

ACTIVACIÓN DE LAS POTENCIALIDADES DEL ÁREA DENOMINADA “CORAZÓN DE LA ISLA” PARA EL DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS TURÍSTICOS

ACTIVATION OF THE POTENTIALITIES OF THE AREA DENOMINATED “CORAZÓN DE LA ISLA” FOR THE DEVELOPMENT OF NEW TOURIST PRODUCTS

Silvia Bouteillier¹

Francisco Omar Huertas²

María Josefina Martinelli³

Universidad Nacional de Tierra del Fuego,
Antártida e Islas del Atlántico Sur

RESUMEN

Este artículo refleja el avance del trabajo solicitado por el Municipio de Tolhuin, para detectar la potencialidad de esta localidad para generar actividades turísticas que complementen la oferta actual en Ushuaia.

El propósito es que el Municipio se constituya en un centro de servicios turísticos, emita flujos hacia su zona de influencia y se creen alternativas recreativas para la población local.

El relevamiento de los atractivos y de la oferta disponible y las encuestas a los residentes y actores del sector turístico, servirán de base para la propuesta de este trabajo.

Palabras clave: Flujos - Recursos - Equipamiento - Oferta – Producto

ABSTRACT

This article reflects the progress of the work requested by the Municipality of Tolhuin, to detect the potentiality of this town to generate tourist activities complementary to the current offer in Ushuaia.

The purpose is that the municipality can become a tourist service center an emit flows to its influence area, and create recreational alternatives for the local population.

The survey of the attractions, of the available offer and the opinion poll made to the residents and actors of the tourism sector will serve as the base for the proposal of this work.

(1) Licenciada en turismo (UNPSJB). Magister en Planificación y Gestión del Turismo (UDIMA- España). Docente regular en la UNTDF. Investigadora en proyectos relacionados con Turismo Rural y Desarrollo Turístico. Dictó cursos, talleres y seminarios, fue expositor en eventos y publicó en revistas especializadas.

(2) Magister en Desarrollo y Gestión del Turismo. Profesor Titular de la carrera Licenciatura en Turismo (UNTDF) con 26 años de docencia. Participa en PI como director e investigador en temas vinculados al turismo. Ha publicado libros y ha sido expositor en eventos, nacionales e internacionales.

(3) Licenciada en Turismo (UNPSJB), maestrando en “Dirección y Consultoría Turística” (FUNIBER). Auxiliar Principal, por concurso en el área de servicios de la Tecnicatura en Turismo en la UNPSJB y actualmente en la UNTDF. Miembro del equipo de investigación en el área Desarrollo y Producto Turístico.

Keywords: Flows - Resources - Equipment - Supply – Product

INTRODUCCIÓN

El posicionamiento de Ushuaia en el mercado turístico se explica a partir del interés de la demanda por visitar lugares lejanos, o por la atracción que siente por los espacios prístinos o poco modificados por el hombre, para desarrollar actividades en el ambiente natural (Borla y Vereda, 2012).

En los últimos años esta oferta turística ha crecido y se ha diversificado con actividades de turismo alternativo, la mayoría concentrados en las mismas localizaciones de visita que el turismo masivo, lo que genera saturación en esos sitios. Según el informe elaborado por la Administración de Parques Nacionales la visita a las áreas protegidas se incrementa año a año (Administración de Parques Nacionales, 2015).

Con este escenario cabe preguntarse si la zona del ecotono conocida como “Corazón de la Isla”, tiene potencial para atraer nuevos flujos turísticos que descompriman y amplíen la estadia de los turistas que visitan Ushuaia y si la ciudad de Tolhuin y sus alrededores puede constituirse en un centro de servicios turísticos complementario, que busque garantizar el mayor bienestar a sus habitantes expandiendo su cultura, fortaleciendo el sistema democrático, el sentido de los valores humanos y sociales y permita la participación de la población en su propio progreso.

OBJETIVOS

El objetivo general pretende analizar la potencialidad del área denominada “Corazón de la Isla” para lograr el desarrollo de nuevos productos que amplíen los flujos turísticos actuales.

En consonancia con esto se plantearon los siguientes objetivos particulares:

- a) Conocer la oferta turística de la localidad de Tolhuin
- b) Identificar la demanda actual
- c) Analizar los factores que impulsan o que obstaculizan el desarrollo de nuevos servicios

METODOLOGÍA

El proyecto se basa en el análisis y activación de las potencialidades del espacio “Corazón de la Isla” para el desarrollo de nuevos productos turísticos y la viabilidad de Tolhuin como centro receptor de flujos.

Se ha elegido en este caso un enfoque metodológico cualitativo, siendo el diseño de la investigación de carácter exploratorio y descriptivo.

Para la elaboración de la información básica se consideró trabajar con cuatro unidades de análisis distintas:

- El Municipio de Tolhuin para incorporar datos oficiales relacionados con la actividad turística recopilándose ordenanzas, descripción de eventos que se realizan habitualmente y listados de alojamientos y restaurantes asentados en la localidad.
- El residente de Tolhuin que no estuviera relacionado con la actividad con la información turística para poder obtener datos objetivos que no estuvieran sesgados por su pertenencia a la actividad.
- Los agentes de Viajes de la Provincia para poder conocer su opinión respecto del área de estudio como potencial atractivo.
- Las áreas naturales protegidas aledañas y las instalaciones en algunas de ellas.

Se elaboraron los instrumentos que se aplicaron en el trabajo de campo, -encuestas⁴ y planillas de relevamiento⁵ y brindaron la información necesaria para la realización del proyecto.

En primer término, el equipo se abocó al estudio de la situación en la que se encontraba el destino Ushuaia para poder evaluar en qué medida, el desarrollo turístico del área de estudio podría contribuir a la generación de nuevos flujos. Para ello se recurrió al análisis de las estadísticas oficiales⁶ y los aportes brindados por los planes estratégicos municipales⁷ y provinciales⁸, estudios específicos realizados por los organismos oficiales de turismo, tanto a nivel nacional como provincial y la implementación de una encuesta a los agentes de viaje de las tres localidades fueguinas (Ushuaia, Tolhuin y Río Grande)⁹. Esto permitió recabar su opinión respecto de la conveniencia del desarrollo de productos alternativos y conocer cuáles son las preferencias de los tour-operadores que comercializan ese destino, contrastándola con la vertida por los organismos oficiales.

Por otra parte, para relevar la oferta existente, habilitada y no habilitada, se entrevistó a los tres únicos prestadores turísticos¹⁰ y se visitaron los alojamientos instalados en la localidad. Finalmente se realizaron entrevistas individuales

(4) En base a la fórmula presentada por Dixon y Massey se obtuvo el tamaño de la muestra para las dos encuestas realizadas.

(5) Para la elaboración de las planillas de relevamiento nos apoyamos en la Metodología de inventario turístico de CICATUR - OEA.

(6) Se consultaron las estadísticas elaboradas por organismos provinciales como las de la Secretaria de Turismo del Municipio de Ushuaia.

(7) Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sustentable de Ushuaia, 2007

(8) Plan Estratégico de Turismo Sustentable de la Provincia de Tierra del Fuego (PETS-TDF), 2010

(9) Instituto Fueguino de Turismo (2013) Estudio sobre posicionamiento del destino Tierra del Fuego. Informe Técnico. Ushuaia, Argentina.

(10) Se entrevistó a, Al Ing, Pablo Vilella, propietario del emprendimiento "Del Ecotono" (senda de interpretación del ecotono), al Sr. Cejas prestador de servicios de kayak en Laguna del Indio y al Sr. Jorge Brusso prestador de servicios de cabalgatas.

semiestructuradas a informantes clave¹¹.

Se relevaron atractivos actuales y potenciales y se seleccionaron aquellos que pudieran ponerse en valor en el área de estudio. Por otra parte, se evaluó la posibilidad de diseñar un circuito utilizando rutas preexistentes¹² que permitiera el desplazamiento de los turistas en la zona, utilizando a la ciudad de Tolhuin como centro de servicios (Bouteiller, 2015).

Para poder analizar los factores que impulsan u obstaculizan el desarrollo de nuevos servicios turísticos, se elaboró una encuesta destinada al residente de Tolhuin que no tuviera relación con la actividad turística a fin de conocer la predisposición de la población local frente al turismo.

Finalmente se recopilaron y analizaron las políticas implementadas por el sector público, tanto nacional, provincial como municipal (Huertas, 2016) en relación con el turismo en Tolhuin a fin de evaluar su incidencia en el área de estudio.

EL ÁMBITO DEL PROYECTO

El ámbito del proyecto es la zona denominada de transición o ecotono (Bondel, 1995), abarca una superficie de 466.400 has. y representa el 22% de la superficie total de la Isla. Posee un núcleo urbano, la ciudad de Tolhuin, al borde del lago Fagnano, un área de lagos interiores, costa sobre el océano Atlántico, una zona mediterránea ocupada principalmente por establecimientos agropecuarios, tres áreas protegidas provinciales (Reserva Provincial Corazón de la Isla¹³, Reserva Provincial de Uso Múltiple Laguna Negra¹⁴ y Reserva Río Valdés¹⁵) y una Reserva Natural Municipal¹⁶. Todas ellas aún no han sido habilitadas oficialmente al público debido a que se están implementando los planes de manejo aprobados construyéndose instalaciones, senderos, etc. que posibilitarán el uso turístico adecuado¹⁷.

La ciudad de Tolhuin es el tercer poblado de la Provincia y se encuentra a 100 km. de la ciudad de Ushuaia con acceso a través de la Ruta Nacional N° 3, lo que representa una distancia-tiempo de una hora y treinta minutos de viaje.

Esta pequeña ciudad de aproximadamente 3.000 habitantes¹⁸, fue creada por decreto en 1972 y se encuentra rodeada por un ambiente natural puro con un marco paisajístico que contiene vestigios de la cordillera del Sur y los llanos del Norte de la Isla (Martinelli, 2015).

(11) Se entrevistó a la Sra. Cecilia Ramírez, propietaria de la Agencia de Viajes "Corazón de la Isla", al Sr. Emilio Sáez, propietario de la panadería La Unión.

(12) Se trata de las rutas provinciales N° 23 y 21.

(13) Decreto Provincial N° 1499/1995 y Ley N° 494/2000.

(14) Ley N° 599/2003.

(15) Ley N° 600/2003.

(16) Ordenanza Municipal N° 392/2014.

(17) Entrevista semiestructurada al director de guardaparques provinciales, Sr. Jorge Troche.

(18) No existe un censo reciente que refleje la población real por lo que se ha trabajado con un estimado.

PRINCIPALES RESULTADOS

1. El relevamiento

Se visitaron alojamientos habilitados y no habilitados¹⁹ notándose, en el caso de las cabañas, gran informalidad en la modalidad de contratación del servicio e inconvenientes en el acceso al agua corriente y cloacas. También se detectaron áreas protegidas en los alrededores de la localidad que aún no se han tenido en cuenta desde la óptica turística.

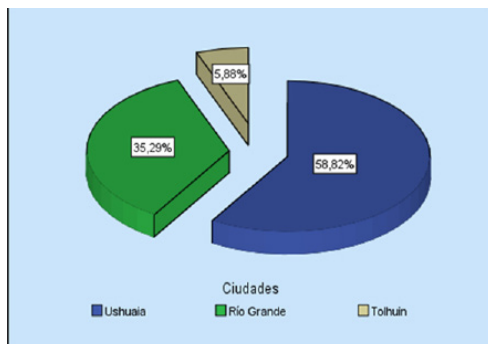
Así mismo se evaluó la potencialidad de dos rutas provinciales cercanas a la localidad que podrían utilizarse para el trazado de un circuito turístico (Chan, 2005).

2. Las encuestas

2.1. Agentes de viaje

En primera instancia se implementó la encuesta dirigida a agencias de viajes de las tres ciudades, una muestra por cada ciudad. Se las categorizó según la normativa vigente²⁰ y el tipo de actividad que realizan.

Gráfico N° 1. Localización de las agencias de viajes en la Provincia de Tierra del Fuego.



Fuente: elaboración propia en base a datos del Min. de Turismo de la Nación.

Se determinó que el tipo de demanda está condicionada por la localización de las agencias, registrándose en Ushuaia una mayoría de agencias receptoras mientras que en la ciudad de Río Grande prevalecen las emisoras. En el caso de los agentes de la capital coincidieron en que incluirían el área denominada "Corazón de la Isla" en su oferta si se dieran las condiciones para ello. Como estrategia para la comercialización la mayoría respondió que lo incluiría en un paquete con Ushuaia y señalaron como atractivo más relevante al Lago Fagnano seguido por el mirador del Cerro Jeujepen, las áreas protegidas y las estancias cercanas.

En el caso de las agencias de Río Grande, solo dos de las interesadas mani-

(19) Información provista por la Dirección de Turismo de la Municipalidad de Tolhuin.

(20) Ley Nacional N° 18.829.

festaron interés por las estancias y en especial en época de esquila.

2.2. Residentes de Tolhuin

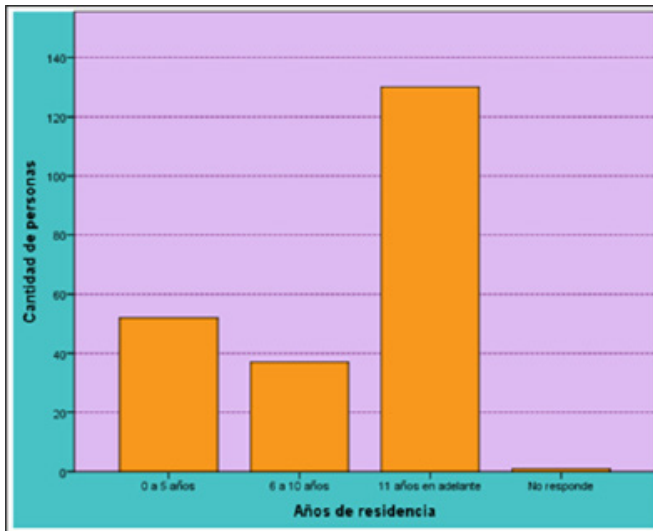
En cuanto a los residentes de Tolhuin se constató que existe un porcentaje significativo de la población que reside allí hace más de 10 años y que se verificó una oleada migratoria joven que comenzó hace 5 años y continúa.

El origen de los residentes es muy diverso, como en toda Tierra del Fuego, pero predomina la migración desde las dos urbes fueguinas hacia Tolhuin, lo que probablemente se haya debido a las siguientes razones:

- a) Crecimiento anárquico de las ciudades que justificaría la ola con 10 años o más de residencia.
- b) Búsqueda de nuevas oportunidades laborales por parte de la oleada de hace 5 años.
- c) Oferta de tierra en zona urbana por parte del Municipio.
- d) Inmigración relacionada con la actividad maderera.

También se verificó que un porcentaje alto de la población trabaja para el Estado, provincial y municipal, y muy pocos tienen puestos de trabajo en los aserraderos, una de las actividades genuinas de la zona. El resto lo hace en el comercio y el sector privado.

Gráfico N° 2. Tiempo de residencia en Tolhuin de los encuestados



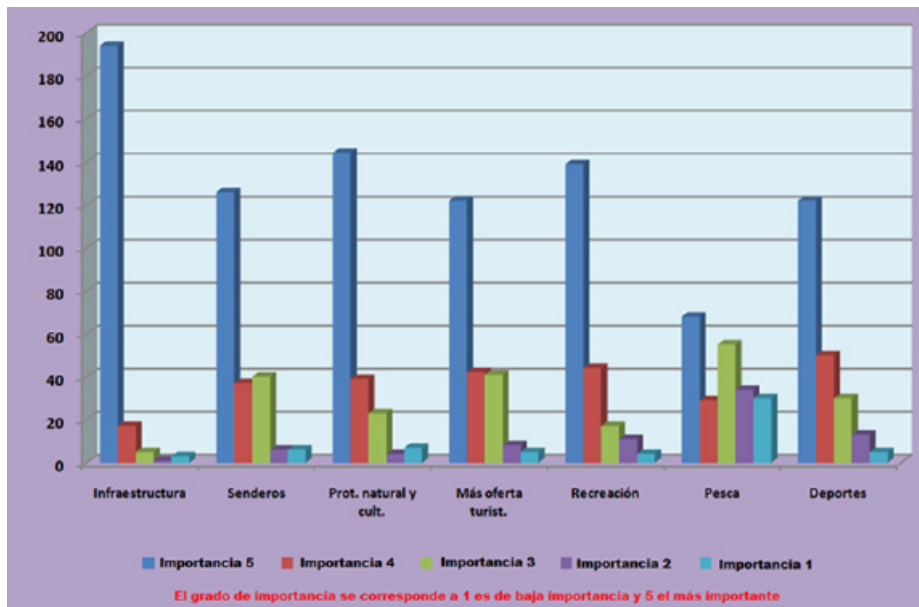
Fuente: elaboración propia.

Al analizar la procedencia de los encuestados el 36% resultó nacido en la Patagonia predominando los nacidos en la Ciudad de Río Grande. Le siguen los oriundos del litoral con una mayoría que procede Misiones. Esto podría explicarse por el desarrollo que ha tenido la actividad maderera en ese lugar, donde se han instalado aserraderos y fabricas de muebles artesanales.

El 60% de la muestra es joven, entre 20 años y 39 años, lo que destaca la juventud de la población local.

Preguntados acerca de lo que consideraban representaría una mejora en la comunidad, la mayoría optó por mejoras en la infraestructura y estuvieron de acuerdo con la idea de lograr una comunidad más amigable con el medio ambiente.

Gráfico N° 4. Orden de prioridades en las mejoras necesarias en la comunidad. Opinión del residente.



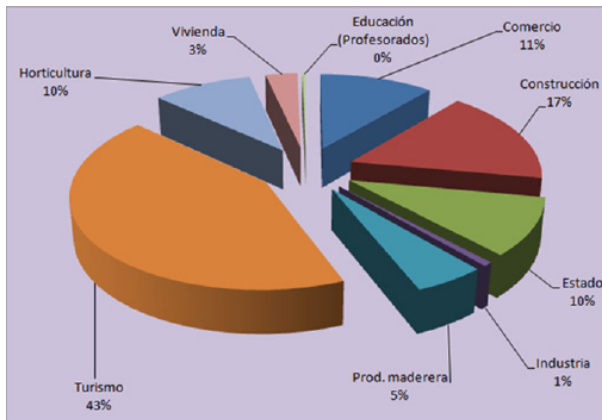
Fuente y elaboración propia.

A fin de recabar la opinión de los residentes en función de su experiencia, se les pidió que indicaran áreas que habría que impulsar para reforzar el desarrollo y generar empleo. La requisitoria se formuló con una pregunta cerrada con varias opciones y se obtuvieron varias respuestas y si bien se indicó marcar solo un ítem algunos combinaron varias respuestas. Esto hace suponer que los encuestados sintieron la necesidad de expresarse con más detalle en esta opción.

En este caso se observó que para el residente de la ciudad de Tolhuin, el

área más importante a desarrollar es la relacionada con el turismo, que obtuvo el 43,00% del total de la muestra, seguida por la Construcción con el 17,00% de la muestra y el Estado en sus tres niveles con el 10,00% del total.

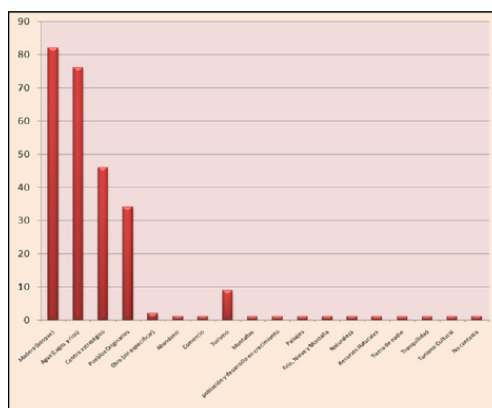
Gráfico N°3. Áreas que habría que impulsar propuestas por los vecinos de Tolhuin



Fuente y elaboración propia

Finalmente se quiso conocer con qué elemento el residente asociaba a su localidad y sabiendo que, desde su origen, el Municipio utiliza como logo un corazón (significado del vocablo indígena Tolhuin). Sin embargo, la mayoría de los encuestados consideraron que la Madera y el Agua identificaban su ciudad, seguidos por la idea de Centro Estratégico, Pueblos Originarios y Turismo.

Gráfico N° 5. Ideas que identifican a la ciudad de Tolhuin



Fuente y elaboración propia.

PRIMERAS CONCLUSIONES

Al analizar los resultados obtenidos se concluyó que la localidad de Tolhuin posee una ubicación estratégica respecto de las dos ciudades más pobladas de la Isla Grande, Ushuaia y Río Grande, ya que la ruta nacional N° 3, red troncal que oficia de nexo entre estos dos centros poblacionales, pasa por Tolhuin y está pavimentada, lo que garantiza una buena accesibilidad todo el año.

Además, Tolhuin se encuentra a una distancia relativamente corta del mercado receptor más importante, Ushuaia, lo que también reafirma el concepto de ubicación estratégica que tiene la localidad.

Del relevamiento realizado surge que cuenta con recursos culturales y naturales suficientes como para atraer nuevos flujos, aunque estos deben organizarse y ponerse en valor en muchos casos.

La comunidad local se mostró receptiva frente a la propuesta de desarrollar el turismo, aunque es consciente que habrá que implementar un plan de mejoras en la infraestructura y especialmente en los servicios básicos.

La ciudad de Tolhuin es pequeña y cuenta con una población de aproximadamente 3.000 habitantes, lo que le ha permitido conservar una imagen de ruralidad que debería permanecer como característica y es probablemente eso lo que los residentes de Ushuaia y Río Grande buscan cuando se desplazan los fines de semana buscando la calma y la vida de pueblo que se vivía en los años '70 y '80 y que en la actualidad ha desaparecido debido al gran crecimiento poblacional de esas ciudades.

Por esta razón podemos decir que tiene un mercado local captado que durante la época estival puede llegar a triplicar la población de esta localidad mediterránea. A estos números deberíamos agregarle los turistas que recorren la ruta nacional N° 3 hacia Ushuaia y los que realizan una excursión hasta el Lago Fagnano desde Ushuaia.

En cuanto al desarrollo turístico de la zona que abarca el "Corazón de la Isla" y su centro poblacional, Tolhuin, hemos comprobado que los agentes de viaje locales, especialmente los de Ushuaia, han manifestado estar interesados en comercializar productos basados en esta área ya que este destino ya afianzado en el mercado internacional necesita diversificar su oferta de productos y ha detectado en sus clientes un interés por el turismo de naturaleza y la cultura autóctona.

Además, se debería jerarquizar y potenciar eventos deportivos y culturales que ya se vienen desarrollando en el lugar y que tienen poca divulgación.

Sin embargo, tal como lo manifestaron los residentes encuestados, la falta de infraestructura básica, la escasa señalética turística y la falta de prestadores receptivos que generen productos turísticos atentan contra la llegada de una demanda potencial que necesita servicios profesionales, alojamientos estandarizados y habilitados y un mejor aprovechamiento de las áreas naturales y de su patrimonio histórico cultural.

Por otra parte, la mejora y ampliación de la infraestructura atraería las inver-

siones en turismo y otros rubros que quisieran asentarse en la localidad.

El hecho de ser una población pequeña y estar rodeada por áreas protegidas a nivel provincial le otorga un atractivo único y a través de las encuestas se pudo comprobar que la población residente valora favorablemente la protección de la naturaleza.

También la ampliación de la oferta recreativa obtuvo un puntaje relevante. Se trata de una población eminentemente joven con niños de corta edad que requiere lugares de esparcimiento al aire libre para disfrutar en familia. El Municipio se encuentra acondicionando algunos espacios verdes dentro del ejido urbano que puedan ser utilizados como área recreativa sin perder de vista la conservación del entorno natural (flora y fauna).

La apertura de senderos auto guiados en las áreas protegidas aledañas y el trabajo vigilante de los guardias ambientales provinciales, aportarán a la actividad turística un recurso de gran valor, dado que las áreas cercanas a la ciudad de Ushuaia, debido a las frecuentes visitas que a ellas se realizan ya no permiten el avistaje de la fauna autóctona.

Finalmente se quiso conocer con qué elemento asociaba el residente a su localidad a fin de poder construir una imagen que identificara a este nuevo destino. Desde su origen, el Municipio utilizó como logo un corazón (significado del vocablo indígena Tolhuin), posiblemente debido a su ubicación en el centro de la porción argentina de la Isla Grande, equidistante de las dos ciudades principales.



Municipalidad de Tolhuin
Provincia de Tierra del Fuego

Fuente: <http://www.tolhuin.gob.ar/>

El isologo que utiliza el Municipio de Tolhuin hoy, consta de un corazón sobre un tronco de madera y el nombre del municipio sobre una cinta verde.

Sin embargo, y a pesar de esto este equipo de trabajo considera que, si bien la zona se denomina "Corazón de la Isla", el área en sí misma tiene una serie de atractivos que van más allá de su ubicación central. La presencia de un gran lago de origen glaciario, encadenado hacia el norte con otra serie de lagos y lagunas, hace del ecotono una región de lagos interiores y de bosque.

Si nos remitimos a los resultados obtenidos en la encuesta a residentes, en ningún caso asociaron a Tolhuin con la idea de "corazón" aunque si hubo menciones de la ciudad como "centro estratégico". Las opciones más votadas fueron la "madera" y el "agua", lo que identifica a la localidad con su entorno natural. Por lo tanto, consideramos que se debería plantear la necesidad de acordar un nuevo logo, que identifique a Tolhuin en reemplazo del tradicional "corazón" para lograr que este sea afín al pensamiento del habitante local.

Esta nueva imagen, representará a la zona y al imaginario local lográndose de este modo la unificación de la oferta turística local.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Administración de Parques Nacionales, Dirección de Aprovechamiento de Recursos (2015) Informe anual de visitantes a las Áreas Protegidas-2014 recuperado de: https://www.sib.gov.ar/archivos/Informe_Anual_de_VISITANTES_2014.pdf

Bondel, S. (Dir.); Font, S. y Pérez, M. (1995) Tierra del Fuego: una geografía regional. Texto adaptado para la enseñanza general básica. Comodoro Rivadavia, Argentina: Editorial de la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco.

Borla, M. y Vereda, M. (2012) Una Propuesta Metodológica para el Relevamiento y Jerarquización de Senderos en Espacios Naturales y su Aplicación al Área del Glaciar Martial. Ushuaia, Argentina en Cuadernos de Turismo, N° 29, pp. 61-77. Murcia, España: Universidad de Murcia.

Bouteiller, M. (1995) Trabajo de fin de master: Activación de la oferta potencial de Tierra del Fuego. Nuevo circuito turístico en el ecotono. Master Universitario en Planificación y Gestión Turística. Madrid, España: Universidad a Distancia de Madrid.

Chan, N. (2005) Circuitos Turísticos. Programación y Cotización. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Turísticas.

CICATUR - OEA (s/f) Metodología de inventario turístico.

Dixon, W. y Massey, F. (1999). Introducción al análisis estadístico. New York, Estados Unidos: McGraw-Hill

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. Baptista P. (1998) Metodología de la investigación. México: Mc. Graw Hill.

Huertas, F. (2016). La articulación de políticas públicas de turismo, el desarrollo de la actividad y su correlación con el PBG en Ushuaia, Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur, República Argentina, desde 1988 hasta 2010 (Tesis de Maestría). Bernal, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes.

Instituto Fueguino de Turismo (2013) Estudio sobre posicionamiento del destino Tierra del Fuego. Informe Técnico. Ushuaia, Argentina.

Martinelli, M.J. (2015) Desarrollo de nuevos productos turísticos en espacios rurales. Propuesta de Investigación. UNTDF- Concurso Público IDEI 20/15.

Ministerio de Turismo de la Nación (2016). Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable actualización 2011. Buenos Aires, Argentina: Ministerio de Turismo de la Nación Argentina.

Municipalidad de Ushuaia (2016) Informe Estadístico. Ushuaia, Argentina: Secretaría de Turismo Municipal.

Secretaría de Turismo de la Nación - Dirección de Desarrollo de la Oferta (2009) Programa de fortalecimiento y estímulo a destinos turísticos emergentes (PROFODE). Área Corazón de la Isla. Buenos Aires, Argentina: Secretaría de Turismo de la Nación Argentina.

Recibido: 22/11/2017 | Aceptado: 27/11/2017