

Abstract

En los últimos años la actividad turística en la Provincia del Neuquén se ha convertido en la segunda actividad económica ubicándose por debajo de la industria hidrocarburífera.

Ésta actividad resulta fundamental en cuanto a la actividad económica, ya que brinda una gran fuente de empleo local, tanto directo como indirecto. Además contribuye con la puesta en valor tanto de los diversos aspectos culturales y sociales que ofrece la provincia como los recursos naturales y las comunidades locales. Otro aspecto a favor que tiene esta actividad es que si se lleva a cabo de manera planificada y ordenada resulta amigable con el medio ambiente. Es decir que si trabajamos de manera sustentable obtendremos como resultado:

- **Generar una experiencia significativa y un alto grado de satisfacción para el turista;**
- **Fomentar en ellos la práctica turística sustentable;**
- **Lograr el entendimiento intercultural;**
- **Proponer la inclusión de las comunidades locales dentro de la actividad;**
- **Fomentar el crecimiento de las economías regionales;**
- **Proponer y generar mayores fuentes de empleo estable;**
- **Crear conciencia acerca de los recursos ambientales y sus cuidados tanto en el turista cómo en todos los actores que intervienen en la actividad, logrando la protección del patrimonio natural y cultural de cada destino.**

Introducción

En el siguiente proyecto proponemos cumplir con el primer desafío del Hackaton 2019, “Plataformas de comunicación de la oferta de servicios turísticos regionales”

Decidimos abordar esta temática ya que al ver los resultados de las encuestas que realizamos tanto al turista neuquino como aquellos que provienen de otras provincias, analizamos sus conocimientos y la información acerca de la inmensa oferta turística que ofrece la provincia, y notamos como denominador en común de las respuestas dadas, que en general hay una falta de conocimiento e información, siendo lo más mencionado y conocido por los mismos, destinos tales como San Martín de los Andes, Villa la Angostura y Junín, en primer lugar y luego en menor cantidad El Chocón y Villa Pehuenia. Como atractivos y actividades lo más mencionado fue la pesca, el Río Limay, el esquí y snowboard.

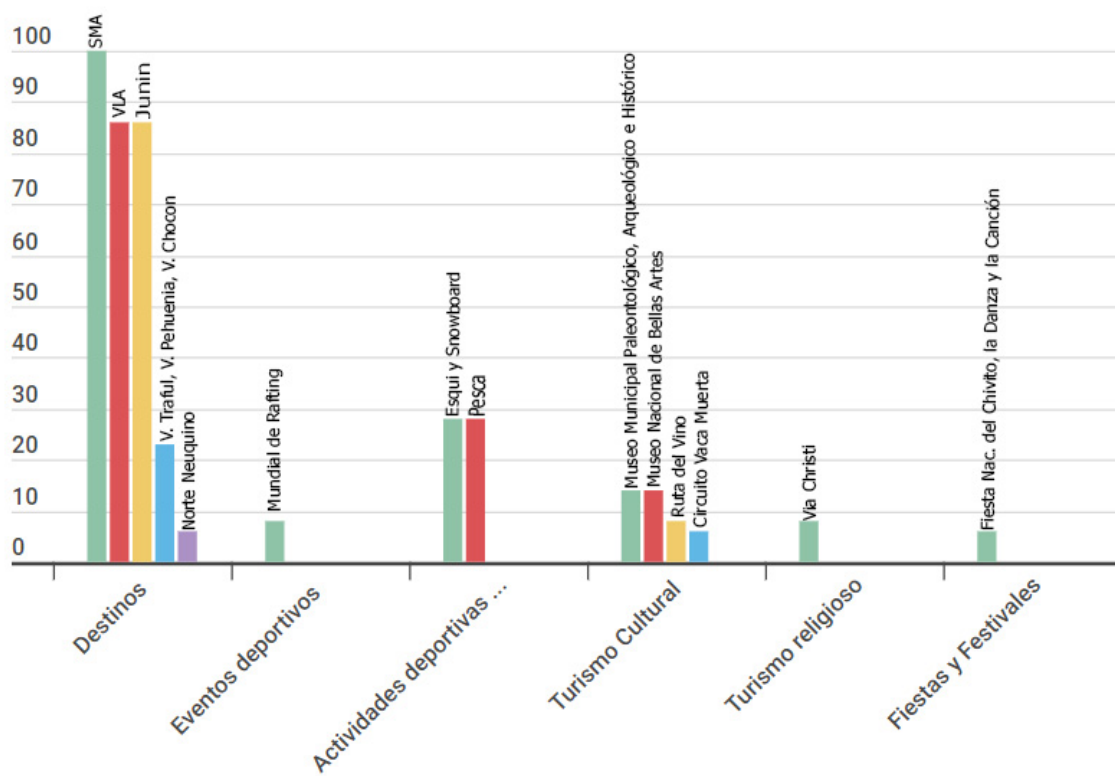
Luego de este análisis vimos la oportunidad de brindar una solución integral a la falta de promoción turística de toda la provincia, a la falta de conectividad y señalización vial, y a la puesta en valor de cada lugar. Decidimos trabajar con tres pilares fundamentales:

- CONECTIVIDAD E INFRAESTRUCTURA
- DESARROLLO DE INSTALACIONES TURÍSTICAS
- MARKETING Y PROMOCIÓN

El proyecto consiste en 5 hitos arquitectónicos funcionales a las necesidades de cada turista. Los mismos serán edificaciones innovadoras y sustentables emplazadas en puntos estratégicos de la provincia donde hay un gran flujo de turistas. Trabajaremos con energías renovables y tecnología inteligente. Además proponemos la alianza estratégica con productores locales en pos de fomentar el crecimiento de las economías regionales y la inclusión de las comunidades locales.

Análisis y Diagnóstico

Situación Actual:



En el gráfico arriba presentado, se muestran los resultados obtenidos en la encuesta, donde se entrevistaron 35 personas de entre 16 y 90 años de ambos sexos. Del total, 10 personas eran ciudadanos de la Provincia del Neuquén y el resto turistas que provenían de otras provincias argentinas. En el gráfico quedó expresado que el 100% de los encuestados conocían San Martín de los Andes, el 86% además del destino anteriormente mencionado conocían Villa la Angostura y Junín de los Andes. El 23% mencionó haber visitado y/o escuchado Villa Traful, V. el Chocón y V. Pehuenia. Y sólo el 2% nombró como destino el norte neuquino en general.

En cuanto a la oferta en términos de eventos y actividades deportivas, el 9% mencionó haber escuchado acerca del mundial de rafting, y el 29% conocía y/o habían practicado alguno de los siguientes deportes: esquí, snowboard y pesca en la provincia. En cuanto al ámbito cultural, en lo referido a museos, los más conocidos, por el 14% de la población encuestada, resultaron el Museo Municipal Paleontológico, Arqueológico e Histórico Ernesto Bachmann, y el Museo Nacional de Bellas Artes de Neuquén. Otros atractivos culturales mencionados, la ruta del vino, 8% y el circuito de Vaca Muerta conocido por el 6%. En lo que respecta al Turismo religioso lo más destacado de la provincia fue el Vía Christi emplazado en Junín de los Andes, visitado y/o mencionado por el 8%. Por último, la única festividad que mencionaron, el 6%, fue la Fiesta Nacional del Chivito, la Danza y la Canción en Chos Malal.

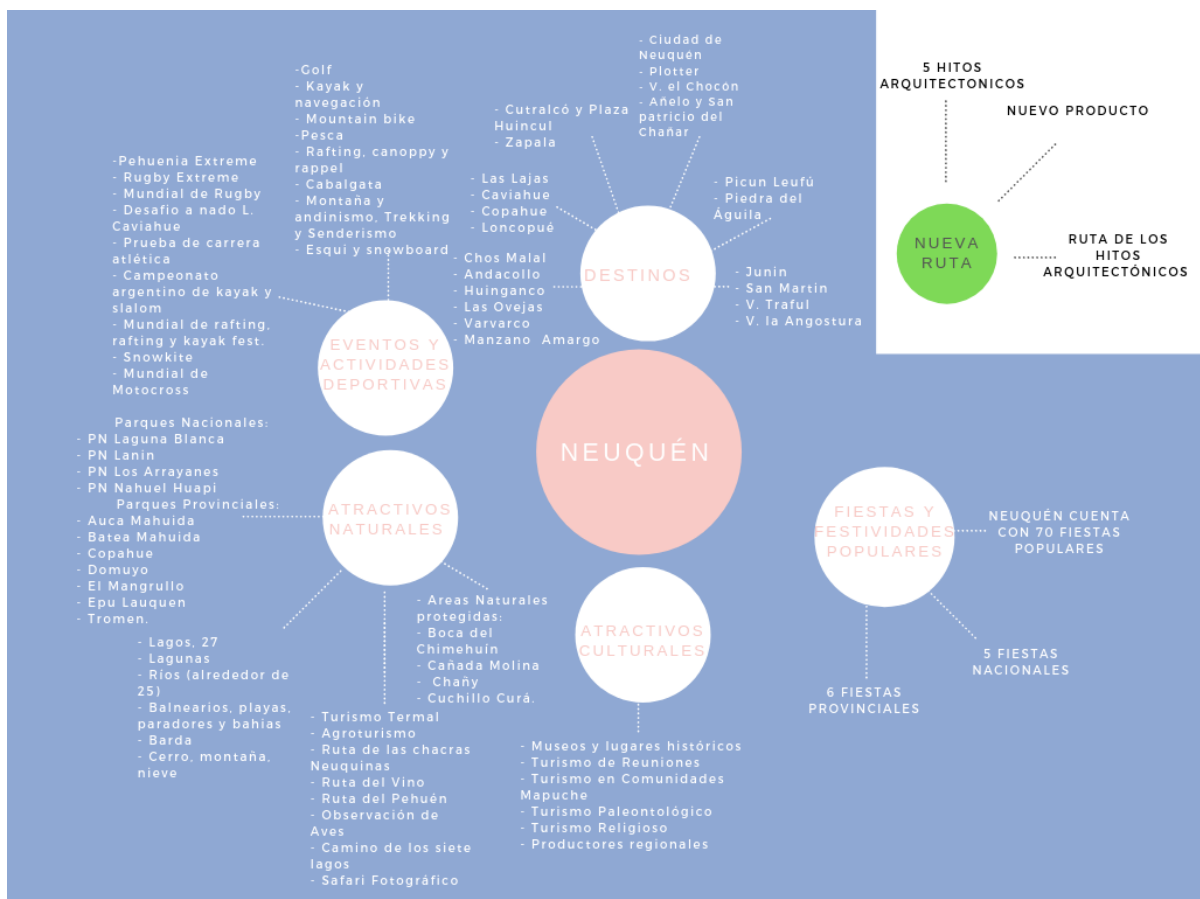
En el gráfico no mencionamos nada de los atractivos naturales ya que lo único que mencionaron fue el Rio Limay y en general el camino de los 7 lagos, pero no los nombraron uno por uno.

Otro aspecto fundamental que indicaron los encuestados, que no está relacionado a la oferta turística sin embargo resulta esencial a la hora de elegir un destino u otro, fue el tema de la falta de señalización vial en las rutas, la problemática de la conectividad en cuanto a la señal telefónica y al estado de algunas rutas. Por otro lado, pero no menos importante, haciendo referencia a la ciudad capital, dos cuestiones muy recurrentes: el hecho que en el aeropuerto no haya una oficina de información al turista; y la poca señalización de las oficinas de información al turista que están en el centro de la ciudad, la cual muchos turistas e incluso ciudadanos de la capital pasan por fuera y no las ven, en general como resultado de la encuesta, las personas no logran terminar de identificarlas.

Otra problemática que surgió a partir de los turistas que más habían transitado las rutas, fue el hecho de la desorganización de los puesteros a lo largo de las distintas rutas. También manifestaron la desorganización de los autos y trafics cuando estacionan en los miradores, entorpeciendo la belleza natural de cada paisaje.

Contexto actual:

En comparación al análisis expresado anteriormente, a continuación mostraremos un cuadro completo de la amplia oferta turística de la provincia. Además, separado del gráfico, agregaremos un nuevo producto que luego de finalizada todas las etapas del proyecto, podrá implementarse como nuevo producto a la oferta ya existente en la provincia. “LA RUTA DE LOS HITOS ARQUITECTÓNICOS”



Solución Integral a la problemática encontrada

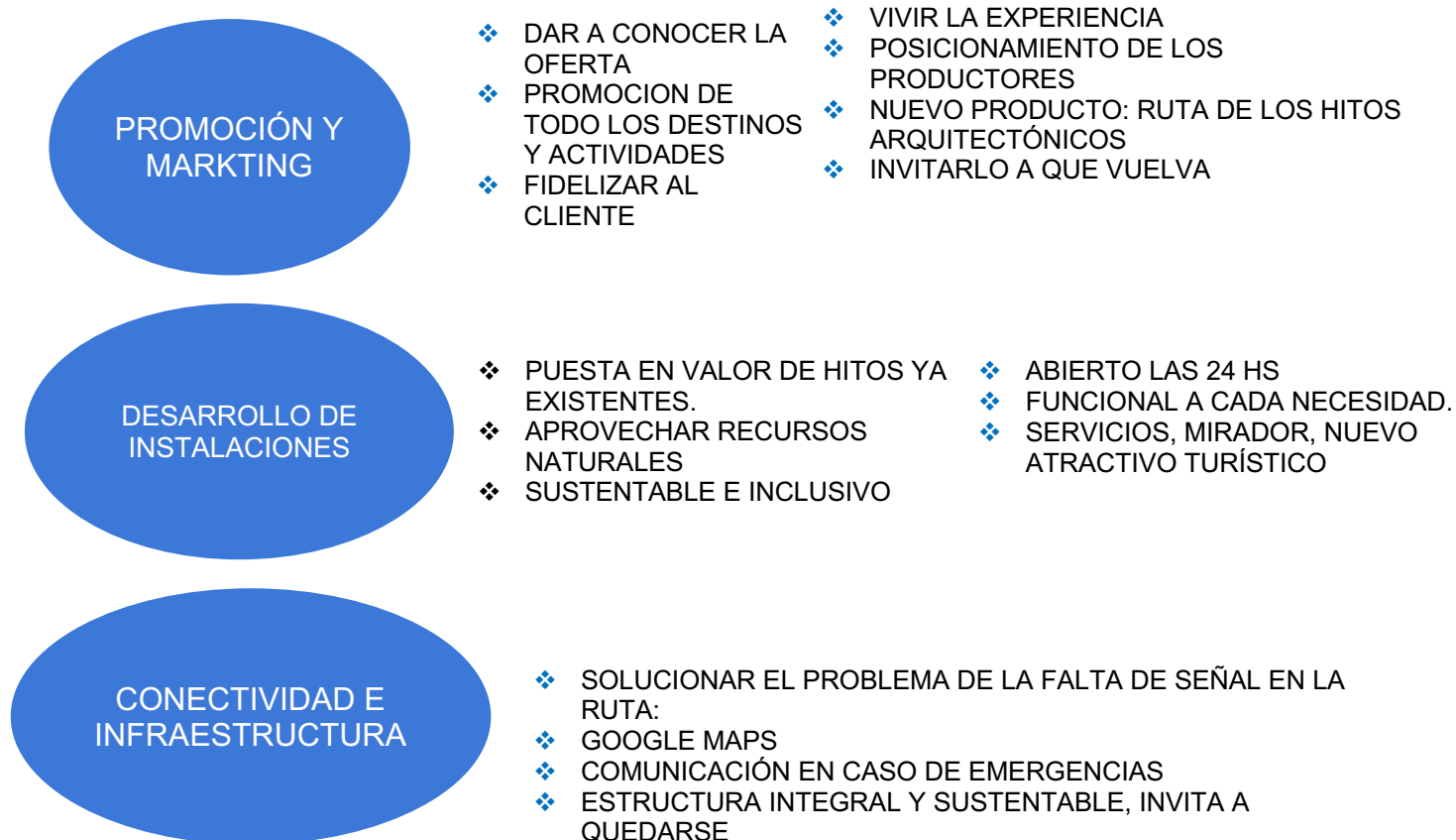
Como mencionamos anteriormente, vimos la oportunidad de brindar una solución integral a la falta de promoción turística de toda la provincia, a la falta de conectividad y señalización vial, y a la puesta en valor de cada lugar, por lo que trabajaremos con tres pilares fundamentales:

- CONECTIVIDAD E INFRAESTRUCTURA
- DESARROLLO DE INSTALACIONES TURÍSTICAS
- MARKETING Y PROMOCIÓN

Para ello proponemos la creación de 5 hitos arquitectónicos funcionales a las necesidades de cada turista, el objetivo de cada hito es brindarle al turista la mayor cantidad de servicios y soluciones. Además poder darle un valor agregado a su experiencia.

En el hito, además de disfrutar de las vistas panorámicas y sacar fotos, el turista podrá hacer uso de los sanitarios, cargar agua para el mate, si necesita en caso de emergencias, utilizar el teléfono ya sea para llamar a la grúa o a quien necesite. Haremos mayor hincapié en la promoción de toda la oferta del destino donde se emplaza el hito y sus alrededores. Para esto, el turista, tendrá la posibilidad de utilizar mapas interactivos para ver cuantos kilómetros faltan para su destino y podrá imprimir y llevárselos ya que es frecuente que en partes de la ruta no funcione el “Google maps”. Otro servicio fundamental será que los hitos tendrán tótems táctiles e inteligentes dónde el viajero podrá ver toda la oferta turística tanto de su destino como de las localidades aledañas, desde los atractivos naturales hasta las festividades y eventos deportivos que se llevan a cabo en el destino y destinos cercanos. Además, de ser necesario, podrá imprimir toda la información que necesite. Trabajaremos en conjunto con RTN para que puedan brindar material audiovisual, el cual estará exhibido en las pantallas del hito, lo que resultará fundamental para trabajar la fidelización del turista. A través de los videos, el turista podrá ver mejor en que consiste cada festividad o cada evento deportivo y sabiendo las fechas en que se realiza cada uno, le brindamos la invitación a que vuelva y viva esa experiencia que vió en el Hito arquitectónico. Cabe mencionar también que llevaremos a cabo un acuerdo colaborativo con los productores locales, para que ellos tengan este espacio de manera gratuita, y puedan dar a conocer y comercializar sus productos, a cambio tendrán que comprometerse a hacer el mantenimiento básico que demanda el hito, es decir, reposición de papel higiénico y limpieza de los sanitarios, reposición del carretel de impresión, control de entrada y salida de visitantes. Por otra parte, la idea es que los puesteros y productores locales puedan aprovechar ese espacio que le brinda el hito e instalarse allí de manera organizada, lo que también los ayudara a dar una mayor importancia a sus productos. Respecto a la seguridad de cada hito, presentará cámaras de seguridad por cualquier eventualidad. Dentro del hito, habrá una pequeña

pantallita donde cada visitante podrá responder una breve encuesta de calidad, y esa respuesta viajará automáticamente al Ministerio de Turismo y a la secretaria de turismo de los destinos más cercanos para hacer un control más efectivo y poder seguir mejorando. Además se trabajará coordinadamente con las secretarías de turismo de donde están emplazados los hitos, para que periódicamente puedan visitar los hitos y controlar que todos los procedimientos funcionen correctamente. Otra ventaja competitiva será que estarán abiertos las 24hs.



Geo localización de los Hitos Arquitectónicos:

Elegimos 5 puntos estratégicos de mayor tránsito de vehículos y turistas.

- 1) Puerta Chos Malal y Norte neuquino: empezaremos a trabajar con este hito ya que en el análisis que hicimos, el norte resultó ser lo menos conocido, por ende necesita mayor promoción y marketing para poder posicionar este destino. Este primer hito estará emplazado sobre la Ruta Nacional 40, donde actualmente se encuentra el hito de la RN 40, el mástil curvo, la vista panorámica del Río Neuquén y la Cordillera del Viento nevada. Elegimos específicamente este lugar, más allá de ser una de las principales entradas a la parte norte de la provincia, la idea también es darle un valor agregado y una mayor importancia al hito de la RN 40 ya existente. Además aprovechar la propuesta del Ministerio de Turismo, de la apertura de la nueva oficina de

turismo, que se pueda aprovechar y en su lugar emplazar este Hito Arquitectónico.

- 2) Ruta Nacional 237, en la bajada colorada entre Picún Leufú y Piedra del Águila, unos kilómetros antes de llegar al empalme con la Ruta 47. Elegimos este lugar ya que del otro lado de la ruta corre el Río Limay, y es un camino muy transitado ya que es el destino por excelencia de la pesca deportiva, además es la ruta de tránsito hacia los principales destinos turísticos del sur de la provincia.
- 3) El tercer hito con el que trabajaremos se encuentra sobre la RN 40, yendo hacia el norte, a unos kilómetros de la salida de las Lajas. Elegimos este punto ya que es una vértebra fundamental en cuanto a la conexión tanto con el norte neuquino como con otros destinos como Caviahue, Copahue y Loncopué y con el paso fronterizo de Pino Achado. Además de la puesta en valor de la vista panorámica del que Rio agrio que se podrá aprovechar desde ese punto.
- 4) Ruta Provincial 46: En la coyuntura de la RP 46 con la con la ruta 24, antes de llegar al empalme con la RP 23. El motivo de este hito es poder abastecer a los turistas y camioneros que vayan hacia Aluminé y Villa Peuhuenia, destinos con una gran desarrollo de eventos deportivo y fiestas populares, además de los atractivos naturales.
- 5) Centro de la Provincia: este hito estará emplazado unos kilómetros antes de llegar a Zapala, ya que es un paso obligado para todo aquel que se dirija al norte, al sur de la provincia, a los departamentos de Loncopué, Ñorquin y Aluminé, o al paso de Pino Achado. Además desde este hito, por cercanía con Cutral-có y Plaza Huincol, también contará con la oferta turística y hotelera de estos destinos.

Análisis FODA

Presupuesto y financiación