AV. DE LAS BALLENAS S/N	495057
EL ESPAÑOL	HOSPEDAJE	S/C	AV. DE LAS BALLENAS S/N	495025
PIAZZI	HOSPEDAJE	S/C	AV. DE LAS BALLENAS S/N	15675223
EL MEDANO	HOSPEDAJE	S/C	AV. DE LAS BALLENAS S/N	495032
LA POSTA	HOSPEDAJE	S/C	1º BAJADA AL MAR	495005
MUNICIPAL	CAMPING	S/C	1º BAJADA AL MAR	495084

RAWSON Total = 1				
DENOMINACIÓN	**CLASE**	**CATEGORÍA ESTRELLAS**	**DIRECCIÓN**	**TELÉFONO**
PROVINCIAL	HOTEL	3	MITRE Nº551	481300
SAMPEDRO	HOSPEDAJE	S/C	BELGRANO Nº744	481721

TRELEW Total = 12				
DENOMINACIÓN	**CLASE**	**CATEGORÍA ESTRELLAS**	**DIRECCIÓN**	**TELÉFONO**
LIBERTADOR	HOTEL	4	RIVADAVIA 31	420220 - 426026
RAYENTRAY	HOTEL	4	SAN MARTIN 101	435141 - 434702
CENTENARIO	HOTEL	3	SAN MARTIN 150	420542 - 426111 - 433800
CITY HOTEL	HOTEL	2	RIVADAVIA 254	433951 - 433952
CHELTUM	HOTEL	2	H. IRIGOYEN 1385	429700
TOURING CLUB	HOTEL	1	AV. FONTANA 240	433997
GALICIA	HOTEL	2	9 DE JULIO 214	433802
ARGENTA	APART HOTEL	S/C	PJE.CORDOBA 260	434342
PROVINCIA	HOSPEDAJE	S/C	H. IRIGOYEN 625	420944
AVENIDA	HOSPEDAJE	S/C	LEWIS JONES 49	434172
ARGENTINO	HOSPEDAJE	S/C	A. MATHEWS Y MORENO	436134
ALBERGUE MUNICIPAL solo p/ delegaciones c/ reserva	ALBERGUE	S/C	MITRE 37	420160

PUERTO MADRYN Total = 83				
DENOMINACIÓN	**CLASE**	**CATEGORÍA ESTRELLAS**	**DIRECCIÓN**	**TELÉFONO**
PENINSULA VALDES	HOTEL	4	AV. ROCA Nº 155	451110 - 471292 - 452584
AGUAS MANSAS	HOTEL	3	J. HERNANDEZ Nº 51	471303
BAHIA NUEVA	HOTEL	3	AV. JUÑIO A. ROCA Nº 67	450145 - 451677
COSTANERA	HOTEL	3	BVARD. BROWN Nº 759	473219 - 473250
TOLOSA	HOTEL	3	ROQUE S. PEÑA 253	471850 - 456122 -
PLAYA	HOTEL	3	AV. ROCA 187	450732 - 451446
SAMAY HUASI	HOTEL	3	ALBARRACÍN 249	450688 - 450588 -
EL CID	HOTEL	2	25 DE MAYO Nº 850	471416
GRAN PALACE	HOTEL	2	28 DE JULIO Nº 400	471009
HOSTAL DEL REY	HOTEL	2	BVARD. BROWN Nº 681	471093
CARRERA	HOTEL	2	MARCOS A. ZAR Nº 844	450759 -

				450823
GRAN MADRYN 1	HOTEL	2	LUGONES N7 40	472205 - 471728
MORA	HOTEL	2	JUAN B. JUSTO Nº 654	471424
FANTILLI	HOTEL	2	BARTOLOMÉ MITRE Nº 619	455124
DEL CENTRO	HOTEL	1	28 DE JULIO Nº 149	473742
PERLA DEL SUR	HOTEL	1	SARMIENTO Nº 1290	458283
TANDIL	HOTEL	1	JUAN B. JUSTO 762	456152
YANCO	HOTEL	1	JULIO A. ROCA 626	471581
LA POSADA DE MADRYN	HOTEL	S/C	A. MATHEWS Nº 2951	474087 - 453525
MUELLE VIEJO	HOTEL	S/C	AV. HIPOLITO YRIGOYEN Nº 38	471284
VASKONIA	RESIDENCIAL	S/C	25 DE MAYO 43	472581
NUEVA LEON	APART HOTEL	3	DOMEC GARCIA Nº 365	453069 - 474125
PATAGONIA	APART HOTEL	3	ALBARRACIN Nº 45	452103
LOS TULIPANES	APART HOTEL	2	LEWIS JONES Nº 150	471840 - 471845
LOS SAUCES	APART HOTEL	2	AARON JENKINS Nº 457	457443 - 451166
SOL DE PATAGONIA	APART HOTEL	2	MATHEW Nº 2100	457400
VILLA PIREN	APART HOTEL	3	AV. JULIO A. ROCA 439	456272 - 456092
MARINA	APART HOTEL	S/C	PERLOTTI Nº 53	453594
MARINA	APART HOTEL	S/C	AV. JULIO A. ROCA Nº 7	454915
RUCA HUE	APART HOTEL	S/C	HUMPHREYS Y MATHEWS	471791 - 451267
LAGUSMAR	APART HOTEL	S/C	AV. JULIO A. ROCA Nº 2050	454740
EDIFICIO DEL SUR	APART HOTEL	2	PERLOTTI 53	453594
LAS BARDAS	APART HOTEL	2	MORGAN Nº 1751	454394 - 456139
TORREMOLINOS	HOSTERIA	2	M. A. ZAR Nº 64	453215
SOLAR DE LA COSTA	HOSTERIA	3	BVARD. BROWN 2057	458822 - 458823
MANOLOS	HOSTERIA	1	AV. JULIO A. ROCA Nº 763	472390
HIPOCAMPO	HOSTERIA	2	VESTA Nº 33	473605
EL ANTIGUO	HOSTERÍA	1	28 de JULIO Nº 149	471095
CASA DE PUEBLO	HOSTERIA	1	AV. JULIO A. ROCA Nº 475	472500
EL GUALICHO	ALBERGUE TURISTICO	S/C	MARCOS A. ZAR 474	454163
EL REFUGIO	ALBERGUE TURISTICO	S/C	MARCOS A. ZAR Nº 452	458702
EL RETORNO	ALBERGUE TURISTICO	S/C	MITRE Y ALBARRACÍN	456044
HOSTELLING INTERNACIONAL	ALBERGUE TURÍSTICO	S/C	25 de MAYO Nº 1136	474426
HUEFUR YOUTH HOSTEL	ALBERGUE TURÍSTICO	S/C	ESTEVARIZ Nº 245	453926
LA TOSCA	ALBERGUE TURÍSTICO	S/C	SARMIENTO Nº 437	456133
POSADA EL CATALEJO	ALBERGUE TURÍSTICO	S/C	MITRE Nº 446	475224
PETIT	RESIDENCIAL	S/C	ALVEAR Nº 845	451460 - 456428
ANCLAMAR	RESIDENCIAL	S/C	25 DE MAYO 874	451509
LOS TECHOS	CABAÑAS	2	MATHEWS Y MIMOSA	455354
NUEVA LEON	CABAÑAS	1	J. M. THOMAS Nº 1750	472635 - 15510098
ANAMAR	ALQ. TEMP.	3	AARON JENKINS Nº 67	450420 - 15665663
ALTHEA	ALQ. TEMP.	2	WILLIAM DAVIES Nº 2591	454177
ARENAS BLANCAS	ALQ. TEMP.	2	AARON JENKINS Nº 295	471489 - 15661249
BAHÍA DELFINES	ALQ. TEMP.	2	JENKINS Nº 492	454360
COMPLEJO CUYEN	ALQ. TEMP.	2	INACAYAL Nº 249	471615
COMPLEJO JULIO	ALQ. TEMP.	2	VILLARINO Nº 169	451643
CORMORANES	ALQ. TEMP.	2	AARON JENKINS Nº 390	450400

DEPARTAMENTOS CAROLINA	ALQ. TEMP.	2	GOB. ALEJANDRO MAIZ Nº 762	471099
EL PUENTE	ALQ. TEMP.	2	ALBARRACIN Nº 55	455682
ESTRELLA DE MAR	ALQ. TEMP.	2	MARCOS A. ZAR Nº 1723	451172
FERNÁNDEZ DUQUE	ALQ. TEMP.	2	VILLARINO Nº 169	451643
JUMANA	ALQ. TEMP.	2	RIVADAVIA Nº 81	457474
LA CALMA	ALQ. TEMP.	2	TEHUELCHES Nº 140	453350 - 15513257
LOS TRONCOS	ALQ. TEMP.	2	MARCOS A. ZAR Nº 1268	450516 - 15516721
LOS CHARITOS	ALQ. TEMP.	2	AV. JULIO A. ROCA Nº 980	458136 - 452257
MAIPU	ALQ. TEMP.	2	MAIPU Nº 110	450689
MAREJADA	ALQ. TEMP.	2	MORGAN Nº 2550	15661862
MENGHINI	ALQ. TEMP.	2	MATHEUS Nº 1287	451546 - 15517973
NADIMAR	ALQ. TEMP.	2	HUMPREYS Nº 315	473653
QUILIMBAI	ALQ. TEMP.	2	MATHEWS Nº 2075	473665
VILLA DEL PARQUE	ALQ. TEMP.	2	VILLARINO 519	451922 - 15683307
GALATS	ALQ. TEMP.	1	GALATS Nº 315	473794 - 15518510
LA CASCADA	ALQ. TEMP.	1	MORGAN Nº 2779	474395
ERIZOS I	ALQ. TEMP.	S/C	ROBERTS Nº 221	473630
LUJAN	ALQ. TEMP.	S/C	BERUTTI Nº 89	456064
TY COED	ALQ. TEMP.	S/C	AV. ROCA 2410	457550
SANTA RITA	HOSPEDAJE COMPL.	S/C	GDOR. ALEJANDRO MAIZ 370	471050
LOS TILOS	ALQ. TEMP.	S/C	MORGAN 1770	451601 - 15678521
VILLA AZUL	ALQ. TEMP.	S/C	APELEG Nº 35	473539
AVENIDA	HOSPEDAJE	S/C	AV. GALES Nº 1346	474991
EL DORADO	HOSPEDAJE COMPLEMENTARIO	S/C	SAN MARTIN Nº 545	471026
JO`S	HOSPEDAJE COMP.	S/C	BOLIVAR Nº 75	471433
VIAJEROS	HOSPEDAJE COMP.	S/C	GDOR. ALEJANDRO MAIZ Nº 545	456457

FACILIDADES TURISTICAS	
ALIMENTACIÓN	
GAIMAN Total = 9	
CLASE	CANTIDAD
CASA DE TÉ	5
PIZZERÍA	1
RESTAURANTE	2
RESTAURANTE / TÉ GALÉS	1

PUERTO PIRÁMIDES Total = 14	
CLASE	CANTIDAD
BAR - COMIDAS CASERAS	2
CAFÉ LITERARIO PIZZAS - MARISCOS	1
CAFETERIA	1
COMIDAS A LA CARTA	1
COMIDA CASERA - MARISCOS	1
COMIDAS RÁPIDAS	2
CONFITERIA - HELADERIA	1
DESAYUNOS AMERICANOS - MINUTAS	1
PIZZAS - EMPANADAS	1
RESTAURANTE - MARISQUERIA	1
RESTAURANTE - CONFITERIA	2

RAWSON Total = 3	
CLASE	CANTIDAD
PARRILA	1
PIZZERÍA - MINUTAS	1
RESTAURANTE	1

TRELEW Total = 18	
CLASE	CANTIDAD
CAFE - SNACK BAR	1
COMIDAS RÁPIDAS - HELADERÍA	1
MINUTAS P/ LLEVAR	1
PASTAS - MARISCOS - MINUTAS	1

PATIO DE COMIDAS	3
PIZZERÍA - MINUTAS	3
RESTAURANTE – ASADOR/ PARRILLA	6
RESTAURANTE - CENA SHOW	1
RESTAURANTE - T. LIBRE	1

PUERTO MADRYN Total = 48	
CLASE	CANTIDAD
MARISQUERÍA	1
MARISQUERIA CONFITERIA	1
PARRILLA	3
PIZZERÍA - MINUTAS	6
RESTAURANTE	27
RESTAURANTE CASA DE TÉ	1
CASA DE TÉ	1
CONFITERÍA	8

SUPERESTRUCTURA	
INSTITUCIÓN	
Secretaría de Turismo del Chubut	Dirección: Av. 9 de Julio 280 (9103) Ubicación: Rawson - Capital del Chubut Horario de atención al público: 7:00 a 13:00 Tel-Fax: 54 02965 481113 / 485272 Secretaría Privada: privada@chubutur.gov.ar Webmaster: chubuturweb@chubutur.gov.ar
Casa de la Provincia del Chubut Coordinación de Turismo en Capital Federal	Dirección: Sarmiento 1172 Ubicación: Capital Federal Horario de Atención al Público: 9:00 a 17:00 Telefax: 011-43837458 / 011-43822009 int. 103 E-mail: chubuturbue@chubutur.gov.ar
-**Resolución 138/02-OPT** Creación del Registro Provincial de Emprendimientos Turísticos en Espacios Rurales Anexo I: Reglamentación del Registro | Anexo II: Ficha de Relevamiento.	

INFRAESTRUCTURA			
TRANSPORTE AÉREO			
PUERTO MADRYN			
AEROPUERTO EL TEHUELCHE AER. ARG. 2000, TEL. 456774 - 456765			
CANTIDAD DE EMPRESAS QUE OPERAN = 1			
DENOMINACION	**TIPO**	**DIRECCIÓN**	**TELÉFONO**
AEROLINEAS ARGENTINAS gerencia@arpmy.com.ar	AÉREO	AV. J. ROCA Nº 427	450938 – 451998 - 471463 0810-222-86527

TRELEW			
AEROPUERTO ALMIRANTE M.A. ZAR LONDON SUPPLY, TEL. 433443 - 433666			
CANTIDAD DE EMPRESAS QUE OPERAN = 3			
DENOMINACION	**TIPO**	**DIRECCION**	**TELEFONO**
AEROLÍNEAS ARGENTINAS reladmin@aerolineas.com.ar	AÉREO	25 DE MAYO Nº 33	420210 - 420222 0810-222-86527
L.A.D.E. trelew@lade.com.ar	AÉREO	TERMINAL DE ÓMNIBUS OFICINA 12 y 13	435740 - 435925
TRANSPORTES AERONAV. ARMADA ARGENTINA	AÉREO	BASE A.ZAR	423079 AEROP. 423033

INFRAESTRUCTURA
TRANSPORTE MARITIMO – PUERTOS
PUERTO MADRYN
Muelle Almirante Storni Es el puerto natural de mayor profundidad del país. -Seguridad: el muelle y su rada uno de los lugares más seguros para maniobras de atraque o zarpada. -El muelle ocupa alrededor de un millón de metros cuadrados -variedad de actividades de servicios: almacenaje de mercaderías en grandes volúmenes playas de contenedores, áreas de reparaciones de buques y depósitos de combustibles. -Ubicado en aguas del Golfo Nuevo. El muelle se encuentre situado a solo 3 km de la ciudad de Puerto Madryn, cruceros turísticos, que desde octubre a marzo permanencia de 12 horas. -servicios de la terminal portuaria: información turística, servicios sanitarios, telefonía pública, transporte desde y hacia los buques y taxis; instalaciones ubicadas en el recientemente ampliado Sitio 3, utilizado exclusivamente para el atraque de cruceros turísticos.

RAWSON
Puerto Rawson Puerto fluviomarítimo -localizado en la ribera norte del río Chubut, aproximadamente a 600 metros aguas arribas de su desembocadura en el mar. -infraestructura portuaria: es muy reducida y sólo permite la operación de barcos costeros. Con un calado de menos de 7 mts. en la desembocadura, el ingreso al puerto se debe realizar en un lapso de dos horas antes o después de la pleamar. - instalaciones de los organismos e instituciones vinculadas con la actividad portuaria. -El Muelle principal de Puerto Rawson superficie de 3.000 m2 -servicio: de agua potable, energía eléctrica, alumbrado y sistema contra incendios.

INFRAESTRUCTURA			
TRANSPORTE TERRESTRE			
PUERTO MADRYN			
CANTIDAD DE EMPRESAS QUE OPERAN = 10			
DENOMINACION	**TIPO**	**DIRECCION**	**TELEFONO**
CENTRAL ARGENTINO	TERRESTRE L.D	TERMINAL DE ÓMNIBUS	473764
DON OTTO / TRANSPORTADORA PATAGONICA	TERRESTRE L.D	TERMINAL DE ÓMNIBUS	451675
EL CÓNDOR	TERRESTRE L.D	TERMINAL DE ÓMNIBUS	454465
EL ÑANDÚ	TERRESTRE L.D	TERMINAL DE ÓMNIBUS	427499
EL PINGÜINO	TERRESTRE L.D	TERMINAL DE ÓMNIBUS	456256
MAR Y VALLE	TERRESTRE L.D	TERMINAL DE ÓMNIBUS	472056
QUEBUS	TERRESTRE L.D	TERMINAL DE ÓMNIBUS	455805
RUTA PATAGONIA	TERRESTRE L.D	TERMINAL DE ÓMNIBUS	454572
T.A.C.	TERRESTRE L.D	TERMINAL DE ÓMNIBUS	457542
T.U.S. S.R.L	TERRESTRE L.D	TERMINAL DE ÓMNIBUS	451962

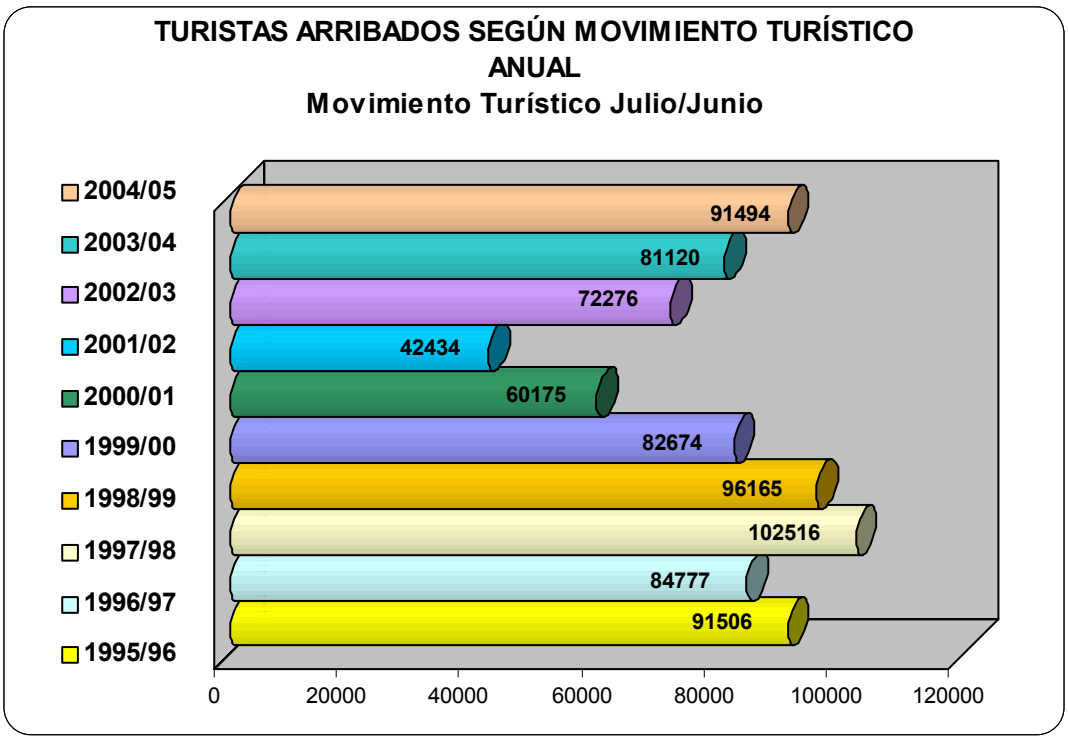
TRELEW - RAWSON			
CANTIDAD DE EMPRESAS QUE OPERAN = 9			
DENOMINACION	**TIPO**	**DIRECCION**	**TELEFONO**
ANDESMAR	TERRESTRE L.D	TERMINAL DE ÓMNIBUS- OFICINA 12	433535
CENTRAL ARGENTINO	TERRESTRE L.D	TERMINAL DE ÓMNIBUS- OFICINA 4	433535
DON OTTO / TRANSPORTADORA PATAGONICA	TERRESTRE L.D	TERMINAL DE ÓMNIBUS- OFICINA 9	429496
EMPRESA ROBLEDO	TERRESTRE L.D	TERMINAL DE ÓMNIBUS- OFICINA 7	433748
EL CÓNDOR	TERRESTRE L.D	TERMINAL DE ÓMNIBUS- OFICINA 10	431675
EL PINGÜINO	TERRESTRE L.D	TERMINAL DE ÓMNIBUS- OFICINA 3	427400
QUEBUS	TERRESTRE L.D	TERMINAL DE ÓMNIBUS- OFICINA 11	422760 - 427557
T.A.C.	TERRESTRE L.D	TERMINAL DE ÓMNIBUS- OFICINA 1	431452
T.U.S. S.R.L	TERRESTRE L.D	TERMINAL DE ÓMNIBUS- OFICINA 5	421343

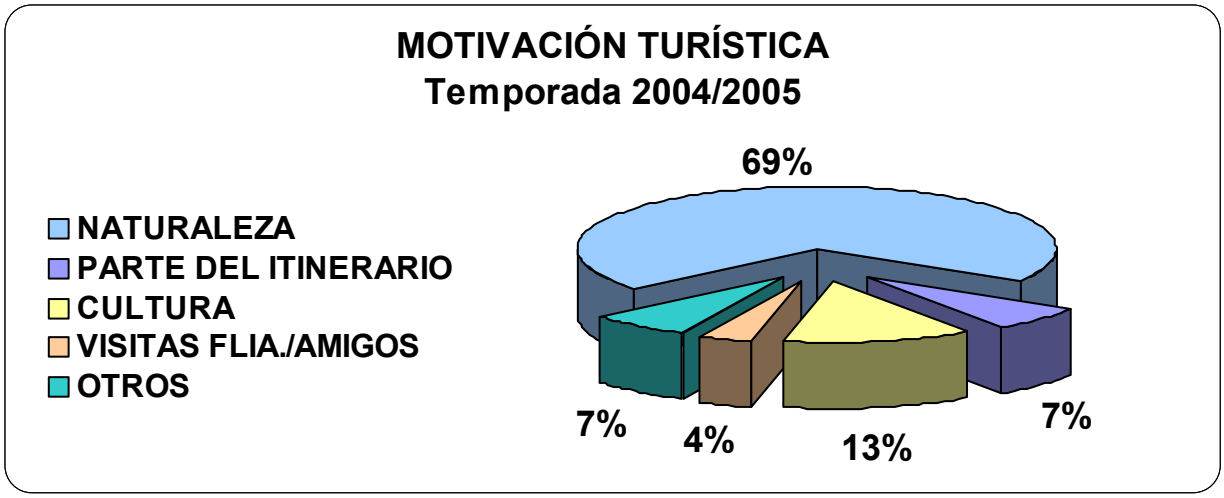
INFRAESTRUCTURA	TRANSPORTE TERRESTRE
Red Vial	
Ruta Nacional Nº 3	
Puntos que une:	Buenos Aires
	Liniers
	Bahia blana
	Viedma
	S. A Oeste
	Las Grutas
	Sierra Grande
	Puerto Madryn
	Trelew
	Rawson
	Río Gallegos
	Usuahia
Tipo de calzada	Asfalto
Estado de la Ruta	Buena, en líneas generales, con excepción del tramo: S. A Oeste- Las Grutas.
Señalización	Suficiente, con exepción del acceso a Rawson que es insuficiente.
Velocidad Promedio	100 KM/HS
Ruta Nacional Nº 25	
Puntos que une:	Rawson
	Trelew
	Gaiman
	Dolavon
	Las Plumas
	Paso de indios (luego empalme en Esquel con Ruta Na. Nº 40 – recorre Noroeste del país)
Tipo de calzada	Asfalto
Estado de la Ruta	Buena, en líneas generales.
Señalización	Suficiente
Velocidad Promedio	100 KM/HS
Ruta Provincial Nº 7	
Puntos que une:	Rawson
	Trelew
	Gaiman
	Dolavon (empalme con Ruta Na. Nº 25)
Tipo de calzada	Asfalto de Rawson a Trelew, resto: camino consolidado.
Estado de la Ruta	Buena, en líneas generales.
Señalización	Insuficiente
Velocidad Promedio	100 KM/HS

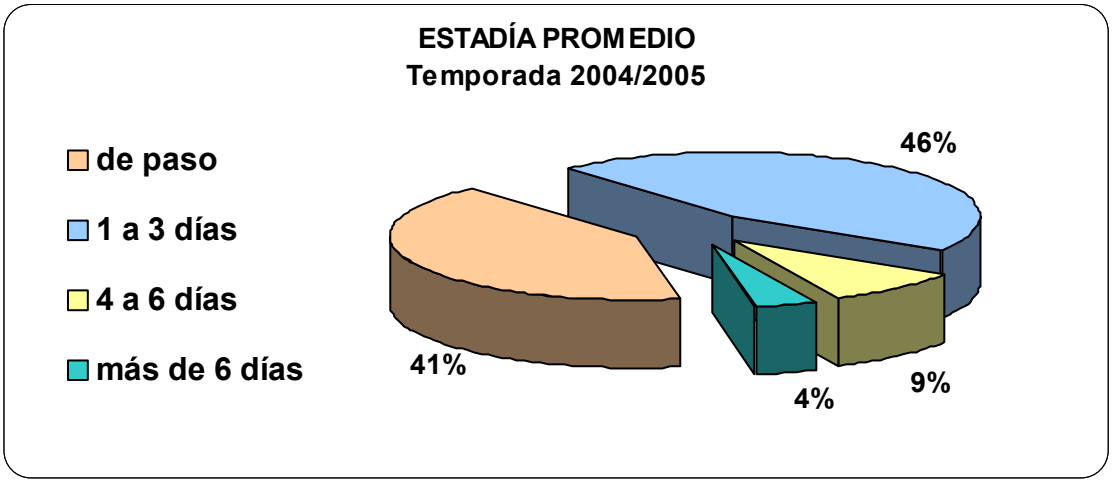
INFRAESTRUCTURA-TRANSPORTE TERRESTRE			
Distancias en kilómetros			
Distancias en kilómetros desde el Congreso de Buenos Aires hacia:		Distancias en kilómetros desde Rawson hacia:	
Dolavon	1418	Dolavon	53
Gaiman	1398	Gaiman	34
Puerto Pirámides	1388	Puerto Pirámides	162
Puerto Lobos	1270	Puerto Madryn	63
Puerto Madryn	1334	Punta Delgada	185
Punta Delgada	1446	Punta Norte	190
Punta Norte	1456	Punta Tombo	107
Punta Tombo	1497	Trelew	17
Rawson	1404		
Trelew	1383		
Aclaraciones:			
Desde Sierra Grande hacia el sur (por Ruta Na. Nº 3) el precio del combustible es un 50% mas barato. la ciudad Trelew dispone de Estación GNC.			

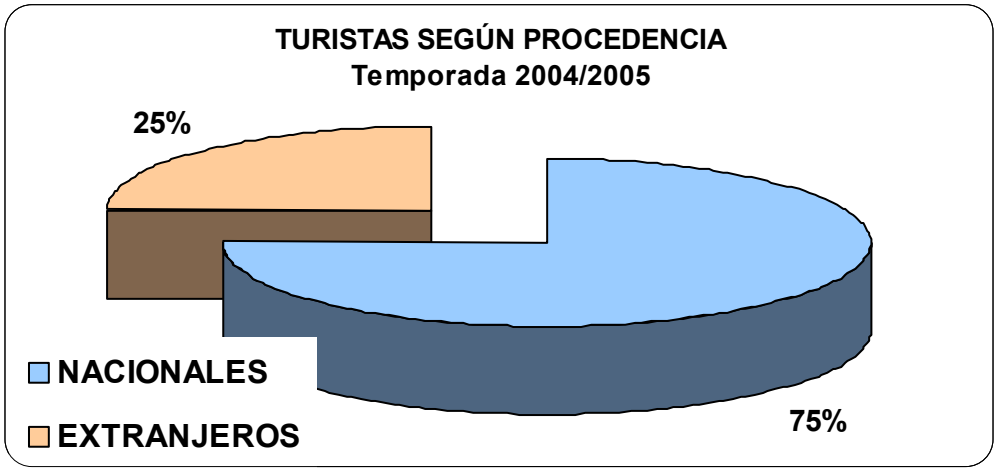
Ver datos estadísticos de demanda. Elaboración: Municipalidad de Trelew. Secretaria de Turismo, Área Estadística.

ANÁLISIS DE DEMANDA TURÍSTICA-Temporada 2004/2005




MOTIVACIÓN TURÍSTICA
Temporada 2004/2005
NATURALEZA
PARTE DEL ITINERARIO
CULTURA
VISITAS FLIA./AMIGOS
OTROS
69%
7%
4%
13%
7%


ESTADÍA PROMEDIO
Temporada 2004/2005
de paso
1 a 3 días
4 a 6 días
más de 6 días
46%
41%
4%
9%


TURISTAS SEGÚN PROCEDENCIA
Temporada 2004/2005
25%
NACIONALES
EXTRANJEROS
75%

ARTÍCULOS

1er. Taller Internacional de Agroturismo

El Primer Taller Internacional de Agroturismo está dirigido a funcionarios de entidades e instituciones oficiales y privadas vinculadas a temas de desarrollo rural y agrícola, desarrollo comunitario y municipal, y la pequeña empresa rural; así como a empresarios rurales y a profesionales vinculados al turismo y demás empresarios, profesionales y técnicos interesados en la aplicación del turismo como herramienta de desarrollo en áreas y zonas rurales que requieran de nuevas alternativas para activar y dinamizar las economías rurales y regionales.
Su objetivo es el de compartir con empresarios, profesionales y funcionarios vinculados al proceso de desarrollo nacional y regional la orientación, resultados y experiencias producidas por el programa de apoyo a pequeños empresarios rurales en un programa implementado en el año 2000 por el Instituto Interamericano de Turismo para la gobernación de la provincia de Chubut. Con este Taller se espera ofrecer una nueva visión sobre cómo es posible utilizar el turismo para alcanzar objetivos y metas en el proceso de desarrollo de áreas y zonas específicas.
El Taller Internacional de Agroturismo consiste de dos fases; la primera, los días 24 y 25 de octubre de 2002, estará dedicada a la presentación del Programa Provincial de Agroturismo del Chubut, la cual estará a cargo del equipo técnico que preparó y puso en marcha el programa y de representantes de los cuatro Consorcios de Agroturismo del Chubut, organizados por los participantes de los destinos de agroturismo de la Provincia.
La segunda fase, a partir del 27 de octubre, consistirá de visitas técnicas a algunos de los establecimientos rurales que hoy integran los consorcios y que actualmente hacen parte de la oferta de servicios de agroturismo de los destinos provinciales. La participación en estas visitas será opcional y los participantes al Taller que estén interesados podrán seleccionar el destino a visitar.
La inscripción al Taller tendrá un costo de u$s 225 hasta el día 5 de octubre; y u$s 300 a partir de esa fecha, las que serán consideradas como "excepcionales". La cuota de inscripción incluye documentación, material de trabajo, asistencia y participación en el evento y en las actividades específicas que se indiquen en el programa. No están incluidas las visitas técnicas ni el alojamiento.
Como complemento al Taller Internacional de Agroturismo, se ofrece la posibilidad de visitar uno de los destinos de agroturismo en la Provincia de Chubut y conocer algunos de los establecimientos de agroturismo.
Los destinos serán Gaiman, la Comarca Andina o Sarmiento, según sea el caso, y consisten del viaje, con acompañante técnico, desde Comodoro Rivadavia al destino seleccionado, estadía de dos días en el destino y visitas a seis granjas de agroturismo en el destino. No incluye comidas o gastos personales.

Para mayor información, dirigirse a: Instituto Interamericano de Turismo
Email: iit95events@hotmail.com
Página web de la Secretaría de Turismo y Deportes - Municipalidad de Puerto Madryn: http://www.turismoaventura.com/infotur/infotur25/infotur25-5.shtml

Noviembre 15, 2005

Se desarrolló con éxito el IV Encuentro de Agrupaciones de Agroturismo

El pasado fin de semana en la Comarca Andina

Con la presencia del Secretario de Turismo Rural de Nación, Federico Wyss, se desarrolló el pasado fin de semana en la Comarca Andina, el IV Encuentro de Agrupaciones de Agroturismo, que contó con una importante convocatoria de sectores privados involucrados tanto de Chubut como de Río Negro, y las distintas representaciones oficiales de ambas provincias.

El encuentro que comenzó el pasado viernes en la localidad de Lago Puelo, contó con la presencia de los intendentes de las distintas comunas que conforman la Comarca del paralelo 42º, también asistieron el secretario de Turismo de Río Negro, Omar Contreras y el subsecretario de Turismo del Chubut, Juan Daciuk.
El evento incluyó un cronograma de conferencias relacionadas con distintos temas para el desarrollo del Agroturismo, como así también recorridas por diversos establecimientos cordilleranos que están desarrollando en la actualidad este tipo de emprendimientos.
Cabe mencionar que este Encuentro de Agroturismo contó con la presencia de más de setenta personas, no solamente de las localidades que conforman la Comarca Andina del paralelo 42º sino que también hubo representaciones del Valle Inferior del Río Chubut y de la localidad de Sarmiento.

ALTERNATIVA TURÍSTICA
En este sentido el subsecretario de Turismo provincial, Juan Daciuk, destacó la participación "de todos los actores que están llevando a cabo emprendimientos de este tipo en la Comarca Andina del paralelo 42º", y aseguró que el Agroturismo "debe ser imaginado como una alternativa turística para los establecimientos agrícolas, ya que le daría a los mismos un valor agregado muy importante".
El funcionario provincial resaltó que muchos turistas extranjeros "vienen a la provincia con la firme intención de pasar sus vacaciones en lugares que ofrecen el Agroturismo", y agregó que "en los últimos años se ha incrementado este tipo de turismo y desde la Secretaría de Turismo provincial trabajaremos denodadamente para ir mejorando las ofertas que pueden brindar las distintas localidades".
Daciuk dijo además que "desde el gobierno provincial hay voluntad de diversificar las ofertas de productos turísticos para que los visitantes puedan disfrutar de alternativas en las distintas localidades del Chubut".

AGROTURISMO
El agroturismo es un concepto híbrido, que conjuga elementos de dos sectores complejos agricultura y turismo, para abrir nuevos mercados para productos y servicios de predios agropecuarios y proveer experiencias de viajes para un gran mercado regional.
Asimismo, debe entenderse como una actividad con la potencialidad de promover la sustentabilidad económica y ambiental para predios y comunidades rurales, ya que los beneficios de esta actividad radican en la posibilidad de incrementar la rentabilidad a nivel predial, mantener a los productores en la tierra, mejorar la conservación y manejo del medio ambiente.[78]

Publicado por: direccionprensa

[78] http://www.chubut.gov.ar/noticias/archives/014453.php?id=-1

Capacitación en formación de microemprendimientos

La Secretaría de Turismo de la Municipalidad de Trelew informó que desde mañana y hasta el viernes se llevará a cabo, en dependencias del hotel Rayentray (San Martín y Belgrano), el Curso «Formación y Organización de microemprendimientos», a cargo de un capacitador de Secretaría de Turismo de la Nación. El mismo está dirigido a interesados en la organización de microemprendimientos y a quienes se encuentran trabajando en la actividad. Dado que los cupos son limitados, se realizó una preinscripción en la Secretaría de Turismo, despertando gran interés entre quienes están involucrados en actividades afines al turismo y en particular, entre quienes desean ampliar la oferta turística de la comarca. El curso estará a cargo de Emiliano Caviglia, Master in Business Administration con especialización en Marketing e instructor de la Secretaría de Turismo en lineamientos de comercialización y módulos gerenciales. Caviglia tiene una amplia actuación profesional en temas de marketing para diversas empresas, consultoras y organizaciones públicas del país: Fundador y Director de MBA & Asociados, Profesor Titular de Marketing, Seminario de Posgrado en Marketing (Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP), Profesor Adjunto de Marketing (Universidad de Palermo). Profesor Titular de Administración de Empresas (Escuela Argentina de Negocios) y de Contabilidad Gerencial (FCE, UNLP). También ha sido expositor y disertante en seminarios y jornadas de Marketing, autor de varios artículos en Marketing y Estrategia, miembro de la Asociación Argentina de Marketing y de American Marketing Association. Este curso está auspiciado por la Secretaría de Turismo de la Provincia del Chubut, en el marco de un Programa Federal de Capacitación que realiza la Sectur Nación, con una amplia oferta de cursos en distintos puntos del país, y en el caso de nuestra Provincia se llevan a cabo en Esquel, Comodoro Rivadavia y Puerto Madryn. OBJETIVOS Entre los objetivos de este curso se destacó el determinar las fortalezas y debilidades de un microemprendedor; Analizar la situación competitiva del sector en la región; Determinar la situación competitiva del microemprendimiento de cada participante; Desarrollar estrategias adaptadas a un microemprendimiento turístico y proveer de las herramientas para la comercialización de un producto turístico. Para consultas e inscripciones, dirigirse a Secretaría de Producción y Turismo -Mitre 387- de lunes a viernes de 8 a 14 horas. Teléfonos 420139/426819, o bien al e-mail: turismo@trelew.gov.ar