

TURISMO¹

La localidad

San Julián es una de las poblaciones más antiguas del país ya que por su localización fue paso y abrigo de las primeras expediciones que surcaron el Atlántico sur. Su nombre fue impuesto en 1520 y desde entonces hasta entrado el siglo XIX fue parte de la política de poblamiento de la corona española de las costas australes con emprendimientos esporádicos y de escasa duración.

Recién a partir de fines de ese siglo se verifica el crecimiento del asentamiento basado en la colonización ganadera, lo que da lugar en 1901 al reconocimiento de Puerto San Julián como centro urbano.

Por su ubicación sobre la única ruta totalmente pavimentada en el eje norte sur de la zona austral del continente es una localidad de paso obligado para los residentes de las localidades que se encuentran más al sur tanto de Argentina como de Chile.

Esta situación genera una fuerte estacionalidad en la actividad turística determinada por el período vacacional de ambos países entre los meses de diciembre y marzo, durante los cuales los residentes se dirigen desde sus ciudades de origen a la zona central de sus respectivos países.

Hasta el año 1971 en la localidad operaban vuelos comerciales en un aeropuerto (IATA, ULA) que contaba con una pista mejorada con enripiado. Al discontinuarse esos vuelos regulares el acceso dejó de operar.

Posteriormente se construyó en otra localización una pista de 2.000 metros de carácter militar (operó en el conflicto por las Islas Malvinas) que constituye el actual aeródromo en el que operan vuelos de las Líneas Aéreas del Estado.

Si bien este acceso cuenta con longitud suficiente para operar como aeropuerto, al no tener vuelos comerciales se lo considera aeródromo.

Principales actividades económicas

La economía de San Julián se desarrolló, como la del resto de la región austral, con base en la ganadería ovina. Por esta razón a partir de la década de los veinte del siglo pasado comienza a atravesar un largo período de crisis vinculada con las dificultades del sector ganadero que tiene su punto culminante en el año 1992 en que la erupción del volcán Hudson impacta drásticamente en lo poco que quedaba de la actividad.

Si bien la zona es apta para la extracción de diversos minerales como arcillas, caolín, cobre, sulfato y cloruro de sodio, entre otros, a partir de la década de los noventa surge como significativo para la zona la explotación de oro y plata, para la cual se instala la Minera Cerro Vanguardia a 150 Km. de la localidad.

¹ Para la elaboración de este capítulo se tomó como base el Informe Final elaborado por la Responsable del área Mter. Liliana Artesi.

La historia productiva de San Julián muestra una escasa diversificación en la producción de bienes; a la producción ganadera le siguió la minería, en ambos casos en forma casi excluyente.

En términos de ocupación de mano la minería representa el 7,1% de la P.E.A., los servicios mineros y la construcción el 7,4% cada uno, y el comercio y servicios privados el 15,2%. Al mismo tiempo se observa que casi la mitad de la P.E.A. (el 47,1%) se encuentra ocupado en actividades de servicios sociales, comunales y personales, es decir en la Administración Pública de los distintos niveles jurisdiccionales (Andrade, 2006).

Merece señalarse que la explotación pesquera se percibe como potencialmente significativa, aunque en la actualidad la mano de obra ocupada por esta actividad representa solo un 0,9% del total de ocupados, cifras que se incrementa por la mano de obra incorporada en la industria pesquera².

Esta información si bien muestra la relativa significación de la rama de actividad en la que se encuentran incorporadas las actividades económicas vinculadas al turismo (como la hotelería y la gastronomía y otros servicios relacionados), también por el otro remarca la necesidad de analizar las posibilidades potenciales que brinda la actividad turística para el desarrollo sustentable del territorio, mejorando las condiciones en que actualmente se desenvuelve y generando otras que permitan materializar las expectativas que la comunidad posee respecto a esta actividad.

Un tejido social y productivo de alta densidad significa la presencia en un mismo lugar de una multiplicidad de actores que interactúan a través de redes interinstitucionales, compartiendo valores sobre las innovaciones sociales y productivas, promoviendo una lógica de acción horizontal-territorial (Tecco, 2002).

Los atractivos turísticos

Los principales atractivos con que cuenta hoy la localidad y su zona de influencia. En general están vinculados al patrimonio histórico y cultural de la región.

En un caso se trata de recursos de carácter arqueológico-palenteológico de gran valor y reciente explotación por la actividad turística. En otros, son atractivos construidos sobre la base de la rica historia regional focalizada en la época de exploración de los primeros navegantes europeos en busca de nuevas rutas marítimas.

También se indican dos atractivos de carácter natural y paisajístico vinculados a la Bahía de San Julián. Ellos son:

² El sector Industria tiene un 3,4% ocupado del total de la PEA, no estando disponible la desagregación para Industrias Pesqueras (Andrade, 2006).

- Yacimiento arqueológico Estancia La María.
- Museo temático Nao Victoria.
- Vía Lucis (Camino de la Luz)
- Islotes Banco Cormorán, Isla de los Pingüinos y Banco Justicia.
- Circuito costero.

Los atractivos turísticos potenciales

La localidad y su zona de influencia cuentan también con una serie de recursos culturales y naturales que, puestos en valor, podrían convertirse en el futuro en nuevos atractivos turísticos, de allí su valor en términos del desarrollo del sector:

- Muestra arqueológica Floridablanca (proyecto en marcha)
- Museo del Pionero
- Museo del campo
- Bajo de San Julián
- Reserva Provincial Península San Julián

El sistema local

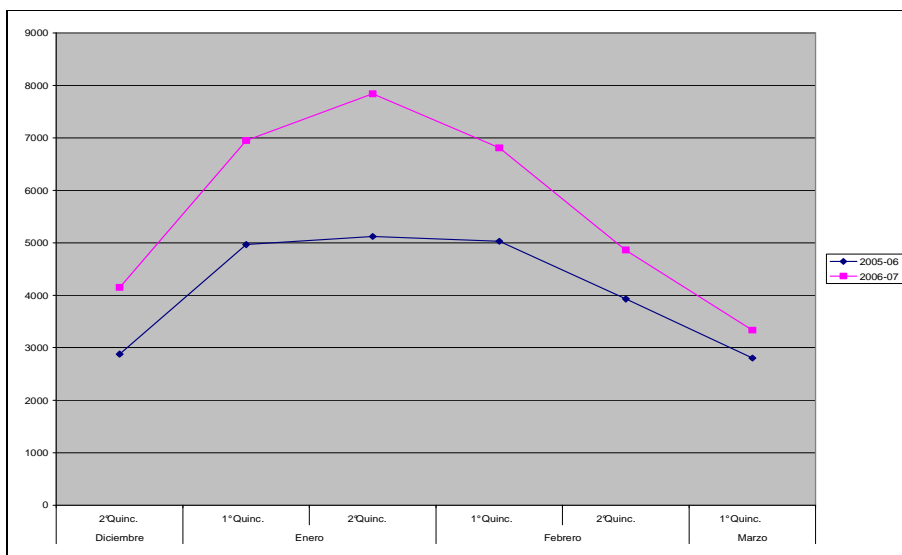
El análisis de los actores y la forma en que se relacionan e interactúan permite observar la existencia de un sistema turístico local incipiente.

La información disponible permite observar un incremento significativo en el ingreso de turistas a la localidad y un aumento del periodo de estadía. Este hecho puede explicarse por la existencia de un mayor interés de los turistas por permanecer en la localidad, circunstancia que pivota la potenciación del turismo y su importancia para la economía local.

La información de la última temporada³ (Gráfico 1) da cuenta de un ingreso de casi 34.000 personas entre diciembre de 2006 y marzo de 2007, la mayoría de las cuales lo hizo en la segunda quincena de enero de 2007. Esta cifra significa un incremento del 27% con relación a la temporada anterior en que habían ingresado poco menos de 25.000.

Gráfico 1: Ingreso de pasajeros. Temporadas 2005-06 y 2006-07

³ Según información originada en el Centro de Informes dependiente de la Dirección de Turismo local.



Fuente: Dirección de Turismo Municipal.

Los principales atractivos visitados fueron el Museo Temático Nao Victoria, la Muestra Arqueológica Floridablanca, el circuito costero, la Isla Cormorán y Banco Justicia, La Reserva Provincial Península de San Julián, el Monumento a la Primera Misa, la Iglesia del Sagrado Corazón y el Centro Artesanal.

En relación a la demanda es relevante analizar la información de ingreso de turistas atendiendo a su origen ya que San Julián es, por su ubicación geográfica, un sitio de paso casi inexorable para el tránsito terrestre de las poblaciones australes del continente.

De acuerdo a la información suministrada por los operadores, el mayor número de clientes son turistas 'libres', es decir aquellos que no llegan con un paquete turístico comprado. Esto es compatible con el supuesto de que la mayor cantidad de turistas arriba a la localidad por estar de paso hacia otros destinos.

Con relación a la oferta de servicios el territorio cuenta con una cantidad apreciable de empresas prestadoras de servicios tales como alojamiento, gastronomía, excursiones, entretenimiento, merchandising, transporte y otros que dependen del tipo de turismo que se aborde.

No obstante ello, aquella muestra algunos cuellos de botella determinados fundamentalmente por la alta estacionalidad de la actividad, más que por la falta de incentivos económicos.

Los vínculos económicos (cadenas de valor) e institucionales (interacción) entre los productores de servicios turísticos y los actores locales, es una dimensión del territorio que hay que fortalecer:

- a. el grado de cooperación económica entre empresas es bajo, limitado a algunas acciones vinculadas a capacitación o compra conjunta de insumos, siendo la comunicación que mantienen entre ellas más que nada informal.

- b. en cuanto a las compras de insumos, la mayor proporción se realizan en la localidad pero los volúmenes, debido a la escala de la actividad, son muy bajos.
- c. esa escala y la escasez de encadenamientos hacen que las relaciones entre empresas se caractericen por la informalidad contractual, lo mismo que las relaciones con los clientes.
- d. las inversiones en general se dirigen a la adquisición de activos fijos y rodados, siendo escasas o inexistentes en capacitación de recursos humanos.
- e. No son significativas las inversiones en tecnología.

Este último aspecto merece una consideración especial, ya que para el despliegue del turismo, en el contexto de la sociedad de la información, la conectividad es fundamental. El comercio electrónico es prácticamente inexistente y en principio pareciera que ello se relaciona con las escasas habilidades adquiridas por el uso doméstico de esta tecnología, fuera del sistema formal o informal de educación.

Desde otras áreas del Plan, el uso de las TICs es abordado en particular por lo que aquí no se le dará un tratamiento mayor.

Con relación a los actores institucionales, se registra la presencia activa de algunos organismos de gobierno, como el Municipio, y la ausencia o neutralidad de las acciones de otros de los que se esperaría una intervención más activa, como son la Subsecretaría de Turismo de la Provincia o la Secretaría de Turismo de la Nación.

En el caso de organizaciones del conocimiento, el sistema de bimodalidad establecido por la Unidad Académica de la UNPA, entre otras para la Tecnicatura en Turismo, se traduce en una merma en la cantidad de alumnos presenciales, que aprovechan el Sistema de apoyo implementado, convirtiéndose en la práctica en alumnos a distancia⁴, situación que puede ir en detrimento del aprendizaje de prácticas sociales propias de este tipo de instituciones.

El grupo de prestadores de servicios turísticos ha tenido y tiene una activa participación en la definición de algunos atractivos turísticos y mantiene una relación fluida con el Municipio local.

A ello debe agregarse el comportamiento de las variables presentes en el nivel macroeconómico en el que se incluyen las políticas nacionales que inciden en la actividad en forma directa o indirecta, determinando el sistema de acumulación vigente.

Tal es el caso de la política monetaria y cambiaria que, a partir de la finalización del régimen de convertibilidad, ha provocado un cambio rotundo en los flujos del turismo en el país.

Por otra parte, los planes y programas implementados por los organismos de nivel nacional (y eventualmente provincial) también pueden incidir significativamente en la

⁴ Esta situación, que en sí misma no importa sino como descripción, parece preocupante a la luz del informe de Andrade que observa que esta práctica es percibida por algo más del 50% de los mayores de 17 años como de menor calidad que la enseñanza presencial.

actividad, y si bien no son de cumplimiento obligatorio establecen el contexto general dentro del cual deberían elaborarse los planes de menor escala⁵.

Los problemas más significativos

Problema 1

Si bien el turismo se ha desarrollado a partir de importantes innovaciones en los atractivos es necesario consolidar la estrategia de su desarrollo sobre la base de un mayor desarrollo de los productos que complementen los paisajísticos.

Problema 2

Escasez de información turística local sistemática y continua

Problema 3

Debilidad para la recepción de turismo de alta gama, utilizando de forma intensiva los atractivos en torno a la bahía.

La propuesta de estrategias y programas tiene por finalidad contribuir a mejorar las condiciones para el desarrollo de la actividad turística y facilitar el surgimiento y la consolidación de capacidades institucionales y sociales que favorezcan un proceso de desarrollo endógeno.

Líneas estratégicas

***Estrategia 1:** Consolidación de circuitos cortos que destaquen los recursos históricos, culturales, naturales y religiosos generando un estímulo mayor al turismo receptivo*

***Estrategia 2:** Planificación integral de la actividad en la localidad a través de la participación de prestadores, gobierno en sus distintos niveles y jurisdicciones desarrollando la zona centro de forma integral*

***Estrategia 3:** Mejorar el sistema de información existente, incorporando nuevos indicadores que optimicen la toma de decisiones.*

***Estrategia 4:** Inclusión de San Julián en circuitos internacionales alternativos (académicos, deportivos, spa)*

Propuesta de programas

1. PROGRAMA FORO PERMANENTE PARA LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN ZONA CENTRO

⁵ Se refiere a: el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable, realizado por la Secretaría de Turismo de la Nación y el Consejo Federal de Inversiones, finalizado en 2005 y el Plan de Turismo Sustentable para la Provincia de Santa Cruz 2008/16, elaborado en 2007 por una experta contratada a través del CFI.

Objetivo: Generar un ámbito de articulación entre los distintos actores públicos y privados que intervienen en la actividad para la planificación de la gestión turística y un espacio de discusión y diálogo que promueva la densificación del tejido empresarial local y regional, favoreciendo las sinergias del entramado, como una herramienta significativa de competitividad

PROYECTO 1: CONSTITUCIÓN DEL FORO.

2. PROGRAMA DE DISEÑO DE CIRCUITOS TURÍSTICOS INTEGRADOS (ATRATIVOS HISTÓRICO-CULTURALES Y NATURALES) PARA SJ Y ZI Y SU PROYECCIÓN HACIA OTROS CENTROS TURÍSTICOS, PRIORIZANDO EL TURISMO RECEPTIVO

Objetivo: generar una oferta turística que se caracterice por circuitos turísticos que integren atractivos históricos-culturales y naturales de San Julián y zona de influencia, con proyección de la zona centro, hacia otros centros y circuitos turísticos.

PROYECTO 1: IDENTIFICAR LOS ATRACTIVOS, DISEÑAR LOS RECORRIDOS Y LOS EQUIPAMIENTOS NECESARIOS PARA SU CONCRECIÓN

3. PROGRAMA DIVERSIFICACIÓN DE ACTIVIDADES QUE PERMITAN DISMINUIR LA ALTA ESTACIONALIDAD DEL TURISMO, FAVORECIENDO EL TURISMO REGIONAL DE FIN DE SEMANA

Objetivo: Disminuir la alta estacionalidad de la actividad turística, incentivando especialmente el turismo regional de fin de semana.

PROYECTO 1: ESTUDIO DE DISTINTAS ALTERNATIVAS Y ANÁLISIS DE VIABILIDAD.

4. CREACIÓN DE UN CENTRO DE CONVENCIONES Y FORTALECIMIENTO DE UNA SERIE DE FIESTAS Y EVENTOS: VISITA DEL PAPA (2020), ENCUENTRO NÁUTICO INTERNACIONAL DE BARCOS ANTIGUOS, ETC.

Objetivo: Disminuir la alta estacionalidad de la actividad turística, promoviendo a San Julián como ciudad del “encuentro” a través de un calendario de eventos que combinen atractivos históricos, culturales y naturales proyectando la localidad a la zona centro, la provincia, al país y al mundo.

PROYECTO 1: CREACIÓN DEL CENTRO CONVENCIONES: ANÁLISIS DE VIABILIDAD.

PROYECTO 2: DISEÑO DEL CALENDARIO

5. PROGRAMA SISTEMA PERMANENTE DE FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN CONTINUO.

Objetivo: generar trayectos de capacitación dinámicos, flexibles y cortos que permitan adquirir competencias y destrezas para el ejercicio de oficios.

PROYECTO 1: DISEÑO Y PUESTA EN MARCHA DE UN SISTEMA DE CURSOS QUE CAPACITEN EN OFICIOS ESPECÍFICOS COMO MUCAMAS, AYUDANTES DE COCINA, CAMAREROS/AS, EN IDIOMAS Y ATENCIÓN AL PÚBLICO.

6. PROGRAMA CIUDADANÍA Y TURISMO.

Objetivos: Sensibilizar a la ciudadanía en torno de la importancia de la actividad para el desarrollo integral de la localidad.

Puesta en valor de los recursos locales desde la perspectiva conjunta de la mejora de la actividad turística y la calidad de vida de la población.

PROYECTO 1: DISEÑO DEL PROGRAMA Y PUESTA EN MARCHA

7. PROGRAMA SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICO.

Objetivo: Incrementar la información estadística sobre turismo, mejorando los indicadores que actualmente se elaboran, generando otros que permitan consolidar un sistema de información en turismo comparable, que sea puesto a disposición de los distintos usuarios a través de sistemas públicos de información. También es importante contar con indicadores de calidad de los servicios recibidos.

PROYECTO 1: GENERACIÓN DE INDICADORES DE: TURISMO RECEPTIVO, DEMANDA TURÍSTICA, OFERTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS, SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA, ESTIMACIÓN DE INGRESOS Y EL EMPLEO GENERADO POR EL TURISMO Y ACTIVIDAD DE LOS CENTROS DE INFORMACIÓN.

8. EVALUACIÓN DE FACTIBILIDAD DE CREACIÓN DE HOTELES DE ALTA GAMA EN ZONAS QUE PUEDEN DESARROLLARSE URBANÍSTICAMENTE, COMO POR EJEMPLO EL EX FRIGORÍFICO SWIFT.

Objetivo: Promover el turismo receptivo a través de una infraestructura hotelera de alta gama.

PROYECTO 1: ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD.

Comentarios finales en torno a las propuestas

--

La creación de un foro de carácter permanente, constituido por organizaciones del sector privado, del sector público y de la sociedad civil, afines con la actividad turística, que se constituya en un espacio de discusión y diálogo que promueva la densificación del tejido empresarial local y regional, favoreciendo las sinergias del entramado, como una herramienta significativa de competitividad.

Las representaciones de la sociedad mencionadas están incluidas en la Agencia de Desarrollo de Puerto San Julián, por lo que es esperable que el foro se constituya en la misma, convergiendo allí el proceso de participación.

En este sentido debe considerarse que grados muy altos de participación ciudadana estimulan una mayor institucionalidad y garantizan la sustentabilidad del proyecto; esa calidad de participación supone que los programas son planificados y emprendidos por los propios beneficiarios, con un alto nivel de autonomía, sin interesar significativamente que el origen de los fondos comprometidos se encuentre en el Estado o en alguna organización no gubernamental⁶.

Por otra parte parece necesario:

Favorecer el establecimiento de mecanismos de coordinación que permitan transitar hacia una perspectiva comarcal del turismo.

Este es un aspecto que debe ser abordado necesariamente por la localización de la ciudad y la escasa distancia (relativa) que las separa de sus vecinas en la provincia de Santa Cruz, así también como por la ventaja que supone la posibilidad de ofrecer una significativa diferenciación entre localidades, lo que implica bajos niveles de competencia y potenciales complementariedades.

Esto implica:

Analizar los nuevos circuitos que se creen en la localidad y su zona de influencia en el contexto de la comarca, con el fin de favorecer la construcción y consolidación de atractivos complementarios, proyectando y posicionando a San Julián en circuitos turísticos internacionales alternativos

San Julián posee una cantidad apreciable de atributos **históricos, religiosos y culturales** que le permiten diferenciarse nítidamente de sus vecinos y proyectarse en el mundo. La construcción de una imagen turística a partir de algunos de ellos le ha permitido seguir una trayectoria positiva en la atracción de turistas, que puede verse favorecida por la materialización de otros proyectos vinculados a este tipo de turismo, que mejoren su competitividad.

Asimismo la puesta en valor de estos circuitos abre un espacio de diversificación de atractivos en una provincia caracterizada por sus recursos naturales y paisajísticos.

⁶ Al respecto Villar (2002) menciona la evaluación de resultados de un programa de hábitat popular realizado por Sergio Ilari, que muestra esa ausencia de relación causal entre origen del financiamiento y grados de participación.

También San Julián posee un rico litoral y otros **recursos naturales** vinculados a la estepa que pueden explotarse turísticamente.

Diseñar circuitos que **integren ambas categorías de recursos** genera una estrategia concreta hacia la diversificación de la actividad. Al respecto es fundamental la preservación del medio, dicho esto en un sentido amplio; medioambiente físico y medioambiente social.

Para incrementar los niveles de competitividad no solo se deben poseer recursos turísticos sino que éstos deben ser acompañados por una serie de servicios, ya que los recursos por sí solos son raramente satisfactores de las demandas de los turistas.

En este sentido parece necesario aumentar los niveles de calidad al mismo tiempo que aumenta la escala de la actividad. Para ello se debe:

Incrementar los vínculos económicos (cadenas de valor) e institucionales (interacción) entre los productores de servicios turísticos.

El aumento de la escala de producción actual traerá consigo la incorporación de nuevos actores, hoy ausentes, como son los guías de turismo y, al menos una, agencia de turismo receptivo.

Por otra parte, en el caso de San Julián la captación del turista en tránsito, ofreciéndole lo que precisa o está dispuesto a consumir en su viaje a otro destino final, parece un tema central.

En este sentido el desarrollo de estrategias para atraer al usuario de paso hace preciso conocer a dónde va, de dónde viene, por qué razón, cuánto tarda y cuánto es su tiempo disponible para parar en el camino, preguntas cuyas respuestas permitirán una mejor captación de sus necesidades y con ello su mejor satisfacción.

Tauber (1999) sostiene que “el lugar de la ruta que logre sintetizar los diversos requerimientos, será el elegido, y si se trata de un mercado potencial importante, vale la pena trabajar para ser un Centro de Escala”.

Un centro de escala puede entenderse como una concentración de oferta de servicios para el turismo de paso, en el que el éxito estará dado por la capacidad de diferenciarse de otros centros potenciales cercanos.

La posibilidad de convertirse en un centro de escala permitiría mejorar la escala de producción actual, lo que incrementaría el volumen de compras y los encadenamientos entre empresas, posiblemente creciendo también los grados de formalidad en las relaciones tanto interempresarias como con los clientes, que actualmente se caracterizan por una fuerte informalidad contractual.

Sin embargo esta posibilidad deberá analizarse teniendo en cuenta el escenario futuro que se presentará cuando la Ruta Nacional 40 se encuentre totalmente asfaltada.

Similares características de localización permiten también pensar en proyectos vinculados al denominado turismo de convenciones, que presentaría la ventaja adicional de romper con la fuerte estacionalidad en la localidad.

Dadas las condiciones necesarias de equipamiento urbano y turístico, San Julián podría plantearse como un centro a nivel regional austral.

Por último es importante contar con un sistema de indicadores que permitan al inversor potencial tomar conocimiento de las condiciones de la actividad en la zona. Esto evitaría la canalización de fondos a sectores saturados favoreciendo el flujo a otros escasamente explorados.

Para ello es necesario:

Incrementar la información estadística sobre turismo, mejorando los indicadores que actualmente se elaboran, generando otros que permitan consolidar un sistema de información en turismo comparable, que sea puesta a disposición de los distintos usuarios a través de sistemas públicos de información.

Este sistema estadístico debería generar información sobre turismo receptivo (origen de los turistas), vías de arribo, características de la demanda (edad, género, atractivos visitados, destino posterior), oferta de servicios de alojamiento y gastronomía actuales (establecimientos, plazas, pasajeros hospedados, índices de ocupación, estadía promedio) y en obra o proyecto (establecimientos, plazas, metros cuadrados) y servicios turísticos (plazas, número de usuarios).

Por otra parte, si bien presenta un nivel de complejidad mayor, justificada por una mayor escala de producción, también es importante contar con indicadores de calidad de los servicios recibidos, lo que puede obtenerse a través de encuestas de satisfacción en la que se miden variables cuali-cuantitativas.

En este aspecto parece oportuno señalar la importancia para todo proceso de desarrollo endógeno de contar con sistemas de información local no solo para la actividad turística sino para las distintas actividades económicas y sociales que se desarrollan en la localidad que servirán de insumo tanto para los estudios diagnósticos como para la elaboración e implementación de políticas públicas.