

---

**ESPACIOS DE COMPETITIVIDAD Y COMPLEMENTARIEDAD TURÍSTICA  
PARTICIPACIÓN DEL BALNEARIO EL CÓNDOR  
EN LA COMARCA VIEDMA - PATAGONES**

Autores:

María Inés Pérez (\*)

Claudia A. Sereno (\*\*)

Departamento de Geografía y Turismo

Universidad Nacional del Sur

Email: [inesper@criba.edu.ar](mailto:inesper@criba.edu.ar)

[clausereno@hotmail.com](mailto:clausereno@hotmail.com)

(\*) Licenciada y Profesora en Geografía. Asistente de docencia. Asignaturas: Metodología de la Investigación Geográfica y Turística, Técnicas en Geografía I (Profesorado y Licenciatura en Geografía). Profesora de: Elementos de Geografía (Técnico en Emprendimientos Turísticos). Docente - investigadora del proyecto «Los S.I.G. en el estudio de la nueva lógica espacial del suroeste bonaerense. Espacios articulados - espacios segmentados».

(\*\*) Licenciada y Profesora en Geografía. Auxiliar de docencia: Técnicas en Geografía I (Profesorado y Licenciatura en Geografía). Integrante del proyecto «Los S.I.G. en el estudio de la nueva lógica espacial del suroeste bonaerense. Espacios articulados - espacios segmentados».



## RESUMEN

---

En el trabajo se identifican los criterios de competitividad turística de destinos en vías de consolidación. El análisis se centra en la oferta existente y la articulación de cada sitio desde la variedad de atractivos y la construcción de una imagen de los lugares. El área seleccionada: la comarca Viedma-Patagones tiene como finalidad promover el desarrollo turístico e integrar ambos territorios; así los lugares se diferencian y complementan por sus productos y carácter distintivo. Al respecto, se considera la participación del balneario El Cóndor e identifican las potencialidades para una oferta complementaria.

Para ello se realiza el relevamiento de los recursos, aplicación de cuestionarios y entrevistas. Además, informes técnicos, publicidad en fuentes escritas y documentos en Internet, contribuyen en la detección del perfil del balneario.

*PALABRAS CLAVE: Espacios de competencia complementariedad - Criterios de competitividad - Desarrollo turístico - Calidad - Diversidad - Imagen.*



## INTRODUCCIÓN

---

Los cambios en las relaciones económicas y las innovaciones producidas por las tecnologías de información y comunicación -a partir de la década del ochenta- permiten reconocer una dinámica que modifica las relaciones entre los lugares. Así, se identifica un modo de desarrollo informacional en el cual prima una organización en redes globales enlazadas con otras a distinta escala. En este sentido, surgen situaciones contrarias que caracterizan la lógica espacial signada por espacios segmentados-articulados y de competencia-complementariedad. El proceso de globalización introduce diferentes formas de organizar, pensar y producir los territorios que lleva a adoptar estrategias innovadoras para favorecer la inserción de los lugares en el sistema mundo (Borja y Castells 1997; Castells 1999; Santarelli y Campos 2000).<sup>(1)</sup>

La existencia de escenarios conectados entre sí y otros desconectados, inmersos en crecientes crisis económicas y sociales, induce a fortalecer los vínculos locales y regionales desde los actores públicos y privados y el aporte de la comunidad. La participación en forma planificada o espontánea posibilita elaborar respuestas en la búsqueda de alternativas que contribuyen a valorar la potencialidad de los recursos. Al respecto, el desarrollo turístico adquiere preponderancia como una elección que se debe complementar con otras acciones ante los conflictos imperantes.

En el presente trabajo, se establecen los criterios de competitividad turística de los destinos en vías de consolidación. El estudio se centra en la oferta y la articulación de cada sitio a partir de la accesibilidad, variedad de atractivos y construcción de una imagen que contempla la individualidad de los lugares. El área considerada comprende el departamento de Adolfo Alsina y el partido de Patagones que conforman una comarca con el objetivo de promover el desarrollo turístico e integrar ambos territorios con intereses económico-culturales propios; así, los lugares adquieren un papel protagónico que se diferencia por sus productos y complementa por su carácter distintivo. Con el propósito de detectar la participación del balneario El Cóndor en el sistema, se identifican las potencialidades que contribuyen en la construcción de una oferta complementaria.

En este análisis se lleva a cabo un trabajo de campo que contempla el relevamiento de los recursos, la aplicación de cuestionarios a turistas y entrevistas con informantes clave. Además, los informes técnicos provistos por la Dirección de Turismo, la publicidad en fuentes escritas convencionales -diarios, folletos- y el acceso a documentos divulgados en Internet, proporcionan las herramientas apropiadas para detectar el perfil del balneario como destino desde diversas perspectivas: el visitante, el residente, los organismos públicos y la promoción que realizan los medios de comunicación.

## COMPETENCIA - COMPLEMENTARIEDAD DE ESPACIOS TURÍSTICOS

---

La noción de competencia se vincula con la actividad empresarial y la oferta de productos en el mercado; así, las condiciones necesarias para alcanzarla varían según el modelo económico vigente en cada momento. Según las aseveraciones de Pierre Veltz, se presencia en los últimos años una modificación de los criterios de competitividad para adoptar pautas que exigen renovar el esquema de gestión de las unidades productivas. El concepto adquiere una difusión generalizada y se aplica en ámbitos dispares, a la tradicional competencia de empresas se suma la existente entre territorios.

El dominio de una lógica basada en un sistema complejo de redes propicia flujos que interconectan localidades en diferentes escalas con una organización territorial signada por espacios segmentados-articulados y de competencia-complementariedad. El proceso de globalización enlaza nodos de posición privilegiada por reunir una serie de factores clave, tales como capacidad de innovación tecnológica en la generación/procesamiento de

información y productos, complejos científico-educativos y recursos humanos calificados. Estos aspectos forman parte de una estrategia cuyos caracteres primordiales son la aceleración del tiempo y la «flexibilidad dinámica»<sup>(2)</sup> que se manifiesta en el poder de reactividad ante los cambios constantes (Veltz 1999).

Sin duda alguna, existen grandes áreas del mundo y considerables segmentos de población desconectados del nuevo sistema tecnológico ... Además, la velocidad de la difusión tecnológica es selectiva, tanto social como funcionalmente. La oportunidad diferencial en el acceso al poder de la tecnología para las gentes, los países y las regiones es una fuente crítica de desigualdad en nuestra sociedad. Las zonas desconectadas son discontinuas cultural y espacialmente... (Castells 1999)

Las áreas con enlaces restringidos o excluidos del sistema adoptan alternativas para lograr la inserción en redes globales. Los núcleos turísticos, inmersos en esta realidad, redefinen las estrategias de gestión del espacio, para adecuarse a las nuevas tendencias de la actividad<sup>(3)</sup>. En este contexto, se distinguen centros de gran afluencia altamente competitivos, otros de nivel intermedio y aquellos que ven en el turismo una posibilidad ante la crisis económico-social que los afecta.

Las consideraciones teóricas, expuestas con anterioridad, permiten elaborar una serie de **criterios de competitividad** entre espacios turísticos de destinos en vías de consolidación. La literatura que aborda la temática, en general, es cuantiosa y brinda una multiplicidad de perspectivas. En el estudio se identifican tres pilares esenciales en la configuración del marco de referencia: calidad, diversidad e imagen.

**a. La calidad** es un criterio primordial en la definición del valor turístico de los lugares. En primera instancia, cabe mencionar la pluralidad de acepciones y el carácter ambiguo y subjetivo del concepto, cuya valoración social y cultural difiere en relación con las aspiraciones y expectativas del turista. En este sentido, resulta apropiado acotar el alcance del término con el análisis de tres categorías.

1 Calidad del paisaje. Estudiosos del tema coinciden en definir al paisaje como el aspecto visible del espacio geográfico. Al respecto, Milton Santos profundiza en el carácter que adquiere la contemplación y su impacto en los sentidos.

La dimensión del paisaje es la dimensión de la percepción, lo que llega a los sentidos... La percepción es siempre un proceso selectivo de aprehensión. Si la realidad es apenas una, cada persona la ve de forma diferente... (Santos 1996).

El autor detalla las modificaciones producidas en el espacio en distintos momentos históricos, como consecuencia de la aplicación de técnicas a través del trabajo del hombre que se plasma en los variados modos de producción. Cambia la apariencia y la apreciación es disímil según el grado de alteración y significado que los individuos le otorgan. El sistema turístico destaca la importancia de la calidad paisajística en ámbitos naturales y culturales; por ejemplo, en este último se distingue la estética de las construcciones, de los espacios públicos - como lugares de encuentro- y de la morfología del plano que, entre otros, colaboran en la formación del perfil de las localidades.

a Calidad ambiental. El ambiente se define como un *sistema de relaciones interdependientes entre elementos geobiofísicos y actores sociales cuyas decisiones...se proyectan y provocan efectos en el espacio y la sociedad* (Zinger 2000). En concordancia con el análisis realizado por Susana Zinger sobre ambiente y racionalidad social (según las consideraciones de Leff), los hombres en cada momento histórico se rigen por pautas de organización que tienen su impacto en los sitios y dejan su impronta como herencia.

La calidad ambiental se refiere al grado de deterioro de los elementos constitutivos del sistema. Las variables que posibilitan definir el estado de riesgo de un área se relacionan con la existencia y la calidad de la vivienda, infraestructura, espacios públicos, servicios sanitarios, culturales y de ocio y el estado de los recursos naturales.

La actividad turística afecta el entorno, por una parte, las comunidades locales adaptan las condiciones del sitio según las necesidades de la demanda y, por otra, el turista impacta en la vida cotidiana de los lugareños y en

el medio natural. Las relaciones entre ellos pueden, en ocasiones, generar conflictos y alterar el equilibrio de las propiedades de los atractivos. De allí, la necesidad de incorporar líneas de acción en procura de la recuperación y conservación de la calidad ambiental.

a Calidad humana. Las localidades se expresan por medio de la vida de relación de los habitantes, las costumbres arraigadas en la sociedad, la conservación del patrimonio cultural y las formas de organizar los espacios públicos y privados. El clima social, de carácter único, es factor de atracción y componente esencial para distinguir los destinos.

En segundo término, el sistema educativo debe promover la formación de recursos humanos con una orientación tendiente a valorar el potencial del lugar, las condiciones de vida, el bienestar de los habitantes y el uso racional de los bienes. La presencia de centros de investigación aplicada favorece el conocimiento de las fortalezas y debilidades del área: este saber, se convierte en herramienta clave en la competitividad local.

Los gobiernos locales deben implementar acciones municipales con cimientos en la participación comunitaria; para ello, la planificación estratégica constituye un marco de concertación adecuado en la puesta en valor del lugar (Borja y Castells 1997).

### **b. La diversidad**

El desafío para los destinos es diversificar su producto y ofrecer nuevos escenarios y actividades capaces de responder a las motivaciones del turista. Cabe precisar, en esta instancia, el alcance del concepto *producto turístico* en el estudio:

...[es] la realidad integrada que capta o percibe la demanda turística, y que no se compone de un solo elemento, sino que comprende un conjunto de bienes, servicios y entornos, que percibe o utiliza el visitante durante su viaje y estancia en los destinos a los que acude para satisfacer sus motivaciones de ocio y de vacaciones (Bosch citado por Vera 1997).

La diversidad contempla tres dimensiones, la variedad de atractivos naturales y culturales o la complementariedad de los mismos mediante la integración de sitios con el fin de lograr una oferta competitiva. En segundo término, la elaboración de productos artesanales a partir de elementos originarios; y por último, cuestiones de índole inmaterial que atienden las necesidades internas del visitante.

La realización de un diagnóstico sobre las potencialidades locales permite identificar los recursos factibles de incorporar al sistema. Las relaciones entre proveedores y productores próximos favorece el intercambio de insumos, servicios y tareas específicas en un ámbito reducido para afianzar las capacidades competitivas del área (Méndez 1997). Esta táctica induce la generación de puestos de trabajo, en especial de residentes locales, y la inversión de capital en la región que mejora la oferta territorial.

... constituye una estrategia adecuada para la coordinación efectiva de las diferentes administraciones en el territorio y su cooperación con el sector privado, funcionando como un modelo de asignación eficiente de los recursos escasos... (Precedo Ledo 1996)

### **c. Construcción y promoción de la imagen del destino**

Para precisar el concepto de imagen es conveniente expresar el sentido que se le otorga a la noción de identidad. La misma se enlaza con aspectos culturales vinculados a valores, símbolos y prácticas de significación social relevante en el grupo. Fraguas y Monsalve en la indagación sobre los procesos de conformación de la identidad afirman

... se refiere a un espectro amplísimo de contrastaciones que van desde lo individual a lo grupal, atravesando distinciones de órdenes absolutamente diferenciados ... [que] ... se modifica permanentemente ya sea porque cambian los sentidos y significaciones socialmente construidos, o bien porque desde el

plano de la adscripción individual a una determinada identidad también hay cambios ... es, como dice Levi Strauss un fenómeno más simbólico que real compuesto de valoraciones socialmente atribuidas (Fraguas y Monsalve 1994).

La formación de la identidad tiene correspondencia con las categorías de espacio y tiempo; el arraigo a un determinado sitio sienta lazos de pertenencia. La adscripción, de carácter subjetivo, a un esquema particular comprende la interacción de las personas con «otros» y con el lugar; la situación planteada varía y presenta continuidades y rupturas. Además, se conjugan diversas temporalidades; en el caso de los destinos turísticos confluye la elaboración de una imagen por parte de la comunidad local permanente y cambiante, y la del turista de temporalidad inmediata y fluctuante dados los gustos y aspiraciones que lo motivan.

La construcción de la misma puede ser espontánea o planificada por las instituciones. Los productos se promocionan en diversos medios -diarios, revistas, folletos, televisión, Internet- que difunden las potencialidades, servicios, infraestructura y actividades recreativas. La publicidad presenta un perfil del destino, de los beneficios y experiencias singulares que ofrece, en pos de una satisfacción integral del visitante.

El desafío de los espacios turísticos es la búsqueda de la calidad, la diversidad y la construcción-promoción de una imagen, criterios indispensables para alcanzar una posición competitiva. La proximidad espacial propicia la relación entre nodos que se complementan por la oferta distintiva y conforman un área atractiva. Así, el binomio **competitividad-complementariedad** se convierte en la estrategia de desarrollo turístico dominante en los sitios en vías de consolidación. Los gobiernos municipales adquieren protagonismo y sientan las bases en la constitución de redes de cooperación y alianzas estratégicas entre organismos público-privados y la comunidad (Borja y Castells 1997).

Las redes de movilidad y asentamientos integran los espacios en distintas escalas y favorecen la accesibilidad, conectividad y articulación de los lugares; de allí la importancia de optimizar las conexiones y realizar tareas para mejorar la infraestructura vial. En síntesis, las palabras de Jordi Borja y Manuel Castells (1997) compendian el carácter dinámico y cambiante del sistema territorial.

La creciente interdependencia y complementariedad entre los centros urbanos de dimensión media queda reflejada en ... las vinculaciones entre los distintos núcleos urbanos de una misma región o de diferentes regiones. La estructuración de redes de ciudades es una necesidad básica para completar una estructura espacial más sólida y equilibrada a nivel nacional, y conseguir centralidades arraigadas y complementarias de su entorno territorial.

## **EL TURISMO COMO ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO DE LA COMARCA VIEDMA PATAGONES**

---

### **La escala comarcal como unidad territorial en el desarrollo turístico**

Las localidades de Viedma y Carmen de Patagones desde fines de la década de 1980 celebraron distintos convenios, protocolos y declaraciones con la finalidad de aunar esfuerzos, alcanzar el desarrollo socioeconómico e integrar ambos partidos pertenecientes a distintas provincias (Río Negro y Buenos Aires). La formalización de este proceso culmina en 1993 con la creación de la Comisión de Concertación del Proyecto Turístico de la Comarca Viedma-Patagones (FIGURA 1). La definición de la *comarca* como unidad territorial obedece a objetivos que intentan

... dinamizar la integración regional a la vez que indica la necesaria articulación de políticas en función de la puesta en valor del recurso emergente ... podemos advertir que «comarca» significa la base de sustentación del modelo turístico posible para Viedma y Patagones e implica toda una definición de la



política turística de ambos gobiernos, en tanto señala la base territorial del recurso y el modo de apropiación y utilización del mismo mediante la integración intermunicipal y la concertación de su desarrollo entre los sectores público y privado (Consejo Deliberante de Viedma 1993).

El marco legal propicia el inicio de acciones por parte de actores privados y de la comunidad en general, que ve reflejada en la constitución de la comarca una serie de aspiraciones en común. Así, acontecimientos histórico-culturales y actividades productivas, comerciales y laborales favorecen la construcción de un proyecto de los habitantes que comparten un sentir ciudadano identificado con el «ser miembro de la comarca».

Si bien la propuesta estatal contempla al turismo como factor dinamizador del área, las iniciativas de la población superan las expectativas del sector público. Los gobiernos elaboran la reglamentación inicial; pero sólo en el año 2002 la Agencia de Desarrollo Microregional de la Comarca Viedma-Carmen de Patagones concreta un informe que contiene el diagnóstico y propuestas turísticas realizado por entidades privadas.

Las relaciones espaciales demandan una redefinición de las regiones en torno a objetivos particulares. De este modo, la comarca -como escala intermedia entre lo regional y lo local- es la unidad territorial que integra localidades con características físicas, estilos de vida, actividades económicas y atractivos únicos y complementarios.

### **Fortalezas y debilidades turísticas de la comarca**

La diversidad de recursos permite construir un perfil que conjuga el carácter histórico cultural, los balnearios en las márgenes del río y la costa, con la puesta en valor de sitios no tradicionales. En este sentido, se destacan lugares que integran actividades recreativas tales como pesca, navegación, excursiones y visitas a establecimientos rurales, entre otras. En la actualidad, se identifican emprendimientos con la finalidad de apreciar los atractivos y satisfacer las necesidades de esparcimiento, descanso y contemplación en pos del desarrollo turístico de la Comarca.

### **Fortalezas**

a Localidades con lazos históricos dados por el origen de sus fundaciones, familias colonizadoras (en primera instancia del norte de España y luego francesas e italianas), las luchas con los nativos y la flota brasileña por conservar los dominios; sintetizan los elementos del pasado que identifican a los habitantes.

a Diversidad paisajística. Cada escenario presenta una o distintas unidades de paisaje que complementan la oferta de la comarca. Así, se diferencia el sector litoral con playas de arena y canto rodado, la presencia de acantilados y costas bajas que configuran la diversidad de balnearios (Bahía San Blas, El Cóndor, El Espigón, Playa Bonita, La Lobería, Punta Bermeja). En el río Negro, se observa la ribera, las islas -con abundante vegetación y fauna- y la desembocadura en forma de estuario. El área rural se caracteriza por la presencia de montes (de chañar y piquillín), la estepa patagónica, las chacras con cultivos bajo riego (IDEVI), el centro termal Los Gauchos (Villalonga) y estancias agrícola ganaderas como alternativa para el turismo rural. Las áreas protegidas -Reserva Natural Integral de Bahía San Blas, Punta Bermeja, Caleta de Los Loros y Punta Mejillón- contienen una fisonomía costera que procura preservar el patrimonio natural de topografía variada y especies autóctonas.

En el paisaje urbano se distinguen las primeras construcciones de arquitectura colonial, las cuevas maragatas, el puente ferroviario, templos religiosos como exponentes que evocan los orígenes. Estas edificaciones se conjugan con otras posteriores y la presencia de espacios verdes, en especial, el parque lineal de la costanera -en ambos márgenes de río Negro- con infraestructura y equipamiento recreativo para el desarrollo de actividades aeróbicas, náuticas, de contemplación, pesca, paseo y baños de agua y sol. Cada uno de estos espacios públicos son *lugares de centralidad*, de encuentro, con una identidad particular ... *y deben incorporar aspectos simbólicos que permiten a la población sentirse identificada con su lugar de residencia* (Borja y Castells 1997).

a La proximidad de los atractivos facilita el diseño de circuitos que integran lugares con paisajes disímiles; se distinguen itinerarios locales e incipientes propuestas que incluyen diferentes destinos.

a El «clima social» se caracteriza por la tranquilidad y el descanso a través del contacto con la naturaleza y las expresiones históricas de los lugares.

a La existencia de infraestructura básica (camino, transporte y red de agua potable, luz, gas y salud) es indispensable en el desarrollo de la comarca. Las rutas y caminos enlazan las localidades y favorecen el acceso a los balnearios y áreas protegidas.

a La promoción de la comarca muestra el interés por fortalecer la puesta en valor de los atractivos y dinamizar la economía del área.

a La promulgación de protocolos, declaraciones y reglamentaciones sientan las bases para realizar emprendimientos en forma conjunta.

a Posición ventajosa al ser punto de enlace entre nodos emisores (Bahía Blanca, Bs. As.) y centros costeros del sur: Las Grutas y Puerto Madryn. Esta situación estratégica debe potenciar la permanencia de los visitantes y superar el carácter de «lugar de paso».

a La diversidad de actividades recreativas y turísticas incluye la navegación, pesca, baños en río y mar, de sol y termales. Como también, prácticas agropecuarias en las chacras bajo riego de producción frutihortícola (IDEVI) y paseos en estancias. Actividades culturales: visita a museos, cascos históricos y fiestas (fiesta provincial del mar y el acampante y la fiesta provincial 7 de marzo). Estas experiencias se complementan con safaris fotográficos, cabalgatas, caminatas, avistaje de fauna y campamentismo; cabe mencionar que las mismas son consideradas de bajo impacto ambiental.

El turismo constituye una alternativa para la comarca pues reúne una serie de condiciones clave que le otorgan calidad a sus atractivos. El informe de Fundación Génesis y FUNDETUR afirma que la actividad

... pueden desarrollarse sobre la base de los recursos y servicios existentes en cualquier comunidad.

No se necesita en primera instancia grandes inversiones, sino que se debe partir de la revalorización del patrimonio natural y cultural, la adecuación de infraestructura existente, el desarrollo de nuevos valores de hospitalidad y atención al cliente, etc.

## **Debilidades**

a Necesidad de fomentar una conciencia sobre el potencial endógeno de los atractivos culturales y naturales para propiciar el uso racional de los mismos.

a Discontinuidad en las decisiones y tareas, en particular las de organismos públicos, como también, la articulación entre los distintos actores que participan en el sistema para dinamizar la puesta en marcha de estrategias que fortalezcan la comarca.

a Falta de propuestas integrales que contemplen la diversidad paisajística y de actividades mediante el diseño y promoción de circuitos comarcales con el objetivo de afianzar la complementariedad entre las localidades.

a Insuficiente capacitación de recursos humanos con una formación turística que valore las ventajas del lugar, las condiciones de vida, el bienestar de la población y el uso racional de los bienes.

a Débil implementación de esquemas informáticos de fácil acceso a estadísticas y datos indispensables en la programación y ejecución de emprendimientos.

a Escaso equipamiento turístico en particular el hotelero, por ejemplo, en la temporada 2002/3 en el balneario El Cóndor la demanda superó con amplitud la oferta de alojamiento. Además de servicios y actividades recreativas que capten el interés del visitante en asistir y permanecer en la comarca.

a Limitada aplicación de normativas sobre sectores con uso restringido. En el Cóndor, la delimitación en

zonas de pesca y baño no se respeta en la práctica.

La planificación del territorio mediante el reconocimiento de las fortalezas y debilidades permite distinguir las oportunidades y orientar las estrategias que consideren la complementariedad de productos para alcanzar una posición competitiva en el mercado.

## **PARTICIPACIÓN DEL BALNEARIO EL CONDOR EN EL SISTEMA TURÍSTICO COMARCAL**

---

El balneario El Cóndor como centro turístico posee atractivos que enlazan posibilidades de descanso y tranquilidad con el paisaje costero de geomorfología variada, dada la presencia de un litoral de acantilados, playas de arena y la desembocadura del río Negro. En el sistema comarcal, estas características constituyen un aporte significativo y se complementan en la articulación espacial de los nodos.

El análisis de los criterios de competitividad y las imágenes construidas del lugar desde distintas ópticas -turistas, residentes, entidades públicas y privadas- induce a reflexionar sobre las potencialidades y limitaciones del destino, en función de la necesidad de integrar la oferta con otras localidades (FIGURA 2). Los resultados presentados son producto de relevamientos, cuestionarios a turistas, entrevistas con funcionarios y residentes, informes técnicos, publicidad en diarios y folletos y documentos en Internet.

Los usuarios valoran el contacto con la naturaleza, el encuentro con amigos y la tranquilidad del lugar, además del ambiente familiar, la presencia de confiterías y del casino (FIGURA 3). En otro sentido, se les pregunta sobre aquellas características que les desagradan y las respuestas se sintetizan en: «nada» (29%), el viento (27%), otros (23%) y la presencia de basura en la zona de playa. En el ítem otros, señalan la falta de forestación, infraestructura, servicios, vehículos en la costa -4x4 y cuatriciclos-, extensión de la playa y color del agua. Las actividades preferidas son las caminatas, el descanso, los baños, asistir a confiterías y al casino; y, en menor proporción, la realización de prácticas acuáticas y otros deportes (FIGURA 4). Los datos obtenidos sobre servicios e infraestructura expresan la necesidad de incorporar una amplia gama de elementos: baños públicos, servicios al turista y recreativos, confiterías bailables, hotelería, limpieza, manifestaciones artísticas y ferias; por el contrario, otros afirman que la dotación es suficiente y en menor medida solicitan mejoras en transporte, en bajadas a la playa, alumbrado público, asfalto y arbolado urbano.

Un gran número de encuestados revelan satisfacción respecto de la oferta actual; y, al indagar sobre las cuestiones que les desagradan, contestan «nada»; asimismo otros aseveran: «todo es atractivo». La concurrencia es mayoritaria en verano, sólo el 32% visita la villa de forma esporádica en el año, cuestión que marca la estacionalidad del sitio. En síntesis, se puede afirmar que los visitantes admiten encontrar condiciones óptimas para el descanso y muestran entusiasmo en el momento de formular una opinión.

Los residentes construyen una imagen relacionada con las condiciones de tranquilidad y seguridad propicias para el desarrollo de una «vida interior» con vínculos familiares y de amistad que caracterizan del «clima social» de la villa, situación prevaleciente en la mayor parte del año. La calma y el orden dominante se interrumpe con el ingreso de visitantes durante el verano. Los lugareños, enumeran los beneficios en el sector comercial, en el aumento de puestos de trabajo (mantenimiento, construcción y cuidado de viviendas, servicios al turista) y desde la óptica cultural «la gente aprende cosas de otros y se incrementa la vida social del balneario», según la opinión de un habitante. Sin embargo, manifiestan la ruptura en el ritmo de vida cotidiana ocasionado por la afluencia de población foránea y la modificación de la serenidad reinante. Los entrevistados enuncian las principales dificultades en este período: ruidos molestos, basura en la costa y limpieza de pescados en la playa; por este motivo demandan un ordenamiento del área que contemple los requerimientos de turistas y residentes con el objeto de minimizar el deterioro que ocasionan determinadas actividades.

En tercer término, los mensajes publicitarios resaltan -con descripciones, fotos y slogans- la atraktividad y capacidad del Cóndor para satisfacer las motivaciones de personas que privilegian la contemplación del paisaje natural y las prácticas de sol y playa.

Más que un balneario ... playas, pesca y demás atractivos. Viedma y El Cóndor ofrecen sus servicios especializados para el pescador. (Dirección de Turismo de Viedma y Patagones).

Pequeña villa balnearia con toda la infraestructura turística necesaria para pasarla bien. (patagonia-argentina.com/e/content/especial/costas.htm)

Portal de ingreso a la Patagonia Atlántica y punto inicial de la denominada Ruta de los Acanuilados. (patagonia.com.ar/viajes/circuitos/rionegro/viedma/condorplayas.asp)

Turismo Aventura. Cabalgando en la Patagonia ... sensación de libertad, paz y descanso. Escenario ... despoblado con flora y fauna autóctona. (comarcasintiempo.com.ar/paginas)

El diagnóstico de la Agencia de Desarrollo Microregional presenta las directrices de la planificación del sitio para compatibilizar las actividades recreativas con la sostenibilidad ambiental. Para ello, proponen prácticas de bajo impacto y recomendaciones

... integrar el ordenamiento de usos y espacios con los programas o proyectos que surgen de esta propuesta de desarrollo turístico de la Comarca, es decir, vincular el ordenamiento territorial con la creación y desarrollo de la infraestructura y equipamiento turístico, el apoyo logístico al sector turístico, el fortalecimiento institucional, el fomento de nuevas actividades, la capacitación en función de actividades específicas y la sensibilización y promoción turística local (Fundación Génesis y Fundación para el Desarrollo Turístico 2002).

## REFLEXIONES FINALES

---

El turismo como alternativa de desarrollo es una estrategia adecuada para la puesta en valor de la comarca Viedma Patagones. Los atractivos de esta unidad operativa son complementarios entre sí, pues la diversidad paisajística, la variedad de actividades en ambientes con escasa alteración y un clima social singular, constituyen los elementos clave en una planificación que articula espacios turísticos complementarios y competitivos. De este modo, el diseño de circuitos comarcales es uno de los aspectos a fortalecer, pues sólo existen aislados emprendimientos privados.

La decisión política, en la optimización del potencial interno, es clave en la promoción de estrategias que tienden a la conservación de los recursos naturales y valoran los vínculos sociales y estilos de vida. Tal como expresa Andrés Precedo Ledo (1996), para materializar los cambios se requiere *mejorar la eficiencia en la gestión y organización* del presupuesto local e intensificar la *capacidad tecnológica* en sistemas informáticos para lograr una difusión integral del producto turístico y fortalecer la imagen de la comarca. En este contexto, la adopción de programas de *educación y formación adaptados a las potencialidades locales* contribuye en el ordenamiento del territorio con *objetivos competitivos desde iniciativas locales*. Las propuestas deben considerar la percepción del espacio según los intereses particulares tanto de turistas y residentes, como del sector privado y el poder público para colaborar en la construcción de una imagen turística sólida que se manifieste en acciones concretas y beneficiosas para la comunidad.

## NOTAS

(1) El presente trabajo se inserta dentro del proyecto: «Los S.I.G. en el estudio de la nueva lógica espacial del suroeste bonaerense. Espacios articulados-espacios segmentados» dirigido por la Dra. Silvia Santarelli, Departamento de Geografía, Universidad Nacional del Sur.

(2) La flexibilidad estática y dinámica, según Pierre Veltz, se diferencian por la competencia mediante la variedad -para el primer término- y el poder de reacción frente a los cambios en distintos ámbitos -en el segundo caso-. Ambas se combinan en organizaciones empresariales.

(3) Los destinos tradicionales con una recepción masiva, las áreas degradadas que requieren una renovación en sus políticas para recuperar la calidad ambiental y, en forma paralela, surge un turismo alternativo que valora lugares sin alteraciones significativas del entorno.

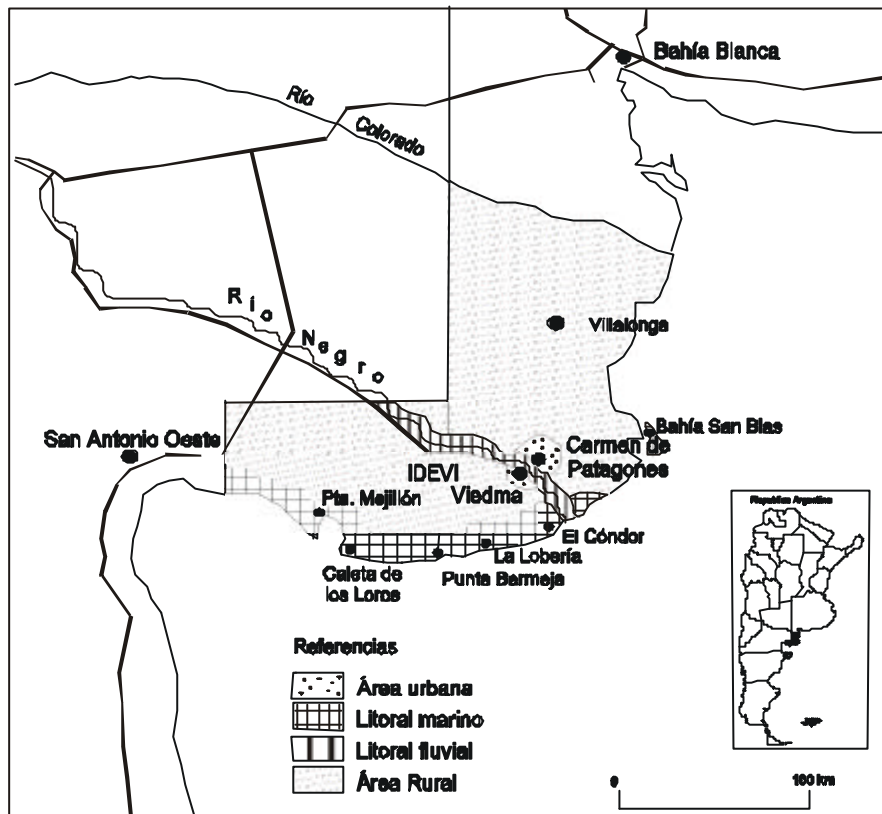
## BIBLIOGRAFÍA

---

- Borja, Jordi y Castells, Manuel: «Local y global. La gestión de las ciudades en la era de la información». Taurus, Madrid, 1997.
- Castells, Manuel: «La era de la información: Economía, sociedad y cultura». Vol. 1 La sociedad red, Alianza, Madrid, 1999.
- Fraguas, N. y Monsalve, P.: «Procesos de conformación de la identidad étnica en América Latina». En: Antropología, Mirtha Lischetti, (comp.), Eudeba, Buenos Aires, 1994.
- Fundación Génesis y FUNDETUR: «Turismo y desarrollo local en la comarca Viedma-Carmen de Patagones diagnóstico y propuestas para un desarrollo sustentable». Agencia de desarrollo microregional Viedma- Patagones, inédito, 2002.
- Méndez, Ricardo: «Geografía económica. La lógica espacial del capitalismo global». Ariel, Barcelona, 1997.
- Precedo Ledo, Andrés: «Ciudad y desarrollo urbano». Síntesis, Madrid, 1996.
- Santarelli, Silvia y Campos, Marta: «Una propuesta teórico-metodológica para la interpretación de la nueva lógica espacial en el suroeste bonaerense». "Revista Universitaria de Geografía". Vol. 9, nº 1, Departamento de Geografía, Universidad Nacional del Sur, ediUNS, Bahía Blanca, 2000, pp. 23-44
- Santos, Milton: «Metamorfosis del espacio habitado». Oikos-tau, España, 1996.
- Veltz, Pierre: «Mundialización, ciudades y territorios». Ariel, Barcelona, 1991.
- Vera, J. Fernando (coord.) y otros: «Análisis territorial del turismo. Una nueva geografía del turismo». Ariel, Barcelona, 1997.
- Zinger, Susana: «Relación sociedad-naturaleza en ecosistemas de clima templado semiárido. Caso: Laguna Chasicó». Provincia de Buenos Aires. Tesis de Magíster, Universidad Nacional de Mar del Plata, inédito, 2000.

FIGURA 1

ESPACIOS TURÍSTICOS EN LA COMARCA VIEDMA-PATAGONES



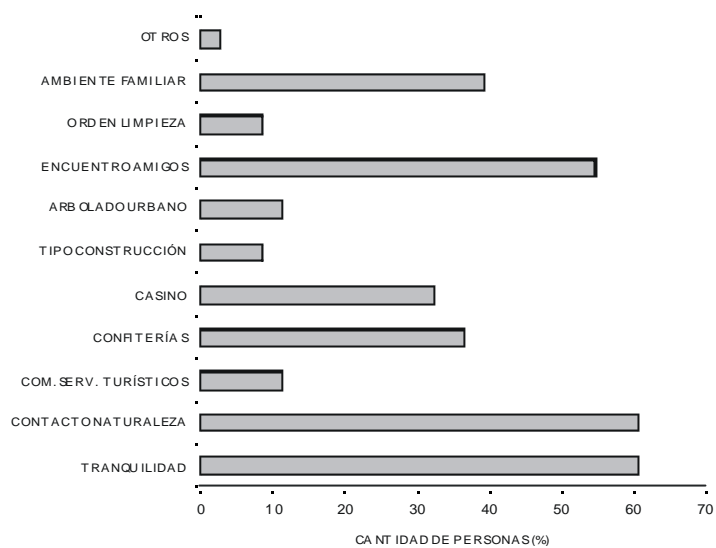
Fuente: Elaboración propia con información de la Dirección de Turismo

FIGURA 2  
CRITERIOS DE COMPETITIVIDAD – BALNEARIO EL CÓNDOR

Criterios de Competitividad	Balneario El Cóndor
<p><b>Calidad</b></p> <p>1. Calidad de paisaje</p> <p>2. Calidad ambiental</p> <p>    2.1. Sector costero</p> <p>    2.2. Infraestructura</p> <p>    2.3. Servicios y equipamiento turístico y comunitario</p> <p>    2.4. Calidad de la vivienda</p> <p>3. Calidad humana</p> <p>    3.1. Clima social</p> <p>    3.2. Formación de recursos humanos</p> <p>    3.3. Actores públicos</p>	<p> <ul style="list-style-type: none"> <li>⌘ Estética de construcciones: casas de chapa y madera, de material</li> <li>⌘ Espacios públicos: costanera, mirador El Ceferino, bajada Piccoto</li> <li>⌘ Morfología en damero e irregular, importante arbolado urbano</li> <li>⌘ Playa baja: médanos vivos y fijos. Acantilado: riesgo de desmoronamientos. Desembocadura</li> <li>⌘ Rutas: provincial pavimentada, camino de la costa consolidado</li> <li>⌘ Red de luz, gas, agua, telefónica. Ausencia de red cloacal</li> <li>⌘ Transporte: público de pasajeros</li> <li>⌘ Servicios al turista: oficina de informes, casino, restaurants, confiterías, pubs, hoteles, camping, casas (alquiler), proveedurías, capilla</li> <li>⌘ Los visitantes mencionan la escasez de baños públicos, limpieza, servicios al turista, lugares recreativos y hotelería</li> <li>⌘ Servicios sanitarios: sala de primeros auxilios</li> <li>⌘ Vivienda: "casillas" (buen estado), suntuosas en la costanera, chalets, casas modestas; la mayoría con jardines ornamentales</li> <li>⌘ Dualidad entre vida cotidiana caracterizada por: solidaridad, camaradería y familiaridad; y vida en temporada estival: mayor dinamismo por afluencia de turistas que altera la tranquilidad del lugar</li> <li>⌘ Educación: inicial, primaria y secundaria, orientación: cooperativismo-mutualismo (El Cóndor). Universidad Nacional del Comahue (Viedma), del SO Provincia de Buenos Aires (Patagones)</li> <li>⌘ Funcionarios públicos, Agencia de Desarrollo Microregional, fundaciones, empresas y agencias de turismo (Viedma-Patagones). Comunidad residente, actores públicos, visitantes (El Cóndor)</li> </ul> </p>
<p><b>Diversidad</b></p> <p>1. Atractivos</p> <p>    1.1. Naturales</p> <p>    1.2. Culturales</p> <p>    1.3. Inmateriales</p> <p>2. Productos</p>	<p> <ul style="list-style-type: none"> <li>⌘ El Pescadero en desembocadura del río Negro: pesca, embarcadero</li> <li>⌘ Playas bajas: Central e Intermedia (zonas balnearias y no balnearias), bajadas, microestadio, actividades playeras, deportivas, pesca, servicios de playa</li> <li>⌘ Acantilados: playas de extensión variable, afloramientos rocosos, bajadas, los acantilados protegen el sector de vientos del oeste</li> <li>⌘ Fiesta del acampante, lugares de esparcimiento (confiterías, casino), espectáculos, eventos deportivos</li> <li>⌘ La tranquilidad del lugar propicia el descanso</li> <li>⌘ Fabricación de artesanías con arcillas del acantilado</li> </ul> </p>
<p><b>Imagen</b></p> <p>1. Residente</p> <p>2. Turista</p> <p>3. Organismos públicos y privados</p> <p>4. Promoción publicitaria</p>	<p> <ul style="list-style-type: none"> <li>⌘ Lugar ideal para una vida familiar caracterizada por la tranquilidad y seguridad. Provisión de infraestructura y servicios básicos</li> <li>⌘ Sitio para tomar contacto con la naturaleza y realizar actividades de esparcimiento y descanso en familia y con amigos</li> <li>⌘ Lugar con potencialidades turísticas. Necesidad de implementar voluntades dispersas</li> <li>⌘ Publicidad oficial: folletos, informes. En Internet y medios gráficos: se promocionan variedad de atractivos, actividades, fiestas, accesibilidad; con fotos que destacan la belleza del lugar</li> </ul> </p>

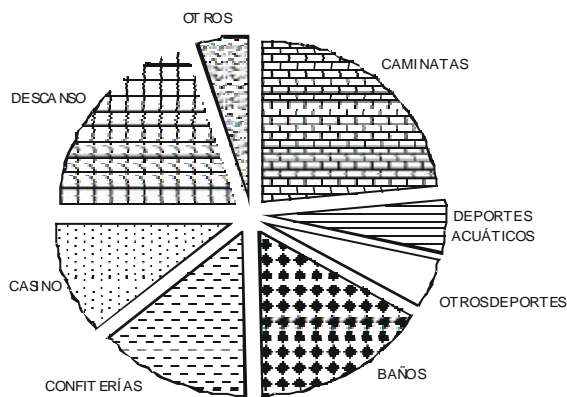


Figura 3: Características que le agradan



Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos de cuestionarios a visitantes, año 2002-2003.

Figura 4: Actividades que realizan los turistas



Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos de cuestionarios a visitantes, año 2002-2003.