

estudios y perspectivas

15

Desarrollo turístico en El Calafate

Liliana Artesi



NACIONES UNIDAS



Oficina de la CEPAL en Buenos Aires

Santiago de Chile, marzo de 2003

Este documento fue preparado por Liliana Artesi, consultora de la Oficina de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) en Buenos Aires. La autora agradece a quienes, desde diferentes actividades y sectores, así como desde diversas perspectivas, han suministrado antecedentes para la elaboración de este trabajo. La información pertinente a indagaciones sobre actividades susceptibles de generar procesos de desarrollo local es un recurso escaso y, muchas veces, la desconfianza prevalece en el entorno. Esto hace que el reconocimiento sea aún mayor para aquellos que colaboran produciendo información estratégica para el desarrollo.

Las opiniones expresadas en este documento, que no ha sido sometido a revisión editorial, son de exclusiva responsabilidad de la autora y pueden no coincidir con las de la Organización.

Publicación de las Naciones Unidas

LC/L.1872-P

LC/BUE/L.184

ISBN: 92-1-322153-3

ISSN impreso: 1680-8797

ISSN electrónico: 1684-0356

Copyright © Naciones Unidas, marzo de 2003. Todos los derechos reservados

N° de venta: S.03.II.G.42

Impreso en Naciones Unidas, Santiago de Chile

La autorización para reproducir total o parcialmente esta obra debe solicitarse al Secretario de la Junta de Publicaciones, Sede de las Naciones Unidas, Nueva York, N.Y. 10017, Estados Unidos. Los Estados miembros y sus instituciones gubernamentales pueden reproducir esta obra sin autorización previa. Sólo se les solicita que mencionen la fuente e informen a las Naciones Unidas de tal reproducción.

Índice

Resumen	7
Introducción	9
I. Algunos elementos conceptuales	11
1. La actividad turística	11
2. El <i>cluster</i> en el turismo	12
3. La localidad	13
3.1 El espacio físico	13
3.2 Algunos datos históricos	14
3.3 La población	15
3.4 Los turistas. Caracterización de la demanda	16
II. Los componentes del agrupamiento	21
1. Canales de distribución	22
1.1 Las agencias de turismo	23
1.2 Estrategias de <i>marketing</i> , publicidad	24
2. Excursiones	25
3. Guías	26
4. Equipamiento e instalaciones	26
4.1 Alojamiento	26
4.2 Gastronomía	27
5. Transporte	28
5.1 Aéreo	28
5.2 Terrestre	29
5.3 Lacustre	30
6. <i>Merchandising</i> y artesanías	30
7. Recreación y esparcimiento	30
8. Las estancias turísticas	31
9. La sociedad civil	31

10. Gobierno.....	32
11. Organizaciones de apoyo.....	34
III. Producción de bienes conexos a la actividad	35
1. Construcción.....	35
2. Infraestructura: accesibilidad y comunicaciones.....	36
2.1 Caminos, rutas y senderos	36
2.2 Señalización de interpretación.....	37
2.3 Circuitos nacionales y binacionales.....	37
2.4 Infraestructura urbana básica.....	38
IV. Dimensión económica de la actividad	39
1. Inversiones estimadas	40
1.1 Inversiones públicas.....	40
1.2 Inversiones privadas	43
V. Ventas estimadas	47
1. Agencias de viajes	47
2. Excursiones	48
3. Alojamiento	48
VI. Empleo estimado	49
VII. Impacto provincial.....	53
1. Presupuesto provincial e inversiones	53
2. Presupuesto provincial e ingresos	54
2.1 Impuesto a los Ingresos Brutos.....	54
2.2 Canon aeroportuario	54
3. Presupuesto municipal.....	55
VIII. Consideraciones finales	57
Bibliografía	59
Serie Estudios y perspectivas: números publicados	61

Índice de cuadros

Cuadro 1	Evolución de la demanda; cantidad de pasajeros ingresados por origen.....	16
Cuadro 2	Cantidad de noches de pernocte	16
Cuadro 3	Ocupación hotelera por categoría de alojamiento; octubre 2001-abril 2002	17
Cuadro 4	Ocupación hotelera por categoría de alojamiento; junio 2001-julio 2002	17
Cuadro 5	Origen de los turistas arribados	18
Cuadro 6	Turistas arribados: nacionales y extranjeros	18
Cuadro 7	Turistas arribados por ocupación, temporada 2001-2002	19
Cuadro 8	Turistas ingresados a Ushuaia, temporada 2001-2002	20
Cuadro 9	Turistas alojados en Ushuaia según ocupación	20
Cuadro 10	Forma de organización del <i>tour</i> , según nacionalidad	24
Cuadro 11	Oferta de alojamiento según categoría. Evolución temporadas 1993-1994/2001-2002.....	27
Cuadro 12	Evolución de la oferta hotelera	27
Cuadro 13	Oferta de alojamiento en establecimientos de campo	27
Cuadro 14	Oferta gastronómica; cantidad de cubiertos por tipo de establecimiento. Temporada 2001-2002.....	28
Cuadro 15	Evolución de la oferta gastronómica	28
Cuadro 16	Pasajeros embarcados en El Calafate por destino en el corredor	29
Cuadro 17	Oferta de servicio de transporte terrestre; cantidad de asientos por tipo de transporte. Temporada 2001-2002.....	29

Cuadro 18	Inversión pública en infraestructura básica.....	41
Cuadro 19	Inversión pública en urbanización, vivienda y equipamiento	42
Cuadro 20	Inversión pública en obras de infraestructura, agua y energía	42
Cuadro 21	Cobertura de servicios	42
Cuadro 22	Inversión pública en equipamiento turístico	43
Cuadro 23	Inversión privada en infraestructura básica.....	43
Cuadro 24	Inversión privada en construcción hotelera.....	44
Cuadro 25	Inversiones totales	45
Cuadro 26	Facturación estimada prestadoras de excursiones	48
Cuadro 27	Empleo en el sector público	50
Cuadro 28	Personal ocupado.....	50
Cuadro 29	Presupuesto e inversiones públicas	53
Cuadro 30	Pasajeros embarcados; canon aeroportuario	54
Cuadro 31	Presupuesto Municipal; incidencia de los ingresos provenientes de la jurisdicción provincial.....	55

Índice de gráficos

Gráfico 1	Representación del agrupamiento.....	22
-----------	--------------------------------------	----

Resumen

Durante los últimos quince años, se han ido consolidando en Argentina varios complejos turísticos a lo largo de la Cordillera de los Andes que, si bien tienen una larga historia previa y características distintivas, también, comparten muchos elementos. Por una parte, están orientados hacia un conjunto de productos turísticos que se asientan en torno al valor singular de un recurso natural (interés paisajístico, esparcimiento, aventura, actividades náuticas, reserva natural de flora y fauna, deportes invernales, entre otros). Por otra parte, están basados en una amplia demanda turística, nacional y extranjera y de diversos niveles de ingresos. Estos consumidores son atendidos de acuerdo con sus particulares demandas, tanto por medio de la oferta hotelera, albergues y *campings*, como de la oferta diferenciada de servicios. En la mayoría de estos “nuevos” complejos concurren inversores locales y provinciales e inversores nacionales, a los que se ha sumado el gobierno provincial correspondiente, a través de la inversión en infraestructuras y en promoción. Finalmente, estos centros turísticos se han constituido en una de las principales actividades económicas de las ciudades o pueblos donde se localizan, generando una amplia variedad de nuevas oportunidades de negocios, empleos y de participación de las comunidades locales.

A partir de una metodología de análisis de *clusters*, en este trabajo se examina el desarrollo turístico en El Calafate, localidad ubicada en el extremo suroeste de la Patagonia, próxima al Lago Argentino y al Parque Nacional Los Glaciares, área geográfica que fuera declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1981. El relevamiento de agentes, instituciones y actividades diferentes,

que directa o indirectamente conforman y participan del complejo, permitió comprender la naturaleza de su funcionamiento y la forma en que se han puesto en “valor de mercado” las ventajas naturales de dicha micro-región. Además, hizo posible identificar limitaciones del medio ambiente, nuevos requerimientos de articulación institucional y gubernamental, elementos de fragilidad de la dinámica del complejo y áreas de trabajo para consolidar la trayectoria de desarrollo económico, de tal forma que se asegure un exitoso progreso para la sociedad local y la sustentabilidad y preservación del recurso natural.

Introducción

El Calafate es una pequeña localidad situada a orillas del Lago Argentino, a unos 200 metros sobre nivel del mar entre el lago y un borde de mesetas, desde la que se observa el cordón cordillerano con sus cumbres permanentemente nevadas.

El notable crecimiento de El Calafate en los últimos años es producto de la actividad turística que ha reemplazado a las de servicios a la explotación ganadera, actividad ésta que da origen al asentamiento.

El principal atractivo turístico de la zona es de carácter “monumental” y único en su tipo y la actividad se desarrolló a partir del mismo. Estas características del recurso hacen competitivo al espacio *per se*, sin embargo no implican necesariamente la competitividad del territorio.

Existe escasa información sobre la dimensión económica de la actividad de modo tal que permita saber su aporte efectivo a la localidad y a la provincia.

Las características del sector empresario, tanto de residentes como de inversores externos a la localidad no han sido estudiadas, ni tampoco ha sido explorada la capacidad de la actividad para producir en la localidad las sinergias necesarias para un proceso de desarrollo local.

Sin embargo, los actores sociales le otorgan al turismo un papel fundamental como generador de desarrollo y, a pesar de los obstáculos existentes, el turismo es percibido como la actividad con mayores potencialidades.

El presente documento tiene como objetivo general dimensionar la actividad ayudando a comprender el fenómeno turístico desde una perspectiva económica y de desarrollo regional. Se trata de un estudio exploratorio sobre la actividad turística en El Calafate que, partiendo del concepto de *cluster*, hace una primera aproximación que sirva de punto de partida para otros análisis en profundidad sobre el tema y la localidad.

Para abordarlo se han consultado diversas fuentes, a saber:

- Bibliografía
- Datos censales y otras estadísticas elaboradas en el ámbito de la administración nacional, provincial y municipal
- Organismos gubernamentales de turismo y apoyo a la actividad
- Organismos provinciales que gestionan diversas obras de infraestructura y equipamiento
- Informantes calificados
- Resultados de un cuestionario aplicado a un conjunto de agencias y prestadoras directas de servicios, de utilización en un estudio sobre el sistema turístico en la localidad

I. Algunos elementos conceptuales

Antes de describir la forma en que se desarrolla la actividad turística en esta zona se considera necesario precisar algunos conceptos, lo que se hará en los apartados siguientes.

1. La actividad turística

La importancia del turismo radica en su capacidad de producir encadenamientos.

Los encadenamientos se centran en ciertas características propias de actividades productivas que están en proceso en un momento dado. Esas características invitan a algunos agentes a asumir nuevas actividades y esto producirá enlaces entre las actividades nuevas y las existentes (Hirschman, A., 1977).

La intersectorialidad del turismo le otorga efectos multiplicadores de mayor amplitud que otras actividades lo que conduce a considerarlo un importante movilizador socioeconómico. La concentración espacial que provoca, tanto de las actividades productivas como de los recursos humanos, vinculada a la búsqueda de economías de escala y de aglomeración, la convierte en uno de los sectores productivos con mayores potencialidades para generar un proceso de desarrollo.

Las definiciones de turismo, ya sea desde la óptica funcional o la estructural, son incompletas ya que no reflejan la complejidad de una actividad que trasciende lo meramente cuantitativo e incorpora

aspectos sociales y culturales que no se ven así reflejados. También es incompleta una definición limitada a lo estrictamente económico ya que la intersectorialidad de la actividad utiliza como indicadores *stocks* o flujos de determinados bienes o servicios que no alcanzan a medir el impacto en la economía.

La actividad turística hace referencia al tiempo libre no utilizado en la producción indispensable para la supervivencia que es dedicado al ocio, utilizándose de diferentes formas, entre otras haciendo turismo o “consumiendo paisaje”.

En este caso la actividad refiere al turismo de naturaleza y paisaje, con una importante cuota de observación pero que, en el tiempo, ha dejado paso a otras experiencias que requieren una participación más activa del turista, como lo son las caminatas o cabalgatas.

2. El *cluster* en el turismo

En este trabajo el concepto de *cluster*¹ se adapta a las particularidades del objeto de estudio.

Desde esta perspectiva adquieren importancia las ventajas competitivas propias del espacio por la magnitud de sus atractivos naturales. Sin embargo, considerando que los recursos naturales no son sino el soporte sobre el que se desenvuelven las actividades, ellos solos no bastan para sustentar un proceso de desarrollo, sino que deberán agregarse otras condiciones que hagan competitivo al territorio.

Siguiendo el esquema desarrollado por Albuquerque (1996a) pueden considerarse como elementos básicos del desarrollo los aspectos vinculados a la producción (nivel microeconómico), el marco social e institucional (nivel mesoeconómico) y el régimen de acumulación (nivel macroeconómico).

Dentro de ese esquema se cree posible analizar al turismo en El Calafate a partir del concepto de *cluster*, o como lo denomina Albuquerque (1996b) una “agrupación económica y territorial significativa”, caracterizando los elementos de cada uno de los niveles antes mencionados, que en conjunto conforman elementos decisivos para el aprovechamiento de las externalidades positivas de la actividad del *cluster*.

Por lo tanto definir el *cluster* significa abordar cada uno de los elementos mencionados:

- En el nivel **microeconómico** es necesario caracterizar la demanda y la oferta de servicios.
- En el nivel **mesoeconómico** se requiere analizar el funcionamiento de las instituciones.
- En el nivel **macroeconómico** es necesario diferenciar entre los actores económicos aquellos netamente locales de los que, estando presentes en la localidad con sus actividades, tienen un régimen de acumulación extralocal.

La competitividad del *cluster* y del territorio está además vinculada con otras condiciones necesariamente convergentes en la localidad como la infraestructura y el sistema de transportes, las telecomunicaciones, la salud pública (agua potable, enfermedades contagiosas, calidad de la atención médica y hospitalaria) y la seguridad.

A estas condiciones se agrega el clima general de la economía y la sociedad relacionado con cuestiones como la eficiencia, la puntualidad, el cumplimiento de lo prometido, la amabilidad y

¹ “Concentración geográfica y sectorial de empresas e instituciones que interactúan en determinado campo... expertas en determinado terreno con proveedores de servicios especializados”, Porter, M. (1999b).

hospitalidad entre muchas otras, así como las vinculadas con la situación macroeconómica y la estabilidad económica general que influyen sobre la competitividad del *cluster* y del territorio.

3. La localidad

El Calafate está localizada al sudoeste de la provincia de Santa Cruz, a 320 km de distancia de la ciudad capital y 200 km de El Chaltén, la localidad más cercana y dentro de su zona de influencia.

Forma parte de un espacio mayor que incluye como zona de influencia una superficie de aproximadamente 650 km² en la que se concentran las más importantes muestras paisajísticas de la Patagonia Austral argentina que permite ubicar internacionalmente a la región Patagonia.

La zona limita con Chile, en una región de características de atractivo turístico de similar importancia, que en total abarca una superficie cercana a los 2 000 km².

En la descripción de la localidad debe considerarse el espacio físico en que se localiza así como aspectos de su breve historia y características de su población.

3.1 El espacio físico

El espacio como soporte físico en que se desarrollan las actividades económicas y sociales se torna relevante en el contexto de este trabajo por tratarse del análisis de la actividad turística generada por un atractivo paisajístico.

En el tipo de turismo llamado “de naturaleza” existe un proceso de transformación de la naturaleza en atractivo turístico, a través de un proceso de construcción simbólica que asigna ciertos valores a los parques (Almirón, 2002).

Al mismo tiempo, el turismo transforma un recurso natural—generalmente un bien público—en bien económico, proceso en el que tanto la actividad empresaria como diversas políticas públicas crean las condiciones para generar un mercado para esta actividad, transformando el espacio en medio de producción.

Como el espacio sobre el que se sustenta el turismo de un bien público, la intervención del Estado a través de políticas específicas crea las condiciones institucionales para la intervención de la actividad privada.

En realidad, el paisaje en general es considerado un bien de uso y dominio público, pero se convierte en un medio de producción a partir de los servicios que se localizan en él para hacer posible su uso. El Estado interviene en la pugna entre el espacio público y el espacio privado como soporte del ocio y esta intervención es fundamental en la transformación del espacio en medio de producción aunque no está condicionada necesariamente por la obtención de un beneficio económico sino de un beneficio social.

Como señala Sánchez (1991:228) “los aspectos mercantilizados que configuran el sector turístico no son los recursos físicos que motivan por sí mismos el desplazamiento, sino los servicios complementarios que viven al abrigo de las concentraciones humanas, durante el período del año que se explota el recurso”.

En el caso de las reservas naturales, el Estado pone en valor recursos o bienes públicos a través de la concesión de explotación de servicios que tomados por las empresas son ofrecidos en el mercado.

Por lo tanto, el motivo principal de desplazamiento de los turistas hacia el lugar es la naturaleza y el paisaje, sin perjuicio de otras actividades que puedan complementarlos, siendo en esta zona el atractivo más destacado por sus características únicas de comportamiento y accesibilidad el Glaciar Perito Moreno.

Sin embargo este no es el único atractivo ya que esta zona de la cordillera sur cuenta con inmensos recursos paisajísticos, algunos de los cuales ya han sido puesto en valor como los glaciares Upsala, Spegazini, O'Nelli en el Lago Argentino, y la zona del Lago Viedma, adyacente al área de altas cumbres que domina el Cerro Fitz Roy.

Los recursos naturales como el paisaje son inagotables pero aun cuando no se agoten pueden degradarse porque la actividad humana incorpora en ellos una dimensión ecológica. Este deterioro por su utilización puede expresarse en términos de externalidades medioambientales.

Las propiedades del producto le dan particular importancia a la escala mínima de producción, la que no está en relación necesariamente con la "capacidad de carga" del recurso. Esto se constituye en un impacto negativo sobre el medio ambiente, aspecto que no puede dejar de considerarse ya que esta es una actividad en la cual las políticas públicas, o la ausencia de ellas, tienen un particular impacto porque las mismas convergen con las acciones del sector privado tanto en la construcción simbólica del bien como en la intervención directa sobre recursos físicos en muchos casos de incalculable valor ambiental.

Las características físicas de este espacio son particulares, en un medio ambiente altamente vulnerable y frágil, lo que incorpora la cuestión medioambiental como una problemática de peso en el desarrollo de las actividades turísticas.

Por ello, en actividades turísticas vinculadas con la naturaleza como la aquí analizada adquiere particular valor la gestión territorial que permita la sustentabilidad del recurso.

3.2 Algunos datos históricos

La región en la que se localiza El Calafate estuvo originalmente habitada por cazadores—recolectores de los que quedan escasos vestigios en pinturas rupestres.

La población de origen europeo se asentó en la zona a partir de la explotación ovina. La localidad ha sido desde sus inicios parte de una zona principalmente productora de lana, nacida como un asentamiento destinado a prestar servicios a la actividad ganadera en el período de auge del ciclo lanero a principios del siglo XX.

En 1913 se instalan en el lugar las dos primeras familias que explotan un pequeño hospedaje y almacén. De esos pioneros quedan hoy en pie las cortinas de álamos por ellos plantados y que hacen que en la actualidad los fuertes vientos patagónicos pasen desapercibidos dentro de la ciudad.

Es posible que, como sostiene Miguel Angel Alonso (1994), como consecuencia de las huelgas de trabajadores de las estancias patagónicas en los años 1920/1921, se acelerara la decisión de las autoridades nacionales de ocupar efectivamente esas tierras, lo que llevó a la fundación de varios pueblos en el interior de la provincia, uno denominado El Calafate, que fue fundado formalmente en 1927.

En 1937, la creación del Parque Nacional Los Glaciares significó una nueva forma de intervención directa en la región por parte del gobierno nacional, que colocó bajo el dominio del Parque un espacio estimado en 600 000 has de las cuales el 30% son hielos continentales.

Este cambio en el régimen de tenencia de la tierra generó situaciones particulares ya que tierras ocupadas y en producción quedaron dentro de la jurisdicción del Parque Nacional, con

formas especiales de usufructo y tenencia para sus antiguos ocupantes, que se prolongan en muchos casos hasta la actualidad.

Sin embargo la instalación de la Intendencia del Parque Nacional en El Calafate se produjo recién en 1950 y sólo a principios de la década del sesenta se abre el camino que conduce hasta el glaciar.

Con posterioridad a la provincialización del territorio nacional, la ocupación de este espacio obedeció a una política de ocupación territorial fuertemente condicionada por el gobierno provincial de Santa Cruz. En la década de los setenta, estas políticas incluyeron expropiaciones de grandes extensiones de tierra en manos de propietarios extranjeros que fueron entregadas a viejos pobladores de la provincia a través de acciones implementadas por el Consejo Agrario Provincial.

La misma lógica de ocupación territorial se observa con la creación de El Chaltén por ley del gobierno provincial en octubre de 1985.

La actividad económica vinculada al turismo surgió en El Calafate como consecuencia del conocimiento que se tuvo internacionalmente del comportamiento del Glaciar Perito Moreno.

Este glaciar, conocido por su nombre actual desde 1899, fue frecuentado desde entonces por montañistas e investigadores que fueron siguiendo sus manifestaciones, sus avances hacia la península de Magallanes, sus retrocesos y, lo más espectacular, la ruptura de su frente que se produjo por primera vez en 1940.

En la década de los setenta el Gobierno provincial promueve la primera temporada turística en coincidencia con políticas del gobierno nacional que asignan importantes partidas presupuestarias al mejoramiento de la infraestructura. Esta es también la época en que se legisla por primera vez, tanto en el nivel nacional como en el provincial, sobre turismo.

Puede decirse que la caída en los ingresos del sector ganadero en sus fases más críticas coincidió con el surgimiento de una nueva alternativa productiva, lo que colocó a la localidad nuevamente en una función de servicios, pero esta vez prestados al turista.

Los primeros servicios eran muy sencillos pero el descubrimiento de la zona por parte de turista nacionales y extranjeros hizo que llegaran las primeras inversiones en hotelería de mayor categoría, la que fue desarrollada por el gobierno provincial, inversores privados de la provincia y organizaciones como el Automóvil Club Argentino.

Por sus condiciones únicas, interés paisajístico y riesgo de extinción de su flora y fauna autóctonas, el Parque Nacional Los Glaciares fue declarado por la UNESCO, en 1981, Patrimonio Natural de la Humanidad.

3.3 La población

La localidad y su zona de influencia es la de mayor crecimiento demográfico del último período intercensal.

El censo de 1991 estableció una población de 3 118 personas, que relacionado con el de 1980 que arrojaba un saldo de 1 384, significó un crecimiento del orden del 125%. El dato de 1991 representa con mayor seguridad a la población estable de la localidad, ya que por entonces la temporada turística finalizaba en Semana Santa (marzo/abril de cada año), y este censo de 1991 se realizó en el mes de mayo, época en la que permanecía sólo la población estable.

Los datos provisorios del Censo Nacional de Población del mes de noviembre de 2001 dan una cifra de 6 439 habitantes. Teniendo en cuenta que este censo se realizó ya en temporada

turística, se podría suponer un crecimiento de características similares al del período intercensal anterior.

En cuanto a El Chaltén, el censo estimó su población en 371 personas. Considerando que este pueblo fue creado en el año 1985, con una población estimada en 1991 en 41 personas, su crecimiento ha sido el más alto registrado en la provincia de Santa Cruz en el último decenio.

El tamaño de la población y la cantidad de turistas ingresados en la última temporada permiten observar una relación de 8.13 pasajeros por habitante, relación muy alta en comparación con la nacional de 0.08 turistas por habitante. Esta relación es también alta en comparación con la de países que hacen del turismo su principal fuente de ingresos, como es el caso de España con una *ratio* de 1.2 turistas por habitante.

3.4 Los turistas. Caracterización de la demanda

La información de turistas ingresados durante la temporada 2001—2002 registra un ingreso a la localidad de 52 000 personas, que son en un 59% nacionales y 41% extranjeros.

En el cuadro 1 se presenta la evolución de la demanda² pudiendo observarse que la composición de la misma muestra un distinto crecimiento según se trate de turistas nacionales o extranjeros.

Cuadro 1
EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA; CANTIDAD DE PASAJEROS INGRESADOS POR ORIGEN³
(en número de pasajeros)

Temporada Pasajeros	88-89	89-90	90-91	93-94	94-95	95-96	96-97	97-98	99-00	00-01	01-02
Nacionales	16 687	15 861	15 454	24 961	28 076	23 050	21 680	32 274	30 958	28 093	30 682
Extranjeros	14 404	18 173	18 768	15 210	17 599	19 872	18 924	26 014	24 867	22 642	21 362
Total	31 095	34 034	34 222	41 993	51 504	49 065	41 317	58 799	56 058	50 735	52 004

Fuente: Secretaría de Turismo Provincial; Secretaría de Turismo Municipal.

Esta información debe ser considerada como una muestra de la actividad ya que su contrastación con información de otras fuentes permite suponer un importante grado de subregistro.

Como muestra, permite caracterizar al turista que llega a El Calafate y la utilización que hace de los servicios que la localidad ofrece.

Existe información publicada sobre visitantes arribados a la localidad, duración de la estadía, tipo de alojamiento utilizado y perfil profesional.

Cuadro 2
CANTIDAD DE NOCHES DE PERNOCTE
(en número de pasajeros)

Temporada	2000—2001	2001—2002
1 noche	16 080	10 112
2 noches	14 098	17 637
3 noches	16 549	20 300
4 noches	3 377	4 415
5 noches	427	631
Más de 5	204	2 957

Fuente: Secretaría de Turismo Provincial; Secretaría de Turismo Municipal.

² La información suministrada por la Secretaría de Turismo del Municipio denomina demanda a los pasajeros registrados por al menos una noche, por lo que en realidad no se trata de demanda sino de un consumo efectivo.

³ No existe información para las temporadas 1991—1993 y 1998—1999.

En la temporada 2001—2002, el promedio de estadía más frecuente se observa entre dos y tres noches, con un 34 y 36% de pasajeros respectivamente, siguiéndole en importancia la estadía de una noche que hicieron el 19% de los turistas. Un 8% de los viajeros permanece cuatro noches y el 2% cinco noches o más.

Estas cifras mejoran las de la temporada anterior que señalaban la mayor participación de los pasajeros con estadías de una y tres noches, con un 32% de pasajeros cada uno de ellos, siguiendo la estadía de dos noches que hicieron el 28% de los turistas, un 7% que permaneció cuatro noches y el 1% cinco noches.

Alrededor del 35% se alojó en hoteles de tres y cuatro estrellas, un 14% en hoteles de una y dos estrellas, 9% en hosterías de dos estrellas, 9% hospedajes, 9% en albergues, 6% en cabañas, 6% en *camping*, 6% en hosterías de tres estrellas, 2% en hosterías de una estrella, 2% en *apart—hotel* y 2% en los denominados por la ley de turismo provincial hoteles turísticos.

Cuadro 3
OCUPACIÓN HOTELERA POR CATEGORÍA DE ALOJAMIENTO; OCTUBRE 2001 – ABRIL 2002
(en número de pasajeros)

	Oct. 2001	Nov. 2001	Dic. 2001	Ene. 2002	Feb. 2002	Mar. 2002	Abr. 2002
Hotel 3 y 4 *	1 939	3 481	2 770	3 089	3 933	2 014	926
Hotel 1 y 2 *	316	789	1 041	1 470	1 209	1 935	725
Hostería 3 *	92	714	742	407	327	522	462
Hostería 2 *	590	638	123	877	812	718	672
Hostería 1 *	93	249	43	174	252	228	191
Hotel Tco.	79	97	91	154	242	128	32
<i>Apart Hotel</i>	268	564	598	1 267	821	778	193
Hospedaje	100	126	91	135	301	373	108
Albergue	240	300	569	767	611	593	246
Cabañas	361	440	559	875	1 162	1 010	186
<i>Camping</i>	138	180	25	1 838	796	0	0

Fuente: Secretaría de Turismo Provincial; Secretaría de Turismo Municipal.

El Cuadro 4 muestra la ocupación hotelera extendida en catorce meses que incluyen algunos de temporada baja. Se puede así observar la diferencia estacional de ocupación.

Cuadro 4
OCUPACIÓN HOTELERA POR CATEGORÍA DE ALOJAMIENTO; JUNIO 2001 – JULIO 2002
(en número de pasajeros)

	Año 2001							Año 2002						
	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.
Hotel 3 y 4*	155	191	196	416	1 939	3 481	2 770	3 089	3 933	2 014	926	506	58	148
Hotel 1 y 2*	70	125	112	271	316	789	1 041	1 470	1 209	1 935	825	511	301	158
Hostería 3*	0	0	0	0	92	714	742	407	327	522	462	196	0	0
Hostería 2*	0	0	0	74	590	638	123	877	812	718	672	143	218	171
Hostería 1*	30	18	1	25	93	249	43	174	252	228	191	101	43	0
Hotel.Tco.	0	0	0	76	79	97	91	154	242	128	32	14	5	9
Hospedaje	9	37	41	75	268	564	598	1 267	821	778	193	13	8	13
<i>Apart hotel</i>	54	80	93	105	100	126	91	135	301	373	108	0	0	0
Cabañas	11	22	30	65	240	300	569	767	611	593	246	64	41	96
Albergues	6	39	2	15	361	440	559	875	1 162	1 010	186	0	0	0
<i>Camping</i>	0	0	0	0	138	180	25	1 838	796	0	0	0	0	0

Fuente: Secretaría de Turismo Provincial; Secretaría de Turismo Municipal.

Esta información de ocupación hotelera debe considerarse teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente con relación a que no refleja la efectiva llegada de turistas y, por lo tanto, debe considerarse sólo una muestra por el importante subregistro existente.

A modo de ejemplo, los turistas ingresados al Parque Nacional por el acceso principal entre los meses de noviembre 2001 y julio 2002 fueron 88 400; en igual período se registraron en hoteles poco menos de 57 400 personas. La diferencia es muy holgada como para suponer que 31 000 personas no pernoctaron en la ciudad.

Al mismo tiempo la información de pasajeros ingresados por el aeropuerto local en el mismo período es de 52 000 personas. Esta cifra coincide con la que la Secretaría de Turismo registra como el total de turistas del período octubre 2001–abril 2002, ingresados por cualquier medio de transporte.

Un dato adicional permite ajustar estas mediciones: los días de la Semana Santa de 2002 colmaron la capacidad hotelera de la localidad, estimada en 2 500 camas; el acceso principal al Parque Nacional registró poco más de 3 000 personas ingresadas. La diferencia puede suponerse en términos de turistas que pernoctaron fuera de la localidad, en estancias u hosterías, más un número que se alojó en casas de familia.

Cuadro 5
ORIGEN DE LOS TURISTAS ARRIBADOS

(en número de turistas)

	Argentina	América	Europa	Asia	África	Oceanía
Oct. 2001	2 024	298	1 660	146	7	80
Nov. 2001	2 680	719	3 762	154	9	119
Dic. 2001	2 991	928	2 315	312	6	100
Ene. 2002	7 193	1 086	2 088	487	6	188
Feb. 2002	7 261	963	1 581	496	0	165
Mar. 2002	6 092	714	1 046	322	1	124
Abr. 2002	2 968	264	422	48	1	38

Fuente: Secretaría de Turismo Provincial; Secretaría de Turismo Municipal.

El turismo nacional durante los meses de enero y febrero, de vacaciones en el país, supera holgadamente al extranjero.

Cuadro 6
TURISTAS ARRIBADOS: NACIONALES Y EXTRANJEROS

(en número de turistas)

Temporada 2000—2001			Temporada 2001—2002		
	Argentinos	Extranjeros		Argentinos	Extranjeros
Oct. 2000	1 744	2 491	Oct. 2001	2 024	2 191
Nov. 2000	2 032	5 131	Nov. 2001	2 680	4 763
Dic. 2000	2 516	4 084	Dic. 2001	2 991	3 661
Ene. 2001	9 152	3 784	Ene. 2002	7 193	3 855
Feb. 2001	6 206	3 797	Feb. 2002	7 261	3 205
Mar. 2001	3 984	2 447	Mar. 2002	6 092	2 207
Abr. 2001	2 459	960	Abr. 2002	2 968	773

Fuente: Secretaría de Turismo Provincial; Secretaría de Turismo Municipal.

Este tema fue consultado a dos hoteleros de dos categorías de alojamiento con una larga permanencia en el mercado. Ambos manifestaron que consideran normal una ocupación promedio de casi el 60% de las plazas que ofrecen. Respecto a la estacionalidad de la ocupación, la última temporada fue atípica por la baja ocupación de enero. Los picos de mayor ocupación se produjeron en febrero, siendo los meses de marzo y abril de niveles algo inferiores.

Con relación a los turistas los extranjeros, por su origen son: 69% de países europeos, 21% americanos, 9% asiáticos y no llega al 1% los procedentes de Australia y Nueva Zelanda. De los turistas americanos el 47% proviene de Estados Unidos y el 53% del resto de América, correspondiendo el 15% a Chile y 13% a Brasil.

La temporada 2001—2002 que se analiza en este informe fue atípica por las condiciones generales que se vivían en el país. No obstante ello, los turistas nacionales ingresados en el mes de enero fueron un 65% del total, en febrero un 69%, en marzo un 73% y en abril un 79%.

Durante la temporada anterior, las estadísticas señalaban que en enero habían ingresado un 71% de turistas nacionales, en febrero y marzo el 62% y en abril el 72%.

Es decir que salvo el crítico mes de enero, en los siguientes meses el porcentaje de ingresados nacionales mejoró respecto al año anterior.

La información sobre ocupaciones de los pasajeros no corresponde a la muestra completa pero permite observar que, tanto los turistas nacionales como los extranjeros, son en su mayoría profesionales, estudiantes y empleados.

Cuadro 7
TURISTAS ARRIBADOS POR OCUPACIÓN, TEMPORADA 2001—2002
(en porcentajes)

Tipo de actividad	Porcentaje
Profesionales	35.58
Estudiantes	16.96
Empleados	16.80
Jubilados	8.04
Docentes	6.55
Amas de casa	5.15
Comerciantes	4.88
Empresarios	2.84
Cargos Jerárquicos	1.88
Actividades Turísticas	1.33

Fuente: Elaboración propia en base a información suministrada por la Secretaría de Turismo Provincial; Secretaría de Turismo Municipal.

Por último, en esta caracterización de la demanda se cree necesario hacer algunos comentarios sobre las estimaciones de demanda de un estudio de mercado⁴ sobre el que se volverá más adelante.

Las proyecciones de demanda calculadas por ese informe preveían una estimación de mínima de 141 200 pasajeros y una de máxima de 176 500 para la temporada 2005—2006.

La aplicación de las tasas consideradas por el estudio del 11.15% y 13.66% acumulativo anual a un período de seis años con base en la temporada 1995—1996, arrojaría para la temporada 2001—2002 una entrada de turistas estimada entre 92 500 y 105 800 que, como puede observarse, difieren notablemente de las cifras dadas a conocer por la Secretaría de Turismo Municipal que indican 52 000 personas ingresadas.

Sin embargo, teniendo en cuenta las consideraciones anteriormente expuestas con relación al subregistro de la información oficial, se podría considerar la entrada al Parque Nacional como un indicador de turistas ingresados aunque no todos ellos hagan uso de los servicios turísticos.

⁴ Consultora Julio Aurelio y Asociados, Plan de *marketing* y estudio del mercado turístico de El Calafate, Buenos Aires, 1997.

En ese caso se puede observar que, entre los meses de octubre 2001 y abril 2002, ingresaron al Parque 69 000 personas aproximadamente. Si se supone que un 10% sólo ingresó para la contemplación del glaciar, sin hacer uso de los servicios de excursiones ofrecidos y hotelería y gastronomía en la ciudad, se llega a una cifra de 62 000 personas aproximadamente, que es aun muy inferior a la estimada en el estudio de mercado.

3.4.1 Comparación con algunos datos de Ushuaia

Como se mostrará más adelante una gran cantidad de turistas que viaja a El Calafate también lo hace a Ushuaia. Parece oportuno considerar alguna información sobre turistas arribados a esta localidad, teniendo en cuenta que a la misma llegan los pasajeros por tres medios: aéreo, terrestre y cruceros.

La información de las últimas temporadas se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 8
TURISTAS INGRESADOS A USHUAIA, TEMPORADA 2001—2002
(en número de turistas)

	1998—1999	1999—2000	2000—2001
Hospedados en alojamientos hoteleros	57 087	48 428	51 084
Cruceros	30 285	40 852	50 332
Total	87 372	89 280	101 416

Fuente: www.tierradelfuego.org.ar/ushuaia

El perfil de los visitantes a Ushuaia, por su ocupación, es el que se muestra en el cuadro siguiente.

Cuadro 9
TURISTAS ALOJADOS EN USHUAIA SEGÚN OCUPACIÓN
(en porcentaje)

Ocupación	Porcentaje
Profesional	29.52
Empleado	28.06
Comerciante	11.53
Estudiante	8.28
Jubilado	7.14
Docente	5.87
Ama de casa	4.36
Otros	5.24

Fuente: www.tierradelfuego.org.ar/ushuaia

La comparación del perfil de los turistas entre las ciudades debe ser considerada con algún reparo por la falta de información en El Calafate. Así y todo, esta ciudad muestra un perfil relativamente más alto que Ushuaia.

El siguiente párrafo corresponde al comentario que hace el organismo de Turismo Provincial: “La Secretaría de Turismo evaluó que en la temporada de verano 2000/2001, se revirtió la tendencia a la caída que venía registrando al comienzo de la misma ... ya que el desplazamiento de personas en Ushuaia aumentó un 10% durante este período, con respecto a la temporada anterior, registrando un total de 104 416 visitantes—incluyendo los pasajeros arribados en carácter de acampantes. Esto significa que durante el período de octubre a marzo último se concentró el 85% de turistas que para todo el año 2000, hecho que confirma el carácter estacional del turismo en esta región”.

II. Los componentes del agrupamiento

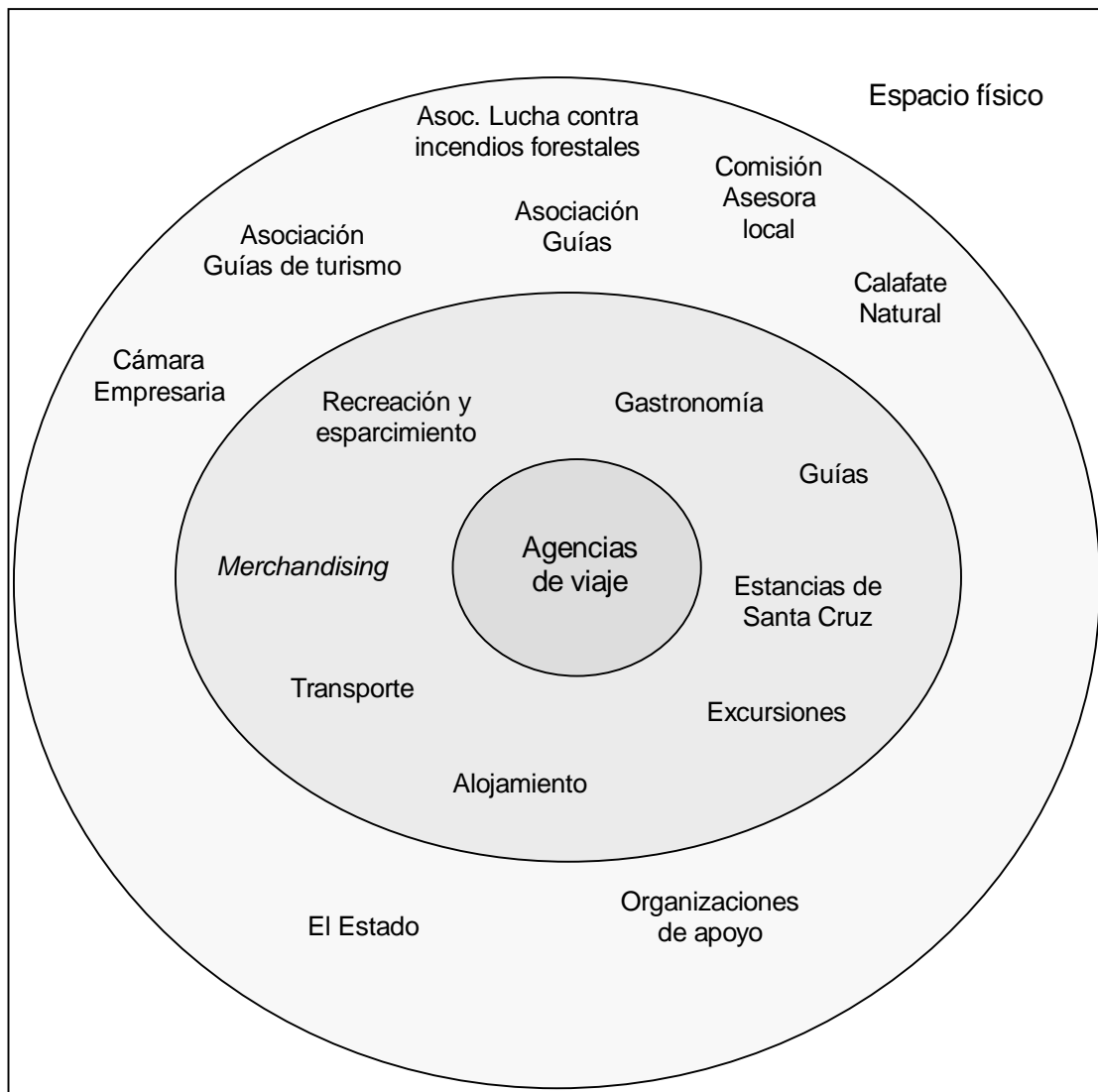
La observación de las actividades que se desarrollan en vinculación con el turismo de naturaleza y paisaje en esta zona, permite sostener como la descripción más adecuada del *cluster* o agrupamiento a un gráfico de círculos concéntricos en cuyo núcleo se encuentran las Agencias de Viaje.

En un segundo círculo se ubican las actividades de las prestadoras de servicios: alojamiento, gastronomía, excursiones, transportes, *merchandising*, guías.

En un tercer anillo se encuentran las organizaciones gubernamentales de los distintos niveles que actúan en la actividad: local, provincial y nacional; la sociedad civil como expresión de distintas organizaciones de actores comprometidos con la actividad, como cámaras empresarias o asociaciones civiles con objetivos culturales, deportivos, medioambientales, etc. y organizaciones de apoyo a la actividad como son las universidades e institutos de ciencia y tecnología y organismos técnicos.

El espacio físico con sus atractivos paisajísticos es el soporte de los elementos del *cluster*.

Gráfico 1
REPRESENTACIÓN DEL AGRUPAMIENTO



Fuente: Elaboración propia.

El análisis de los componentes del *cluster* conduce a describir la oferta de los servicios que se prestan en la zona así como las empresas que los brindan.

En los apartados siguientes se describen los principales oferentes del conglomerado de empresas.

1. Canales de distribución

Los canales o redes de distribución son la estructura que se forma en un mercado turístico por el conjunto de organizaciones con el objetivo principal de facilitar y poner a disposición de los posibles compradores los productos de los distintos fabricantes, realizando la concreción de la venta, confirmándola y efectuando el cobro.

En esta actividad la elasticidad renta de los usuarios⁵ permite una segmentación de la oferta, adecuación de los servicios y productos y calidad de los “paquetes” ofrecidos, y le otorgan una gran flexibilidad a la oferta para adecuarse a distintas necesidades y demandas, a la vez que hacen posible que los intermediarios, operadores mayoristas y minoristas, puedan imponer un producto o servicio turístico creando al mismo tiempo expectativa sobre el mismo. La oferta tiene suficiente control del mercado como para poder manipular el precio y segmentar a los consumidores según las elasticidades de sus demandas.

El tipo de turismo que accede a la zona se caracteriza además por no ser repetitivo. En el caso de reiterar la visita existe un intervalo prolongado, lo que permite afirmar lo anterior.

1.1 Las agencias de turismo

Tradicionalmente se asimila al conjunto de agencias de viajes como el canal de distribución indirecta de productos turísticos. Hoy en día aparecen nuevas alternativas entre el productor y el consumidor generadas por las nuevas tecnologías de comunicación.

Las agencias pueden ser mayoristas o minoristas, o ambas cosas a la vez.

Las agencias mayoristas, o “tour operadores”, elaboran productos turísticos, “paquetes” para ser vendidos a un gran número de clientes. Es decir compran productos básicos, los amalgaman en un “paquete” y lo ofrecen a través de los canales de distribución con anticipación a la demanda real.

Las agencias minoristas son el conjunto más importante dentro del sistema de distribución y las que están en contacto con el consumidor final. Son el intermediario de ventas turísticas que vende al público productos por cuenta de los productores o fabricantes de éstos.

Las agencias minoristas venden “paquetes” comprados a los mayoristas o productos turísticos básicos.

Las agencias mayoristas/minoristas arman y venden sus propios “paquetes” a la vez que compran a otros mayoristas o a productores básicos.

En la localidad existen veinticinco agencias de las que el 15% operan como mayoristas únicamente, siendo las restantes mayoristas y minoristas a la vez.

La mitad del total de agencias registradas es local o regional. Ninguna de estas agencias de capitales locales o regionales es mayorista.

Sobre este punto parece importante mencionar algunas de las características de la legislación que establece el funcionamiento de las agencias, ya que la licencia para operar como agencia de viaje permite realizar todo tipo de servicio vinculado al turismo.

De acuerdo a lo establecido en la ley las agencias pueden intervenir en:

- La intermediación en la reserva o locación de servicios en cualquier medio de transporte en el país o en el extranjero.
- La intermediación en la contratación de servicios hoteleros en el país o en el extranjero.

⁵ Se puede verificar una elasticidad renta muy alta para los usuarios medios que ajustan su consumo por volumen, determinado éste en días de estadía, lugar, categoría, gastos adicionales, etc. A diferencia de aquéllos, los usuarios de altos niveles de renta tienen una demanda poco elástica ya que consideran la actividad como de primera necesidad.

- La organización de viajes de carácter individual o colectivo, excursiones, cruceros o similares, con o sin inclusión de todos los servicios propios de los denominados viajes a *forfait*, en el país o en el extranjero.
- La recepción y asistencia de turistas durante sus viajes y su permanencia en el país, la prestación a los mismos de los servicios de guías turísticos y el despacho de sus equipajes.
- La representación de otras agencias, tanto nacionales como extranjeras, a fin de prestar en su nombre cualquiera de estos servicios.
- La realización de actividades similares o conexas a las mencionadas con anterioridad en beneficio del turismo.

La perspectiva que abre estar inscripto en el registro de agencias de viaje hace que, a pesar de los fondos de garantía exigidos para la inscripción, empresas pequeñas que recién se inician en alguna de las actividades mencionadas opten por hacer la inscripción porque esto los habilita a incorporar en el futuro cualesquiera de las otras actividades o intervenir como mayoristas.

Por otra parte, según se desprende del estudio de mercado que se menciona en el apartado siguiente, una proporción importante del total de turistas ingresados lo hace con un *tour* parcialmente organizado.

Cuadro 10
FORMA DE ORGANIZACIÓN DEL TOUR, SEGÚN NACIONALIDAD
(en porcentajes)

	Nacionalidad		Total
	Nacional	Extranjero	
Tour totalmente organizado	60.6	52.0	56.2
Tour parcialmente organizado	9.1	6.9	8.0
Sin tour organizado	30.3	41.2	35.8

Fuente: Plan de *marketing* y estudio del mercado turístico de El Calafate, 1997.

1.2 Estrategias de *marketing*, publicidad

En los años 1996/97 a través de un estudio de consultoría contratado por el gobierno provincial se hizo el estudio de mercado sobre la localidad sobre el que se hiciera una referencia, a la vez que se elaboró un plan de *marketing*.

Según señala la introducción del documento, “en una primera etapa se diagnosticaron las características y los condicionantes de la oferta y la demanda turística, y las características socioeconómicas y de la organización turística de la localidad. Luego se formularon las estrategias de desarrollo turístico, que fueron objeto de análisis por parte de representantes de distintas instituciones intermedias de la comunidad de El Calafate”.

Por último, se desarrolla el Plan de *Marketing* turístico que incluye, entre otros contenidos, un plan de competitividad, un análisis de productos y subproductos turísticos, pronósticos de la evolución posible del mercado, un plan de inversiones, un plan de desarrollo de la imagen, y un plan básico de comercialización y comunicación.

Algunas de las recomendaciones del Plan de *Marketing* fueron consideradas por la Secretaría de Turismo de la Provincia en la determinación de acciones en el sector. Entre ellas puede mencionarse por su dimensión y efecto la construcción del aeropuerto local.

Por otra parte, es habitual la presencia del destino en ferias, encuentros promocionales, etc. como Expopatagonia, Feria Internacional de Turismo—que es considerado uno de los mayores encuentros de la industria turística de la región—Buy Argentina y otros, en los que intervienen directamente las prestadoras o los organismos de turismo de nivel nacional, provincial o local.

2. Excursiones

En este apartado se incluye excursiones a los puntos de mayor interés paisajístico, entre los que destaca el Glaciar Perito Moreno y otros como las adyacencias de los Glaciares Upsala, Spegazzini y O’Nelli, el Lago Roca, El Chaltén, y también atractivos de carácter cultural como las pinturas rupestres.

Las excursiones se realizan de acuerdo a sus características por vía terrestre o lacustre, o en forma combinada, habiéndose incorporado en los últimos años la cabalgata como forma de excursión puntual.

Las excursiones más destacadas son:

- Excursión regular al Parque Nacional Los Glaciares, que comprende la observación del Glaciar Perito Moreno desde pasarelas ubicadas en el extremo de la Península de Magallanes.
- Safari Náutico, que consiste en una aproximación a las paredes del mismo glaciar por vía lacustre en el Brazo Sur del Lago Argentino.
- *Minitrekking*, caminata sobre el glaciar, previo cruce del brazo sur del lago.
- Excursión al Glaciar Upsala por vía lacustre recorriendo el Brazo Norte del Lago Argentino, entrando a la Bahía O’Nelli y permitiendo la observación de un conjunto de glaciares que desembocan en ella.
- Excursión lacustre por el Brazo Norte hasta la Estancia Cristina, desde la cual se accede a miradores del Glaciar Upsala, uno de ellos cercano a un antiguo observatorio del Instituto Nacional del Hielo Continental. Las excursiones dentro de la estancia se realizan en *unimog* o cabalgata.
- Excursiones a caballo que recorren zonas aledañas a la localidad, como la Laguna Mínez, las pinturas rupestres y Bahía Soberana.
- Visitas guiadas a estancias patagónicas cercanas a la localidad (Estancia Nibepo Aike, Estancia Anita, Estancia María Elisa, Estancia Quién sabe, Estancia Alice). Casi todas ofrecen observación de actividades rurales típicas y comida, generalmente asado de cordero y servicios de cafetería.
- Visitas guiadas a sitios de interés arqueológico cercanos a la localidad.
- Excursiones de pesca con guía especializado.

Combinado con El Calafate se puede conocer la zona de las altas cumbres de la Patagonia Austral cercanas al pequeño pueblo denominado El Chaltén. Esta zona ha sido visitada históricamente por excursionistas de montaña, en particular, escaladores. Sin embargo, en los últimos años ha tenido un fuerte crecimiento de turistas en general lo que permitió un rápido desarrollo de la oferta de servicios tanto en alojamiento como en excursiones.

Estas excursiones pueden ser contratadas en forma directa en la firmas que prestan los servicios, en Agencias de Viaje o a través de los alojamientos.

Para hacer las excursiones mencionadas no se requiere equipamiento especial, excepto para el *minitrekking*, que es incluido por la prestataria dentro del costo de la excursión.

Los excursionistas de alta montaña llevan equipamiento propio, ya que no existen ni en El Calafate ni en Chaltén comercios de alquiler o venta de equipos o accesorios.

3. Guías

De acuerdo al tipo de excursión los guías serán especializados—guías de montaña—o de turismo en general.

El *minitrekking* y las excursiones de la Estancia Cristina cuentan con guías de montaña, no pudiendo realizarse la excursión sin su presencia.

Las navegaciones cuentan con guía en la embarcación.

La excursión regular al Glaciar Perito Moreno efectuada por línea de autobuses también cuenta con guías.

El turista “libre” puede manejarse en forma independiente, excepto en las excursiones que incluyen el servicio de guía. A la vez, se puede contratar el servicio de guías *free lance* en distintos idiomas. En estos casos, generalmente se contrata el servicio completo de guía con medio de transporte propio.

Las diferentes especialidades en la actividad imponen capacitación específica brindada por Parques Nacionales, la Asociación de Guías de Montañas y otras entidades, obtenida la cual los guías ven acreditada su especialidad.

Por otra parte, existen en la provincia normativas emanadas de la Subsecretaría de Turismo que reglamentan su actividad.

La asociación de Guías de Turismo registra alrededor de treinta y cinco asociados en la localidad.

4. Equipamiento e instalaciones

Este elemento incluye a bienes y servicios especializados: hospedería, gastronomía, esparcimiento y equipamiento para excursiones.

4.1 Alojamiento

La localidad cuenta con alrededor de 2 600 camas, sin contar *campings* que permiten alojar a 500 personas más por noche.

Como muestra el cuadro 11 la oferta hotelera ha tenido un importante aumento en la última década.

Esta oferta se distribuye en hoteles y hosterías de una a cuatro estrellas, hosterías y albergues de distinta categoría, cabañas, hospedajes y lugares de acampada en la localidad.

Si bien los hoteles de tres y cuatro estrellas tienen restaurante, en general⁶ los “paquetes” se venden con sólo desayuno incluido.

⁶ La información del estudio de mercado de J. Aurelio dice que: “El 81% de los paquetes incluye sólo desayuno en los servicios gastronómicos ofrecidos”.

Cuadro 11
OFERTA DE ALOJAMIENTO SEGÚN CATEGORÍA. TEMPORADAS 1993—1994 / 2001—2002
(en número de unidades)

Categoría	Temporada 1993—1994		Temporada 2001—2002	
	Establecimientos	Camas	Establecimientos	Camas
Hotel 4	2	261	3	522
Hotel 3	3	236	4	286
Hotel 2	6	297	6	343
Hotel 1	1	41	1	43
Hostería 3	0	0	1	38
Hostería 2	3	110	3	171
Hostería 1	1	55	1	52
Hostería	0	0	1	23
Turístico A	0	0	1	29
Turístico B	0	0	2	53
<i>Apart Hotel</i>	0	0	2	86
Hospedaje	8	126	12	259
Albergue	1	48	7	305
Cabañas	1	60	13	357
Totales	26	1 234	57	2 567

Fuente: Elaboración propia en base a información suministrada por la Secretaría de Turismo de la Municipalidad de El Calafate.

El crecimiento de la oferta total se muestra en el cuadro siguiente.

Cuadro 12
EVOLUCIÓN DE LA OFERTA HOTELERA
(en número de camas)

Temporada	93-94	94-95	95-96	96-97	97-98	98-99	99-00	00-01	01-02
Camas	1 321	1 424	1 573	1 689	1 739	2 162	2 310	2 685	2 567

Fuente: Secretaría de Turismo de la Municipalidad de El Calafate.

Forman también parte de la oferta establecimientos que no se encuentran en la localidad aunque están localizados en la zona de influencia del atractivo principal y la localidad. Uno de ellos es una hostería en la zona del Glaciar P. Moreno y el resto se ubican en estancias de la zona. Corresponden a distintos niveles dentro de este tipo de alojamientos. Todos son de buen nivel y un par de ellos de muy alta categoría.

Cuadro 13
OFERTA DE ALOJAMIENTO EN ESTABLECIMIENTOS DE CAMPO
(en número de camas)

Establecimiento	Camas
Hostería Los Notros	72
Estancia Alta Vista	15
Estancia Alice	40
Estancia Nibepo Aike	12
Estancia Huyliche	18
Estancia María Elisa	13

Fuente: Elaboración propia en base a información suministrada por la Secretaría de Turismo de la Municipalidad de El Calafate.

4.2 Gastronomía

La oferta es de aproximadamente 3 000 cubiertos en establecimientos de distinto tipo y categoría: restaurantes, restaurantes de hoteles de tres y cuatro estrellas, pizzerías, parrillas, cafeterías, confiterías y casas de té.

La comida que se ofrece es de tipo internacional con especialidades regionales, particularmente cordero al asador.

En el cuadro siguiente se incluye también la oferta de cubiertos en dos áreas de excursión.

Cuadro 14
OFERTA GASTRONÓMICA; CANTIDAD DE CUBIERTOS POR TIPO DE ESTABLECIMIENTO.
TEMPORADA 2001—2002
(en número de cubiertos)

Restaurante de hotel	Restaurante	Confitería	Parrilla	Pizzería	Zona Glaciar Pto. Moreno	Zona Lago Roca
1 236	370	305	595	128	210	150

Fuente: Subsecretaría de Turismo Provincial; Secretaría de Turismo Municipal.

Varios establecimientos gastronómicos tienen servicio de *delivery*. Sin embargo, no existen prácticamente servicios de rotisería.

El Cuadro 15 muestra el crecimiento en la oferta de servicios gastronómicos.

Cuadro 15
EVOLUCIÓN DE LA OFERTA GASTRONÓMICA
(en número de cubiertos)

Años	1993-1994	1994-1995	1995-1996	1996-1997	1997-1998	1998-1999	1999-2000	2000-2001	2000-2002
Cubiertos	2 154	1 986	2 090	2 262	2 592	2 750	3 106	2 899	2 994

Fuente: Subsecretaría de Turismo Provincial; Secretaría de Turismo Municipal.

5. Transporte

En este apartado se describe la oferta de transporte de distintos tipos, tanto por las vías en las que se desplazan como por sus objetivos.

5.1 Aéreo

Conecta a El Calafate con otras localidades del llamado “corredor turístico patagónico”, como son Trelew y Puerto Madryn, en Chubut, y Ushuaia, en Tierra del Fuego. La conexión con la ciudad capital es esporádica.

El aeropuerto local se inauguró en noviembre de 2001. En la temporada diciembre 2000 — abril 2001 se contabilizó 35 000 plazas aéreas, según las frecuencias de las aerolíneas que operaban en ese momento (Aerolíneas Argentinas, AIRG y Southern Winds).

En la temporada siguiente, octubre 2001—abril 2002, este terminal aéreo tuvo un movimiento promedio de 46 000 personas en alrededor de 900 vuelos de las compañías mencionadas a las que se suman LADE y algunos vuelos *charter*.

La entrada en funcionamiento del aeropuerto local ha facilitado la conexión con las localidades del corredor mencionado.

En el cuadro 16 se muestra los pasajeros que conectaron desde la localidad con otras del corredor. Esta información puede compararse con la de pasajeros totales embarcados. No habiendo datos sobre pasajeros arribados desde Trelew, lo que sí puede suponerse es que el corredor es recorrido de norte a sur; de allí la diferencia entre los dos extremos del mismo.

No obstante, el estudio de mercado de J. Aurelio había detectado que los pasajeros que llegaban a El Calafate incluían a Ushuaia con más frecuencia que a Puerto Madryn como segundo destino.

Cuadro 16
PASAJEROS EMBARCADOS EN EL CALAFATE POR DESTINO EN EL CORREDOR
(en número de pasajeros)

Período	Conexión		Pasajeros totales embarcados
	El Calafate—Ushuaia	El Calafate—Trelew	
Dic. 2000 – Dic. 2001	11 940	2 265	41 567
Ene. 2002 – Oct. 2002	10 006	1 215	47 460

Fuente: Elaboración propia en base a información suministrada por London Supply S.A.

Sin embargo debe señalarse que, si bien el transporte aéreo está asegurado, es muy errática la política de frecuencias de las distintas líneas aéreas, no sólo vinculado al hecho de la estacionalidad del producto sino también a las condiciones de operación de las propias empresas. En este sentido, al comienzo de la temporada 2002—2003 sólo está efectuando el servicio Aerolíneas Argentinas.

5.2 Terrestre

El servicio terrestre comprende la conexión con las localidades de Río Gallegos, capital provincial, Puerto Natales, Chile y El Chaltén, así como con el Glaciar Perito Moreno, Puerto Bandera y Lago Roca.

Cuadro 17
OFERTA DE SERVICIO DE TRANSPORTE TERRESTRE; CANTIDAD DE ASIENTOS
POR TIPO DE TRANSPORTE. TEMPORADA 2001—2002
(en número de asientos)

Tipo	Servicio Turístico	Remisse	Alquiler aut. s/chofer	Servicio 4x4	Línea regular
Plazas	1 469	196	84	24	377

Fuente: Subsecretaría de Turismo Provincial; Secretaría de Turismo Municipal.

5.2.1 Líneas regulares

Ofrecen poco menos de 400 plazas en ómnibus de larga y mediana distancia.

5.2.2 Servicios turísticos

Existe una cantidad importante de servicios en vehículos de hasta veinticuatro pasajeros, que realizan los transportes desde la localidad hasta los puntos de salida de las excursiones.

Estos servicios están vinculados de alguna manera con las agencias de viaje o con los prestadores de la excursión. Las agencias de mayor tamaño tienen vehículos propios, pero a la vez hay una oferta creciente de particulares que son subcontratados por las agencias cuando la demanda excede su propia capacidad de transportes.

5.2.3 Alquiler de autos sin chofer

Existen varias agencias, algunas de ellas subsidiarias de nacionales o internacionales.

No existe aún información sistematizada pero algunas promociones locales para la temporada que se inicia permiten suponer que la oferta de este tipo de servicio aumentará considerablemente.

5.3 Lacustre

Está incluido dentro de las excursiones. Si bien existe un transportador oficial en el Brazo Norte del Lago Argentino, el servicio en la práctica es de excursiones.

6. *Merchandising* y artesanías

Esta es una actividad que, si bien es de elaboración, produce bienes demandados por los turistas: artesanías y *souvenirs*. Con referencia a los resultados del Censo Nacional Económico 1994 (CNE94), el estudio de marketing mencionado anteriormente señala que "...llama la atención la no existencia de establecimientos volcados a la producción de artesanías locales ... existen algunos artesanos que desarrollan distintos tipos de productos..." pero se trata de emprendimientos de escaso tamaño y que no aparecen en la clasificación de industria.

En este punto parece importante hacer una reflexión con relación a qué considerar artesanía, ya que habitualmente se considera como tal a la producción tradicional de bienes de consumo elaborados con técnicas rudimentarias, producción realizada por artesanos indígenas o siguiendo sus técnicas y diseños.

En este sentido, la escasez de producción artesanal indígena de la región explica que no haya aparecido un mercado de este tipo de productos propios de la región o que sea muy limitado, a la vez que justifica que las artesanías ofrecidas en la localidad son prácticamente todas originarias del norte del país.

Por otra parte, no puede dejar de considerarse otro aspecto de la producción de artesanía que es aquel que permite calificar como tal a la elaboración con técnicas artesanales de bienes realizados por artesanos locales, con independencia de los métodos y diseños de los primitivos pobladores.

Desde esta perspectiva, se observa que en El Calafate es también escasa la producción artesanal, excepto la de dulces y chocolates que ha mostrado un crecimiento interesante en los últimos años

Para dar idea de la dimensión de estas actividades, puede señalarse que actualmente existen alrededor de veinte locales dedicados a la comercialización de artesanía y *souvenirs*; no más de tres que elaboran y venden artesanías locales y algo menos de diez cuyos productos artesanales son comestibles.

7. Recreación y esparcimiento

El Calafate no se caracteriza por tener una oferta de recreación variada para las horas en que los turistas permanecen en la ciudad. Hay algunos *pubs*, una "tanguería" y discotecas.

La localidad no tiene cine y el teatro es de presentación esporádica, no existiendo una sala apropiada para estas funciones.

Hay un casino con mesas de ruleta, juegos de cartas y sala de máquinas "tragamonedas".

La ausencia de este tipo de servicios es señalado permanentemente como una carencia para la localidad. Sin embargo, tal vez tenga su explicación en el tipo de turismo que se realiza en la zona, que implica salidas muy tempranas de la localidad, actividades que en general demandan algún esfuerzo físico y retornos al atardecer, de modo que considerando la estadía promedio no deja mucho tiempo para otras actividades.

8. Las estancias turísticas

Como un punto especial de atención se menciona el conjunto de establecimientos denominado Estancias de Santa Cruz, Patagonia, una entidad privada dedicada a difundir y promover el turismo en Santa Cruz, organizada como una Unión para resguardar la calidad de las prestaciones que en su círculo se ofrecen al viajero, proporcionar el asesoramiento que requiere y además, concretar reservas y otros servicios que le ayuden a disfrutar de su viaje con mínimas preocupaciones.

La Unión está conformada por cuarenta estancias ubicadas en la provincia de Santa Cruz y Tierra del Fuego, cuya localización permite agruparlas en cuatro zonas que comparten circuitos y vecindad.

El circuito comprendido en la zona de influencia de El Calafate y El Chaltén cuenta con quince establecimientos de este tipo entre los que se encuentran los mencionados en el apartado anterior de oferta hotelera.

El servicio que brindan es completo incluyendo transportes terrestres, excursiones y alojamiento con pensión completa (desayuno, vianda de mediodía y cena).

Esta unión de empresas se conformó con estancias de Santa Cruz y el éxito obtenido ha permitido ampliar la oferta a establecimientos de Tierra del Fuego.

El turismo “en estancias”, excepto en aquéllas localizadas en cercanías de El Calafate, es una actividad complementaria ya que las estancias conforman una red de establecimientos que se pueden unir en circuitos para conocer distintos puntos de la provincia.

No es ese el caso de las estancias cercanas, que compiten con el alojamiento y servicios de gastronomía de la ciudad.

9. La sociedad civil

Hasta este punto se ha descripto la actividad de producción de los agentes involucrados en el mercado turístico, incluyendo a actores locales y extralocales.

Dentro del conjunto de actores locales se considera, además de los agentes económicos, a las organizaciones de la sociedad civil y al gobierno.

Las primeras son asociaciones de personas unidas por intereses de distinto tipo: gremiales, sociales, culturales, educativos, etc.

En El Calafate la actividad desarrollada por la Cámara de Comercio, Turismo, Industria y Afines local se ha destacado en los últimos años no sólo en la defensa de los intereses gremiales propios sino promoviendo acuerdos y negociaciones con actores externos a la misma que permitieron la dinamización de la actividad turística y, fundamentalmente, el alargamiento de la temporada que pasó de ser de escasos tres meses que históricamente atendía el servicio, a los nueve que actualmente presta.

Por otra parte, también intervienen en la localidad asociaciones más pequeñas que agrupan intereses de distinta índole, culturales, deportivos y sociales que han conformado una red de actores locales que, siendo habitantes permanentes de la localidad, le dan movimiento a distintas actividades durante todo el año y no solamente en la época de mayor afluencia turística.

Entre estas últimas se destacan algunas asociaciones ecologistas como Calafate Natural y la Asociación de Lucha contra Incendios Forestales, con actividades basadas en la preservación del

medio ambiente, que por sus demandas muchas veces trascienden la débil frontera entre medio ambiente y economía.

También ocupan un lugar de importancia por el ámbito de la actividad la Asociación de Guías de Turismo (local) y la Asociación de Guías de Montaña (nacional).

Algunas de estas asociaciones sumadas a otras instituciones conforman la Comisión Asesora Local (CAL) que fuera creada en 2000 a instancias de Parques Nacionales con el fin, entre otros más generales, de asesorar al Parque Nacional a fin de optimizar el manejo del Área Protegida, servir de nexo entre los actores sociales y la Administración del Área Protegida y proveer información de base para el manejo del área.

La CAL está formada por Instituciones Públicas y Organizaciones No Gubernamentales radicadas en El Calafate o El Chaltén, con Personería Jurídica Nacional, Provincial o Municipal, con una relación directa o indirecta con el funcionamiento y uso del Parque Nacional Los Glaciares, así como aquellas organizaciones que el Presidente de la misma considere pertinentes y que sean posteriormente refrendadas por los integrantes de la Comisión.

Entre las organizaciones que componen la CAL se pueden citar: la Cámara de Comercio de El Calafate, la Asociación de Guías el Consejo Agrario Provincial, Calafate Natural, la Secretaría de Turismo del Municipio y la Subsecretaría de Turismo provincial, el diputado por el pueblo–representación de las localidades en la Cámara de Diputados provincial – la Comisión de Fomento y la Junta Vecinal de El Chaltén.

Dada la composición de la CAL es posible pensar que está potencialmente en condiciones de tornarse un articulador entre ciudad y atractivos naturales.

10. Gobierno

Dentro de los actores locales no puede dejar de incorporarse a la Administración de Gobierno, en sus distintos niveles y escalas de actuación, tanto en el ámbito central como local.

La Administración responde a distintas jurisdicciones que intervienen en la localidad: Municipal, Provincial y Nacional.

Cada una tiene distintos organismos relacionados con la actividad con grados de descentralización muy variable aunque, en general, se puede decir que es más formal que efectiva.

Los organismos vinculados más directamente a la actividad son:

- De **Jurisdicción Nacional:**
 - Administración de Parques Nacionales
 - Secretaría de Turismo
- De **Jurisdicción Provincial:**
 - Subsecretaría de Turismo
 - Administración General de Vialidad
- De **Jurisdicción Municipal:**
 - Municipalidad de El Calafate

La selección de estos organismos se ha hecho en base a su mayor vinculación con la actividad turística. No obstante ello, en la localidad están presentes otros organismos de los tres niveles con diferentes grados de relación.

La forma de vincularse con la actividad o la articulación que muestran con los actores comprometidos en la misma es muy diferente.

La **Administración de Parques Nacionales** está presente a través de la Intendencia del Parque Nacional de Los Glaciares que, con cuatro seccionales, tiene presencia en toda la zona.

Las acciones de Parques en la zona han sido determinantes en la puesta en valor del área ya que la Administración abrió el primer camino hasta el Glaciar y construyó las pasarelas y miradores desde donde se lo observa. Sin embargo, en los últimos años, la escasez de medios ha limitado la posibilidad de realizar nuevas inversiones o incorporar personal para la mejor regulación del área.

Durante el año 1997 se elaboró un Plan Preliminar de Manejo del Parque Nacional Los Glaciares a través del cual se establecía la política de conservación de la Administración en el largo plazo. Este plan se sometió a discusión en el año 2002 ya con presencia en los talleres de trabajo de los miembros de la Comisión Asesora Local de la que se dio cuenta en el apartado anterior.

Su finalidad es fijar pautas, orientaciones, lineamientos y criterios para la gestión y planificación coherente del sistema.

La forma que adoptó su elaboración a través de talleres con alta participación de los actores locales representados en la CAL, así como el carácter público de las discusiones asegura que toda la comunidad participe de los objetivos institucionales, lo que le dará continuidad en el tiempo.

Por otra parte también supone, a la vez que un cambio de dirección de las formas de planificación tradicional a otras más participativas, un grado importante de descentralización en el manejo del Parque.

Debido a una ausencia de continuidad en las políticas dirigidas a esta actividad, la **Secretaría de Turismo de la Nación** tuvo gestiones de alto impacto así como en otros momentos se destacó por su ausencia. Por otra parte, debe observarse que Secretaría de Turismo sufrió varios cambios en su ubicación institucional, dependiendo de la Secretaría de Agricultura de la Nación, de la Secretaría de Medio Ambiente o directamente de la Presidencia de la Nación.

Como sea, cuando implementó políticas de promoción de las actividades, ya sea a través de inversiones o de subsidios a ciertas prestaciones, los resultados tuvieron alto impacto. El último de los ejemplos es la promoción para extender la temporada que se llevó a cabo en 2000 que permitió operar hasta fines de mayo.

Distintos organismos provinciales tienen vinculación directa con el turismo. De ellos se destaca la **Subsecretaría de Turismo de la Provincia** de la que puede apreciarse una mayor continuidad en sus políticas hacia la zona por ser casi excluyente respecto de otras alternativas turísticas en la provincia.

En cuanto a la **Administración de Vialidad**, su acción está estrechamente relacionada con la actividad porque, aunque en la actualidad se cuenta con el acceso aéreo, el ingreso de turistas por tierra es muy importante.

Con relación al **Municipio** local si bien se observa el interés de sus autoridades por crear las condiciones para el desarrollo de la actividad, no existen estrategias generadas localmente para concretarlo. La dependencia del gobierno provincial en materia de inversiones es muy alta y la

descentralización efectiva del municipio muy baja. Por otra parte, las capacidades de gestión municipal como para llevar a cabo un proceso de descentralización son escasas.

En términos generales puede observarse que el grado de coordinación de los organismos de distintas jurisdicciones es también escaso y se expresa en acciones aisladas, por ejemplo aquellas destinadas a incrementar la entrada de turistas al destino.

En algunos aspectos se observan superposiciones que actúan como barreras institucionales a la entrada al mercado; por ejemplo, las regulaciones referidas a transporte de pasajeros. Por otra parte, la misma situación genera también la elusión de responsabilidades, o al menos las mismas se diluyen ante problemas concretos.

Los ejemplos que expresan más claramente la ausencia de coordinación entre jurisdicciones son los referidos a la infraestructura de vías de comunicación terrestres de acceso, tanto a la localidad como a los atractivos que dependen de las tres jurisdicciones.

11. Organizaciones de apoyo

La localidad cuenta con servicios de educación pública provincial de nivel básico y medio. También existen varios institutos de enseñanza de idioma inglés de carácter privado.

En la provincia se encuentra la Universidad Nacional de la Patagonia Austral (UNPA) con cuatro Unidades Académicas, la más cercana la de Río Gallegos. Sin embargo, ninguna de ellas cuenta con carreras vinculadas al turismo ni existen programas de intervención o investigación permanente, sino acciones discontinuadas. Un ejemplo es el convenio de la UNPA con el Municipio para intervenir en acciones vinculadas con la conservación de la Laguna Nimez, aledaña a la localidad.

El Instituto Salesiano de Educación Superior dicta una carrera de nivel terciario de Técnico en Turismo.

Es habitual la utilización por parte de los establecimientos de alojamientos de mayor tamaño del sistema de pasantías de estudiantes de carreras de turismo, en especial de la Universidad del Comahue.

Con relación a organismos técnicos, si bien hay una delegación del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) en la localidad, no tiene prácticamente actividad. Lo mismo cabe decir respecto al Consejo Agrario Provincial, aunque éste desarrolla actividades de viverismo con las que abastece de ciertos tipos de árboles a la localidad. Pero no existe ningún programa de investigación o desarrollo en estos organismos ni un cuerpo de profesionales como para hacerlo.

La ausencia de acciones por parte de estas instituciones, que contribuyan al desarrollo de actividades productivas, se ve reflejada en la escasa producción local de alimentos frescos que, dadas las características de suelos y clima, estarían en condiciones de abastecer a buena parte del mercado local.

Dentro de este conjunto de actores puede mencionarse también la actividad del Hospital Distrital de mínima complejidad.

III. Producción de bienes conexos a la actividad

Fuera del conglomerado o *cluster* existen actividades que no están vinculadas al turismo pero lo abastecen, principalmente la construcción.

En los apartados siguientes se describirá distintos aspectos de esta actividad y la forma en que se vinculan con el turismo.

1. Construcción

La construcción se ha mostrado como una actividad muy dinámica como consecuencia del crecimiento de la localidad en los últimos años.

Analizar este sector impone señalar algunas características propias de la región vinculadas con la posibilidad de acceso a terrenos urbanos. Ello fue conformando una planta urbana que tuvo un notable crecimiento, extendiéndose en dos direcciones con diferentes características cada una de ellas: en las primeras laderas hacia arriba de la planta original del pueblo se han construido barrios en tierras fiscales a través de planes de vivienda de la Provincia; a la vez se han adjudicado terrenos a particulares con fines de construcción de vivienda o comercios. En la línea que se dirige hacia el Glaciar Perito Moreno, la ciudad se ha extendido por dos vías: la adjudicación de terrenos fiscales y el loteo y venta de tierras fiscales por parte del municipio.

La diferencia entre las formas de acceder a tierras fiscales está dada por la obligación que contrae el adjudicatario de construir en un plazo determinado; compromiso que no existe en el caso de la venta. Naturalmente, estas formas de acceso a la propiedad de tierra han producido un mercado inmobiliario fuertemente distorsionado, a lo que debe sumarse que la localidad no cuenta con un plan de desarrollo urbano por lo que el crecimiento ha sido sumamente desordenado.

Hechas estas aclaraciones, el crecimiento de la actividad privada en la construcción se refleja tanto en el crecimiento de la planta urbana como en el aumento del número de comercios dedicados a la venta de suministros para el sector (corralones, ferreterías, etc.) que pasó de uno que abastecía a toda la zona a aproximadamente diez.

Sin embargo, no es fácil cuantificar el crecimiento de este sector comercial vinculado a la construcción ya que no existe información confiable de un período anterior que sirva de comparación con el actual.

El padrón municipal de comercios incorpora aproximadamente a veinte establecimientos denominados “corralón de materiales”.

Hay una fábrica de aberturas y venta de madera y un fabricante de aberturas y muebles que adquiere madera fuera de la localidad.

Los oficios vinculados a la construcción se ofrecen como cuentapropistas. En general, son idóneos sin capacitación formal aun en el caso de los constructores.

La actividad está influida por los períodos de veda invernal lo que hace que exista mano de obra que llega a la localidad al comienzo de la temporada (setiembre) a la espera de oportunidades de trabajo que, de concretarse, los mantiene en ella hasta el fin de la misma.

Sin embargo en los últimos años, como consecuencia de la crisis generalizada en el país y la difusión de la localidad y sus posibilidades laborales, se producen menos fluctuaciones en la mano de obra de menor calificación.

2. Infraestructura: accesibilidad y comunicaciones

Se considera aquí a un conjunto de bienes y servicios de cuya eficiencia depende en gran parte el éxito de la actividad, que trascienden a la actividad turística propiamente dicha ya que son de uso y apropiación de toda la comunidad.

Se incluye la infraestructura básica urbana y de accesibilidad y comunicaciones.

2.1 Caminos, rutas y senderos

Al comienzo de la temporada 2002—2003, la ruta que une El Calafate con la entrada al Parque Nacional Los Glaciares está pavimentada en un 80% de lo previsto. La obra correspondiente a los 20 km restantes y la pavimentación de la bifurcación del mismo camino hacia Punta Bandera está comenzando al momento de elaborarse este informe.

Los restantes caminos turísticos son enripiados y su mantenimiento es muy desigual. Los más importantes turísticamente son:

- Ruta Nacional N° 40, desde el cruce con la Ruta Provincial N° 5 hasta El Chaltén.
- Ruta Nacional N° 40, desde su cruce con la Ruta Provincial N° 5 hasta la frontera con Chile, por donde se ingresa a la zona aledaña al Parque Nacional Torres del Paine.

- Ruta Provincial Complementaria N° 0, desde El Calafate hasta la Estancia Nibepo Aike, recorriendo la zona de estancias y Lago Roca, así como sitios de interés arqueológico.

La ruta que une la localidad con Río Gallegos fue pavimentada totalmente pero en la actualidad tiene un alto grado de deterioro. Existen sectores en repavimentación y otros en licitación para el mismo fin.

2.2 Señalización de interpretación

En las rutas existe señalización vial pero no hay señalización de interpretación turística. Este tipo de señalización se encuentra en puntos específicos del Parque Nacional, en la Intendencia de Parques y en excursiones privadas en las que el operador las ha incorporado como una de sus atenciones y servicios al cliente.

2.3 Circuitos nacionales y binacionales

El corredor patagónico nacional al que habitualmente se hace referencia es el que une localidades patagónicas con atractivos especiales, como son Trelew (ballenas), El Calafate (glaciares) y Ushuaia (fin del mundo).

Este circuito tiene actualmente conexión aérea aunque con discontinuidades en la cantidad de prestadores, tal como se expuso en el apartado de transporte aéreo.

Es un corredor difícil de completar en forma terrestre por las distancias, porque parte del mismo se encuentra sin pavimentar y, además, porque para completarlo se debe transbordar en el Estrecho de Magallanes.

Existe otro potencial corredor turístico que es el correspondiente a la Ruta Nacional N°40, que permitiría tomar contacto con la totalidad de la zona cordillerana. En el caso de atractivos turísticos relevantes, uniría los de las provincias de Río Negro, Neuquén y Chubut con los de Santa Cruz.

Este es un circuito con escasos kilómetros pavimentados con relación a su longitud total, que actualmente es recorrido por los llamados “turistas libres”, generalmente en vehículos de doble tracción y aprovechando a pernoctar en las Estancias Turísticas que conforman la red de servicios para atender a estos viajeros.

También debe mencionarse un corredor binacional potencial que une los puntos de mayor interés en Patagonia austral continental, que son el Parque Nacional Los Glaciares y el Parque Nacional Torres del Paine, en Chile.

En la práctica tal corredor no existe, al menos uniendo los extremos con la menor distancia posible y para hacerlo es preciso realizar un largo rodeo.

Sin embargo, no puede dejar de mencionárselo porque los parques están naturalmente unidos conformando un solo sistema orográfico; tienen características distintas por lo que no son competitivos entre sí como atractivo sino complementarios, y como conjunto representan una demanda insatisfecha para los visitantes que, luego de recorrer distancias enormes para llegar hasta la zona, desean aprovechar todo lo ésta ofrece.

Por otra parte, debe considerarse que al Parque Torres del Paine ingresaron durante el año 2000 alrededor de 73 000 personas y en el 2001 casi 78 000.

Del estudio de mercado de la consultora Julio Aurelio surge que un 75% de los pasajeros que llegaron a El Calafate han visitado o visitarán Ushuaia y un 57% harán lo mismo con Puerto

Madryn y Península de Valdez. Al mismo tiempo, se observa que casi un 50% de los visitantes relevados que pasaron por El Calafate visitaron alguna de las localidades y atractivos turísticos chilenos como Puerto Natales, Punta Arenas y Torres del Paine.

Estos datos muestran el alto grado de conexión de El Calafate con el resto de la Patagonia, al mismo tiempo que sugieren la implementación de políticas de integración en el corredor considerando las dos subregiones.

La inexistencia de un proyecto para concretar este corredor binacional debería ser analizada a la luz de lo sostenido por Porter⁷ con relación a la necesidad de cooperación entre los actores en el *cluster*, lo que asegura una continuidad en el tiempo y una toma de decisiones a través de prácticas asociativas y participativas, dejando de lado el papel de *lobby* que han adoptado tradicionalmente las empresas localizadas en la región.

2.4 Infraestructura urbana básica

La localidad no cuenta con un plan de ordenamiento urbano.

El crecimiento de la planta urbana no se ha visto acompañado por uno similar de pavimentación de calzadas, construcción de veredas y extensión de la red de alcantarillado.

Los servicios que se han extendido son los de electricidad, provisión de agua y gas, telefonía fija y televisión por cable. Sin embargo, no ha crecido en la misma medida la generación de energía y la provisión de agua lo que genera no pocos problemas en la provisión de servicios.

La usina generadora de energía eléctrica utiliza como insumo el gasoil y se encuentra en pleno centro de la localidad, en la avenida principal. La provisión de agua se hace a partir de la extracción de pozos localizados en cercanías de la localidad, en dirección al glaciar Perito Moreno.

El traslado de la usina a una zona suburbana ha sido postergado durante años aunque existe un predio afectado a su nueva localización. Por otra parte, existe la idea de tomar agua del Lago Argentino pero no se ha traducido en un proyecto de obra.

El servicio de telecomunicaciones es prestado por una cooperativa local que, en los últimos años, ha introducido importantes mejoras en el servicio incorporando discado directo nacional (DDN), discado directo internacional (DDI), conexión a Internet y banda ancha.

Además de los problemas mencionados vinculados con el crecimiento anárquico, merece destacarse uno íntimamente vinculado con el turismo, como lo es el vaciadero municipal a cielo abierto que, en la actualidad, ha quedado localizado casi dentro de la ciudad.

⁷ Porter, M. (1999a).

IV. Dimensión económica de la actividad

Como se dijo anteriormente, las inversiones en equipamiento en la localidad de El Calafate fueron producto de la visión de un grupo de santacruceños que vio la potencialidad del lugar.

Estos inicios explican además que algunas de las prestadoras de servicios directos al turista más importantes sean empresas familiares de capitales locales.⁸

Desde los años setenta hasta la actualidad el crecimiento de la localidad y su equipamiento para el turismo ha ido muy destacado, pero en este análisis sólo se abordará lo sucedido en los últimos años, más precisamente desde la instalación en la agenda pública de la importancia de la inversión en un aeropuerto para la localidad.

En realidad, el proyecto de aeropuerto para El Calafate es bastante anterior a su incorporación a la agenda pública,⁹ pero recién en 1996 el Estado provincial tomó a su cargo la realización de dicho proyecto.

Se puede suponer que la habilitación del aeropuerto signifique un antes y un después en esta localidad. Sin embargo, el momento en que podía empezar a funcionar a pleno régimen, temporada 2001—2002, coincidió con una seria crisis institucional y económica en el

⁸ Cuando se dice locales, se refiere a capitales originados en la provincia, en particular en Río Gallegos.

⁹ El proyecto original de aeropuerto que fue elaborado por una consultora especializada tenía una localización cercana al actual. Entre 1992 y 1993 se construyeron dos pistas pavimentadas en inmediaciones de la localidad con una inversión provincial del orden de los 5,000,000 de dólares, que permitían el aterrizaje de pequeñas y medianas máquinas pero no de aviones de gran porte como requería el crecimiento de la actividad.

país, lo que significó, entre otras cosas, la salida de este mercado de dos de las tres operadoras de transportes aéreos.

Estas consideraciones conducen a abordar la dimensión económica de la actividad turística en El Calafate desde tres perspectivas que permiten estimar el impacto potencial de las inversiones en la localidad y su zona de influencia, aunque con una gran incertidumbre sobre los resultados de la temporada que comienza.

En los apartados que continúan se dimensionará la actividad a través de los siguientes indicadores:

- Estimación de las inversiones públicas y privadas
- Estimación de ventas
- Estimación de mano de obra ocupada
- Estimación de los ingresos del sector público

1. Inversiones estimadas

El período considerado para la estimación de inversiones es el transcurrido entre los años 1997 y 2002, aunque no se posee información para todos los años en algunos rubros. Los valores se expresan en miles de dólares.

1.1 Inversiones públicas

Se consideran aquí las obras públicas de infraestructura básica, de urbanización y de equipamiento turístico. En los dos primeros casos han sido financiadas por el gobierno provincial y en el último por la Universidad Nacional de la Patagonia Austral.

1.1.1 Infraestructura básica

Con relación a las obras construidas o en construcción en la zona de El Calafate, la principal inversión realizada es el aeropuerto de la localidad.

Esta obra era considerada por el estudio de mercado de J. Aurelio como la de mayor impacto para el crecimiento de la actividad.

En el texto del estudio se sostenía que “Es éste quizá el proyecto que mayor expectativa crea en la población residente de El Calafate. Según dichos de las actuales autoridades es un hecho la construcción de al menos la pista, para lo cual se cuenta con 7 000 000\$. La aeroestación quedaría para una segunda etapa. Se localizaría a 12 km de la ciudad y permitiría la operación de máquinas de todo tipo, y por su categoría de internacional posibilitará conexiones con Chile”.

La Subsecretaría de Turismo de la Provincia hizo suyo el interés por la inversión, incluyéndola entre sus requerimientos presupuestarios del año 1997 con un monto de 14,692,100 US\$.

La construcción de la pista estuvo a cargo de una empresa privada que posteriormente construyó también el acceso al aeropuerto.

Faltando poco tiempo para la finalización de estas obras, se licitó la aeroestación por un sistema denominado “construcción de obra por recupero de canon”. El monto total de la inversión era de 5,000,000 US\$, pero en el pliego licitatorio se establecía un aporte fijo de la Provincia de 2,000,000 US\$, con lo que la inversión privada era de 3,000,000 US\$.

La concesión de la aeroestación se estableció por el término de veinticinco años. El monto de la tasa de aterrizaje se fijó en 14.88 US\$ y el canon en 10 centavos de dólar.¹⁰

La Ruta Provincial N° 11 es la que une El Calafate con la entrada al Parque Nacional Los Glaciares.

La Ruta Provincial N° 8 empalma con la N° 11 para llegar al puerto de Punta Bandera, también en la Península de Magallanes pero sobre el Brazo Norte del Lago Argentino.

La Ruta Provincial N° 5 corresponde a un tramo del vínculo terrestre de El Calafate con Río Gallegos.

Como se describiera anteriormente, éste es un camino totalmente pavimentado pero con sectores deteriorados que, por tramos, están siendo repavimentados.

Existen también obras licitadas o en proceso de licitación de interés para la zona.

De ellas tres corresponden a la zona de El Chaltén: el puente sobre el Río de las Vueltas, la pavimentación de la Ruta Provincial N° 23 por la que se accede desde la Ruta Nacional N° 40 a El Chaltén, la pavimentación de esta localidad, la repavimentación de la Ruta Nacional N° 40 en un tramo hasta su empalme con la Ruta N° 5 y la repavimentación de otro tramo de la Ruta Provincial N° 5.

Todas las obras mencionadas se gestionan a través la Administración General de Vialidad Provincial.

En el cuadro siguiente se muestran los montos de las correspondientes licitaciones.

Cuadro 18
INVERSIÓN PÚBLICA EN INFRAESTRUCTURA BÁSICA
(en miles de dólares)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Obras construidas o en construcción						
Aeropuerto	14,427.7					
Ruta 11		6,685.2				
Rutas 11 y 8			5,476.9			
Acceso aeropuerto				1,743.0		
Aporte aeroestación				2,000.0		
Ruta 5					13,927.6	
Obras licitadas o en proceso de licitación						
Puente Río Las Vueltas						2,257.1
Ruta 23						11,142.9
Pavimento El Chaltén						857.1
Ruta 40						6,285.7
Ruta 5						7,428.6
Totales	14,427.7	6,685.2	5,476.9	3,743.0	13,927.6	27,971.4

Fuente: Elaboración propia en base a información de la Administración General de Vialidad Provincial.

El total de inversiones en infraestructura básica en el período 1997—2002 alcanza un total de 72,231,800 US\$.

1.1.2 Infraestructura urbana

Las obras de infraestructura urbana están en la órbita del Instituto de Desarrollo Urbano y Vivienda.

¹⁰ El pliego utiliza indistintamente la valoración pesos o dólares.

Las inversiones más importantes corresponden a núcleos habitacionales de diez y cincuenta viviendas y en materia de urbanización, la repavimentación de la avenida troncal de la localidad y un paseo costero, inversiones estas de los dos últimos años.

Cuadro 19
INVERSIÓN PÚBLICA EN URBANIZACIÓN, VIVIENDA Y EQUIPAMIENTO
(en miles de dólares)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002
URBANIZACIÓN		2.0	35.8	438.8		1,806.0
Viviendas	35.3	651.2	1,054.9		412.6	
Otras obras		162.8		30.0	20.0	
Totales	35.3	816.0	1,090.7	468.8	432.6	1,806.0

Fuente: Elaboración propia en base a información del Instituto de Desarrollo Urbano y Vivienda.

El total de inversiones ya realizadas hasta 2001 y previstas para 2002 en urbanización, vivienda y equipamiento alcanza un total de 4,649,400 US\$.

1.1.3 Infraestructura agua y energía

El servicio de provisión y distribución de agua potable y energía eléctrica es prestado por Servicios Públicos Sociedad del Estado, empresa provincial de energía.

Las obras ejecutadas en los últimos años se muestran en el cuadro siguiente.

Cuadro 20
INVERSIÓN PÚBLICA EN OBRAS DE INFRAESTRUCTURA AGUA Y ENERGÍA
(en miles de dólares)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Agua potable y cloacas	557.8	—	20.9	3,145.5	385.7	127.3
Energía	832.1	—	—	9.3	395.3	182.0
Totales	1,389.9	—	20.9	3,154.8	781.0	309.3

Fuente: Elaboración propia en base a información suministrada por Servicios Públicos Sociedad del Estado.

La empresa informó la cobertura de servicios al año 2001, considerando la población censal registrada.

Cuadro 21
COBERTURA DE SERVICIOS

	Conexiones (en unidades)	Cobertura (en porcentaje)
Agua potable	2 100	85
Desagües cloacales	1 700	65
Energía	2 970	90

Fuente: Elaboración propia en base a información suministrada por Servicios Públicos Sociedad del Estado.

El proyecto de la nueva toma de agua se encuentra licitado y próximo a ejecutarse. Aprobado el proyecto se licitará la obra.

Con relación a la provisión de energía, la extensión de la localidad obligó a importantes obras de ampliación de redes de media y baja tensión, alumbrado público y construcción de estaciones transformadoras.

Por otra parte, la construcción del aeropuerto requirió la construcción de la línea de energía que lo abastece.

Por último, debe mencionarse que actualmente la provisión de energía está “terciarizada”, prestando el servicio el Sindicato de Luz y Fuerza, por lo que el traslado de la planta generadora que como, se indicara, está localizado en el centro mismo de la ciudad, debe ser ejecutado por esta prestataria.

1.1.4 Equipamiento turístico

La Universidad Nacional de la Patagonia Austral, mediante un convenio con el Municipio de El Calafate, se hizo cargo de un proyecto de aprovechamiento de la Laguna Nimez, para lo que efectuó inversiones menores durante el año 2001 en el cercado perimetral.

De esta forma, la laguna se convertirá en un centro de interpretación de flora y fundamentalmente fauna avícola de la zona.

La primera parte del proyecto está concluida pero falta aún completar con casetas de observación para los turistas.

Cuadro 22
INVERSIÓN PÚBLICA EN EQUIPAMIENTO TURÍSTICO
(en dólares)

	2001
Laguna Nimez	15,900
Total	15,900

Fuente: Universidad Nacional de la Patagonia Austral.

1.2 Inversiones privadas

Para la estimación de la inversión privada se han considerado las realizadas en infraestructura básica y equipamiento para servicios turísticos.

1.2.1 Infraestructura básica

En infraestructura básica la única inversión realizada es la de la aeroestación, cuya construcción estuvo a cargo del concesionario. El total de la obra ascendía a 5,000,000 US\$ y, de ellos, la Provincia se comprometía a hacer un aporte fijo de 2,000,000 US\$ para la obra.

Cuadro 23
INVERSIÓN PRIVADA EN INFRAESTRUCTURA BÁSICA
(en dólares)

	2000
Aeroestación	3,000,000
Total	3,000,000

Fuente: Pliego Licitación 01/2000.

1.2.2 Telecomunicaciones

La Cooperativa Telefónica de El Calafate ha tenido un importante rol dinamizador de las actividades económicas en general y turísticas en particular, al incorporar sistemas de comunicaciones de moderna tecnología, imprescindibles para este tipo de negocio.

La incorporación de tecnología adecuada permitió la ampliación de la red de telefonía fija en la localidad y la provisión de DDN y DDI y conexión a Internet en el lapso escaso de un año.

Las inversiones realizadas por la Cooperativa en los últimos cinco años ascienden a 3,000,000 US\$.

1.2.3 Alojamiento

La inversión en hotelería comprende ampliaciones y construcción de nuevos establecimientos.

Los montos de inversión corresponden a las solicitudes de permiso de obra, por lo que puede haber alguna que no se halla completado a la fecha.

Cuadro 24
INVERSIÓN PRIVADA EN CONSTRUCCIÓN HOTELERA
(en dólares)

	1999	2000	2001	2002
Cabañas (ampliación)	232,100			
Hotel (ampliación)	1,680,000			
Hostería (ampliación)	285,000			
Hotel (ampliación)	108,000			
Hotel (nuevo)		430,000		
<i>Apart—hotel</i> (ampliación)		315,000		
Hotel (nuevo)		1,959,000		
Hotel (ampliación)		450,000		
Hotel (nuevo)		311,100		
Hostería (ampliación)			285,000	
Hostería (nueva)			570,000	
Cabañas (nueva)			160,000	
Hotel (nuevo)				185,000
Totales	2,305,100	3,465,100	1,015,000	185,000

Fuente: Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Santa Cruz.

El total de inversiones en obra privada en hotelería, en los cuatro últimos años, se estima en 6,970,100 US\$. No se incluye el monto de inversión en la construcción de un hotel estimado en 2,500,000 US\$, que se comenzó en 2000 y cuya obra se paralizó por motivos de orden legal. No obstante ello, el avance de la obra es importante, estimándose su valor en poco menos de la mitad, a precios de 2001.

1.2.4 Transporte

La inversión en servicios de transporte incluye la estimada en rodados, en base a información obtenida de la encuesta e informantes calificados de una empresa dedicada al transporte turístico considerada la de mayor tamaño en ese subsector de la actividad.

Sin embargo, la información no se considera representativa del total del subsector ya que existen en el mismo un gran número de prestadores no organizados como empresa de los que no se puede dar cuenta en este informe.

Por otra parte, la empresa regular de línea que presta dos servicios diarios entre Río Gallegos y El Calafate y un servicio diario entre esta localidad y El Chaltén, así como servicios regulares diarios al Glaciar Perito Moreno, cuenta con una flota de ómnibus de larga distancia y vehículos aptos para mediana distancia y ha renovado sus equipos durante los últimos años, pero no se cuenta con información sobre montos de inversión.

1.2.5 Excursiones

La estimación de las inversiones realizadas por las empresas prestadoras de servicios de excursiones se realiza en base a información de la encuesta así como la obtenida a través de entrevistas a informantes calificados que incluye dos de las tres prestadoras grandes.

La inversión realizada en los últimos cinco años puede estimarse en 1,500,000 US\$.

1.2.6 Total de inversiones estimadas

En el cuadro siguiente se muestra el total de inversiones por grandes rubros.

Cuadro 25
INVERSIONES TOTALES
(en dólares)

	Montos parciales	Montos totales
Pública:		
Infraestructura básica	72,231,800	
Infraestructura urbana	7,938,500	
Equipamiento urbano	2,366,800	82,537,100
Equipamiento turístico	15,900	15,900
Privada:		
Infraestructura básica	3,000,000	
Telecomunicaciones	3,000,000	
Hotelería	6,970,100	
Transporte ¹¹	250,000	
Excursiones	1,500,000	14,720,100
Total		97,273,100

Fuente: Elaboración propia en base a información suministrada por los organismos e instituciones que se detallan en los cuadros anteriores de este capítulo.

¹¹ Incluye el estimado de una sola empresa.

V. Ventas estimadas

En este apartado se estimarán las ventas de los principales operadores del *cluster* sobre los que se tiene información.

1. Agencias de viajes

La estimación de lo facturado por Agencias de Viaje y Turismo se hace en base a información obtenida en una encuesta que analizaba el funcionamiento del sistema turístico en la localidad y el comportamiento de sus principales actores.

La encuesta fue aplicada a seis agencias sobre un total de veinticinco, seleccionadas de acuerdo a su tamaño y su pertenencia al grupo de agencias locales o extralocales.

De las agencias de mayor tamaño una estimó su facturación entre 2,000,000 US\$ y 3,000,000 US\$, en la temporada 2000—2001. Otra lo hizo en 1,500,000 US\$ en la misma temporada.

Como dato adicional podría considerarse la estimación de gasto individual por día que realiza el estudio de J. Aurelio llegando a los 51\$ por día por persona. Si consideramos la cantidad de turista ingresados a Parques Nacionales como la más significativa, estimándola para la temporada 2000—2001 en 86 000 personas, daría un total de gastos efectuado por los turistas cercano a los 11,000,000 US\$ (de 2001).

2. Excursiones

Para la estimación de ventas se considera la información de ingresos registrados a Parques Nacionales en el período octubre 2001—abril 2002.

Se supone que los ingresos registrados por Punta Bandera corresponden totalmente a excursionistas por carecer este pequeño puerto de otro atractivo. De aquí parten dos excursiones de distintas prestadoras, que tienen diferente capacidad de transporte pero tarifas que permiten ponderar un promedio.

La estimación de ventas correspondiente a ese período de seis meses es de 2 000 000\$.

De los datos de ingresos registrados por el acceso principal y la información suministrada por una de las prestadoras de excursiones de esa zona, se puede suponer que un 50% realiza alguna de las excursiones ofrecidas. En este caso, la información disponible incorpora el mes de octubre 2001 pero debe considerarse que existe una excursión lacustre de corta duración ofrecida por el operador del Brazo Norte que tiene salida de un muelle en el extremo de la península, en un área cercana a los miradores del glaciar. De esta excursión no se tiene información, pero se puede considerar menor en comparación con las restantes.

La estimación de ventas para siete meses es de 1 750 000\$. La estimación para seis meses es de 1 600 000\$.

En total, las excursiones principales facturan en seis meses alrededor de 3 600 000\$.

Cuadro 26
FACTURACIÓN ESTIMADA PRESTADORAS DE EXCURSIONES
(en pesos)

	Facturación estimada
Excursiones Brazo Norte	2 000 000
Excursiones Brazo Sur	1 600 000
Total	3 600 000

Fuente: Elaboración propia en base a estimaciones.

3. Alojamiento

Para la estimación de la facturación del conjunto de prestadoras del servicio de alojamiento se ha seguido el siguiente procedimiento:

a. Considerar la información sobre ocupación hotelera por categoría de establecimiento suministrada por la Secretaría de Turismo de la Municipalidad como una muestra de comportamiento.

b. Considerar la información sobre oferta hotelera suministrada por el mismo organismo como información exhaustiva del conjunto de empresas.

c. Comparar la información de ocupación hotelera mensual con el registro de ingreso a Parques Nacionales.

d. Obtener información de agentes del sector que permitiera llegar a una estimación sobre ocupación real.

e. Sobre la base de las tarifas promedio aplicadas por los hoteles, obtener la cifra estimada de facturación.

VI. Empleo estimado

Para estimar el empleo se parte de la información sobre Población Económicamente Activa (PEA) del Censo de Población de 1991, suponiendo que si el crecimiento de la población entre 1992—2001 es similar al registrado en el decenio anterior, se mantiene igual proporción del 53.2%, mucho más alta que la de Río Gallegos.

Esto permite estimar unas 3 400 personas en edad económicamente activa.

Un examen amplio aunque no exhaustivo de las plantas de personal de organismos de la administración pública permite obtener por defecto la PEA ocupada en el sector privado.

Se estima que la administración pública emplea alrededor de 1 000 personas, alrededor del 29% del total de la PEA ocupada.

La estimación de personal ocupado en forma directa por la actividad turística se hace en base a la encuesta citada anteriormente, alcanzando a 1 200 personas.

Se supone que la desocupación, de existir, se encuentra entre las poco más de 1 200 personas que ocupa la actividad privada en otras actividades.

No existen estudios sobre desocupación en la localidad Sin embargo, la propia actividad turística con su estacionalidad más la veda que impone el clima a otras actividades, permite suponer que durante una parte del año existe algún grado de desocupación friccional.

La ocupación del sector público se muestra en el cuadro siguiente. Debe considerarse que no todos los organismos han suministrado información oficial, por lo que en algunos casos ha sido estimada.

Cuadro 27
EMPLEO EN EL SECTOR PÚBLICO
(en número de personas)

Jurisdicciones	Organismos	Personal ocupado	Subtotales
Administración nacional	Parques Nacionales	30	211
	Gendarmería	110	
	Prefectura	30	
	Fuerza Aérea	40	
	I.N.T.A.	1	
Administración provincial	Administración Vialidad	40	450
	Servicios Públicos	33	
	Consejo Agrario	7	
	Salud	50	
	Educación	231	
	Policía	25	
	Otros ¹²	60	
Administración municipal			300
Total			961

Fuente: Elaboración propia en base a información suministrada por distintos organismos y estimaciones propias.

Cuadro 28
PERSONAL OCUPADO
(en número de personas)

	Personal ocupado
Administración pública	1 000
Turismo	1 200
Otras actividades	1 200

Fuente: Elaboración propia en base a estimaciones.

El personal ocupado por la actividad turística se caracteriza por una buena calificación, con una alta proporción de profesionales universitarios y técnicos. Las necesidades propias de la actividad imponen también el uso habitual de un segundo idioma. En general, es personal experimentado y con conocimiento de la actividad.

Su formación profesional, en general, es adquirida fuera de la provincia, excepto en el caso del Instituto Salesiano de Estudios Superiores que dicta una tecnicatura en Turismo.

Es notoria la ausencia de vínculos con las organizaciones de educación superior localizadas en la región, como la Universidad Nacional de la Patagonia Austral, la más cercana a la localidad.

El contacto con universidades o centros tecnológicos tampoco incide en las decisiones empresarias de inversión, lo que refuerza lo observado con relación a la ausencia de vinculaciones fluidas entre el sector productivo y aquel tipo de instituciones.

¹² Incluye planes de asistencia.

Son escasas las actividades de capacitación, en las que se destacan las acciones de la cámara empresaria local que, además, mantienen cierta continuidad en el tiempo.

La demanda de acciones capacitación ha sido manifestada por numerosos informantes de este estudio así como en indagaciones previas.

Se dirigen a dos aspectos: por una parte, la adquisición de habilidades, destrezas y capacidades que debe incorporar el personal de distintos niveles de los establecimientos prestadores directos (hoteles, restaurantes, etc.) y, por otro, la capacitación permanente del personal profesional o de gestión.

Esta ausencia de sistemas de capacitación permanente limita la obtención de personal profesionalizado con relación al crecimiento de la actividad, lo que conduce a efectuar las búsquedas de personal fuera de la localidad.

VII. Impacto provincial

En este apartado se consideran los impactos de la actividad en los presupuesto públicos tanto provinciales como municipales.

Por una parte, se comparan las inversiones públicas en la localidad con los presupuestos ejecutados entre los años 1997 y 2001. Por otra, se analiza el impacto en términos de ingresos, incluyendo en la estimación aquellos en concepto de Impuesto a los Ingresos Brutos y el canon del aeropuerto ya que los mismos están relacionados directamente con la actividad.

Por último, se muestra la relación que existe entre presupuestos provinciales y municipales.

1. Presupuesto provincial e inversiones

En el cuadro siguiente se muestra la proporción de presupuesto provincial asignada a la localidad bajo forma de inversión pública.

Cuadro 29
PRESUPUESTO E INVERSIONES PÚBLICAS
(en pesos)

Año	Inversión Pública Provincial en El Calafate	Presupuesto Provincial Ejecutado
1997	15 852 900	642 339 400
1998	7 501 200	692 119 200
1999	6 588 200	691 736 900
2000	7 366 600	766 878 600
2001	15 141 200	760 802 900

Fuente: Elaboración propia en base a información publicada sobre presupuestos ejecutados.

El promedio de los presupuestos provinciales ejecutados entre los años 1997 y 2001 está alrededor de los 711 000 000 \$. El promedio de inversión realizada en la localidad para el mismo período es de 10 487.9 millones de pesos, aunque debe observarse que está fuertemente concentrada en el año 1997.

La mayor asignación presupuestaria provincial en la localidad corresponde al año 1997 con un 2.46% del presupuesto ejecutado provincial. En el año 2001 la asignación alcanza al 2% y en el resto de los presupuestos analizados la asignación alcanza escasamente al 1%.

2. Presupuesto provincial e ingresos

2.1 Impuesto a los Ingresos Brutos

Se ha considerado incorporar información sobre ingresos percibidos por la Provincia de Santa Cruz en concepto de Impuesto a los Ingresos Brutos, ya que este tributo es el que grava a las actividades económicas realizadas en la provincia, pudiendo por lo tanto dar cuenta del impacto que la actividad turística de El Calafate puede significar para los ingresos provinciales.

La información fue solicitada al Ministerio de Economía, a la Subsecretaría de Programación y Evaluación Financiera y a la Subsecretaría de Recursos Tributarios, sin recibir respuesta a la misma.

No obstante ello, puede estimarse que el impacto no es significativo en términos de los ingresos que la Provincia percibe por otros conceptos como regalías de hidrocarburos o coparticipación federal.

Al respecto, en 2001 el Estado provincial recaudó por ese impuesto 63,948,227 US\$ e ingresó por regalías 164,848,798 US\$ y por coparticipación 209,094,570 US\$. En el presupuesto ejecutado el tributo no llega al 10% de los ingresos provinciales y la suma de regalías más coparticipación está cercana al 60% de los mismos.

2.2 Canon aeroportuario

Como se dijo más arriba, el pliego licitatorio establece un canon de diez centavos de dólar por pasajero embarcado.

Considerando el movimiento de pasajeros salidos de la localidad, que son los alcanzados por la tasa de aeropuerto, se puede estimar el ingreso por canon.

Cuadro 30
PASAJEROS EMBARCADOS; CANON AEROPORTUARIO

	2000	2001	2002 ¹³
Pasajeros salidos (en número de personas)	2 350	39 217	43 251
Canon (en dólares)	235	3 921	4 325

Fuente: elaboración propia en base a estimación suministrada por London Supply S.A. y condiciones de pliego licitatorio.

Como puede observarse este ingreso es mínimo en términos de lo que la actividad genera. Por otra parte, tampoco compensaría al cabo de los veinticinco años de concesión el gasto incurrido por la Provincia de 2,000,000 US\$ como aporte fijo para la construcción de la aeroestación.

¹³ Hasta septiembre incluido.

3. Presupuesto municipal

Con relación a los presupuestos municipales la información con que se cuenta es algo fragmentada pero sirve como indicador de la alta dependencia del Estado municipal con respecto al provincial.

Cuadro 31
PRESUPUESTO MUNICIPAL; INCIDENCIA DE LOS INGRESOS PROVENIENTES DE LA JURISDICCIÓN PROVINCIAL
(en pesos)

	Presupuesto municipal ejecutado	Ingresos corrientes	Ingresos de otras jurisdicciones	%
1997	3 885 600	3 079 900	2 446 800	79
1998	4 709 100	3 096 900	2 340 300	76
1999	—	—	—	—
2000	4 126 500	3 209.500	2 366 700	74
2001 ¹⁴	3 882 800	3 666 800	2 681 000	73

Fuente: Elaboración propia en base a información publicada de presupuestos ejecutados.

Del presupuesto municipal se destina aproximadamente un 80% a gastos en personal, lo que permite dimensionar más adecuadamente la incidencia del gasto provincial en el municipio local.

¹⁴ La información del año 2001 corresponde a lo presupuestado, y no se cuenta con información sobre presupuesto ejecutado.

VIII. Consideraciones finales

La descripción de las actividades que se desarrollan en El Calafate y su zona de influencia, así como la existencia de relaciones económicas y socio—laborales muestran un conjunto de eslabonamientos que permiten considerar la existencia de un *cluster*.

El conglomerado se ha ido conformando de forma no deliberada, por la propia acción de algunos de sus componentes.

La posición que en el *cluster* tienen las agencias y la forma de trabajo en red propia del sistema turístico, permiten suponer que su rol ha sido principal en la conformación del conglomerado.

Si bien se está en la presencia de una actividad nueva en la zona y por lo tanto un conglomerado que recién se inicia, es necesario efectuar algunas consideraciones respecto a su desarrollo actual que posiblemente determinen su evolución futura.

Algunos aspectos surgen con mayor énfasis:

- los relacionados con el conocimiento
- los relacionados con las instituciones gubernamentales
- los relacionados con el territorio como actor.

Con relación al primer aspecto, se hicieron más arriba algunos comentarios referidos a la necesidad de sistemas de capacitación permanentes que permitan adquirir capacidades, habilidades y destrezas a los agentes directa e indirectamente vinculados con la actividad.

Sin embargo, esta dimensión del conocimiento no se agota en la creación de actividades de capacitación.

Surgen otros aspectos no menos importantes, como son:

- La escasa inserción en el cluster de instituciones del conocimiento, lo que se expresa no sólo en la ausencia de acciones de capacitación, sino también en estudios e investigaciones sobre la localidad, la actividad turística, la problemática medioambiental, el impacto socio—económico del turismo en la región, etc.
- Vinculado con lo anterior, es muy escaso el conocimiento del *cluster*, visto además como flujo de información necesario para la toma de decisiones de gestión por parte de los agentes públicos y privados.
- Por una parte, no existe información estadística pertinente; por otra, la que hay es de muy baja calidad.
- Todo ello limita la capacidad del *cluster* en la creación de sinergias de las que se apropie el conjunto de actores.

Respecto a las instituciones, se puede señalar como característico de su funcionamiento:

- La existencia de un gran número de organismos que confluyen en la actividad con distintos grados de descentralización, lo que provoca superposiciones y demora en las decisiones.
- La presencia principal del gobierno provincial que, por una parte, beneficia a la localidad y al sistema a través de política activas de inversión pero, por otra, ejerce su posición dominante en el sistema limitando la participación de los actores locales en el diseño de sus propias estrategias de desarrollo.
- Junto a lo anterior, la debilidad del gobierno municipal expresada en su limitada capacidad de iniciativa propia y también limitado por lo que Castells denomina “calidad interpretativa” de los gobiernos locales.

La localidad en que se desarrolla la actividad cuenta con la ventaja de iniciar un camino. La otra cara de la misma moneda es la ausencia de cultura productiva y marcos de referencia que le den una identidad propia.

Las consideraciones señaladas colocan al sistema territorial en una situación de gran fragilidad, con un importante número de actores locales concientes de su potencialidad pero sin la necesaria articulación por parte del gobierno como para que las iniciativas cristalicen en un proyecto duradero.

En todo caso, la evolución del sistema territorial debería mostrar una coincidencia mayor entre el espacio económico y el espacio territorial, lo que no parece un camino despejado de problemas.

Bibliografía

- Alburquerque, Francisco (1996a), *Desarrollo económico local y distribución del progreso técnico*, ILPES-CEPAL, Santiago de Chile.
- Alburquerque, Francisco (1996b), *Globalización, competitividad y desarrollo económico local*, ILPES- CEPAL, Santiago de Chile.
- Almirón, Analía (2002), *Turismo y conservación ambiental. Un estudio de caso en la Patagonia Austral: el Parque Nacional Los Glaciares*, Ponencia presentada en la V Jornadas Nacionales de Investigación-Acción en Turismo, Universidad de Mar del Plata.
- Alonso, Miguel (1994), *Manual del Lago Argentino*, Buenos Aires, Zaguier Urruty.
- Artesi, Liliana (2002), *Turismo, desarrollo local y redes*, Ponencia presentada en las V Jornadas Nacionales e Investigación-Acción en Turismo, Universidad de Mar del Plata, Mar del Plata.
- Carner, Francois (2001), *Encadenamientos generados por el sector turismo*, CEPAL, Reunión de Expertos sobre el turismo en Centroamérica y el Caribe: Una visión conceptual, México.
- Cunha Barbosa, María y Roberto Zamboni (2001), “La formación de un cluster en torno al turismo de naturaleza sustentable en Bonito, Brasil”, *Revista de CEPAL Nro. 83*, Santiago de Chile.
- Hirschman, Albert (1977), “De la Economía a la política y más allá”, *El desarrollo desde el punto de vista de los enlaces generalizados, con referencia especial a los bienes básicos*, México, FCE.
- Muñoz Oñate, Fernando (1984), *Marketing turístico*, Madrid, Centro de Estudios Ramón Areces.
- Porter, Michael (1999a), *Ser competitivo*, Ediciones Deusto, Bilbao.
- Porter, Michael (1999b), “Globalización, desarrollo local y redes asociativas” en Elgue, M. (comp.), *Los clusters y la competitividad*, Buenos Aires, Corregidor.
- Sánchez, Joan-Eugení (1991), *Espacio, economía y sociedad*, Madrid, Siglo XXI Editores.
- Zárate, Rubén; Liliana Artési y otros (2000), *Patagonia Austral. Subdesarrollo inducido e integración incompleta*, Rosario, Homo Sapiens.



Serie

estudios y perspectivas

OFICINA
DE LA CEPAL
EN
BUENOS AIRES

Números publicados

1. Política de apoyo a las Pequeñas y Medianas Empresas: análisis del Programa de Reconversión Empresarial para las Exportaciones, Juan Pablo Ventura, (LC/L.1496-P; LC/BUE/L.170), N° de venta: S.01.II.G.39 (US\$ 10.00), febrero de 2001. [www](#)
2. El impacto del proceso de fusiones y adquisiciones en la Argentina sobre el mapa de grandes empresas. Factores determinantes y transformaciones en el universo de las grandes empresas de calidad local, Matías Kulfas, (LC/L.1530-P; LC/BUE/L.171), N° de venta: S.01.II.G.76 (US\$ 10.00), abril de 2001. [www](#)
3. Construcción regional y política de desarrollo productivo en el marco de la economía política de la globalidad, Leandro Sepúlveda Ramírez, (LC/L.1595-P; LC/BUE/L.172), N° de venta: S.01.II.G.136 (US\$ 10.00), septiembre de 2001. [www](#)
4. Estrategia económica regional. Los casos de Escocia y la Región de Yorkshire y Humber, Francisco Gatto (comp.), (LC/L.1626-P; LC/BUE/L.173), N° de venta: S.01.II.G.164 (US\$ 10.00), noviembre de 2001. [www](#)
5. Regional Interdependencies and Macroeconomic Crises. Notes on Mercosur, Daniel Heymann (LC/L.1627-P; LC/BUE/L.174), Sales No.: E.01.II.G.165 (US\$ 10.00), November 2001. [www](#)
6. Las relaciones comerciales Argentina-Estados Unidos en el marco de las negociaciones con el ALCA, Roberto Bouzas (Coord.), Paula Gosis, Hernán Soltz y Emiliano Pagnotta, (LC/L.1722-P; LC/BUE/L.175), N° de venta: S.02.II.G.33 (US\$ 10.00), abril de 2002. [www](#)
7. Monetary dilemmas: Argentina in Mercosur, Daniel Heymann, (LC/L.1726-P; LC/BUE/L.176), Sales No.: E.02.II.G.36 (US\$ 10.00), April 2002. [www](#)
8. Competitividad territorial e instituciones de apoyo a la producción en Mar del Plata, Carlo Ferraro y Pablo Costamagna, (LC/L.1763-P; LC/BUE/L.177), N° de venta: S.02.II.G.77 (US\$ 10.00), julio de 2002. [www](#)
9. Dinámica del empleo y rotación de empresas: La experiencia en el sector industrial de Argentina desde mediados de los noventa. V. Castillo, V. Cesa, A. Filippo, S. Rojo Brizuela, D. Schleser y G. Yoguel. (LC/L.1765-P, LC/BUE/L.178), N° de venta: S.02.II.G.79 (US\$ 10.00).
10. Inversión extranjera y empresas transnacionales en la economía argentina, Matías Kulfas, Fernando Porta y Adrián Ramos. (LC/L.1776-P, LC/BUE/L.179) N° de venta: S.02.II.G.80 (US\$ 10.00). [www](#)
11. Mar del Plata productiva: diagnóstico y elementos para una propuesta de desarrollo local. Carlo Ferraro y Anna G. de Rearte (comp.) (LC/L.1778-P, LC/BUE/L.180), N° de venta: S.02.II.G.93 (US\$ 10.00). [www](#)
12. Las finanzas públicas provinciales: situación actual y perspectivas. Oscar Cetrángolo, Juan Pablo Jiménez, Florencia Devoto, Daniel Vega (LC/L.1800-P, LC/BUE/L.181), N° de venta: S.02.II.G.110 (US\$ 10.00), diciembre de 2002. [www](#)

13. Small- and medium-sized enterprises' restructuring in a context of transition: a shared process. Inter-player effects on efficient boundary choice in the Argentine manufacturing sector. Michel Hermans (LC/L.1835-P, LC/BUE/L.182), N° de venta: E.02.II.G.138 (U\$S 10.00), February, 2003. [www](#)
14. Dinámica productiva provincial a fines de los noventa, Francisco Gatto y Oscar Cetrángolo, (LC/L.1848-P, LC/BUE/L.183), N° de venta: S.03.II.G.19 (U\$S 10.00), enero de 2003. [www](#)
15. Desarrollo turístico en El Calafate, Liliana Artesi, (LC/L.1872-P, LC/BUE/L.184), N° de venta: S.03.III.G.42 (U\$S 10.00), enero de 2003. [www](#)

-
- El lector interesado en números anteriores de esta serie puede solicitarlos dirigiendo su correspondencia al Centro de Documentación, CEPAL, Paraguay 1178, Piso 2, (1057) Ciudad A. de Buenos Aires, Argentina. No todos los títulos están disponibles.
 - Los títulos a la venta deben ser solicitados a la Unidad de Distribución, CEPAL, Casilla 179—D, Santiago, Chile, Fax (562) 210 2069, publications@eclac.cl.

[www](#): Disponible también en Internet: <http://www.eclac.cl>

Nombre:
Actividad:
Dirección:
Código postal, ciudad, país:
Tel.:.....Fax:E.mail:.....