
VISITANTES EN EXCAVACIONES PALEOTURÍSTICAS DE NORPATAGONIA

Laila Vejsbjerg (*)
Museo de Geología y Paleontología
Universidad Nacional del Comahue
Buenos Aires 1400
(8300) Neuquén
Email: lailavej@uncoma.edu.ar

(*) Licenciada en Turismo. Becaria Interna de Postgrado Tipo I (CONICET) con lugar de trabajo en el Museo de Geología y Paleontología de la Universidad Nacional del Comahue.

RESUMEN

En este artículo se presentan los resultados del estudio del comportamiento, motivaciones y características sociodemográficas de visitantes, en sitios con excavaciones paleontológicas de dinosaurios de la Patagonia Norte. Dicho estudio permitió identificar segmentos de mercado aún no cubiertos por la oferta actual de campañas paleontológicas en esta región, que sentará las bases para la ampliación del Producto Paleoturismo, en una nueva línea de producto «las excavaciones paleoturísticas».

La metodología consistió en encuestas semi-estructuradas, entrevistas en profundidad, observación participante y no participante de los visitantes que concurrieron a once excavaciones paleontológicas, durante el período 2001-2003. Las salidas de campo fueron en las provincias de Neuquén, Río Negro y San Juan, esta última, tomada como un caso análogo a escala nacional.

PALABRAS CLAVE: Paleoturismo - visitantes - campaña paleontológica.

INTRODUCCIÓN

La campaña paleontológica para el rescate de fósiles de dinosaurios asociada a la actividad turística se encuentra en una etapa de introducción en la región de Patagonia Norte, por este motivo se requiere un mayor conocimiento sobre su mercado actual y potencial.

La oferta paleoturística / paleorecreativa (Encabo y Vejsbjerg 2002) actual consiste básicamente en dos alternativas: la visita a museos y la observación in situ de un sitio / yacimiento fósil.

En el primer caso, los destinos son localidades que cumplen una función de centro de escala para aquellos visitantes que se dirigen al Corredor Turístico de los Lagos, o regresan del mismo. Los principales destinos temáticos que ofrecen la visita a museos con colecciones de fósiles son: Villa El Chocón (Donoso et al 2000) y Plaza Huinul.

En el segundo caso, la observación de fósiles in situ, los destinos constituyen atractivos paleontológicos puestos en valor en áreas naturales, generalmente alejadas de centros urbanos, con una oferta mínima de servicios. Este es el ejemplo de la Excavación Paleoturística Futalognkosaurus dukei (Proyecto de la Universidad Nacional del Comahue) en la provincia de Neuquén y el Área Protegida Provincial Valle Cretácico (Proyecto del EN.DE.MA.S) en la provincia de Río Negro.

La campaña paleontológica en áreas naturales constituye un «hecho turístico» novedoso para mercados considerados lejanos, según la definición de Bordas y Gutiérrez (1993), en consecuencia, la principal problemática es el acceso a la información sobre los visitantes-objeto de estudio.

Por consiguiente, la aproximación a los diferentes públicos que podría captar Norpatagonia con el producto paleoturismo, se basó en el estudio de casos de excavaciones paleontológicas realizadas en áreas naturales. A escala nacional, se consideró una campaña realizada por el Museo e Instituto de la Universidad Nacional de San Juan en el Parque Provincial Ishigualasto (San Juan), debido a su posición de liderazgo con respecto al segmento de «Visitantes extranjeros que desean una experiencia agreste» para este producto - mercado (Vejsbjerg 2003). A su vez, a escala regional se recurrió al análisis de los visitantes que concurrían, generalmente en forma espontánea, a once excavaciones paleontológicas entre las provincias de Río Negro y Neuquén.

Las variables consideradas para la caracterización del comportamiento de los visitantes en el sitio de la excavación fueron: tiempo de visita, forma de participación, conformación grupal y nivel de contacto con la naturaleza. Posteriormente, se profundizó el análisis de las motivaciones y ventajas buscadas para algunos segmentos en particular (Tabla 1: «Demanda de visitantes en sitios con excavaciones paleontológicas»).

METODOLOGÍA

Para indagar acerca del comportamiento de los visitantes en el sitio de la excavación, se realizaron salidas de campo, en las que se utilizaron las técnicas de observación participante y no participante en once excavaciones de rescate de fósiles de dinosaurios.

En lo referido al estudio de las motivaciones, las técnicas de recolección de datos durante las salidas de campo consistieron en entrevistas a informantes clave (equipo de trabajo de campo conformado por técnicos y paleontólogos) y entrevistas en profundidad a visitantes de las excavaciones Bustingorri II y el Yacimiento La Antena (Área El Chocón, Neuquén); Narambuena II y Lomitas (Área Rincón de los Sauces, Neuquén); Puesto

Tripailao (Área Valle de la Luna, Río Negro); Futalognkosaurus dukei y La Antena (Área Loma de la Lata); Monumento Natural Parque de los Dinosaurios y Campus de la Universidad Nacional del Comahue (Área Neuquén Capital).

Asimismo, para profundizar el análisis cualitativo del segmento «visitantes extranjeros que desean una experiencia agreste en un sitio paleontológico», mercado aún potencial para la región de Norpatagonia; se seleccionó el caso de estudio análogo de Ischigualasto, en San Juan. En esta oportunidad, se realizaron entrevistas en profundidad a un total de 8 (ocho) voluntarios extranjeros de una Fundación no Gubernamental que colabora con expediciones científicas. Dicha información se complementó con las técnicas de observación participante y no participante, durante 15 días de campaña paleontológica y fuentes secundarias.

Por otra parte, para indagar las principales motivaciones y características sociodemográficas de los visitantes, se planificó el primer registro de visitantes en la excavación Futalognkosaurus dukei (donde se establece el Centro Paleontológico Lago Barreales, de la UNC). Este registro es el primero que se aplica en una excavación paleontológica de Norpatagonia. Además, se realiza un muestreo de visitantes sobre las principales motivaciones y características sociodemográficas (Vejsbjerg 2002). Este último, se aplicó sobre la base de 304 encuestas semiestructuradas, desde el 15/06/02 al 12/08/02, constituyendo el 10,5% del total de visitantes en el mencionado período.

El tipo de muestreo fue intencional, no probabilístico, debido a la imposibilidad de anticipar la cantidad y frecuencia de las visitas por dos motivos: 1. No se puede estimar la duración de los trabajos paleontológicos en el mismo sitio porque es imposible prever si van a seguir apareciendo restos fósiles para rescatar. 2. La visita a las excavaciones es en forma espontánea, debido a la escasa promoción turística en la etapa de introducción al mercado en que se encontraba este destino.

ALGUNAS CONCEPTUALIZACIONES

Entendiendo el mercado de las excavaciones paleoturísticas como «personas que poseen diferentes comportamientos, motivaciones y ventajas buscadas durante su visita a una excavación paleontológica», la segmentación de mercado consiste en el agrupamiento de individuos que comparten características afines.

A su vez, siguiendo a Bigné (2000) «desde el punto de vista del mercado turístico, un nuevo producto significa la existencia de percepciones diferentes por parte del turista con respecto a un conjunto de atributos concretos del producto». Es decir, en este caso en particular, a partir de la recolección de datos primarios en excavaciones paleontológicas en la Norpatagonia y en San Juan, con o sin un uso turístico-recreativo planificado; queda demostrado que existe una demanda actual y potencial de visitantes con diferentes comportamientos, motivaciones y ventajas buscadas.

Para analizar el comportamiento de los visitantes durante su visita a una excavación paleontológica se utilizaron tres variables, modificadas de Boullón (1985). Dichas variables son: tiempo de visita, forma de participación y nivel de contacto con la naturaleza.

Con respecto a las características sociodemográficas se consideraron principalmente tres criterios: el lugar de residencia de los visitantes, la conformación grupal y su grado de conocimiento previo de la zona.

Para identificar las motivaciones y ventajas buscadas por los visitantes se tomó como referencia a Lambin (1995), quien considera que cada segmento de mercado se encuentra definido por una cesta completa de atribu-

tos; y a su vez, un mismo atributo puede ser buscado por distintos segmentos. El análisis de las Ventajas Buscadas permite detectar en primera instancia, los atributos buscados por diferentes segmentos y, en segundo lugar, la importancia del atributo al momento de la elección.

Por consiguiente, diferentes grupos de visitantes presentan distintas ventajas buscadas, e incluso dentro de la misma actividad, existen distintas oportunidades recreacionales (Vaske 1986) que pueden generar conflictos por áreas de uso.

Para el estudio de caso de la excavación paleontológica en Ischigualasto, se utilizó el criterio de segmentación según ventajas buscadas, debido a que los voluntarios-visitantes diferían en edad (los grupos son intergeneracionales), experiencia y nacionalidad. Estos voluntarios comparten el mismo interés por participar de un trabajo científico y la posibilidad de hacerse amigos (www.earthwatch.org).

CARACTERIZACIÓN DE LAS CAMPAÑAS PALEONTOLÓGICAS

La campaña paleontológica para el rescate de fósiles de dinosaurios consiste en la búsqueda y extracción de restos fósiles mediante la profundización del terreno. Para el paleontólogo constituye el primer paso en la investigación, la salida de campo; para el sector vinculado con la gestión turística de sitios con fósiles, la excavación paleoturística es un «hecho turístico» porque atrae por sí misma una demanda de visitantes, con diversas motivaciones. La modalidad utilizada para llevar a cabo las tareas en el campo es el campamento. Este campamento puede tener o no, un sector de acampe para carpas, dependiendo de la duración de los trabajos y la cercanía a un poblado para pernoctar. En el caso de excavaciones con una mayor oferta de servicios y equipamiento, el sector de acampe puede estar conformado por una estructura móvil, tal el Centro Paleontológico Lago Barreales, con trailers adaptados como habitaciones, cocina, oficina y sala de usos múltiples.

CARACTERIZACIÓN DEL COMPORTAMIENTO DE LOS VISITANTES EN EL SITIO DE LA EXCAVACIÓN PALEONTOLÓGICA

Sobre la base de observaciones a campo, considerando las variables *tiempo de visita* y *forma de participación* de los visitantes que concurren a las excavaciones de dinosaurios, se detectaron los siguientes agrupamientos mayores o Macrosegmentos:

1. *Visitante observador* y; 2. *Visitante integrante del equipo* (Vejsbjerg y Encabo 2001).

1. Macrosegmento Visitante observador: turista de tránsito o recreacionista. En el primer y segundo caso, estas personas permanecen en el sitio por un intervalo de entre media hora y 5 horas; les interesa informarse, conversar con los integrantes del equipo paleontológico, realizar caminatas en el área de influencia y tomar fotografías.

2. Macrosegmento Visitante integrante del equipo: esta persona desea permanecer en el sitio de la excavación por al menos diez horas, tener contacto con el fósil y, eventualmente, aprender las técnicas de limpieza y rescate de los mismos, tomar cursos informales sobre resultados de investigaciones científicas, así como experimentar la vivencia de participar activamente en una Campaña Paleontológica.

En referencia al segundo Macrosegmento Visitantes integrantes del equipo; según la variable *nivel de contacto con la naturaleza* se pueden diferenciar dos Segmentos:

1.a. Visitante integrante del equipo con una oferta mayor de servicios: esta persona desea participar de la Campa-

ña Paleontológica durante el día, pero prefiere desplazarse hasta un centro urbano cercano al sitio para pernoctar en alojamiento hotelero y cenar en un establecimiento gastronómico.

2.b. *Visitante integrante del equipo que busca una experiencia agreste*: esta persona desea una compenetración mayor con el entorno natural del sitio paleontológico y con los integrantes del equipo técnico de la excavación. Prefiere pernoctar en el Campamento del sitio de la excavación, así como compartir las comodidades y comidas que ofrezca la Campaña Paleontológica.

CARACTERIZACIÓN SOCIODEMOGRÁFICA DE LOS VISITANTES QUE CONCURREN A EXCAVACIONES PALEONTOLÓGICAS

La caracterización que se presenta a continuación corresponde al estudio de caso de la Excavación *Futalognkosaurus dukei*, localizada a 95 km al NNO de la ciudad de Neuquén y 16 km al sur de Añelo (Provincia de Neuquén), ahora denominada Centro Paleontológico Lago Barreales. Cabe aclarar que este destino, localizado en un área natural, se encontraba al momento en que se realizaron las encuestas en una etapa de introducción al mercado, con escasos esfuerzos de comunicación turística y una demanda de visitantes con una modalidad de viaje independiente.

El principal centro de servicios era el propio campamento paleontológico, el cual poseía una estructura techada móvil para proteger la excavación ante condiciones climáticas adversas y un espacio de circulación - exhibición para el público. La oferta para el visitante consistía básicamente en la observación del trabajo de rescate paleontológico de la excavación *Futalognkosaurus dukei*, el lago Los Barreales y el paisaje mesetiforme circundante.

Con respecto al Visitante Observador, de acuerdo con la *conformación grupal*, es posible distinguir dos Segmentos principales: 1.a. *Grupos Familiares* y 1.b. *Cursos de Estudiantes* de diferentes niveles educativos (desde el inicial a universitario, e incluso de posgrado).

Según cantidad de menciones, en las 304 encuestas realizadas en la excavación *Futalognkosaurus dukei*, la conformación grupal más usual entre los visitantes es la familia (45%); la compañía de otros parientes (14%) y amigos (13%) (Figura 4). En la categoría Otros Grupos (28%), se incluyen los Cursos de Estudiantes.

Resulta revelador que la mayor parte de los visitantes (58%) recorrió entre 81 y 110 km para visitar el lugar. Los principales centros emisores son: Neuquén Capital, Cipolletti y Plottier (Figura 1). Asimismo, el 21% proviene de las ciudades localizadas entre 41 y 80 kms de distancia del sitio paleontológico, tales como: Centenario, Vista Alegre, Cinco Saltos y Campo Grande. Es decir, la mayoría constituye una demanda regional.

Por otro lado, existen dos segmentos que resultan interesantes, no tanto por el volumen de visitantes (11%), en el caso de centros emisores a más de 350 km de distancia y países extranjeros (1%), sino porque demuestran la potencialidad de uso turístico en el corto y mediano plazo. Estos son visitantes que se trasladan a un destino considerado «de larga distancia» por el esfuerzo económico, físico y psicológico que implica (Bordas y Gutiérrez 1993), como en el caso de la Patagonia.

La localización de las excavaciones de dinosaurios en espacios naturales alejados de centros urbanos, en este caso, implica un acceso de visitantes al interior de la Provincia de Neuquén, generalmente asociado con la producción ganadera de manera extensiva, minería y la explotación de hidrocarburos.

De acuerdo con el muestreo realizado, el 52% de los visitantes al sitio paleontológico no conocía el Lago

Los Barreales, donde se localiza el atractivo paleoturístico.

Considerando que uno de los principales motivos por los cuales los visitantes no conocían la zona (Figura 3) es que se acercaron por primera vez con el objetivo de conocer una excavación paleoturística (63%), se puede inferir que esta modalidad turística se presenta como una oportunidad para diversificar la economía de municipios localizados en ambientes semidesérticos con fuerte dependencia a actividades económicas extractivas, como el petróleo y el gas.

Otros motivos de la falta de conocimiento de la zona involucran aspectos relacionados con el incipiente desarrollo turístico, tales como: la inexistencia de información turística (25%), oferta inexistente de recursos puestos en valor turísticamente (8%) y la falta de servicio de transporte hasta el sitio (4%).

CARACTERIZACIÓN DE LAS MOTIVACIONES Y VENTAJAS BUSCADAS POR LOS VISITANTES QUE CONCURREN A EXCAVACIONES PALEONTOLÓGICAS

Las motivaciones van cambiando a medida que pasa el tiempo. Existe una mayor experiencia en la visita de sitios paleontológicos y más presencia de esta nueva oferta en los medios de comunicación. En un estadio de introducción al mercado de la excavación *Futalognkosaurus dukei*, según menciones, entre las principales motivaciones de los visitantes (Figura 6) se encuentran: ver fósiles originales en una excavación (89%), ver las técnicas de trabajo en el campo (62%), conocer la zona y visitar un nuevo atractivo (60%), interés por la naturaleza (54%), contacto con el equipo de trabajo paleontológico (35%), interés de los hijos (28%) y relacionar el sitio con conocimientos anteriores de geología y/o paleontología (24%).

Este último aspecto requiere un tratamiento más específico, ya que es relevante mencionar que la conformación grupal mayoritaria de los visitantes es de familias, no estudiantes. Esta salvedad resulta clave porque permite inferir que el ingrediente educativo y la necesidad de aprendizaje de los visitantes se encuentran estrechamente vinculadas.

Por otro lado, luego de las entrevistas en profundidad en excavaciones paleontológicas donde se organizaron salidas de campo para estudiantes universitarios y de postgrado de Geología y Paleontología, a cargo de la Universidad Nacional de San Juan, en Ischigualasto (San Juan), y la Universidad Nacional del Comahue, en Los Barreales (Neuquén), se detectan las siguientes ventajas buscadas: una explicación que siga un programa con contenidos relacionados y se aproveche al máximo la interrelación entre la paleontología y la geología; en el caso de los estudiantes de biología, se interesan también por la fauna y flora silvestre actual. Esperan poder salir a explorar fósiles y realizar prácticas en una excavación paleontológica para conocer las técnicas de rescate.

Debido a la falta de conocimiento del segmento «Visitantes extranjeros que desean una experiencia agreste en una excavación paleontológica», y la etapa de desarrollo del producto turismo paleontológico en la región, se realizó un análisis cualitativo de dicho segmento mediante el estudio del caso análogo en el Parque Ischigualasto (Vejsbjerg 2003). Como resultado del mismo, se establecieron tres Subsegmentos, a saber:

2.b.1 *Turista activo*:

Principales Motivaciones: viajar a Argentina bajo una modalidad no tradicional, experimentar un mayor contacto con la naturaleza, aprender sobre paleontología, combinar una actividad diferente (participación en la salida de campo de un proyecto científico) con un itinerario previsto, sentido de aventura.

Ventajas buscadas: deducir de impuestos el viaje (en EEUU la colaboración con Proyectos de Investigación es

considerada una donación); organización de los trayectos hotel - aeropuerto - hotel; puntualidad en los horarios de comidas; material de apoyo complementario con información necesaria para comprender la naturaleza del objeto de estudio; mapa con localización de los sitios de exploración; personal capacitado para responder a sus preguntas; no tener contacto con grupos de turistas «tradicionales»; tener actividades alternativas relacionadas con el Proyecto, para realizar en caso de condiciones climáticas adversas; observar las costumbres del lugar (comidas típicas, idioma, etc.).

2.b.2 Visitante apasionado de la paleontología:

Principales Motivaciones: participar en las tareas de exploración y realizar un hallazgo paleontológico importante; trabajar sobre los fósiles; contacto con el equipo de trabajo paleontológico. No desean actividades de esparcimiento alternativas, vinieron por los fósiles de dinosaurios.

Ventajas buscadas: encontrar fósiles; poder mostrar su desempeño en su lugar de trabajo o publicarlo en Internet; seguir en contacto con el equipo paleontológico para estar enterados de los últimos descubrimientos y aportes científicos.

2.b.3 Visitante con un interés prioritariamente científico:

Principales Motivaciones: investigar sobre el objeto de estudio presente en el sitio paleontológico y publicar los resultados. Su visita a la excavación constituye la salida de campo inicial del proceso de investigación; aprender.

Ventajas buscadas: personal altamente calificado para responder a sus consultas; salida de campo preliminar por el área de estudio para ubicarse espacialmente, con una introducción general sobre la geología, para interpretar mejor la presencia de los fósiles y el paisaje; pautas claras antes de salir a explorar (localización de los sitios específicos, finalidad de la salida, utilidad de la misma); tener cursillos con temáticas específicas en paleontología - geología.

CONCLUSIÓN

La oferta turística-recreativa consistente en la visita a excavaciones paleontológicas en Norpatagonia constituye un producto novedoso tanto desde la óptica interna a nivel destino, como desde el mercado turístico.

En el primer caso, la innovación está referida al añadido de una nueva línea de producto al Producto Paleoturismo, cuya oferta existe en la región desde fines de la década del ochenta, principalmente a través de las exhibiciones museísticas con colecciones paleontológicas.

A diferencia de la visita a museos, esta nueva oferta paleoturística / paleorecreativa, consistente en la observación *in situ* de las excavaciones paleontológicas, se localiza en áreas naturales generalmente alejadas de centros urbanos.

Si bien las excavaciones para el rescate de fósiles de dinosaurios se vienen realizando en Neuquén y Río Negro desde fines del siglo XIX, recién a principios del año 2002 comienza a existir una valoración social desde el punto de vista turístico-recreativo; por lo tanto, la afluencia de visitantes a estos sitios también representa una novedad desde el mercado turístico.

A partir de los resultados de esta investigación, de tipo exploratoria, sobre el comportamiento, las motivaciones y las características demográficas de los visitantes que concurren a excavaciones paleontológicas en Neuquén, Río Negro y San Juan, se avanzó en la caracterización del mercado actual y potencial de la nueva línea de producto «excavaciones paleoturísticas» en Norpatagonia.

Con respecto al comportamiento de los visitantes en el sitio de una excavación paleontológica, se detectaron dos macrosegmentos o agrupamientos mayores: el *Visitante Observador* y el *Visitante Integrante del Equipo*. En el primero, están comprendidos aquellos visitantes que permanecen por un corto período de tiempo en el sitio, sin ingresar a la excavación, limitándose a observar los trabajos de rescate y a realizar preguntas. En el segundo macrosegmento, los visitantes participan de los trabajos de excavación e ingresan al sitio, con la autorización y supervisión del paleontólogo a cargo y el equipo de técnicos.

A su vez, dentro de estos macrosegmentos se detectaron segmentos o agrupamientos menores de visitantes, luego de aplicar los criterios de segmentación sociodemográfico y por motivaciones.

Según los resultados arrojados del muestreo realizado en la excavación *Futalognkosaurus dukei*, en un estadio de desarrollo incipiente, según su conformación grupal, el Macrosegmento *Visitante Observador* estaría compuesto, aproximadamente, el 45% por Familias y alrededor del 28% por Cursos de Estudiantes de diferentes niveles educativos.

Según menciones, las principales motivaciones del *Visitante Observador* son: ver fósiles originales en una excavación, ver las técnicas de trabajo en el campo, conocer la zona y visitar un nuevo atractivo, interés por la naturaleza, contacto con el equipo de trabajo paleontológico, interés de los hijos y relacionar el sitio con conocimientos previos de geología y paleontología.

Por otra parte, en el segundo agrupamiento mayor o macrosegmento mencionado, *Visitante integrante del equipo*, según la variable nivel de contacto con la naturaleza se distinguen dos segmentos: el *Visitante integrante del equipo con una oferta mayor de servicios* y el *Visitante integrante del equipo que busca una experiencia agreste*. Con respecto a este último, se recurrió a un análisis de las ventajas buscadas por los voluntarios - visitantes de una campaña paleontológica en el Parque Provincial Ischigualasto (San Juan) con el fin de estudiar un segmento de demanda aún potencial para Norpatagonia, mediante un caso análogo a nivel nacional.

De esta forma, se identificaron tres subsegmentos de visitantes: el *turista activo*, el *apasionado de la paleontología* y el *visitante con interés prioritariamente científico*.

De este modo, teniendo en cuenta la Etapa de Introducción del Producto Paleoturismo en la región de Norpatagonia, los resultados de la investigación exploratoria de la demanda a sitios con fósiles, contribuyen con información de base para una estrategia de diversificación de producto a partir de la ampliación de la oferta de actividades turísticas en áreas naturales.

El análisis de la demanda actual y potencial de los visitantes en excavaciones paleontológicas, permite una aproximación al desarrollo de la nueva línea de producto «excavaciones paleoturísticas», y considerar a futuro los segmentos de demanda que se pretenden captar, las actividades prioritarias y potenciales para cada segmento seleccionado, la posterior programación de las mismas en los sitios paleontológicos, y el diseño del equipamiento y los servicios de apoyo requeridos.

BIBLIOGRAFÍA

- Bigné, J.E.; Font, X. y Andreu, L.: «*Marketing de Destinos Turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*». Editorial ESIC, Madrid, 2000.
- Bordas, E. y Gutiérrez, C.: «*La competitividad de los destinos turísticos en mercados lejanos. El caso especial de los destinos de larga distancia*». 43º Congreso de la AIEST, Bariloche, 1993.
- Boullón, Roberto: «*La programación de las actividades turísticas y recreacionales*». Trillas, México, 1985.
- Donoso, G; Tamagni, L.; Boschi, A; Gazzera, R y Percovich, A.: «*Plan de Marketing para la Villa El Chocón*». Proyecto de Extensión de la Facultad de Turismo, U.N.Co, 2000.
- Encabo, M. y Vejsbjerg, L.: «*El Paleoturismo*», Anuario de Estudios en Turismo - Investigación y Extensión, Año 2, Volumen II. PublFadecs, Gral. Roca, 2002.
- www.earthwatch.org. Google.com. 08/07/04.
- Lambin, J.J.: «*Marketing estratégico*». Mc-Graw Hill, 1995.
- Vejsbjerg, L. y Encabo, M.: «*Excavaciones paleontológicas. Su potencialidad turística - recreativa. Caso Norpatagonia*». En Actas de las IV Jornadas Nacionales de Investigación y Extensión en Turismo. Universidad Nacional de Misiones, Posadas, 2001
- Vejsbjerg, L.: Informe de beca de investigación «*La potencialidad turística - recreativa de los sitios paleontológicos en Norpatagonia*» (Inédito) Dir. M.Sc. Jorge O. Calvo - Co-dir.: M.Sc. Matilde Encabo, Facultad de Turismo - U.N.Co, Neuquén, 2002.
- Vejsbjerg, L.: «*Visitantes extranjeros en excavaciones paleontológicas*». En Actas del IV Congreso Anual Asociación Argentina de Estudios Canadienses (ASAEC) «Las Áreas protegidas y la gente», Facultad de Turismo-U.N.Co., Neuquén, 2003.

AGRADECIMIENTOS

A los siguientes directores de Proyectos de Investigación 2001-2005 que hicieron posible las salidas de campo. En sitios Narambuena II y Lomitas de Rincón de los Sauces: yacimiento *Futalognkosaurus dukei* de la costa norte del lago Los Barreales, en Neuquén: M.Sc. Jorge O. Calvo (Proyecto TO21, Facultad de Turismo, U.N.Co. y Proyecto DINO). En sitio Bustigorri II y La Antena de Villa El Chocón: Lic. Edith Simón (Municipalidad de Villa El Chocón). En sitio Tripailao de Paso Córdova, Gral. Roca: Dra. Susana Heredia (Proyecto Cecyt) y Dr. Michael Caldwell (Proyecto National Geographic). En sitio Cerro Amarillo, Área Anfiteatro: Dr. Leonardo Salgado (Proyecto U.N.Co-ENDEMAS). En sitio Ischigualasto: Dr. Oscar Alcober (Proyecto U.N.San Juan-Fundación Earthwatch).

A la Mag. Alejandra Pérez y Mag. Susana Barría del Departamento de Estadística de la Dirección Provincial de Turismo del Neuquén, por sus sugerencias y colaboración desinteresada en la tabulación de las encuestas de visitantes realizadas en la Excavación *Futalognkosaurus dukei*.

Tabla N° 1: Demanda de visitantes en sitios con excavaciones paleontológicas

Nota: Síntesis de la segmentación de visitantes, que se detallará a continuación

MACROSEGMENTOS (Según tiempo de visita y forma de participación en la excavación)	SEGMENTOS (Según conformación grupal o nivel de contacto con la naturaleza)	SUBSEGMENTOS (Según ventajas buscadas)
1. Visitante observador	1.a. Grupos familiares	
	1.b. Cursos de estudiantes	
2. Visitante integrante del equipo	2.a. Visitante integrante del equipo que requiere mayor oferta de servicios	
	2.b. Visitante integrante del equipo que busca una experiencia agreste	2.b.1. Turista activo
		2.b.2. Visitante apasionado por la paleontología
2.b.3. Visitante con un interés prioritariamente científico		

Fuente: Vejsbjerg Laila/2002.

Figura 1: Distancia de los principales centro emisores

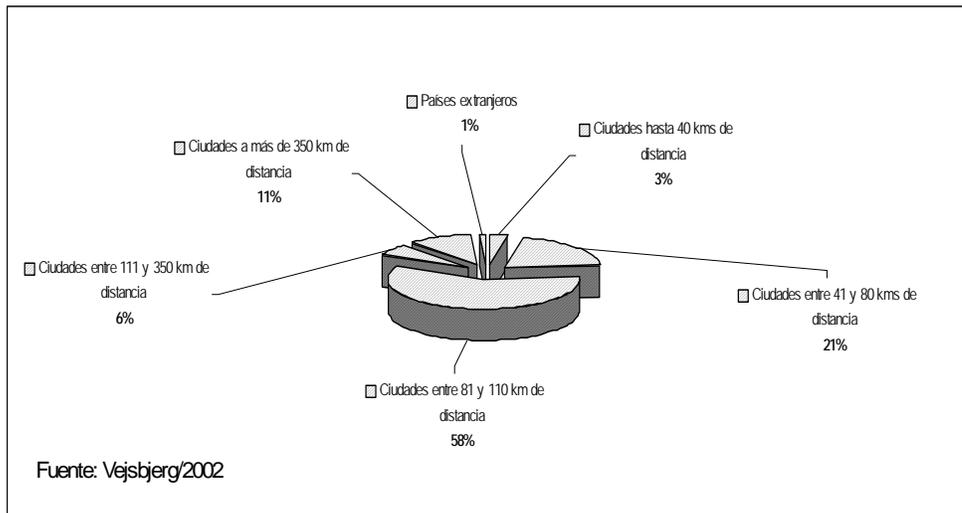


Figura 2: Conformación grupal de los visitantes según menciones

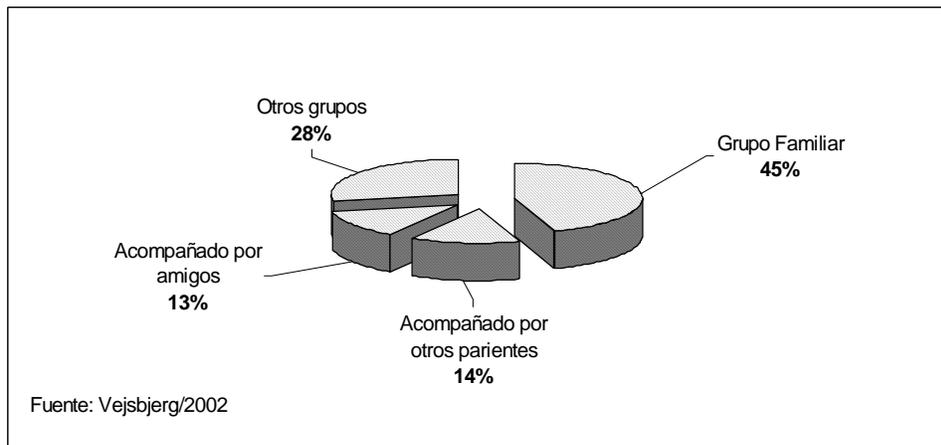


Figura 3: Principales motivaciones según menciones

