



Introducción

El presente trabajo se realiza en el marco del Trabajo Final de Graduación de la Licenciatura en Relaciones Públicas e Institucionales de la Universidad Empresarial Siglo 21, en el cual la organización abordada es el Refugio El Condorito. Este, es un refugio de montaña situado dentro del Parque Nacional Quebrada del Condorito, el cual desde hace 8 años se encuentra concesionado por La Granadilla (cuyos dueños, desde 1993 componen La Mayor SA).

Estancia Hotel La Granadilla existe desde 1967 y es una estancia de 800 hectáreas que se encuentra al pie de las sierras grandes en el Valle de Calamuchita, ubicada a 75 km al sudoeste de la ciudad de Córdoba, en la localidad de San Clemente y próxima al Parque Nacional Quebrada del Condorito.

Refugio El Condorito es una de las dos infraestructuras disponibles para pernoctar dentro del Parque Nacional y en él, se ofrece a los visitantes la posibilidad de vivir una experiencia diferente, con aventura y actividades recreativas como cabalgata, caminata, ciclismo, pesca con mosca, etc.

Debido a que Refugio El Condorito se encuentra en su etapa inicial de desarrollo, se pretende colaborar en su crecimiento aportando conocimientos desde las Relaciones Públicas e Institucionales (RPI), a fin de hacer más eficiente las comunicaciones que La Mayor SA lleve a cabo en relación al Refugio.

En una primera instancia del presente Trabajo Final de Graduación se encuentra la etapa de diagnóstico, la cual consiste en un análisis general de la organización y su entorno. Esta etapa parte de la base de un Marco de Referencia Institucional que abarca la temática del turismo, el Parque Nacional Quebrada del Condorito, la Estancia La Granadilla y el Refugio El Condorito propiamente dicho. A partir de allí, se lleva a cabo un Análisis del Sector, en el cual se releva información acerca de todos los Parques Nacionales de Argentina, y luego se realiza un Marco Teórico, en el que se definen los principales conceptos que guían la totalidad del trabajo.

La etapa de diagnóstico continúa con la recolección de los datos necesarios a través de la realización de entrevistas a socios de La Mayor SA, a guías turísticos (habilitados por el Parque Nacional) y a turistas que han tenido la experiencia de pernoctar en el Refugio.

Posteriormente, se aplica la técnica de la observación documental sobre los soportes de comunicación que utilizan lugares turísticos que tienen una propuesta





similar a la del Refugio El Condorito. Y finalmente, la etapa de diagnóstico concluye con el análisis y conclusiones de toda la información recabada.

En la siguiente etapa (de intervención), se intenta dar soluciones tentativas a los problemas comunicacionales detectados en la etapa anterior, con la creación de un Plan de Comunicación Externa para Refugio El Condorito guiado por una estrategia de comunicación general.

Este Plan consta de 4 programas, cada uno de ellos dirigido a públicos diferentes de la organización abordada, y compuesto a su vez por 2 ó 3 tácticas cada uno. En total se proponen 10 tácticas (cada una descripta detalladamente), y en ellas se plantea el uso de diversas herramientas de comunicación.

El Plan continúa con el cronograma anual (el cual incluye todas las actividades propuestas), luego con el presupuesto general del mismo y finalmente, se encuentran las conclusiones generales de todo el trabajo realizado.

ETAPA DE DIAGNÓSTICO

CAPÍTULO 1

PLANTEAMIENTO DEL TEMA



PLANTEAMIENTO DEL TEMA

En este primer capítulo, se presentan los puntos más importantes alrededor de los cuales se desarrolla este trabajo. Para iniciar, se expone el Tema en el cual se enmarca este estudio, así como también los Objetivos de Indagación que se intentan alcanzar durante el trabajo de campo y la Justificación general del trabajo.

Luego se presenta el Marco de Referencia Institucional, con información acerca del Refugio El Condorito; el Análisis del Sector, el cual brinda un panorama del contexto en el cual está inserta la organización, y finalmente el Análisis FODA, para determinar los puntos fuertes y débiles, tanto internos como externos, de la entidad.



Tema:

Comunicación Externa en Refugio El Condorito

Objetivos de Indagación

- *Objetivo General:*

Analizar y evaluar la gestión de la comunicación externa que realiza Refugio El Condorito hacia sus públicos reales.

- *Objetivos Específicos:*

1. Describir los canales de comunicación externa que se utilizan para llevar adelante la comunicación del Refugio El Condorito.
2. Conocer las acciones de comunicación externa que se llevan y han llevado a cabo en relación a la organización.
3. Evaluar la periodicidad con la que Refugio El Condorito se comunica con sus públicos reales.
4. Evaluar el mensaje que se pretende transmitir desde la organización.
5. Determinar los canales de comunicación que utiliza el público real de la organización y su frecuencia de uso.
6. Analizar la comunicación externa que llevan a cabo organizaciones con características similares a las del Refugio El Condorito a través de Internet.

Justificación

Uno de los objetivos más importantes de las Relaciones Públicas e Institucionales (RPI) es definir una estrategia, planificar e implementar acciones de comunicación ayudando a las instituciones a alcanzar sus fines organizacionales. Las RPI se dirigen a todos los públicos con los que una entidad se vincula, llevan a cabo acciones que generen una opinión favorable de cada uno de ellos y contribuye a la existencia de relaciones duraderas en el tiempo (ya sea con otras organizaciones, socios, proveedores, clientes-consumidores, etc).

La sociedad globalizada y mediatizada de la actualidad requiere que las organizaciones que la constituyen, incluidas las del sector turístico, no sean sólo un mero actor económico, sino que se conviertan en actores sociales que se relacionen constantemente con el entorno en el que están inmersas. En este contexto, es imprescindible que los profesionales de RPI sirvan de intermediarios entre la institución y sus públicos (tanto internos como externos), generando estrategias de comunicación que apoyen a los objetivos organizacionales de la misma.

Externamente, la comunicación beneficia a la empresa al momento de formar y fortalecer los vínculos con otras organizaciones, socios, clientes, proveedores, etc., para transmitir un mensaje unívoco, en el momento apropiado y por el canal más adecuado, alcanzando así, una comunicación más precisa. Es en esta comunicación hacia fuera en la que la organización logra el desarrollo de sus funciones y conforma su imagen, producto de la calidad de la relación que se establece con sus públicos externos.

La gran relevancia que actualmente tiene el turismo, ha propiciado que la mayoría de los países intenten incrementar su participación en el mismo, potenciando los destinos actualmente existentes, implementando nuevas actividades dentro de ellos y creando también nuevos destinos. Pero para ello, resulta fundamental la existencia de una estrategia de comunicación desde las propias organizaciones turísticas.

La comunicación implementada por las entidades pertenecientes a este rubro, permite que los turistas descubran nuevos lugares y atracciones diversas estimulando su interés en ellos. Además, contribuye también a enriquecer la imagen que los visitantes tienen de los destinos turísticos, lo que conduce a una actitud más favorable para luego regresar a los lugares visitados. A su vez, con un mayor conocimiento de la oferta turística y elevada satisfacción durante su estadía, los turistas pueden trasladar a sus



allegados su experiencia vivida, ejerciendo así una gran influencia sobre estas personas en la elección de sus propios destinos turísticos.

Entonces, teniendo en cuenta los efectos que desde las RPI pueden alcanzarse, considerando la importancia del turismo en el desarrollo económico y conociendo la incontable demanda y variada oferta existente en esta industria de los viajes, se ve la necesidad de implementar acciones de comunicación tendientes a alcanzar los objetivos organizacionales, buscando siempre el valor agregado que la distingue de la competencia para lograr posicionarse en el mercado, enviando mensajes al público-objetivo por el canal más adecuado y para satisfacer las expectativas de quienes disfrutan de la actividad turística.

Para finalizar, resaltando nuevamente la importancia de las Relaciones Públicas e Institucionales, considerando la gran cantidad de Parques Nacionales existentes en la Argentina y sabiendo que millones de personas los eligen como destino turístico, es indispensable que los socios de La Mayor implementen un plan de comunicación externa para Refugio El Condorito; para que se percibido como una alternativa turística con actividades de aventura diversas, generar lazos con sus públicos externos, una opinión favorable de su parte, entablar relaciones a largo plazo con ellos y alcanzar finalmente una imagen positiva de dicha unidad de negocio.

Marco de Referencia Institucional

- *Turismo*

Millones de personas de diferentes lugares del mundo participan hoy por hoy del mercado de los viajes. El Artículo n°3 del Estatuto de la Organización Mundial del Turismo (OMT) determina como objetivo fundamental la “promoción y desarrollo del turismo con vistas a contribuir al desarrollo económico, la comprensión internacional, la paz, la prosperidad y el respeto universal (...)” (1970).

En Argentina, actualmente el turismo es considerado como la cuarta industria más importante. Incluso la Ley Nacional de Turismo (Ley n° 25.997) establece en su Artículo 1° “Declárase de interés nacional al turismo como actividad socioeconómica, estratégica y esencial para el desarrollo del país. La actividad turística resulta prioritaria dentro de las políticas de Estado” (2005).

Por otro lado, el turismo ha ido modificando su concepto. Al principio, se lo caracterizó como una necesidad, y luego pasó a considerárselo como “actividad, recreación y valorización de las costumbres...”¹.

Como lo expresó Wilson Rabahy (2010), hasta hace unas décadas la gran preocupación de muchos países de occidente era aumentar la producción de bienes materiales. Sin embargo esta concepción ha ido cambiando ya que el tiempo libre pasó a ser muy valorado, dando lugar así a la política del bienestar. “El turismo es una de las actividades que integran esa política de valoración del bien-estar, que debe incorporar la conservación de los recursos naturales y del patrimonio socio-cultural, así como la mejor capacitación de los recursos humanos”².

Además, es importante tener en cuenta según Ricardo Roza (2011), presidente de la Asociación Argentina de Agencias de Viajes y Turismo, que: "El consumidor de turismo interno está cambiando los gustos y se usa tomar unas vacaciones concentradas, de menos días, pero con actividad más intensa..."³.

En el año 1999, se sancionó y promulgó la ley n° 8801 (Ley de Turismo Alternativo), a través de la cual se crea el Registro Provincial de Prestadores del Turismo Alternativo (el cual depende de la Secretaría de Turismo de la Provincia de Córdoba).

¹ <http://ximrrpp.blogspot.com/2010/04/rpp-turismo.html>

² cit en publicación de Guillermo J Pedrotti - <http://publicometa.info/?p=1261>

³ cit en publicación <http://www.lineacapital.com.ar/?nota=244>

Según el Artículo 2º de dicha ley “Se reconocen como modalidades del Turismo Alternativo las siguientes: Ecoturismo, Turismo de Aventura, Turismo Rural, Turismo Cultural (...) y las que en el futuro se reconozcan como tales”. Al mismo tiempo, en el siguiente Artículo especifica cuáles son las actividades que se reconocen como Actividades del Turismo Alternativo; entre ellas se encuentran: cabalgatas, caminatas de hasta segundo grado, cicloturismo, observación de flora y fauna, etc.

Más tarde, en el año 2002, dicha ley se reglamentó a través del Decreto 818/02 (Decreto Reglamentario de la Ley de Turismo Alternativo) en el que se entiende por Turismo Alternativo al conjunto de formas de ejercicio del turismo, que se encuentran motivadas principalmente por la intención de realizar actividades recreativas, educativas, deportivas o análogas, respetando normas o reglas que garantizan relaciones armónicas entre los intereses personales y la protección del patrimonio natural y cultural”.

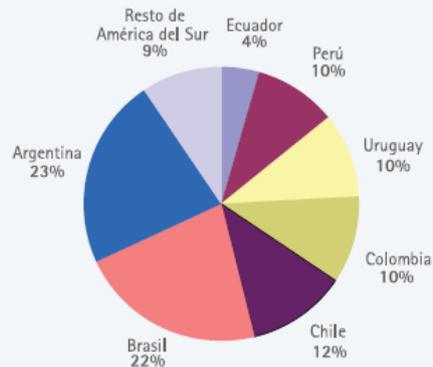
Todas las reglamentaciones referidas al turismo, se encuentran acordes al Código de Ética Mundial para el Turismo (2001), el cual obliga a los agentes del desarrollo turístico a “salvaguardar el medio ambiente y los recursos naturales, en la perspectiva de un crecimiento económico saneado, constante y sostenible (...)”. Además, indica que “Se concebirá la infraestructura y se programarán las actividades turísticas de forma que se proteja el patrimonio natural que constituyen los ecosistemas y la diversidad biológica, y que se preserven las especies en peligro de la fauna y de la flora silvestre”.

Con todo lo anteriormente dicho, podemos afirmar que Refugio el Condorito se enmarca dentro del turismo alternativo y conforme al Código Ético, ya que se encuentra dentro de un Parque Nacional (el cual es considerado patrimonio natural). Además, es indudable que existen las normativas necesarias que regulan las distintas actividades turísticas. Claramente el turismo se ha convertido en una realidad social, cultural y política de gran trascendencia para toda la comunidad, y es innegable que influye considerablemente en el desarrollo económico de un país.

Puntualmente, Argentina se encuentra muy bien posicionada dentro de esta industria, ya que por ejemplo, en el año 2010, según el Plan Federal Estratégico de

Turismo Sustentable⁴ nuestro país, con el 23%, fue el país de América del Sur que más turistas internacionales recibió.

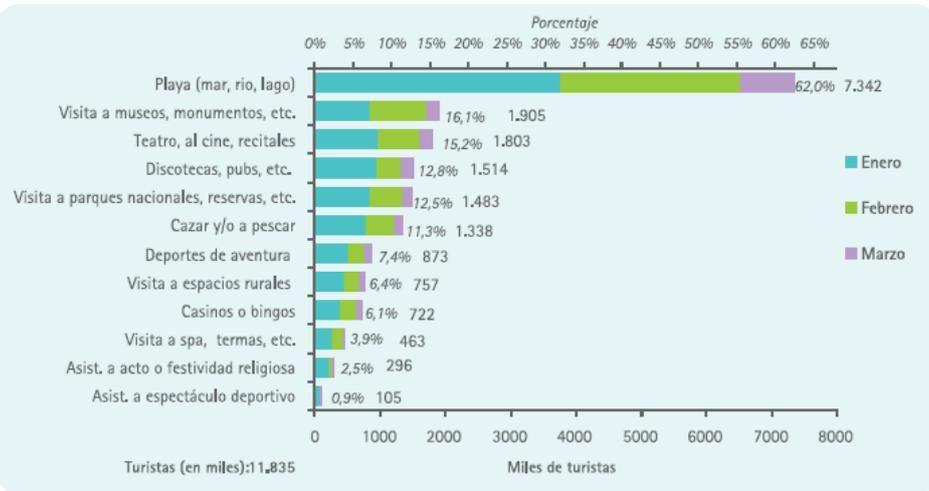
Distribución de las llegadas internacionales a América del Sur en el año 2010.



Fuente: Ministerio de Turismo sobre la base de los datos publicados por la OMT en junio de 2011.

Son varios los motivos por los cuales las personas deciden viajar...viajes de trabajo o profesionales, visita a familiares, amigos, etc; pero la gran mayoría viaja por ocio, y es aquí donde existe una gran diversidad de opciones y actividades para realizar.

Turistas con destino principal en Argentina. Realización de actividades turísticas según mes. Primer trimestre de 2011. En cantidad de turistas y porcentaje.



⁴ <http://desarrolloturistico.gob.ar/estadistica/anuarios-estadisticos>

Según el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable, en el primer trimestre de 2011, lo más visitado fueron las playas (ya sea de mar, río o lagos). Con una gran diferencia, también hubo muchos turistas que eligieron los museos, teatros y cines; en una 4ª posición encuentran las discotecas y en 5º lugar, fueron visitados los Parques Nacionales y reservas naturales. Por lo cual, como se observa en el gráfico anterior, podemos afirmar que los espacios naturales son elegidos por gran cantidad de personas como destino turístico.

Asimismo, las visitas a Parques Nacionales han ido incrementándose con el correr de los años. El Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable indica que, en el año 2010, los Parques Nacionales tuvieron un crecimiento del 16,5% de visitantes en relación con el 2009. El total fue de 3.096.011 visitas, de las cuales se observó un 66,4% de residentes en el país y el resto fueron turistas extranjeros.

En síntesis, podemos afirmar que el turismo es una de las grandes industrias de Argentina y se le ha dado cada vez más importancia, por lo que existen todas las leyes y estatutos correspondientes para regular su funcionamiento.

Por otro lado, existen diferentes actividades y destinos turísticos que las personas pueden elegir para disfrutar sus días de ocio, y dentro de ellos se encuentran las visitas a Parques Nacionales; Y como hemos observado, los PN han aumentado notablemente sus visitas año tras año.

En los próximos párrafos se detallará más sobre el PN que nos compete en el presente trabajo, el Parque Nacional Quebrada del Condorito.

- *Parque Nacional Quebrada del Condorito*

La ley n° 22.351 de Parques Nacionales de la Argentina (1980), establece en su Artículo n°1 que:

Podrán declararse Parque Nacional, Monumento Natural o Reserva Nacional, las áreas del territorio de la República que por sus extraordinarias bellezas o riquezas en flora y fauna autóctona o en razón de un interés científico determinado, deban ser protegidas y conservadas para investigaciones científicas, educación y goce de las presentes y futuras generaciones (...)

El capítulo 2 de dicha ley, explicita que se considerarán como Parques Nacionales aquellas “áreas a conservar en su estado natural que (...) tengan gran atractivo en bellezas escénicas o interés científico, las que serán mantenidas sin otras alteraciones que las necesarias para asegurar su control, la atención del visitante (...)”.

Existen actualmente más de 30 Parques Nacionales distribuidos en distintos puntos del país, y es importante destacar que

Son uno de los grandes destinos que eligen los visitantes, tanto nacionales como internacionales. El crecimiento anual ronda el 20 por ciento, lo que representa unas tres millones de personas que optan por conocer las áreas naturales y protegidas que ofrece el país (...) lo que ubica a las áreas naturales y protegidas entre los grandes destinos turísticos⁵.

En particular, el Parque Nacional Quebrada del Condorito (PNQC), fue creado el 28 de noviembre de 1996, por Ley Nacional N° 24.749, con el objetivo de “Conservar la diversidad natural y cultural del Parque Nacional Quebrada del Condorito y Reserva Nacional, propiciando el desarrollo sustentable de actividades antrópicas adecuadas a cada una de las zonas de conservación del área”.⁶ El área protegida está integrada por 154.875 has. de las cuales “117.531 has. pertenecen a la Reserva Hídrica Provincial de Achala y 37.344 has. están bajo la categoría de Parque Nacional”⁷.

⁵ <http://www.lineacapital.com.ar/?nota=198> (2010)

⁶ <http://www.condoritoapn.com.ar/informacion-general/objetivos-de-creacion/> (2010)

⁷ http://www.parquesnacionales.gov.ar/03_ap/31_qcondorito_PN/31_qcondorito_PN.htm (2010)



Este Parque Nacional, de casi 40.000 has, se encuentra bajo el dominio y jurisdicción de la Administración de Parques Nacionales, responsable del manejo y administración del área, por intermedio de la Intendencia del Parque Nacional Quebrada del Condorito y protegido por la Ley de Parques Nacionales 22.351.

Está ubicado al oeste de la Provincia de Córdoba, en los Departamentos Punilla, Santa María y San Alberto, y comprende parte de las quebradas del Cordón de las Sierras Grandes y la altiplanicie de Pampa de Achala (la cual se encuentra entre los 1.900 y 2.300 metros de altura).

El clima de la zona es templado-frío, con una temperatura media anual de aproximadamente 8° C, y con mínimas de hasta -15° C. Las lluvias caen principalmente entre octubre y abril, mientras que en el invierno suelen ocurrir algunas nevadas. También son frecuentes las nieblas y neblinas, que constituyen un aporte adicional de agua.

Consecuentemente a este tipo de clima, las características físicas del territorio promueven una gran heterogeneidad de formas y ambientes diferentes (pampas y quebradas) y favorecen el desarrollo de una alta diversidad biológica, lo cual hace aún más atractivo el paisaje.

Respecto a las actividades que se pueden realizar en el PNQC, entre ellas se encuentran: trekking-senderismo, avistaje de cóndores, ciclismo de montaña, observación de flora de la zona y pesca deportiva, entre otros.

También se puede acampar, pero sólo en las áreas habilitadas. En el ingreso al Parque se confecciona el permiso y registro de acampe, para garantizar la seguridad de los visitantes ante cualquier inconveniente.

Por último, se pueden realizar cabalgatas y caminatas desde la localidad de San Clemente hasta el Balcón Sur de la Quebrada del Condorito. Estas últimas actividades son organizadas por Estancia La Granadilla, ofreciendo además, la posibilidad de pernoctar en uno de los refugios que se encuentran allí en el Parque.



- *Estancia La Granadilla*

El paraje La Granadilla existe desde finales del siglo XIX y ha brindado servicios de hotelería de estancia desde 1935. Desde los años 60 pertenece a la familia Inaudi Bonadero y son ellos mismos quienes llevan adelante esta empresa familiar, y junto a su personal, reciben a los huéspedes que los visitan. En el año 1993 se constituyó legalmente la empresa, conformándose La Mayor SA, con 7 socios: la madre de la familia (socia mayoritaria) y sus 6 hijos.

Estancia La Granadilla es una estancia de 800 hectáreas de paisajes serranos, valles y ríos, que se encuentra al pie de las sierras grandes en el Valle de Calamuchita, a 1200 mts sobre el nivel del mar y ubicada a 75 km al sudoeste de la ciudad de Córdoba, en la localidad de San Clemente y próxima al Parque Nacional Quebrada del Condorito.⁸

El casco de la estancia está ubicado al pie de la montaña, en medio de un bosque forestado en 1920. ***La Granadilla*** consta de departamentos y chalets distribuidos en un gran parque. Cada sector cuenta con su propio estilo de decoración y un nombre que lo define e identifica: La Casona, La Galería, Casa de Piedra, Chalet del Alto, La Isla y El Balcón.

La Granadilla ofrece múltiples entretenimientos y actividades recreativas para los amantes de la naturaleza, la pesca y el montañismo. Se realizan también actividades de campo en familia, tales como arreo, ordeño, yerra, trekking, cabalgatas, avistaje de aves, actividades con animales de granja, frutales y hierbas aromáticas, participación en el amasado de pan y elaboración de dulces, entre otras.

Esta Estancia cuenta con dos perfiles de clientes claramente diferenciados: familias con niños en temporada alta y fines de semana; y convenciones, grupos de afinidad y eventos empresariales y sociales el resto del año.

Desde el mes de marzo hasta diciembre, La Granadilla ofrece sus instalaciones para la realización de eventos empresariales con total privacidad y exclusividad. Todas las actividades que se realizan durante el evento, ya sean de capacitación, integración u otro tipo de encuentros, se desarrollan en el mismo predio de la estancia.

⁸ <http://www.lagranadilla.com.ar/index.html> (2010)

Algunos de sus clientes para estos eventos, han sido: Coca-Cola, Arcor, Quilmas, Tarjeta Naranja, Disco, Carrefour SA, La Voz del Interior, Cablevision, Peugeot, Intel, Junior Achievement, entre otros.

Además de Estancia La Granadilla, La Mayor SA comenzó hace casi 10 años un proyecto para llevar adelante distintas actividades en Refugio El Condorito (el cual se encuentra dentro del predio del Parque Nacional El Condorito). Esta unidad de negocios aún se está desarrollando, pero claramente tiene mucho potencial del cual sacar provecho.





- *Refugio El Condorito*

Refugio El Condorito es la única construcción dentro del Parque Nacional El Condorito que se encuentra en la actualidad totalmente equipada y en condiciones para su uso. El mismo está concesionado por La Mayor SA desde el año 2003, y fueron ellos quienes realizaron las refacciones pertinentes para dejarlo preparado para su utilización (ya que hasta ese momento, la infraestructura se encontraba abandonada). Desde que La Mayor SA consiguió la concesión del Refugio, La Granadilla se convirtió en operador de Parque Nacional El Condorito.

Cabe destacar que Refugio El Condorito es un proyecto que aún está en desarrollo, pero claramente La Mayor SA ve un gran potencial en esta unidad de negocio. También es importante tener en cuenta que todo lo que se quiere llevar adelante respecto a este emprendimiento, necesita previa autorización del Parque Nacional (ya que deben ser actividades y programas que no generen impacto ambiental en la zona).

Este Refugio se encuentra disponible durante todo el año, exceptuando los meses de julio y agosto, en los cuales el pernocte en el Refugio se ve impedido por los frecuentes vientos y por las bajas temperaturas (ya que se encuentra a 2000 metros sobre el nivel del mar).

Existe también otro Refugio dentro del Parque, Refugio Gimenez, pero el mismo no se encuentra en condiciones adecuadas, y sólo lo utilizan quienes acampan en la zona, como reparo cuando las condiciones climáticas no son óptimas.

El proyecto que los socios de La Mayor idearon al solicitar la concesión del Refugio El Condorito, se basó en una serie de actividades y programas para que grupos de entre 15 y 30 personas puedan vivir una experiencia diferente dentro del Parque.

Es atractivo para quienes están interesados en la geología, fitología y zoología de la zona. Pero el perfil de los visitantes no es sólo ese...Las cabalgatas y demás actividades recreativas desde San Clemente hasta el Refugio, atraen también a quienes disfrutan de la aventura. Las caminatas que se organizan, están diseñadas por diferentes senderos para que grupos de diversas edades puedan disfrutar de un paisaje serrano y vivenciar un fin de semana dentro del Parque, en el Refugio y visitando la Quebrada del Condorito desde los dos Balcones (Balcón Norte y Sur, los cuales se encuentran conectados por una pasarela instalada sobre el río).





Todas las excursiones, servicios (incluyendo servicio de comida) y actividades que se ofrecen en el Refugio, tienen una duración estimativa de 1 y 3 noches. Igualmente todo puede adaptarse en función de la demanda y el interés de los visitantes, pero siempre es necesaria la presencia de un guía especializado (habilitado por el Parque) cada 15 personas.

Existen sólo algunas alternativas de transporte para llegar al Refugio. Las posibilidades son: caminatas guiadas, caminatas individuales (por senderos bien marcados), a caballo o mediante vehículos habilitados.

En función del tiempo de alojamiento y los gustos de los visitantes, las principales actividades que pueden llevarse a cabo estando allí varían entre caminatas y cabalgatas por senderos habilitados por el Parque Nacional (La Granadilla tiene el permiso para realizar 1 cabalgata por semana con no más de 15 caballos), pesca con mosca, ciclismo de montaña, avistaje de aves, observación de flora y fauna, pernocte en el Refugio, observación astronómica nocturna y demás actividades recreativas. Se prevé además, la posibilidad de hacer canoping y rapel en un futuro (con la previa realización de trámites que se requieran para lograr la habilitación del Parque).

Refugio El Condorito está equipado para que los visitantes se sientan cómodos en su estadía. El mismo ha sido restaurado al comienzo del proyecto y se planea llevar adelante otra refacción en 2013. Además, se realizan acciones de mantenimiento y acondicionamiento cada vez que se concretan actividades para un determinado grupo.

Existe también la posibilidad de pernoctar realizando un campamento en carpas ubicadas cerca del Refugio y en otras áreas habilitadas por el Parque Nacional El Condorito.

Desde que La Granadilla es operador del PNQC, el Refugio se ha utilizado unas 20 veces aproximadamente. Igualmente, el programa de actividades y todo el proyecto del Refugio El Condorito en su conjunto, está en su etapa inicial de desarrollo y aún no es una unidad de negocio consolidada.





Análisis del Sector: Relevamiento de Parques Nacionales

El siguiente cuadro detalla las características más importantes de todos los Parques Nacionales de Argentina, con la totalidad de la información extraída en 2011 del sitio web de Administración de Parques Nacionales (www.parquesnacionales.gov.ar).

CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE LOS PARQUES NACIONALES DE ARGENTINA					
PARQUES NACIONALES	ÁREA PROTEGIDA	INFORMACIÓN GENERAL	ÉPOCA PARA VISITAR	RECURSOS NATURALES / AVES	PASEOS Y SERVICIOS
HOROESTI					
P.N. Baritú	Ecorregión selva de Lar Yungarazelva de montaña del noreste argentino. Clima cálido húmedo a subhúmedo, con lluvias estival de entre 900 y 1300 mm.	Creada en 1974. Limitada por cordones montañosos de más de 2.000 metros de altura. Muy difícil acceso. Extensión de 72.000 hectáreas, ubicada dentro del Departamento de Santa Victoria, al norte de la provincia de Salta.	La época más propicia para visitar el Parque Nacional va desde junio hasta principios de octubre.	Flora: cedrillo, aliso, etc. Fauna: varias especies en extinción. <i>Aves características:</i> mirlo de agua, yapó, porcedor grande, murciélago, loraz, tucozor, urraca, halconar, tijereta, patar y garzar. Cabe resaltar también la presencia del águila puma.	Caminatas: A "Tomar del Coyatal" (dar harar). A "Campa Grande" (duración mínima de la excursión: siete harar). A cuatro harar aproximadamente del Río Lipón se llega al pabellón "Baritú", un singular paraje enclavado en un páiraje único que ofrece una serie de caminos para dar a tres harar de duración (Anzarca del Baritú, El Cedrillo y las helochas gigantes). Cabalgatas: <i>Sigue la actividad en un páiraje único de un páiraje único para efectuar alguna carrera por las alrededores, tanto en Lipón como en Baritú.</i>
P.N. Capa	Ecorregión chaco seco. El clima es subtropical cálido, con temperaturas máximas absolutas para el continente. Las precipitaciones son estivales y varían entre 500 y 700 mm.	Ubicada en el noreste de la provincia de Santiago del Estero, en el Departamento Capa, en el centro del chaco argentino. Superficie de 116.250 hectáreas. Creada en el 2000 a través de la Ley Nacional 25.366.	NO INDICA	Flora: característica: quebracho colorado santiagueño. Fauna: yaguaroté, ara hormiguera grande, el totó carreta, el chancha quilomera y el tamandú o ara molera. <i>Aves características:</i> la ara hablador. Se encuentran raros de Totó Carreta, Ara Bandera, tres especies de pecaríes y chancharillo, águila caranada, etc.	Por ser un parque de reciente creación, Capa cuenta con una infraestructura incipiente, para ciertos parajes en donde la avifauna puede alojarse. La sede de la Administración de Parques Nacionales se encuentra en construcción en la localidad de Pampa de las Guasacas.
P.N. Campo de las Alizas	Ecorregión alta andor, se caracteriza por un clima frío y con nieves permanentes. Las lluvias de la ecorregión varían entre las 100 a 200 mm y surgen raras orográficas y de incipiente evaluación.	Este Parque Nacional se encuentra en el Departamento de Chichiquita, en la Provincia de Tucumán y ocupa una superficie aproximada de 18.000 hectáreas. Fue creada en 1995 por ley 24.526.	Se recomienda visitar las montañas nevadas, las intemperadas lluvias con gran frecuencia el invierno y las nevadas. El parque se encuentra abierto las 24 horas.	Flora: laurel, nopal, harca muelle, tala de selva, tabaquilla, cachucha, cañabrava, pino del corra, aliso del corra, paucay y amancay, helocha daradilla macha, junca, palvia blanca, yareta, yaretillar, lupinar. Fauna: quila puneña, mantorita serrana, porcedor grande, rata andina, aculta o tuca-tuca, quonaca, puma, taruca o huemul del narte, acolote, gata mantá y el arita lavador.	Debida a la reciente creación de este Parque, no cuenta aún con las servicios requeridos para la atención de los visitantes. Se recomienda solicitar información en la Intendencia del Parque. Dentro del parque hay un refugio de montaña, en ciertos lugares, se permite el campamento (imprescindible contar con autorización). Hay tres circuitos organizados para el visitante, pero en condición previa a cualquier recorrido dar aviso al guardaparque para ser requerido. Las recorridos son: La Morada, La Carcoda y Las ruinas arqueológicas de Ciudadita y Pueblo Viejo.
P.N. Galilego	Pertenece a las ecorregiones selva de Lar Yungar a selva de montaña del noreste argentino y puna, cuyo clima es cálido húmedo a subhúmedo, con lluvias estival de entre 900 y 1300 mm.	Se encuentra ubicada en el sudoeste de la provincia de Jujuy, en el departamento de Ledesma. Fue creada en 1979 para resguardar un sector representativo de Lar Yungar, y para proteger las nacientes de las arroyos de esta sierra. Con una superficie de 76.520 hectáreas, constituye el Parque Nacional más extenso del noreste argentino.	NO INDICA	Fauna: rubiribón yaguaroté, tapirón, labitar de río y murciélago. Entre las aves se encuentran el acutí raja y el tuca-tuca yunqueno. En las partes altas de altura habita la taruca o huemul del narte. La avifauna está compuesta aproximadamente por 400 especies. Se destacan el tucaño grande, la pava de monte alirera, el jato real, el batará gigante, el burbuja, y varias especies de picaflores y pájaros carpinteros.	Este Parque Nacional brinda la posibilidad de acceder caminando a las Corras Amarilla y Hermosa. También, realizando una travesía de varios días, puede llegarse desde esta región hasta la Quebrada de Humahuaca. Cuenta con un Campamento Aguas Negras que cuenta con parcelas con faenas, sanitarios con agua corriente y en las períodos de alta afluencia turística, posee servicios de proveduría. - Senderos disponibles: Sendero Intercultural Guaraní "Nuestra Selva", Sendero La Herradura, Mirador del Río San Lorenzo, Sendero a la Lagunita, Sendero El Negro. - Ciclismo: existe un servicio de excursiones para quedar en bicicleta, que realizan distintos recorridos por senderos del parque. Para contratar el servicio, comuníquese con la Intendencia del Parque.
P.N. El Rey	Las ambientes que protegen pertenecen a las ecorregiones selva de montaña y yungar del noreste argentino y chaco seco. El clima es subtropical cálido. Las precipitaciones son estivales y varían entre 500 y 700 mm.	El área protegida abarca una superficie de 41.162 hectáreas en la provincia de Salta. Fue creada en el año 1978.	La mejor época para visitar el área es entre mayo y noviembre.	Flora: se pueden encontrar, entre las 750 y 2.000 metros sobre el nivel del mar, cinco pisos de vegetación. Fauna: importante número de especies de animales. A la fauna representativa de Lar Yungar se suman especies chacoñas como la chuña de patar rajar, la charata y la pava de monte común, y también carzular pardar, pecaríes y tapirón. También es posible encontrar animales como el zarro de monte y el puma.	Hay un sitio de campamento organizado ubicada en las cercanías del Centro Operativo, que cuenta con faenas, agua potable y sanitarios. Existen varias senderos y caminos para explorar las diferentes ambientes: Laguna Lar Patitar, Río Papayán, Pasa Verde, Campa Santa Elena y Carcoda Lar Labitar, Sendero de la Chuña, Sendero Lar Oculary Sendero Charra de las Laras.

CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE LOS PARQUES NACIONALES DE ARGENTINA					
PARQUES NACIONALES	ÁREA PROTEGIDA	INFORMACIÓN GENERAL	ÉPOCA PARA VISITAR	RECURSOS NATURALES / AVES	PASEOS Y SERVICIOS
P.M. Lur Cardener	En el Parque Nacional Lur Cardener existen importantes recursos paleontológicos que indican que animales extintos habitaron la región, tal es el caso de las huellas de dinosaurios que poseen una antigüedad de alrededor de setenta millones de años.	Este Parque está ubicada en el centro-norte de la Provincia de Salta, un enorme balcón de 65.520 hectáreas. Fue creada en 1996. Allí predomina la formación arbustiva propia de la provincia, además de comunidades típicas del monte y, en las cumbres, de la puna y las altas Andes.	NO INDICA	En el Parque Nacional "Lur Cardener", se protegen áreas representativas de las Provincias Fitogeográficas Propunza, Punaña, y Altaandina y el sector septentrional del Monte Occidental, región natural exclusiva de la Argentina. Aves: La primera mención se la lleva el coludón (Vultur gryps), cuya actividad a simple vista proporciona placer y admiración. Generalmente, en las voladas de altura se acompañada por el jato cabeza roja (Cathartes aura) y el jato negro (Caracara atrata).	Como otros parques nacionales de reciente creación, el área aún no cuenta con todas las servicios requeridos para el visitante. En el sector del Valle Encantado los visitantes podrán cantar con atención personalizada que la orientarán en el lugar.
NORESTE					
P.M. Chaco	Pertenecen a la ecorregión chaco húmedo. Posee un clima subtropical cálido, con lluvias estivales entre 750 y 1.300 mm.	Es un área protegida de 85.000 hectáreas, ubicada en el centro-este de la provincia de Chaco. Fue creada en el año 1994.	La temporada de visita recomendada es entre las meses de abril y octubre. El Parque Nacional Chaco se encuentra abierto todo el día del año y durante todo el día.	El monte está formado por árboles como el quebracho colorado chico, el espino carana, el quayacán, el lapacho, el algarrobo, el quaysibí y el quebracho blanco. Depredadores como el puma, el gato mara o yaguarundi y el oiró a huán mayor, el chancha mara o pacaí de collar, el quazuncho, el carayá o mana zillador, el aquirá quazú, el curiyú y el cacabá o tataupú. Aves: carayá y lara hablador. La gran diversidad de aves registradas en el área protegida suman más de treinta y cuatro especies.	El área cuenta, desde diciembre del 2006, con un centro de visitantes y de interpretación, en donde se realizan actividades educativas, relacionadas con la historia del Parque como así también con la interpretación de los diferentes ambientes que caracterizan esta unidad de conservación. Por diversar razones tanto dentro del Parque Nacional como en la localidad de Capitán Salazar no cuenta con servicio de camaradería con atención permanente. -Sonderos: cuenta con senderos peatonal y vehicular. Cuenta con zona de campamento y de camping libre.
P.M. Iquazú	Pertenecen a la ecorregión selva paranaense o misionera. El Parque Nacional Iquazú alberga una de las mayores bellezas naturales de la Argentina: las Cataratas del Iquazú.	Fue creada en 1954. Ubicada en el norte de la Provincia de Misiones, y abarca una superficie de 67.000 ha.	El horario de visita al parque es de 08:00 a 18:00 hs, entre el 16 de abril y el 31 de agosto, y de 08:00 a 18:00 hs, el resto del año.	Flora: La flora arbórea del Parque Nacional Iquazú tiene más de 90 especies. Aves: veintiocho especies. En el sector de las pararas o el frecuente encontrar grupos de caucaris y tucanes. Gran variedad de mariposas. El Parque alberga animales amenazados de extinción como el yaguaroté, el jaguar, el tapir, el acelato, el tirica, el ara harmiguera, el pava de monte como la yacutinga, el águila zolotífica y el yacaré acaza, entre otros.	A través de las riquísimas sendas, arroyos, puentes, pararas y zanderas se puede recorrer a pie gran parte del área Cataratas, permitiendo admirar de cerca las diferentes saltos: Parara tradicional, Parara Superior, Garqanta del Diabla. Otras Pararas: Iria San Martín, El Sendero Macuca. Excursiones Opcionales: El Sendero Yacaroté, Excursión fluvial en el Iquazú inferior y superior.
P.M. Mburucuyá	Se trata de un área representativa de las ambientes del noreste argentino, en un excepcional estado de conservación, constituye un importante refugio para la flora y fauna nativa.	Con una superficie de 17.600 ha., este Parque se ubica en el noreste de la Provincia de Corrientes. El área protegida fue creada gracias a la donación de tierras efectuada por el Dr. Raúl M. Pedroni a la Administración de Parques Nacionales en el año 2001.	El parque se encuentra abierto los días, los días de la semana. La mejor época para visitar el parque es el verano.	El área protegida se caracteriza por su alta biodiversidad, constituida por la presencia conjunta de tres regiones naturales: la checoña, el espinal y la selva paranaense. Se encuentran más de 180 especies de aves. Esta, acompañada por la gran variedad de fauna donde se pueden observar carpintero, yacaroté, zarrar, mulitar, quazunchar, gato yaguarundi, y manar carayá.	El área cuenta con un Centro de visitantes y un sector de campamento equipado con sanitarios y agua potable. Corca una fuerte parara dar sendas una llama "Yatay" que culmina en el sector de Santa Lucía y el otro zendera "Cheraga" (Es un recorrido ideal para grupos escolares) con cartelera explicativa que recorre distintos sectores incluyendo la gran y una parte de la zona en galería. En el pueblo de Mburucuyá hay un puerto de camión.
P.M. Ría Pilcomayo	El Parque Nacional Ría Pilcomayo para proteger particularmente, orteros, cañadas, lagunas y selvas en galería.	Creado en 1987. Abarca una superficie de 47.254 ha y se ubica en el noreste de la Provincia de Formosa y limita con la República del Paraguay. El Parque Nacional Ría Pilcomayo ha sido incluido en la Lista de las Humedales de Importancia Internacional (Convención Ramsar).	NO INDICA	Se pueden ver bandadas y grupos de chuan de pata rajar. Entre las mamíferos más características se encuentran el aquirá quazú, zorra (en peligro de extinción). La mayor parte de la superficie del Parque está ocupada por pastizales y palmar de caranday, las orteros en las bajuras y las isletas de monte en las puntas más altas.	La Intendencia del Parque se ubica en la localidad de Laguna Blanca. En el área recreativa "Laguna Blanca" existe un campamento equipado con sanitarios y fogones. Desde aquí, parten las zanderas de interpretación, el Sendero a la Laguna Blanca, al que se accede por pararas. En el cuerpo de agua se puede realizar navegación en canoa. El segundo zendera en cuartan es el Sendero "Las toraras cultas de la Naturaleza", que recorre una parción de monte y un poquisal. En el otro extremo de la laguna, próxima a la Seccional de Guardaparques "Ertera Fai", se ubica un campamento equipado y parte un zendera de interpretación, el Sendero "Las toraras cultas de la Naturaleza". Par camina vehicular, acercándose a la Ría Pilcomayo, dando existe un campamento equipado, se inicia otra zendera, el Sendero vehicular interpretativa.

CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE LOS PARQUES NACIONALES DE ARGENTINA					
PARQUES NACIONALES	ÁREA PROTEGIDA	INFORMACIÓN GENERAL	ÉPOCA PARA VISITAR	RECURSOS NATURALES / AVES	PASEOS Y SERVICIOS
CENTRO					
P.M. El Palmar	El área protegida pertenece a la ecorregión espinal, con algunas comunidades y especies típicas del patizal pampeano, y selva paranaense. La ecorregión espinal se caracteriza por un paisaje de llanura plana y suavemente ondulada, con riuales muy variables.	Se ubica en el centro-este de la provincia de Entre Ríos. El Parque Nacional El Palmar tiene una extensión de 6.500 ha y fue creado en 1965.	NO INDICA	Vegetación barquera baja xerófila y rabanar, alternada con patizales puros. Fleusa: variada. Aves: pájaros carpinteros - carpintero, el real de nuca roja y el blanco, ñandúes, ejemplares aislados de calandria y linabúa "perdiz" sudamericana. El zorro de monte es un mamífero bastante difícil. Se lo puede ver en la caminata del Palmar.	Cuenta con restaurante-casitas/camping con parrillar, mesar, agua caliente, proveeduría, teléfono pública. También puede contratarse el servicio de pasaje que dura en bicicleta. Senderos pedestales: La Glorieta (1.000 m) / Mirador del arroyo El Palmar (300 m) / El mallar (600 m) / La calera de Barquín (1.000 m). Senderos vehiculares: Hay cuatro caminos interiores que permiten recorrer los distintos ambientes del parque. Dos de ellos conducen al arroyo El Palmar, a través de palmares densos y terminan en senderos panorámicos.
P.M. Lihue Calel	El área protegida conserva el ritmo serrano haménico, sus valores históricos, culturales y naturales.	Fue creada en 1977 y la superficie actual del parque nacional es de 32.000 ha. La zona de Lihue Calel resguarda algunas rosetales más húmedas que las áreas adyacentes, debido a que el terreno es más impermeable y en las épocas de lluvia dirigen pequeños arroyos estacionales que se filtran en las zonas arenosas.	NO INDICA	El ambiente dominante del parque es el monte, con vegetación característica de arbustal de jarillar, con barquecillar aislado de chañar, piñullín, mata chilladora e incienso a malle. Fleusa: vizcachas, curules, guanaco, marar, zorro, huron, puma y leopardo calandria que habitan en antiguas vizcacheras. Aves: la martineta, el gallito capotón, el halcancito gris y el cardenal amarillo.	Se dispone de un sector de campo con agua potable, arbolado nativo, sanitarios, mesar, bancas, fogones con parrilla (una para una grupal), farol, recolección de residuos. En un recorrido vehicular, a pararte pedestal, se ingresa al sendero de interpretación Valle de las Pinturas. Senderos con cartelería interpretativa: Sendero "El Huitru" / Sendero "Valle de las Pinturas" / Sendero "Valle Namuncurá".
P.M. Fra Dolta	El Parque pertenece a la ecorregión Delta e Islas del Paraná. Comprende un paisaje de litoral bajo e inundable.	Fue creada en 1992. Tiene una superficie de 2.456 ha y se encuentra ubicada en el sudoeste de la Provincia de Entre Ríos.	NO INDICA	Pueden observarse barcos de saucos criollos y alisar de río, dando un ambiente que como el espino rajado, y mamíferos de hábitat acuático como el carpintero. Fleusa: abundante y variada. Incluye poblaciones de caña nutria y labia de río. También se ha detectado la presencia de jacarandá. Aves: se destacan patar, carar, chajío, cigüeña, garza, y marín, pescador como el grande a matracas, que por su relativa abundancia y la facilidad de observación en el área protegida, se ha convertido en su especie emblemática.	Las actividades por el Parque Nacional Fra Dolta, deben realizarse por agua con embarcaciones adecuadas. En el Paraje La Azotea -ubicada fuera del Parque Nacional- se encuentra un almacén y un teléfono pública. Muy cerca de este lugar se halla el paraje La Jaula, donde Administración de Parques Nacionales instaló dos senderos y un campamento agreste con fogones, que permiten un interesante acercamiento a la naturaleza de la zona. Además en esta área protegida se realizan excursiones fluviales.
P.M. San Guillermo	Pertenece a la ecorregión puna y Andes central. El clima es frío y seco, y con gran amplitud térmica. Las precipitaciones varían desde 400 mm al N, hasta	Se encuentra en el extremo norte de la Provincia de San Juan y tiene una superficie de 160.000 hectáreas. Fue creada en 1996.	NO INDICA	Subsisten vicuña y guanaco. Fauna: zorro añadú cardillerano, el cabecarandú, el puma y el zorro calandria. Existen especies exclusivas endémicas del lugar, como es el caso de las leoparidas calandria: un chelón y otra denominada cala de picho.	El silencio obliga a los visitantes a permanecer dentro del área protegida. En estas montañas se ubica el Refugio de Agua del Cielo por lo tanto no se cuenta con las comodidades de alojamiento ni sanitarios, por ello el visitante deberá ser capaz. Cuando se termine el Refugio, será cantado con una capacidad de 12 camas, cocina y sanitarios para visitantes.
P.M. Sierra de las Quijadas	Pertenece a la ecorregión monte de llanura y mesetas y chacabaca.	Se creó en el año 1991. Está ubicada en el noreste de la Provincia de San Luis. Abarca una superficie aprox de 150.000 ha.	En verano (Dic-Ene-Feb), existen truenos de tormenta. Administración permite el inicio de excursiones por senderos desde quijada, ya que las temperaturas máximas alcanzan a ser 45° en esa época.	Predomina la vegetación arbustiva con especies como la jarilla, el zarabata, la broca, divotras cactáceas - tunar, carduncitar, puquir - y bromelídeas - baquarar, clavos del aire -. Fleusa: guanaco, paca, carar de collar, conejo de las palmas, marar y puma. Aves: halcón peregrino, águila caranada, el piche que monar, el cardenal amarillo y la reinamara.	Existen dos senderos pedestales de mirador, dando los visitantes particulares pueden transitar de manera autoguiada, una barra para recorrerlos. Las excursiones de Las Huellas del Parado, Farallones y Guanacazco se realizan con quijada. En el Parque Nacional hay un sector de campo agreste con sanitarios (para inodoros), y un lugar donde se puede comer minutos, adquirir artículos de hiarca y agua mineral.



CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE LOS PARQUES NACIONALES DE ARGENTINA

PARQUES NACIONALES	ÁREA PROTEGIDA	INFORMACIÓN GENERAL	ÉPOCA PARA VISITAR	RECURSOS NATURALES / AVES	PASEOS Y SERVICIOS
P.M. Talampaya	El área protegida correspondiente a una muestra de monte y se encuentra en las escarpaduras de monte de sierra y balneario, pre-puna y chacaraca.	Se encuentra en el centro norte de la provincia de La Rioja. Abarca 285.000 ha. En 1975 se creó. Debido a la relevancia conservacionista del lugar y su potencial turístico, Talampaya fue incorporada en 1987 al Sistema de Parques Nacionales de la Argentina.	Haría de ingreso al parque: - Del 1 de mayo al 30 de septiembre de 20 ha. - Del 1 de octubre al 30 de abril de 10 ha.	La vegetación predominante es arbustiva, rala y achaparrada. <i>Plantas características:</i> el retama, la jarillar, la broca y la coctéscar, camela "puqui" y varias cardenas. <i>Aves:</i> el gallito arona o "pampa-quenaca", el canastero rajado y el cachalote pardo. <i>Mamíferos:</i> el pichi-ciaca "intiquiquincha".	Debida a la reciente creación de este Parque Nacional, <i>no cuenta aún con los servicios requeridos para la atención del visitante.</i> En el centro de infarmer, que cuenta con sanitarios y bar, se inician los recorridos por el Cañón de Talampaya donde se puede apreciar diversos muestras del patrimonio arqueológico, particularmente en las ruinas de Puerto de Talampaya y Las Cajanas.
P.M. El Leoncito	El Parque Nacional El Leoncito pertenece a las escarpaduras de monte de sierra y balneario, puna y altitudinal.	El 15 de Octubre de 2002 se creó Parque Nacional por Ley N° 25.656. Está ubicada sobre las faldas occidentales de la Sierra del Tantal (Pre cordillera), al SO de la Provincia de San Juan. Sur 89.706 ha. Funcionan allí dos observatorios: el Complejo Astronómico El Leoncito (CASLEO), que constituye una de las construcciones equipadas del país, y el Observatorio Astronómico Dr. Carlos U. Corca.	NO INDICA	En las faldas recaman hábita el chinchillón. Allí se pueden apreciar bandadas pequeñas de la vitreosa laica y pecha calarada. Las ruinas de mayor altura, son habitadas por trapas de quenaca y del zuri cordillerano, conocida localmente como "avetrus" o "churi", el ave emblemática del Parque. <i>Aves:</i> habitadora de la zona: el zarzal chiquena, la palomita cordillerana y la bandurrita picarreta. En ciertas puntas submontañas pueden avistarse a rapaces como el águila mara, el águila camán y el halcón peregrino.	<i>No cuenta con infraestructura para la atención del visitante.</i> El Parque Nacional no posee praderas. Alajamiento: cuenta con un <i>camping</i> abierto, y la localidad de Barreal cuenta con una amplia oferta hotelera. <i>Senderos:</i> se puede ir hasta la Cascada "El Rincón", "Pájaro de agua", Sendero de trekking de media dificultad de unos 4 Hrs de duración hasta el cerro "El Leoncito". <i>Circuitos:</i> sube hasta la "Virgenita" en la "Serranía del Tantal", parada por la "pampa de las Cabeceras" y el "Rancho del Cura". <i>El Observatorio C.A.S.L.E.O. ofrece un servicio nocturno con alojamiento y cena, pero a conocer parte del trabajo de las Astrónomas. Esto visita hay que acordarlo con anticipación.</i>
PATAGONIA					
P.M. Lago Puelo	El Parque Nacional Lago Puelo pertenece a las escarpaduras de monte y estepa patagónica y altitudinal.	Fue creada como anexa al Parque Nacional Los Alerces en el año 1937. En el año 1977 se la declaró Parque y Reserva Nacional independiente. Abarca 27.674 ha, y está ubicada en el extremo noreste de la Provincia del Chubut.	NO INDICA	El Parque alberga especies vegetales de la selva valdiviana chilena, como es el caso del avellano, el tique, el lingue y el ulmo. A ella se le suma el <i>Arce butáctano</i> como el ciprés de la cordillera, el caucho, la lenga, el radal, el arrayán y otras. <i>Animales:</i> prapira de la región: pudú, huemul, zarza calarada, puma y caipa. <i>Aves:</i> huaco, pata vapor volador o quetrota, la bandurria, el pitío y el zarzal patagónica, entre otras.	<i>Se ofrecen servicios turísticos: alojamiento en hoteles y cabañas en El Balrán, Lago Puelo y El Haya; localidades cercanas al Parque Nacional.</i> El Parque Lago Puelo posee un área recreativa a orillas del lago, donde hay <i>dos campamentos: uno organizado y otro abierto.</i> También servicios particulares ofrecen paseos lacustres y de <i>porce deportivo.</i> <i>Senderos:</i> Sendero a Las Hitar, Sendero al Río Turbio por el Cardén Durrumbé, Sendero al Cerro Plataforma, Sendero al Mirador del Lago.
P.M. Laguna Blanca	El área protegida se encuentra en la escarpadura de la estepa patagónica.	Creada en el año 1969. Ubicada al norte de la provincia de Neuquén, alberga en el marco de un paisaje volcánico-numeradas y diversas formas de vida acuática y terrestre.	La mejor época para visitar el parque es entre noviembre y marzo.	El raro particular de la región es el <i>cuervo de agua</i> que da el nombre al parque. <i>Aves:</i> Además de cisnes cuello negro, gullarotas y varias especies de patos, hay más de cien especies que visitan las distintas lagunas en diferentes épocas del año. Otra especie de interés son las bardas que bordean la laguna del lado norte. En sus paredes abrupción nidifican aves de presa como el águila camán y el halcón peregrino.	En la ciudad de Zapala, a 30 Km, es posible encontrar alojamiento. El Parque Nacional Laguna Blanca es un excelente lugar para la <i>observación de aves</i> y también puede practicarse la <i>porce</i> (para esta actividad es necesario contar con un permiso especial del Parque Nacional). El área protegida cuenta con un <i>denodo picnic y acampe</i> . Entre las <i>comestibles</i> que se pueden realizar existe un recorrido de gran belleza que bordea el curso del arroyo del Llano Blanco.
P.M. Lanín	El Parque Nacional Lanín pertenece a las escarpaduras de monte y estepa patagónica y Altitudinal.	Creada en 1927. Tiene una extensión de 482.000 ha y se encuentra ubicada en el sudoeste de la Provincia de Neuquén.	NO INDICA	Este Parque toma su nombre del <i>Volcán Lanín</i> . Su bella geografía alberga además 24 lagos de origen glaciario. Las <i>aves características</i> son el chucano y el huot-huot. Entre las <i>rapaces comestibles</i> del área se destacan el halcón peregrino, el águila mara y el águila camán. El pudú, un pequeño ciervo, y el huillín, son <i>dos mamíferos</i> en peligro de extinción que protegen este Parque Nacional.	En San Martín de los Andes, Junín de los Andes y Aluminé se ofrecen distintos servicios de alojamiento en hoteles, cabañas, etc. Numeradas <i>comestibles</i> <i>aves</i> y <i>organizados</i> se ubican en diferentes lugares de esta área protegida. En las lagunas que se encuentran en el área protegida, con un permiso de Parque Nacional, es posible realizar <i>porce deportivo</i> . En algunas de estas lagunas se permiten también algunas <i>deportes acuáticos</i> . 3 áreas principales con sus respectivos senderos: Área Huechulafquen, Área Tramen,



CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE LOS PARQUES NACIONALES DE ARGENTINA

PARQUES NACIONALES	ÁREA PROTEGIDA	INFORMACIÓN GENERAL	ÉPOCA PARA VISITAR	RECURSOS NATURALES Y ANIMALES	FASES Y SERVICIOS
P.N. Lur Alacran	Las ambientes del área protegida puede encuadrarse en las características de parque patagónica y de alto Andar.	Es un área protegida de 263.000 ha ubicada en la región cordillerana de la Provincia del Chubut. Fue creada en 1937. En el área se encuentra un complejo sistema lacustre de numerosos ríos, arroyos y espejos de agua, que conforman un sistema en el que se destacan las lagunas Montán, Rivadavia, Futalaufquen y Krüger, y el río Frey que desagua en la represa hidroeléctrica Futalaufqué (embalse Amutui Quimey).	NO INDICA	Parque el Parque de Alacran más destacamento poblado del país. Otras especies vegetales que se hacen presente son: ciprés de la cordillera, calihues, mañíos, mutirio de flores amarilladas, chilcar de flores rajas, virreinar de flores liláceas y liutar de flores amarillas. Fauna autóctona: puma, camacho, ratón, zorro gris, pudú, huemul, ratón tapar. Aves: hualar, macocitar, garzar bruja, pauquitar, patar espejo, chimanar, carpintero de cabeza roja, carpintero pita y zarzal patagónica.	El lugar cuenta con servicios de servicios, cabinas telefónicas, restaurantes, guarderías, campings libres, esquiar y arquerías, caballos y hatterías. Se puede conocer el parque a través de más de veinte senderos peatonales y numerosas caminos vehiculares. Existen algunas senderos con inscripción obligatoria en el Centro de Informar y otras senderos que no requieren inscripción. Excursiones lacustres: Se puede contratar una excursión lacustre que sale desde Puerto Limanay (a 4 km de la Intendencia) y parte hacia Lago Krüger y a Puerto Mormud.
P.N. Lur Arrayanes	Esta zona se caracteriza por un paisaje de montaña de relieve abrupto y escarpado, con valles glaciares.	Creada en 1977 como Parque Nacional independiente, formando parte hasta esa fecha del Parque Nacional Nahuel Huapi. El Parque, de 1.253 ha de superficie, abarca toda la Península de Quintruhé ubicada en el extremo norte del Lago Nahuel Huapi.	NO INDICA	En las partes de lagos y lagunas interan habita el huillín, un mamífero acuático nativo en peligro de extinción. El pudú, un pequeño ciervo nativo. El carnerín imperial o el ave marino. El picaflores más austral del mundo es el rubí. Otras aves que habitan el Parque son carpintero patagónica, rayadito y chucuar.	En el Parque Nacional Arrayanes no se permite el campamento, aunque se permite hacerle servir al mismo como Villa La Anquartura y la calidad de servicio. Próxima a Villa La Anquartura, comienza un sendero peatonal de 12 km, que conecta esta localidad con el lago de Arrayanes. A 1 km. del inicio de este recorrido se accede a un punto panorámico. Un sendero tablanado de 800 metros permite recorrer las diferentes etapas de crecimiento del arrayán. En el lago de Arrayanes se encuentra una cafetería y sanitarios.
P.N. Lur Glaciares	Pertenecen a las características de parque y alta patagónica y alto Andar. Debido a su belleza, interés glacial y geomorfológica, y la riqueza de su fauna en peligro de extinción, la UNESCO en 1981 declaró este lugar como Sitio de Patrimonio Mundial de la Humanidad.	El área protegida fue creada como tal en el año 1937. En 1977, mediante la Ley N° 19.292, se establecieron los límites actuales y la zonificación de parque nacional y reservacional. Se extiende sobre una superficie de 725.000 ha y ubicada en el suroeste de la Provincia de Santa Cruz.	NO INDICA	Las barcos subantárticos son frecuentados por mamíferos, aves de mar, como el gato marino, el hurón y el huemul. Otras mamíferos son más raros de ver en el parque, tal es el caso del zorro colorado y el puma. También es habitual el castor y aves granívoras como las agachanas y las yaras, además de pequeños roedores. Otras aves son las catarras australes o cachañas y las pequeños rayadito.	NO INDICA
P.N. Nahuel Huapi	El Parque Nacional Nahuel Huapi protege una extensa área representativa de la región andina del norte de la Patagonia.	La donación de tierras efectuada por el Perito Francés Pascual Marone el 6 de noviembre de 1903, constituye el núcleo sobre el cual se crea en el año 1937 - el Parque Nacional Nahuel Huapi. Se encuentra ubicada en el suroeste de la Provincia de Neuquén y suroeste de la Provincia de Río Negro y abarca una superficie de 705.000 ha.	NO INDICA	Entre las roquedales habita el chinchillón o ardilla patagónica. Las aves de presa y carroñeras son comunes. Entre otras últimas se aborrea el castor andino, de extraordinaria tamaño y majestuosidad. En la primavera y verano, se destacan plantas nativas como el natro, de virtudes flores rajas; la mutirio, una trepadora de flores amarilladas; la virreinar, y el amancay. Uno de las especies típicas de la fauna de la región es el huillín, mamífero en peligro de extinción.	Dentro del área protegida se encuentran numerosas zonas de campamento y arquerías, así como hoteles, hatterías, caballos y huacales. En el área se desarrollan diversas actividades turísticas recreativas tales como el campamento, turismo de estancia, la navegación en todas sus modalidades, el kayakismo, el canotaje, el trekking, el rafting, el buceo, cabalgatas, excursiones en bicicleta, acalado en roca, en hielo, la pesca y como deporte de espectador. Las excursiones se realizan por medio de agencias de viajes en forma particular. Gran cantidad de senderos permiten realizar caminatas, recorridos en bicicleta, caballos y practicar montañismo. Los servicios de excursión lacustres permiten conocer la historia, naturaleza y tradición del Parque; las visitas a la Isla Victoria, Parque Nacional Lar Arrayanes, Puerto Blest, Lago Marconi, son parte de las alternativas que brindan la agencia de turismo local. Existen más de 500 km de caminos que cruzan el Parque y que permiten acceder con vehículo a las principales atractivos turísticos.



CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE LOS PARQUES NACIONALES DE ARGENTINA					
PARQUES NACIONALES	ÁREA PROTEGIDA	INFORMACIÓN GENERAL	ÉPOCA PARA VISITAR	RECURSOS NATURALES / AVES	FASIOS Y SERVICIOS
P.N. Perito Moreno	Pertenece a las ecorregiones de barque y estepa patagónica y Altas Andes, que se caracteriza por una cadena de cordones y laderas por encima de las planicies andorreicas de la puna. Su clima es frío y con nieve permanente. Las lluvias de la ecorregión varían.	Se creó en 1937. Abarca 115.000 ha en el noreste de la Provincia de Santa Cruz. Su zona central es arqueológica y de reciente evaluación. Domina la vegetación gramínea o arbustiva, baja y rala, y especies raras en el cañón.	NO INDICA	Se encuentra una gran cantidad de guanacos que se mueven en tropillas. Las <i>prodeobas</i> mayores son el puma y las zorras colorada y gris. Se encuentran también el chiqueo o ñandú patita, el pilquín o chinchillón anaranjado, y el arcahué huemul. A diferencia de la mayoría de las grandes lagunas patagónicas, en las aguas del Parque Nacional Perito Moreno abundantemente no se introdujeron peces exóticos, por lo que aún se encuentra la <i>ictiopsoma nativa</i> .	Alternativas para realizar <i>combinar o trabajar con el día</i> . En el área, los Guardaparques brindan información completa sobre estas recorridos: Arcoñón del Cerro León, Senda Natural Península Bolgrana, Laguna del Mió, Arcoñón al Cerro Mio. Caminata de una a dar días: Al Lago Burmeister, A El Rincón, Al Lago Valcán. <i>Combinar de tres a cuatro días:</i> Al Puerto del Nuevo, Al Valle del Cerro San Lorenzo (fuera del Parque Nacional). <i>El Parque Nacional no cuenta con campamento organizado.</i>
P.N. Tierra del Fuego	Se ubica en las ecorregiones de barque patagónica y Altas Andes. El área protegida representa la porción más austral del barque andino-patagónica.	Creada en 1966 mediante Ley N° 15.554, tiene una superficie de 63.000 ha. La ecorregión de barque patagónica se caracteriza por un clima templado a frío y húmedo, con nevadas y lluvias invernales. Se caracteriza por un paisaje de montaña de relieve abrupto y escarpado, con valles glaciales. Dominan las barques remediadas. La ecorregión alta andina se caracteriza por una cadena de cordones y laderas por encima de las planicies andorreicas de la puna.	NO INDICA	Pequeña variedad de animales silvestres, compuesta principalmente por veinte especies de mamíferos, aves, anfibios y reptiles. Una característica del ecosistema fueguino es la absoluta ausencia de <i>anfibios</i> . Una de las mamíferos que se ve con mayor facilidad es el zorro colorado fueguino. El <i>queco</i> es un herbívoro que habita en las zonas altas. Las aves más llamativas y con mayor presencia son el cauquén común, el cauquén real y la caranca. En las barques es muy llamativa el carpintero patagónico. Se deben mencionar además el macá común, el macá grande, la garza bruja, el pato cretón, el pato avaca, el pato maicera, el águila mara, el caranca austral, el chimango y el teta común. Con mucha frecuencia se observan <i>estados</i> sobrevalando las cumbres y valles fueguinos.	La Intendencia se halla en la ciudad de Ushuaia. Dentro del área protegida se encuentra un <i>campamento organizado</i> en la zona del Lago Roca, y <i>varios campamentos libres</i> en las áreas de Bahía Lapataia, Bahía Ensenada, y río Pipa. Este Parque cuenta con <i>breves senderos patagónicos</i> , que parten desde diferentes puntos de la Ruta 3, entre ellos: Paredón de la Uña, Paredón de la Laguna Negra, Paredón almirador, etc... Para realizar <i>recorridos de mayor duración</i> para conocer el parque existen varias alternativas: -Senda Pampa Alta: Conectar el campamento del río Pipa y Ensenada. -Senda Cartera: Uno el campamento de Ensenada con el sector Lapataia.



Los Parques Nacionales de nuestro país existen desde hace muchos años. Los más antiguos datan de 1934 (PN Nahuel Huapi y PN Iguazú), y el último que se ha creado es el Mburucuyá, en el año 2001. De todos los parques que se han fundado durante esos años, podríamos decir que Parque Nacional Quebrada del Condorito es uno de los más recientes, ya que se creó en 1996.

En la zona centro de Argentina, donde se encuentra el PNQC (provincia de Córdoba), existen además otros 7 Parques: El Palmar y Pre Delta (en Entre Ríos), Lihue Calel (en La Pampa), San Guillermo y El Leoncito (provincia de San Juan), Sierra de las Quijadas (San Luis) y Talampaya (en La Rioja).

Cada PN de Argentina abarca gran cantidad de hectáreas. Los dos más grandes son el PN Los Glaciares, con 727.000has y PN Nahuel Huapi, con 710.000has. Luego le siguen Lanin (412.000has), Los Alerces (263.000has), Talampaya (215.000has), Sierra de las Quijadas (150.000has), Perito Moreno (115.000has), San Guillermo (160.000 has) y Copo (114.000has). El resto de los Parques Nacionales, cuentan con menos de 100.000has cada uno. En éstos últimos es que se encuentra Quebrada del Condorito, el cual comprende 37.000has.

De los más de 25 Parques Nacionales que hay en nuestro país, además de en el Parque Nacional Quebrada del Condorito, se puede realizar *avistaje de aves* en muchos de ellos; pero sólo se pueden encontrar cóndores en los siguientes 6: Los Cardones (del Noroeste argentino), San Guillermo (de la zona Centro) y en Laguna Blanca, Los Glaciares, Nahuel Huapi y PN Tierra del Fuego (de la Patagonia argentina).

Por otro lado, la gran mayoría de los PN cuentan con senderos habilitados para realizar actividades de *trekking* y zonas en las cuales se permite *acampar*.

Respecto a las *cabalgatas*, según la web de Administración de Parques Nacionales, sólo existen 2 Parques (además del PNQC) en los que se puede realizar dicha actividad: Parque Nacional Baritú (en el Noroeste) y en Nahuel Huapi (Patagonia). Cabe destacar que, en Baritú las cabalgatas no están organizadas por algún prestador en particular, sino que existe la posibilidad de alquilar caballos en la zona para recorrer los alrededores.

Tanto PN Calilegua, El Palmar como Nahuel Huapi, cuentan con la posibilidad de contratar servicio de *paseos guiados en bicicleta*, para realizar distintos recorridos dentro de dichos Parques. A diferencia del PN Quebrada del Condorito, los 3 Parques anteriormente mencionados cuentan con el servicio ya organizado de alquiler



de bicicletas, y en cambio en PNQC existen senderos habilitados para realizar cicloturismo, pero los visitantes deben contar con bicicleta propia.

La actividad de *pesca deportiva* puede llevarse a cabo contando con un permiso especial de Parques Nacionales, en 4 Parques de la Patagonia: Laguna Blanca, Lanin, Nahuel Huapi y Lago Puelo.

Por último, son sólo algunos PN los que cuentan con infraestructura disponible para *pernoctar* dentro del Parque...por ejemplo PN Copo y Campo Los Alisos. Según Administración de PN, en San Guillermo se está construyendo un Refugio (Refugio de Agua del Godo) muy similar al ya existente en Quebrada del Condorito. El mismo tendrá capacidad para 12 personas, con cocina y baños para los visitantes. Pero hasta que la edificación no esté finalizada, el pernocte en San Guillermo debe realizarse en carpas.

En la zona de la Patagonia, en PN Los Alerces y Nahuel Huapi, existen cabañas, hosterías, bugalows y hoteles que los visitantes utilizan para pernoctar. De todas maneras, las comodidades con las que estos lugares cuentan, son mucho mayores en comparación con las de un refugio de montaña (como Refugio El Condorito), y por ende, la experiencia de dormir dentro del Parque es totalmente distinta.

De toda esta información, se desprende que es evidente que no existe ningún Parque Nacional de Argentina que cuente con tantas posibilidades como las que ofrece el Parque Quebrada del Condorito: avistaje de aves (cóndores), cabalgatas, trekking, senderos para cicloturismo, pesca deportiva, camping y pernocte en un refugio de montaña. Todo esto nos lleva a afirmar que La Mayor SA, con su unidad de negocio Refugio El Condorito, tiene una excelente oportunidad de negocio.

FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)

FODA	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> -Unidad de negocio en desarrollo (apertura a nuevas ideas). -Vínculo familiar entre socios. -Sociedad consolidada y con experiencia. -Encargados del proyecto con claridad en ideas del producto y predisposición para colaborar. -Acciones de comunicación consideradas como una necesidad. -Trayectoria / Imagen positiva de La Granadilla. 	<ul style="list-style-type: none"> -No existe en la actualidad otro lugar turístico con la misma propuesta. -Buena relación con Parque Nacional. -Cercanía de La Granadilla al Parque Nacional. -Casi ningún otro Parque Nacional tiene servicio de cabalgatas. -Sólo algunos Parques poseen infraestructura para pernoctar. -Córdoba es provincia turística. -Existe demanda / mercado.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> -No hay conformada área de comunicación. -Presupuesto limitado. -Empresa familiar (subjetividad, influencia de afectos, no jerarquía clara). -Hasta el momento no es unidad de negocio independiente de La Granadilla. -Sin libertad de acción (dependencia de Administración de Parques Nacionales). 	<ul style="list-style-type: none"> -Posible surgimiento de competidores (por existir una tendencia a ese tipo de actividades recreativas). -Trámites burocráticos para lograr futuras autorizaciones.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO



MARCO TEÓRICO

Luego de haber contextualizado la organización abordada, es momento de detallar los conceptos teóricos principales que enmarcan el presente trabajo. Dichos conceptos son definidos en este segundo capítulo, y se refieren a las Relaciones Públicas, la Comunicación Institucional (incluyendo comunicación vía internet y comunicación en el ámbito del turismo). También se detalla el significado de Públicos, Planificación de la Comunicación y finalmente se hace referencia a la Percepción, Imagen y Posicionamiento de Empresa.

Marco Teórico

- *Relaciones Públicas*

El profesional de Relaciones Públicas e Institucionales (RPI) interviene en el proceso de comunicación de una entidad produciendo un determinado mensaje, haciéndolo circular por el/los canales más adecuado/s y transmitiéndolo a los diferentes públicos de la organización. Intenta generar y fortalecer vínculos con los múltiples públicos, para conseguir su apoyo y fidelidad a largo plazo, influyendo favorablemente en la percepción que éstos tienen acerca de la institución. De esta manera, las RPI se convierten en una herramienta fundamental para conseguir que los distintos grupos de interés tengan una imagen positiva de una organización determinada, y así lograr posicionarla dentro de un mercado que, hoy en día, se encuentra saturado de bienes y servicios.

Siguiendo a Xifra (2003), las Relaciones Públicas se ocupan de llevar a cabo procesos de comunicación, a través de los cuales se establecen y gestionan relaciones de adaptación mutua entre una organización y los públicos del entorno en el que está inserta. Además, el autor afirma que “sin comunicación no hay relación” (2003, p.103). Y a su vez propone que el modelo comunicativo utilizado en las RPI debe ser dinámico; y ese dinamismo se alcanza estableciendo relaciones armoniosas, de colaboración, que a su vez reflejen una coincidencia entre los intereses de las partes del proceso.

Según Capriotti (1992, p.17) las RPI pretenden

(...) no sólo obtener una porción o segmento del mercado en el que trabaja la organización, sino que tiene un cometido más amplio: trata de generar una credibilidad, una confianza, una actitud favorable de los públicos hacia la organización. Es decir, considera a los públicos no solamente como sujetos de consumo, sino fundamentalmente como sujetos de opinión.

Algunas de las características más importantes que Xifra (2003) destaca de las RPI son las siguientes:

- es una actividad planificada y llevada a cabo por organizaciones y particulares.
- deben fundamentarse en la identidad e imagen real de la entidad.

- busca conseguir la confianza de los públicos con los que se relaciona la empresa.
- se dirige a una gran variedad de públicos.

Desde la simple definición de las Relaciones Públicas como la “Dirección y gestión de la comunicación entre una organización y sus públicos” (Gruning, 2000, p. 52) se muestra a la comunicación y a los públicos como dos elementos indispensables para quien se desenvuelva en esta disciplina.

A continuación se destacan algunas especificaciones acerca del primer elemento, la comunicación.

- *Comunicación Institucional*

La sociedad está conformada por organizaciones de diversa índole que, comparable al comportamiento humano, también se sirve de la comunicación. Ésta, es entendida por Musitu como el “vehículo que hace posible la interacción entre dos o más personas” (1993, p. 39). Según Kaufmann (1993) la comunicación refiere a una actividad cotidiana por la cual las personas interactúan entre sí en una organización.

El tipo de comunicación que se encarga de la interacción existente entre una organización (sea cual sea su rubro) y los públicos con los que se relaciona, es la llamada institucional, también conocida como comunicación de empresa u organizacional. Capriotti (1992, p. 31) considera que la comunicación de empresa es “todo proceso de producción y envío de los mensajes de la organización hacia los públicos”. Además, reconoce que la entidad puede ser modificada por la acción del entorno y viceversa, y por la tanto es necesario que ésta se comunique por sí misma, “buscando su integración no ya económica, sino social con el entorno” (Op. Cit, p. 15).

Esta función comunicativa, no sólo abarca la comunicación existente dentro de la institución, entre las personas que la habitan en diferentes niveles, jerarquías y funciones (comunicación interna), sino también aquella que atraviesa los límites de la empresa, al relacionarse con grupos de personas externos que se vinculan a ella por intereses particulares (comunicación externa).

Las acciones de comunicación interna, acciones indoor o de puertas adentro, son “tácticas de comunicación institucional que se efectúan con los grupos de interés

internos y semi internos. Es decir, aquellos que cumplen funciones o existen dentro de la empresa, en ámbitos o espacios propios” (Avilia Lammertyn, 1999, p. 211).

Según Black (2000) para que la comunicación interna de una organización sea eficaz, es particularmente importante que se realice en tres etapas del empleo de una persona: cuando inicia (apenas es contratado), durante los años de servicio y al finalizar o interrumpir el trabajo.

Además, los empleados (público interno) también constituyen un público externo, ya que la opinión que ellos tengan de la entidad tiene efectos en la reputación que la empresa posee externamente.

Siguiendo a Avilia Lammertyn (1999), definimos a las estrategias de comunicación externa, acciones outdoor o de puertas afuera, al conjunto de tácticas de comunicación institucional que se realizan con los públicos externos o semi externos, es decir, aquellos que existen fuera de la organización.

Otra definición de comunicación externa es la propuesta por Villafañe (1993, p. 263), quien la define como “comunicación de la personalidad de la empresa hacia el exterior”. El autor especifica que la comunicación corporativa debe partir de los atributos de la identidad de la organización, los cuales deben ser traducidos adecuadamente para provocar en el público externo una imagen positiva de la entidad.

Es decir que podemos hablar de comunicación institucional para referirnos a todo proceso de producción y envío de mensajes que una organización lleve a cabo (tanto interna como externamente), permitiendo la interacción entre las personas involucradas, con el objetivo de generar una percepción positiva de la organización en todos los públicos con los cuales se relaciona.

La comunicación puede darse de varias maneras, una de ellas es muy usual en nuestros tiempos: *comunicación vía internet.*

El desarrollo de nuevas tecnologías como internet, imponen la necesidad de adecuar la estrategia de comunicación de las empresas y las herramientas de las Relaciones Públicas a las características de la red.

Según Marieta Proenca (2011), la particularidad más importante que presenta internet es la interactividad, la cual se caracteriza por el hecho de que los interlocutores no son simples lectores o consumidores de la información que las empresas publican,

sino que al mismo tiempo, los internautas producen su propia información en la red⁹; esto es lo que algunos llaman “prosumidor” ya que PROduce información y al mismo tiempo es consuSUMIDOR de información.

Los internautas recopilan información sobre los productos y servicios que ofrecen las compañías y luego, en la redes sociales, blogs, fórums, etc, intercambian opiniones, comentarios, imágenes y consejos con otros usuarios; lo cual puede repercutir positiva o negativamente en la imagen de la organización.

Otra característica muy importante de internet, es que posibilita la comunicación directa con los usuarios, según Proenca (2011) “(...) sitúa el control de la comunicación en manos del internauta y ofrece a las compañías la oportunidad exclusiva de crear un diálogo directo con cada usuario”. Todo esto se da, no sólo con los consumidores del producto o servicio, sino también con los empleados, accionistas, proveedores y todos los demás públicos con los que una organización se relaciona.

Sea cual sea el público al cual se dirija, internet permite una actualización de información y respuesta inmediata. Como indica Tovar, “(...) las empresas que prestan servicios a los turistas deben planificar perfectamente su actividad, con el fin de poder responder con prontitud y resolver todos los problemas a los que el cliente tiene que enfrentarse a la hora de viajar” (1998, p. 27).

En definitiva, las Relaciones Públicas en internet, deben focalizarse en sacar provecho de su interactividad, personalización e inmediatez. Por otro lado hay que considerar que permite llegar a muchísimas personas dispersas geográficamente y “(...) es una buena oportunidad para llegar a una gran cantidad de audiencia, con una mínima inversión”¹⁰.

Así como existen varias maneras de llevar adelante la comunicación, también son muchos, y hasta casi infinitos, los ámbitos o rubros en los que la misma se puede desarrollar. En los siguientes párrafos, se brindan especificaciones sobre la comunicación en el rubro que en este trabajo nos compete, la *comunicación en el turismo*.

⁹ Artículo “La Comunicación en Internet y las Nuevas Herramientas de RRPP para mejorar la visibilidad de las Empresas” publicado en <http://www.microsoft.com/business/es-es/content/paginas/article.aspx?cbcid=83> (2011)

¹⁰ Cit en publicación <http://www.crecenegocios.com/relaciones-publicas-en-internet/> (2011)

Como expresó Rodolfo Espinal (1969) “Un destino turístico podría ser el paraíso sobre la tierra pero si el público no sabe de él, es como si jamás hubiera existido para el resto del mundo”¹¹.

Como hemos dicho anteriormente, el mercado actual ha experimentado grandes cambios y existe una gran saturación de la oferta. Por tal motivo, es necesario llevar adelante estrategias de comunicación en todo tipo de organizaciones, incluyendo las de productos y servicios turísticos. Como indicó Tovar (1998), es inevitable que una entidad turística se comunique con todos los públicos con los que se vincula, y se torna también inevitable que cada uno de ellos tenga una opinión sobre la misma.

Es imprescindible implementar diversas acciones de comunicación (a través de diferentes canales y dirigidas a públicos particulares) y que todas ellas se encuentren coordinadas entre sí en una estrategia general. Según Tovar “La comunicación es una de las herramientas más importantes con que cuentan las empresas turísticas y ésta debe ser planificada y gestionada atendiendo a criterios racionales y buscando una coherencia absoluta con los planteamientos estratégicos genéricos de la empresa” (1998, p. 218).

Al mismo tiempo, y como lo detallaremos más adelante, no hay acción que pueda llevarse a cabo sin ser planificada detenidamente. Las empresas turísticas no están exentas de esto, las mismas “(...) disponen de diferentes medios de comunicación y, generalmente, no se utiliza uno con exclusividad, sino que simultánea o consecutivamente se van realizando acciones comunicativas coordinadas. Resulta fundamental establecer programas donde se planteen las diferentes actividades que se van a realizar y el grado de cohesión entre ellas (Tovar, 1998, p. 219)”.

Por otro lado, es importante destacar que son muchos los factores que intervienen en el proceso de decisión de compra de un turista; entre ellos podemos nombrar: las necesidades del consumidor / usuario, sus motivaciones y factores externos como los grupos de referencia, familia, etc (Tovar, 1998).

Al mismo tiempo, según dicho autor, el proceso de decisión consta de 5 etapas: Despertar la necesidad, Búsqueda de Información, Evaluación y comparación, Decisión de compra y Sentimientos posteriores a la compra. Es en este proceso donde, a través de las diferentes acciones de comunicación, se intenta influir, brindando toda la

¹¹Cit en publicación “La Comunicación en el Turismo” - <http://elviajero.com.do/turismoopinion/la-comunicacion-en-el-turismo/19/html/>

información que el turista necesite sobre el lugar y estando atentos a cualquier consulta que tenga para responder de manera inmediata a la misma, para que finalmente, elija determinado lugar para visitar.

Una vez que el turista toma su decisión, espera que sus expectativas coincidan con el servicio realmente brindado. Si así es, entonces se generará una percepción favorable del lugar, y probablemente, cuando comparta su experiencia con sus allegados, recomiende dicho destino turístico. A su vez, como lo indica Tovar “los sentimientos positivos posteriores a la compra harán más factible la fidelidad del cliente” (1998, p. 135), por lo que además de recomendar el lugar, posiblemente regrese alguna vez al mismo destino.

Es muy importante recalcar que, independientemente de todas las acciones de comunicación que se puedan llevar adelante, en turismo hay mucha información que circula por el denominado “de boca en boca”; éste se refiere a “ (...) la información que unas personas transmiten a otras, en la que realizan valoraciones respecto al trato recibido, al grado de ajuste entre lo que les prometieron y lo que realmente les dieron, y a las características del servicio prestado en general, a través de su propia experiencia.” (Tovar, 1998, p. 219).

Habiendo visto ya el primer elemento indispensable de las Relaciones Públicas, la comunicación, nos centraremos ahora en el segundo, el público.

- *Públicos*

Según Sanchez Guzman, público es un conjunto de personas que reaccionan de una determinada manera ante la recepción de un mismo estímulo (sin que éstas necesariamente se encuentren físicamente unidas), o bien se hallan unidas por vínculos mentales ya que poseen un mismo interés hacia determinados aspectos de la vida cotidiana (cit. en Capriotti, 1992).

Se denomina público o grupo de interés a “aquel agrupamiento humano que posee un interés común respecto de la organización, de características transitorias, cuya

categorización se dará respecto de su proximidad con la misión institucional” (Avilia Lammertyn, 1999, p. 129).

Las organizaciones no poseen un solo público general y es por eso que los autores han definido diferentes maneras de clasificarlo. Por ejemplo, siguiendo la propuesta de Capriotti (1992), podríamos decir que las entidades cuentan con públicos naturales, los cuales quedan establecidos a partir de la creación de la empresa y son indispensables para el correcto funcionamiento de la misma. Estos públicos son: proveedores, empleados y consumidores. Según el autor, a partir de estos tres públicos y en función de las necesidades y acciones que lleva a cabo la organización, comienzan a generarse nuevos grupos de interés, como lo son las instituciones y agrupaciones y entorno social en el que la entidad está inserta.

Tomando en cuenta la clasificación establecida por Gruning (2000), en función de cómo se comporten los miembros de un grupo para hacer algo respecto a lo que una organización lleve a cabo, los públicos pueden ser:

- no públicos: cuando el accionar de la organización no tiene ningún tipo de consecuencias sobre ese grupo de personas o viceversa (cuando el grupo no tiene consecuencias en la organización).
- público latente: en este caso el grupo se enfrenta a un problema creado por las consecuencias de la organización pero no lo detectan.
- público informado: cuando el grupo sí detecta y reconoce el problema.
- público activo: este es el caso en el que el público no sólo que reconoce el problema, sino que discute y se organiza para hacer algo al respecto.

Existen muchas otras clasificaciones de públicos, sin embargo, para los objetivos del presente trabajo, priorizaremos la clasificación propuesta por Avilia Lammertyn (1999), en la cual los públicos se dividen en función de su cercanía para con el objetivo final (misión) de la organización, en internos, mixtos (semi internos o semi externos) y externos.

Los públicos internos están estrechamente relacionados con la empresa, se sienten fuertemente identificados con su misión y forman parte de su plantilla de colaboradores permanentes.

Dentro de los mixtos, se encuentran los grupos de interés semi internos y semi externos. Los primeros no pertenecen a la organización, pero tienen un vínculo estrecho

con ella y colaboran en el alcance de sus objetivos (por ejemplo familiares del personal o accionistas de la empresa).

En cambio, los públicos semi externos, tampoco forman parte de la plantilla permanente de colaboradores de la empresa y tienen una relación cercana con ella (la cual no es tan estrecha como la de los semi internos, y no mayor que la que tienen los puramente externos). Este sería el caso de los proveedores, revendedores, asesores externos, etc.

Por último, los públicos externos son “aquellos que influyen en la vida organizacional desde una posición de interés relativo” (Avilia Lammertyn 1999, p. 131). En este tipo de públicos encontramos a los clientes/consumidores, áreas gubernamentales, medios de comunicación, etc.

Además, podemos clasificar a los públicos en reales y potenciales. Los primeros son definidos por Solano Fleta (1995) como aquellos que desempeñan una función como público en el momento en que son estudiados. Los segundos, se refieren a aquellos grupos de interés que a pesar de reunir los requisitos para ser públicos reales, están sometidos a una función suspensiva, es decir, no lo son en ese momento, pero podrían llegar a serlo.

Es importante destacar entonces que, se consideran públicos a todos aquellos grupos de personas que tienen un interés particular por una organización y los cuales, ante un estímulo determinado, responden de una manera determinada. A los fines de este trabajo, se tendrán en cuenta los públicos reales y algunos potenciales de la organización abordada y se los clasificará en Internos / Semi Internos y Externos / Semi Externos.

La clasificación de los diferentes públicos es necesaria para abordar mejor la comunicación con cada uno de ellos. Como propone Villafañe (1993), la única manera de llevar adelante una comunicación eficaz es partiendo de una segmentación de los públicos-meta. En el mismo sentido, Avilia Lammertyn (1999) destaca que la adecuada definición de los grupos de interés es la base de un buen trabajo de Relaciones Públicas. Y Gustavo F. J. Cirigliano establece como primer principio de las RPI “identificar o determinar los públicos” (1978, p. 43).

De esta manera se torna imprescindible la configuración de un Mapa de Públicos. Esta herramienta es entendida por Villafañe (1993) como aquella que determina el repertorio de públicos con los que la organización se vincula y con los cuales debe comunicarse. En él, los distintos grupos de interés están definidos de acuerdo a diversas variables o dimensiones que los caracterizan. Como lo explica Villafañe, “las variables de configuración sirven para definir cualitativamente a los distintos públicos” (1993, p. 225).

A su vez, a través del coeficiente de comunicación, el mapa de públicos establece las prioridades de comunicación que se tiene con cada uno de los grupos de interés de la organización. Como Villafañe lo indica:

“El coeficiente de comunicación necesaria expresa la acción comunicativa que requiere cada público en función de la importancia que posee para la empresa y de acuerdo con su definición cualitativa. El coeficiente viene indicado por un valor numérico que es el resultado de sumar los valores de cada una de las variables que definen a cada público y dividirlo entre el número total de éstos” (1993, p. 229).

Por lo explicitado anteriormente, es que más adelante se efectuará el Mapa de Públicos de Refugio El Condorito, determinando cuáles son los públicos más importantes que se deben considerar para poder luego, realizar un plan de comunicación para dicha organización.

Es importante tener en cuenta además que “El conocimiento de las características del público permite al comunicador particularizar los mensajes, responder a una necesidad percibida y ofrecer un rumbo lógico de acción” (Wilcox, Cameron, Xifra, 2006, p. 283).

Por ello también es necesario planificar la estrategia de comunicación, para lograr mayor efectividad, transmitiendo un mensaje adaptado a cada público y enviándolo por el canal más adecuado a cada uno de ellos.

- *Planificación de la comunicación*

Son muchos los autores que consideran que la planificación es indispensable para alcanzar resultados eficientes al implementar cualquier acción. Uno de ellos es Tovar (1998), quien indica que cualquier planificación debe cumplimentar ciertos puntos, tales como: análisis de la situación, definición de objetivos, definición de públicos, selección de medios, planificación del presupuesto y valoración de resultados.

De manera similar, Villafañe (1993) propone que para implementar un plan anual de comunicación es necesario:

- Configurar el mensaje que se desea transmitir.
- Determinar el/los públicos-meta.
- Seleccionar los canales y soportes de comunicación más adecuados.
- Establecer un calendario con las acciones concretas que se realizarán.
- Aprobar el presupuesto para llevar el plan a cabo.

Siguiendo a Capirotti, el mensaje a transmitir “lleva implícito la idea de elaboración voluntaria de una información para enviarla a un destinatario” (1992, p. 12). Además, según Wilcox, Cameron y Xifra (2006) el mensaje será más persuasivo si es directo, se expresa en términos sencillos y está compuesto por una idea fundamental.

Este mensaje se transmitirá a uno o varios públicos-meta en particular. Ya que “Querer decir todo, a todo el mundo, es sinónimo de fracaso. Para ser eficaz, una comunicación debe dirigirse a un público preciso o segmentado (público objetivo)” (IRCOM, 1994, p. 164).

La transmisión del mensaje a determinado público-meta, se realizará a través de diferentes soportes o canales de comunicación, los cuales según Avilia Lammertyn (1999) son aquellos elementos que permiten transportar el mensaje desde el emisor hasta el receptor-destino. O bien los define como “instrumento por el cual el emisor se conecta con un grupo de interés no próximo entre sí” (1999, p.142).

Para lograr una elección adecuada de los canales, es conveniente tener en claro varios aspectos tales como: la finalidad que se persigue con el mensaje definido, el tipo de información que se desea comunicar, las características propias de los distintos canales, el público-meta al que se dirige y sus particularidades, entre otros . En función de esos elementos, algunos de los canales o soportes que pueden seleccionarse son por ejemplo: folletería, patrocinio, publicidad tradicional a través de medios de comunicación masiva, gacetillas de prensa, etc.

Por lo visto hasta acá, podemos decir que son varios los autores que concuerdan en la idea de que la planificación de la comunicación debe contener, en primer lugar, un mensaje que se desee transmitir desde la organización; por otro lado, deben existir uno o varios públicos-meta a los cuales la organización se quiere dirigir; y en tercer lugar, se deben determinar los canales a través de los cuales el mensaje configurado será transmitido. Estos entonces, son los tres primeros pasos que deben tenerse en cuenta al momento de planificar la comunicación de una organización, y lo serán por ende, del Refugio El Condorito.

Una vez definido el mensaje, el público-meta y los canales y soportes de comunicación más adecuados, se programarán diferentes acciones concretas de comunicación. “En función del público objetivo, de los objetivos definidos y del mensaje elegido, se trata de establecer un plan de acción” (IRCOM, 1994, p. 165).

Las diferentes “acciones institucionales son el conjunto de actuaciones específicas que la organización desarrolla para los diferentes públicos” (Capriotti, 1992, p. 129). Por medio de estas acciones, la organización transmite sus valores y atributos a sus públicos permitiendo que éstos se conformen una determinada imagen de ella.

Cada una de las acciones que se planifiquen, deberán cumplir un objetivo específico particular dependiendo el público al que esté dirigida. Por ej, las acciones internas de la empresa, podrían tener como objetivo el alcanzar una mayor motivación de los empleados; si nos dirigiéramos al público accionistas, probablemente el objetivo de esta acción comunicacional sería mantenerlos informados acerca de las actividades que la organización está llevando a cabo. Por supuesto, para cada acción deberá preverse también un instrumento de evaluación que ayude a comprobar el grado de cumplimiento del objetivo de cada una de ellas.

Además, todas las acciones de comunicación que la empresa planifique, deben estar plasmadas en un cronograma que especifique la distribución de las diferentes actividades en forma de secuencia temporal. Como lo explica Villafañe, es necesario establecer un calendario “que prevea y coordine las actuaciones periódicas con aquellas otras sujetas a situaciones coyunturales” (1993, p. 233).

Todas las acciones de comunicación que lleve a cabo una empresa, tendrán efectos en la percepción que sus públicos tengan de la misma, y finalmente quedará de esta manera configurada una determinada imagen organizacional.

- *Percepción, Imagen y Posicionamiento de Empresa*

Toda la comunicación que se realice intencionalmente o no desde una organización causará una determinada *percepción*. Esta es un “proceso complejo por el cual un individuo obtiene información del exterior y le asigna un significado determinado” (Capriotti, 1992, p. 47). Siguiendo a dicho autor, a través de la percepción, un sujeto conoce a una organización, sus características y cualidades particulares.

La percepción siempre es propia de cada individuo, “es el canal a través del cual se interpretan los mensajes. La gente percibe la misma información de forma diferente, en función de sus predisposiciones (...)” (Wilcox, Cameron, Xifra, 2006, p. 300).

Así también lo explica Capriotti (1992) al especificar que tanto la relación de los públicos con la entidad, como las características personales y la situación contextual, juegan un papel decisivo en la percepción e interpretación de la información que reciben los grupos de interés de la organización. Asimismo, el autor propone que esta interpretación de la información será acumulativa en cada individuo, para configurar finalmente la *imagen* corporativa.

Como lo indica Tovar, “(...) las empresas, fundamentalmente a través de su comunicación, establecen los criterios básicos que permitirán a la empresa o producto tener una determinada imagen” (1998, p. 156).

Según Villafañe (1993), la imagen de una empresa es un fenómeno intangible que se construye a partir de un proceso de acumulación de inputs. Para que esta imagen sea positiva, eficaz y duradera en la mente de los públicos, el autor indica que debe apoyarse en tres hechos fundamentales; estos son:

-la imagen debe basarse en la propia realidad de la empresa.

-en la síntesis que la imagen positiva supone deben prevalecer los puntos fuertes de la compañía.

-y finalmente, deben estar coordinadas las políticas formales y funcionales en la gestión de la imagen corporativa.

Esta imagen es definida por Avilia Lammertyn como “el registro o representación que una persona hace de una entidad (...) La imagen de las organizaciones habla de su status social, es decir, el puesto que ocupa en la sociedad y en la mente de las personas que conforman esa estructura social” (1999, p. 119).

Según Capriotti, la Imagen de Empresa es una representación mental que los públicos se forman de una organización, la cual se origina en la interpretación de la información que esos grupos de interés reciben sobre la empresa. “Es la actitud que tienen los públicos hacia la organización como tal (...) Es la idea global que tienen sobre sus productos, sus actividades y conductas (...)” (1992, p. 30).

La imagen positiva que las personas tienen de una determinada organización favorece ampliamente y sin duda, en el momento en que los públicos deciden elegir una empresa y no otra; y esta elección repercute finalmente en los objetivos organizacionales de la entidad.

Asimismo, todas las acciones que se lleven adelante desde una organización, ayudarán al *posicionamiento* de la misma. Como indica Scheinson, el posicionamiento es el “(...) conjunto de actividades que se instrumentan con el propósito de conseguir una posición valiosa en la mente de los públicos” (1997, p. 135).

Kotler considera que

Los consumidores reciben un exceso de información sobre productos y servicios y no pueden volver a evaluar los productos cada vez que toman una decisión de comprar. Para simplificar la toma de una decisión de comprar, los consumidores clasifican los productos en categorías, es decir, posicionan los productos y las empresas en sus mentes. (1997, p. 259).

No existe una definición de posicionamiento universalmente aceptada, pero no cabe duda que debido a la gran cantidad de productos y servicios que existen en la actualidad, es necesario conocer la manera en que una determinada empresa es percibida en el mercado. Para Ries y Trout (1996) la única forma de obtener buenos resultados es por medio del posicionamiento; y tener el mejor posicionamiento significa

ser el primero en la mente de los consumidores (lo cual normalmente se asocia a contar con mayor participación en el mercado y rentabilidad) y tener la capacidad de mantener esa posición a lo largo del tiempo.

Los mismos autores proponen que “(...) toda compañía debe crearse una posición en la mente del cliente en perspectiva, una posición que tenga en cuenta no sólo sus fortalezas y debilidades si no también la de su competencia” (1996, p. 20). De manera similar, Kapferer (1992) define posicionamiento como el esfuerzo de una marca por hacerla diferente de sus competidores y al mismo tiempo, atrayente para el público¹².

Según Tovar (1998), el posicionamiento no responde necesariamente a las características reales de un producto o servicio, sino que refleja simplemente la percepción que los consumidores tienen de ese producto / servicio. El mismo autor aclara que esta posición “es un problema de comunicación integral, no sólo de la publicidad o promoción” (1998, p. 157).

A partir de todos los conceptos definidos previamente, podemos resumir que las Relaciones Públicas e Institucionales utilizan herramientas de comunicación institucional (tanto internas como externas), planificando detenidamente cada una de las acciones a llevar a cabo, configurando mensajes que serán transmitidos a través de los canales más adecuados y dirigiéndolos a los diferentes públicos de una determinada organización. Dichas acciones deben estar relacionadas entre sí, y ser coherentes con una estrategia de comunicación global de la empresa.

Esta gestión de la comunicación es sumamente relevante ya que, sin importar a qué rubro pertenezcan (e incluyendo a las empresas del sector turístico), todas las entidades necesitan fortalecer el vínculo con sus diferentes públicos, lograr una relación a largo plazo con ellos y que los perciban de manera favorable, para posicionarse en el mercado en el que están insertas y alcanzar una imagen positiva, contribuyendo así con sus objetivos generales.

¹² Cit en http://www.usc.es/econo/RGE/Vol14_1_2/Castelan/nb3c.pdf

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA

METODOLOGÍA

A través de los primeros dos capítulos, se plantearon los objetivos a cumplir con este estudio, se brindó la información necesaria acerca de la organización Refugio El Condorito, se la enmarcó en el contexto en el que se encuentra y se definieron los conceptos teóricos que guían la totalidad del trabajo.

Para poder continuar, es necesario ahora comenzar con el trabajo de campo propiamente dicho, y detallar cómo se llevará adelante el mismo. Para ello es que en el presente capítulo se especifica la metodología a utilizar y cuáles serán los instrumentos a los cuales recurriremos para conseguir la información que aún necesitamos para alcanzar los Objetivos de Indagación.

Fichas Técnico - Metodológicas

- *Ficha 1.*

Tipo de diseño	De campo y bibliográfico
Tipo de investigación	Exploratoria
Método	Cualitativo
Técnica de investigación	Entrevista en profundidad
Instrumento	Guía de pautas
Población	Socios-Miembros de La Granadilla
Criterio muestral	No probabilístico por propósitos
Muestra	Socios-Miembros de La Granadilla que participan diariamente en la toma de decisiones (5 personas).

- *Ficha 2.*

Tipo de diseño	De campo y bibliográfico
Tipo de investigación	Exploratoria
Método	Cualitativo
Técnica de investigación	Entrevista en profundidad
Instrumento	Guía de pautas
Población	Guías turísticos y turistas que conozcan el Refugio El Condorito.
Criterio muestral	No probabilístico por propósitos
Muestra	Guías turísticos habilitados por Parque Nacional Quebrada del Codorito (2 guías) y turistas que ya han pernoctado en Refugio El Condorito (2 turistas).



- *Ficha 3.*

Tipo de diseño	De campo y bibliográfico
Tipo de investigación	Exploratoria
Método	Cualitativo
Técnica de investigación	Observación Documental
Instrumento	Ficha de codificación
Población	Soportes de comunicación on-line de lugares turísticos de Argentina con características similares a las del Refugio El Condorito.
Criterio muestral	No probabilístico opinático o intencional
Muestra	Soportes de comunicación on-line de lugares turísticos de Argentina con características similares a las del Refugio El Condorito - 15 lugares turísticos.

Diseño Metodológico

Este trabajo se aborda a partir de dos *tipos de diseño*: *bibliográfico* y *de campo*. El primero se utiliza porque es necesario emplear datos que ya han sido recolectados previamente en otras investigaciones, y trabajar con ellos como base teórica que fundamente y oriente nuestra propia investigación. En cambio, el *diseño de campo*, será empleado porque es indispensable recoger información directa (datos primarios o de primera mano), a través de la implementación de entrevistas, que contribuyan a detectar cuál es el problema existente en cuanto a la estrategia de comunicación del Refugio El Condorito. Además, como parte del trabajo de campo, se implementará la observación documental de soportes de comunicación externa de diferentes lugares turísticos que tengan características similares a las del Refugio.

En la **primera parte de la etapa de diagnóstico**, se trabajará con una investigación de tipo *exploratoria*. Esta será de suma importancia porque nos permitirá según Vieytes (2004) lograr mayor claridad acerca de nuestro objeto de estudio (en este caso, el Refugio El Condorito). Este estudio, se realizará ya que el propósito “es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes” (Hernández Sampieri, 1998, p. 58). Existe relativamente poca información acerca de la organización y es por esta razón que la investigación exploratoria podrá brindar datos que contribuyan a familiarizarnos con la misma.

A su vez, continuando con la propuesta de Vieytes (2004) se implementará el enfoque *cualitativo*. Mediante el mismo, intentaremos comprender el sentido y la lógica de la comunicación externa que pretenden llevar a cabo los miembros de La Granadilla en cuanto al Refugio El Condorito.

Para llevar a la práctica este enfoque, recurriremos a la *entrevista en profundidad*. Se realizarán entrevistas a los socios-miembros de Estancia La Granadilla con el objeto de recabar opiniones y puntos de vista acerca del proyecto general del Refugio El Condorito y de las acciones de comunicación externa que, desde la organización, se han llevado o llevan a cabo. Con la realización de las entrevistas, se analizarán el contexto en el que se efectúen las mismas (el cual nos dará un mayor acercamiento a la realidad de los actores investigados), los discursos propiamente dichos, las actitudes y conductas de los entrevistados. Por último, esas entrevistas

facilitarán la identificación de los canales de comunicación externa con los que cuentan, y la periodicidad con que la organización se comunica con sus públicos reales.

Siguiendo a Merlino (2009), el *instrumento* que utilizado para implementar las entrevistas, será la *guía de pautas*. Con este instrumento, se abordarán diferentes áreas de indagación basadas en el marco teórico y los objetivos planteados previamente en este trabajo. Las grandes temáticas que se tendrán en cuenta, llevarán a que los entrevistados puedan desenvolverse libremente durante la entrevista, pudiendo agregar la información que consideren necesaria. Al mismo tiempo, las distintas áreas serán suficientemente flexibles para que el entrevistador pueda realizar preguntas concretas que surjan durante el desarrollo de la conversación.

Como se mencionó anteriormente, las entrevistas se realizarán a la *población* (o universo) *socios-miembros de La Granadilla*. Esto se debe a que quienes componen esta organización, son quienes se encargan de llevar adelante la unidad de negocio del Refugio El Condorito, y es a través de ellos que obtendremos la información necesaria para el desarrollo de este estudio. A esta población se referirán los resultados obtenidos de nuestra investigación, abordando la muestra pertinente.

El *criterio muestral no probabilístico por propósitos*, será de utilidad ya que de esta forma, como lo afirma Vieytes (2004), los sujetos a analizar pueden ser seleccionados según los fines propuestos para la investigación. En este caso en particular, podremos seleccionar a los socios-miembros que se considere que puedan brindar información más pertinente a la temática de estudio y en función de los objetivos planteados.

En base a dicho criterio muestral, la *muestra* que finalmente tomaremos en cuenta, será de *5 socios-miembros de Estancia La Granadilla que participan diariamente en la toma de decisiones* de la organización.

En la **segunda parte del diagnóstico**, se implementará una *investigación* del mismo tipo que en la etapa anterior, la *exploratoria*. El objetivo será el de alcanzar un mayor conocimiento acerca del Refugio El Condorito, pero ahora desde un punto de vista externo, ya que no intervendrán los miembros de la organización, sino que la abordaremos desde la visión de turistas y guías turísticos que ya han pernoctado en el Refugio.

Conforme a la propuesta de Vieytes (2004), el método o *enfoque* a utilizar también será el *cualitativo*, ya que intentaremos describir más en detalle las cualidades de la organización y su contexto, para entenderla de manera más profunda, descubriendo el sentido, la lógica y la dinámica de las acciones que llevan a cabo los guías turísticos y turistas. Como indica Tovar “Estos métodos de estudio se suelen hacer en función de un conocimiento o experiencia que las personas tienen sobre un producto, un servicio o una situación determinados, y se fundamentan en obtener datos acerca de su realidad, sus vivencias, percepciones, actitudes, creencias y motivaciones” (1998, p. 61).

De la misma manera que en la primera parte de esta etapa, la *técnica de investigación* a utilizar será la *entrevista en profundidad*, con su *instrumento* para llevarla a la práctica, la *guía de pautas*. De esta manera conoceremos la experiencia que turistas y guías turísticos tuvieron en Refugio El Condorito, qué información han recibido desde la organización, la percepción que tienen de la misma, cuáles son los canales de comunicación que más utilizan, etc. La implementación de esta técnica permite cierta flexibilidad, la cual es necesaria para que los entrevistados puedan aportar la información que crean pertinente durante el mismo transcurso de la conversación.

La *población* a la cual se le realizará las entrevistas, será la de *guías turísticos y turistas que conozcan el Refugio El Condorito*, ya que serán quienes puedan brindarnos mayor información acerca de la experiencia que significa realizar una travesía en el Parque Nacional y pernoctar en dicho Refugio.

El *criterio muestral* utilizado para seleccionar la muestra, es el *no probabilístico por propósitos*. Éste nos permitirá, según Vieytes, elegir los sujetos a entrevistar en función de los objetivos de la investigación y “seleccionando aquellos que considera típicos” (2004, p. 404); y en este caso puntual, serán seleccionados aquellos guías turísticos y turistas que se considere que puedan brindar información relevante para esta investigación.

Finalmente, la *muestra* escogida será de *2 guías turísticos habilitados por Parque Nacional Quebrada del Condorito y 2 turistas que ya han pernoctado en Refugio El Condorito*.

En la **tercera y última parte de la etapa de diagnóstico**, también se llevará a cabo una *investigación exploratoria*. Ella nos permitirá familiarizarnos con los

soportes de comunicación externa (on-line) que utilizan los lugares turísticos que tienen una propuesta similar a la del Refugio El Condorito. Como señala Vieytes (2004), este tipo de investigación será de utilidad para establecer un marco de ideas generales acerca de dichos soportes de comunicación, ya que “provee datos para que sean clasificados, ordenados, analizados e interpretados con el fin de descubrir ideas y relaciones nuevas...” (Vieytes, 2004, p. 90).

El *enfoque cualitativo* a utilizar, según Vieytes (2004), favorecerá la comprensión e interpretación de dichos soportes de comunicación. Asimismo, mediante este enfoque, obtendremos una descripción de tantas cualidades como sea posible de cada uno de los soportes de comunicación, para luego detectar la existencia de regularidades entre ellos.

Para llevar a cabo este enfoque, nos serviremos de la *técnica de observación documental*, la cual según Palencia-Lefler se basa en la “observación sistemática de la sociedad a través de documentos” (2011, p. 110). Esta técnica nos permitirá observar de una misma manera diversos soportes de comunicación externa (on-line), como por ejemplo páginas web, blogs y redes sociales que los lugares turísticos utilicen.

El *instrumento* a utilizar para llevar a cabo la observación documental, será la *ficha de codificación*. Esta ficha contendrá las categorías o variables que representen a las características de los soportes de comunicación externa a analizar, y de esta manera será, como lo indica Vieytes (2004), el dispositivo material para registrar los datos.

La *población* que se abordará para efectuar la observación documental será la de *lugares turísticos de Argentina cuya información esté publicada en soportes de comunicación en Internet y que tengan características similares a la del Refugio El Condorito*; es decir que se encuentren cerca o dentro de algún Parque Nacional o Reserva Natural, o que incluyan actividades tales como trekking, cabalgata, avistaje de cóndores, campamento, pesca, etc etc.

Se extraerá una muestra de dicha población a través del *criterio muestral* propuesto por Vieytes (2004) *no probabilístico opinático o intencional*. La utilización de este criterio, nos permitirá seleccionar directa o intencionalmente las unidades de análisis de la población, “de modo que la muestra sea lo más representativa posible a los efectos de la investigación a realizar” (Vieytes, 2004:404). De esta manera, se



seleccionarán los lugares turísticos que tengan particularidades similares a las del Refugio El Condorito y cuya información se encuentre publicada en Internet.

Para finalizar el diseño metodológico, la *muestra* será de *15 lugares turísticos*, los cuales se analizarán en representación del total del universo.

Para complementar la etapa de diagnóstico y enmarcar más el presente trabajo, se solicitará información específica del Parque Nacional Quebrada del Condorito a responsables de la administración del mismo en la oficina ubicada en la localidad de Carlos Paz.

Instrumentos a utilizar:

- Guía de Pautas para la realización de las entrevistas a los socios / miembros de La Granadilla.

Área de indagación 1: Contextualización inicial.

- 1.1 – Composición de La Mayor SA. Organigrama.
- 1.2 - Público-meta de La Granadilla. Características.

Área de indagación 2: Comunicación.

- 2.1 – Encargado de comunicación. Planificación.
- 2.2 – Canales de comunicación externa.
- 2.3 – Acciones de comunicación externa llevadas a cabo.

Área de indagación 3: Refugio El Condorito.

- 3.1 – Detalles del proyecto: origen, encargado, funcionamiento actual, público-meta (características), grupos de interés en general, denominación de la propuesta (“turismo rural, aventura, turismo alternativo, etc...”), actividades realizadas (y cómo se difundieron), etc.
- 3.2 – Comunicación realizada a los públicos reales (externos) sobre el Refugio: acciones llevadas a cabo, canales utilizados, periodicidad de la comunicación, mensaje a transmitir.
- 3.3 – Lugares con propuesta similar.
- 3.4 – Percepción de cómo se entera la gente sobre este tipo de lugares.



- Guía de Pautas para la realización de las entrevistas a los guías turísticos y turistas que ya han pernoctado en Refugio El Condorito.

Área de indagación 1: Contextualización inicial.

- 1.1–Caracterización del entrevistado (sexo, edad, profesión / ocupación, gustos por actividades al aire libre, conocimiento de lugares similares al Refugio, etc).
- 1.2–Pernocte en Refugio El Condorito (época, grupo, organización de la salida, descripción de la experiencia, percepción del Refugio, etc).
- 1.3–Otros servicios que les gustaría recibir o actividades que les gustaría realizar.

Área de indagación 2: Comunicación.

- 2.1 – Información recibida acerca del Refugio: información que les gustaría recibir (promociones, descuentos por fechas especiales, por recomendación del lugar, fotos de la experiencia, newsletter, etc), periodicidad, a través de qué canal.
- 2.2 –Canales de comunicación más utilizados: folleto, blog, facebook, página web, gráficas en vía pública, publicidad en tv / radio, etc. Frecuencia de uso.
- 2.3 – Denominación de la experiencia: turismo rural, aventura, alternativo.



- Ficha de Codificación para la observación documental de soportes de comunicación de organizaciones similares a Refugio El Condorito.

NOMBRE DEL LUGAR	LUGAR 1	LUGAR 2	LUGAR 3	LUGAR 4	...
FRASE DISTINTIVA					
SOPORTE DE COMUNICACIÓN					
LOGOTIPO					
AREA DE CONSERVACION NATURAL CERCANA					
UBICACIÓN / MAPA					
DATOS DE CONTACTO					
TIPO DE HOSPEDAJE (REFUGIO, CASONA, ETC)					
HISTORIA DEL LUGAR					
HORARIOS Y DÍAS DE ATENCIÓN					
IMÁGENES / FOTOS					
VIDEOS					
NATURALEZA (PAISAJE CON EL QUE EL TURISTA SE ENCUENTRA)					
DENOMINACIÓN DE LAS ACTIVIDADES (AVENTURA, DESAFÍO, ETC)					
ACTIVIDADES RECREATIVAS					
CAPACIDAD					
SERVICIOS / COMODIDADES					
DESCRIPCIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO					
DESCUENTOS / PROMOCIONES					
LINKS					
OTROS DATOS / COMENTARIOS					

CAPÍTULO 4

RESULTADOS



RESULTADOS

En este cuarto capítulo se encuentra la exposición y análisis de toda la información y datos recolectados (tanto a través de las entrevistas realizadas, como de la observación documental efectuada), para finalmente abordar a las Consideraciones Finales del Trabajo de Campo que darán pie al penúltimo capítulo, el cual presenta el Plan de Comunicación para Refugio El Condorito.



Presentación de Datos: *Entrevistas en profundidad a socios / miembros*

Los siguientes cuadros muestran lo más relevante de las respuestas obtenidas de las 5 entrevistas realizadas a los socios/miembros de La Granadilla.

Entrevistado		JOSE
ÁREA DE INDAGACIÓN	PREGUNTAS	
Contextualización inicial		
Composición de la SA	¿cómo está compuesta La Granadilla, quienes son los administradores (que van a ser también los administradores del Refugio), quiénes están a cargo...?	en La Granadilla, somos todos socios: los 6 hermanos y mamá. El Directorio, está conformado por todos los socios. Allí se plantean los lineamientos generales de la firma, y la parte de operación de la firma, la están manteniendo Pedro, María y Juan (en lo que es la gestión del hotel).
	¿Hay un organigrama, con el orden jerárquico entre ustedes?	No hay un orden jerárquico marcado... la estructura es de equipo de trabajo, donde todos los socios meten mano. Hay socios que tienen dedicación relevante en la empresa, y en consecuencia tienen su sueldo; y otros, como el que habla, que no tiene una dedicación permanente, y en consecuencia no tienen un sueldo, sino que tienen tareas puntuales para hacer en cierto momento.
Público meta de La Granadilla	Para marcar diferencia entre lo que es el público de La Granadilla y del Refugio El Condorito, ¿me podrías decir cuáles son las características del público-meta de unidad de negocio de La Granadilla?	En La Granadilla son básicamente familias con chicos. Los niños la pasan bien en un ámbito rural, seguramente desde los 3, 4 ó 5 años, hasta los 15 -16. Ya pasados los 17-20 años, los chicos están buscando más un boliche... otro tipo de actividad. Si bien hay casos puntuales en donde aparecen chicos de 17 años, no es lo frecuente. Lo usual es la familia. De esa familia, nosotros hemos apuntado mucho no necesariamente a un público de Córdoba, sino más al de Buenos Aires, Santa Fe y Rosario. El cordobés valora menos la Estancia, porque le es familiar, porque él o un tío, un abuelo tiene una casa de campo, y esto de ir al campo es algo usual... naturalmente el tipo que vive en la ciudad, lo siente como que es un paisaje distinto, con un contraste...el público un está más focalizado en quien no es de la zona...Y extranjeros hay, pero muy poco...y no ha habido una acción comercial para traerlos. También el hecho de que sea un turismo familiar, en el hotel me refiero, no es tan frecuente en la vacación del extranjero en familia sino más en pareja.

Comunicación de La Granadilla		
Encargado de comunicación / Planificación	En lo que respecta a la comunicación de La Granadilla, además de la página web, tienen algo más? alguien Lo planifica?	<p>no, no... eso es algo que no ha existido en general... se ha conversado mucho la o necesidad de hacerlo, pero nivel de ejecución real, muy poco digamos...La página de La Grana, la estamos revisando para armarla nuevamente... Como la pág no es una herramienta comercial, no se incentiva a que la gente la visite. Y también se ha hablado de que haya una comunicación fluida con los clientes por el simple hecho de que ellos repiten mucho, entonces ellos al repetir mucho, se da una comunicación por que ellos llaman... pero no es una comunicación que uno produzca o incentive... eso todavía no está desarrollado, pero es algo que está pendiente.</p> <p>También usamos el teléfono, pero el 90% de las comunicaciones son vía mail...</p> <p>Siempre se pensó en tener una comunicación formal, sistemática o periódica con los clientes, pero la idea sigue dando vueltas...También ahora está la idea de tener un facebook donde los chicos que fueron a La Granadilla puedan conversar, y un blog por ejemplo donde la gente que hizo eventos con nosotros también converse...</p>
Canales de comunicación externa	O sea que actualmente tienen web, mail, teléfono....y algo más? Folletería tal vez?	<p>Sí tenemos, y se debe estar acabando. Se supo repartir en ferias de turismo por ejemplo, pero tampoco hay una ingeniería de marketing específico...no hay una estrategia de decir "voy al restaurante de Palermo a repartir folletos, o una promoción de tal o cual"...no no...Todo ha funcionado con los mismos clientes y el boca a boca. El folleto es como que refuerza el boca a boca, porque el que va a La Granadilla se lleva uno para pasárselo a un amigo...Pero más que eso, nos sirve que el tipo sacó 3 ó 4 fotos, la mostró en su facebook, y otro le dice "hay que lindo, quiero acompañarte, cuándo van?"...Ellos mismos, los clientes, al pasarla bien, son los mejores promotores, y no hay publicidad que reemplace esto. Hemos tenido sí algunas cuestiones en Revista Lugares, una publicidad pequeña, y fue muy poca cosa...</p>

Acciones de comunicación	¿Han realizado alguna acción puntual de comunicación?	Así como acción de promoción, nula. Se hace alguna que otra publicación en Revista Lugares..En algún momento se ha hecho algo como sponsoreo...pero se daba porque venían a pedirnos, no porque nosotros lo buscáramos.
	¿y ustedes tienen una base de datos a la cual le envíen información periódicamente?	si...tenemos una base de datos de La Granadilla, que cuando hay una promoción especial por un fin de semana largo con algo así, se les envía mail.
Refugio Condorito	El	
Origen del proyecto	Contame un poco del Refugio...	<p>En el Parque, el Refugio tiene básicamente el propósito del pernocte. Ese es el diferencial que tiene el Refugio en el Parque, porque no tiene lugares hoy día para pernoctar, salvo el camping (que está cerca de la quebrada). La otra diferenciación es que es muy exclusivo, ya que está muy solo... pero eso también es una dificultad, ya que hay tres horas hasta llegar al Parque, ya sea caminando o a caballo. Está un poco alejado del entorno específico de la quebrada, por lo cual es una ventaja y a la vez una dificultad.</p> <p>Por otro lado, la gente no va a ir a pernoctar si no tiene actividades para realizar...Ya sea que la actividad sea la caminata, cabalgata, pesca con mosca, ya sea que vayan a andar en bici, observar fauna y flora, o cualquier otra actividad que quiera hacer en un entorno bastante rústico.</p> <p>Para la constitución del producto, por un lado está el Refugio y por otro, los colaboradores que se encargan de la realización de esas actividades (porque sin ellos, no funciona). Entonces, cómo funcionaría el producto? Siempre es el Refugio, con una persona que tiene la habilidad de manejar la actividad que desarrolla (ya sea caminata, cabalgata, pesca...), y es a su vez el guía del grupo.</p>

<p>Origen del proyecto</p>	<p>respecto al Refugio, ¿cómo se originó? ¿cómo surgió la idea?</p>	<p>La idea de esto surge en el año 1999, con la idea de que La Grana pudiera ir construyendo una especie de red, precisamente de refugios, alrededor de los cuales poder extender la actividad recreativa. Y por otro lado, para La Granadilla, el Condorito, era un elemento muy cercano (porque estamos prácticamente pegados al Parque), y era un elemento de valor fuerte el mismo Parque; y tener una presencia en el Parque nos pareció estratégico, más allá de que fuera negocio a pérdida, como realmente lo ha sido... porque si realmente uno se pone a ver, ha sido gastar plata y no ver frutos. Pero de cualquier manera la presencia y la constancia en esto, tiene que ver con el plan de la integración del Parque y San Clemente (que es algo medianamente cercano)...</p>
<p>Encargado/s</p>	<p>Quién dirías vos que es el/los encargado/s de este proyecto o que más lo estén desarrollando...?</p>	<p>El Refugio El Condorito, es una unidad de negocios, donde originalmente teníamos responsabilidad Pedro y yo; pero en este momento está todo como en Stand-by.</p>
<p>Funcionamiento actual</p>	<p>¿el Refugio ya se ha utilizado?</p>	<p>Si, si se ha utilizado. Hemos hecho cabalgatas, caminatas, hemos hecho algunas cosas, pero muy pocas.</p>
	<p>Esas veces que se utilizó ¿cómo es que se llegaron a organizar</p>	<p>Se organizó conjuntamente con el guía de cabalgatas o el guía de montaña (de caminatas), con quien se coordinó la cuestión</p>
	<p>¿y cómo consiguieron la gente que fue a esas actividades?</p>	<p>Como el Parque difunde que hay cabalgatas organizadas desde La Granadilla, nos mandan gente y a esa gente generalmente se la coordina. Como nosotros no tenemos aún una frecuencia sistemática de ofrecimiento de este producto, la demanda todavía es muy poca... y condicionado a que el grupo sea mayor de x cantidad, así se arma...</p>

<p>Público meta del Refugio El Condorito</p>	<p>¿Cuál sería el público meta?</p>	<p>Hay varios públicos factibles...Los extranjeros que les gusta el tema de los Parques Nacionales, que generalmente no vienen en grupos, sino que vienen muy sueltos; lo cual es una limitante, ya que vienen de a pares, no vienen de a ocho o de a 10...Además, los extranjeros que están como estudiantes, es un mercado interesante, porque ahí sí se agrupan, y podrían armarse grupos de a 8 desde la misma facultad que los nuclea. Después está la gente joven que hace turismo aventura, y cuestiones de ese tipo, que también son un mercado que existe. Y después estaría, un poco en el marco de lo que nosotros queremos organizar en San Clemente, que es esta idea del Club de Campo, que es arrimar el producto a quienes los fines de semana van a San Clemente y y podemos ofrecerles un determinado "menú", y decirles tenés esta caminata o cabalgata, podés quedarte un día allá y te organizo esta actividad de forma más sistemática...Incluso La Granadilla podría ser un foco de generación de la demanda para caminata larga. Ahora, así como existen las salidas desde San Clemente, pueden existir salidas desde Mina Clavero, salidas desde Nono, Carlos Paz, y uno organizar esto... y eso es lo que no se ha hecho, no se ha hecho el desarrollo de la red comercial para lograr un gran volumen de uso.</p>
<p>Grupos de interés</p>	<p>¿Se te ocurre algún otro grupo de interés con el cual tendrían que generar un vínculo?</p>	<p>Por un lado está la alianza con quienes hacen la actividad de cabalgata, caminata, pesca y demás, para que ellos sean la estructura comercial que ayude a vender los eventos por los cuales la gente va. Ellos desarrollan la actividad y tienen una comisión por eso... serían semi socios del emprendimiento. Después está esta relación que se puede tener con organismos, como por ejemplo la Universidad, con los que se puede organizar estas cuestiones. Y lo mismo hacia los centros de generación de demanda, como puede ser Mina Clavero, Carlos Paz, Nono, o algunas localidades cercanas, que podrían ayudar a generar un poco más demanda sobre esta cuestión.</p>

Grupos de interés	¿Se te ocurre algún otro grupo de interés con el cual tendrían que generar un vínculo?	<p>Pero lo primario es la alianza con el que hace cabalgatas, caminatas, pesca, y con ellos se desarrolla el producto y con ellos se sale a ofrecer el producto. Además, ellos tienen las redes de especialistas, ellos van a Los Caminantes, van a Los Cabalgantes, ellos tienen nichos, clubes, fans de la actividad. Y están sus foros y habría que ir haciéndoles llegar información sobre esto, de qué se ha hecho, qué no se ha hecho...</p>
	Algo más?	<p>En realidad acá hay como un mix... mas allá de los productos tradicionales (caminata, cabalgata o pesca), puede generarse alguna demanda especial de terceros que organizan actividades y nos piden el Refugio. Y eso también hay que comunicarlo... que la gente sepa que hay un Refugio en el Parque y que ellos sepan que pueden organizar la actividad y nosotros lo único que hacemos es alquilarles el lugar para que pernocten y ofrecerles la comida, o si quieren cocinarse, tampoco hay problema... que ellos digan con qué "menú" lo quieren.</p>
Denominación de la propuesta	<p>De los siguiente 3 nombres, ¿con cuál te parece que más encaja todo este proyecto? ¿Turismo rural, alternativo o aventura? O algún otro que se te ocurra...?</p>	<p>Es una buena pregunta... no lo he pensado. Creo que la parte esta del Parque, con cabalgata, etc. se suele llamar turismo aventura, me parece a mí, que en el contexto de la comunicación, está más el tema de la aventura en el Parque. Cuando uno habla de "lo rural", adquiere una connotación que se refiere más a la parte de la producción, y en el parque ni siquiera hay producción...La idea de aventura, es más llamadora, y tiene esta idea de que hay un nivel de riesgo y te filtra un poco la gente, que es lo que uno quiere; porque el que se haga 3 horas de caminata o trepando 6 horas a caballo, no es para cualquier persona... es más, yo ya me estoy quedando afuera. Quiero decir con esto que así se filtra un poco el mercado. Con "turismo rural" no voy a atraer al joven, y con "turismo aventura" creo que sí. Y la otra opción que vos dijiste de "turismo alternativo", yo no creo que diga mucho... yo prefiero el "turismo aventura", creo que es un término más apropiado. El "alternativo" quiere decir que es distinto a los otros, pero no me dice nada; en cambio el "aventura" tiene toda una afectación...</p>

Actividades realizadas	¿Qué actividades se han realizado en el Refugio hasta ahora?	por ahora se ha hecho caminata, cabalgata, alguna que otra pesca; y del resto todavía no se ha hecho nada...
Comunicación del Refugio	¿Han hecho alguna acción de comunicación respecto al Refugio?	<p>Nosotros hicimos una página web en aquel momento, que se llama elrefugioelcondorito, en el año 1999, con toda la idea de lo que iba a venir en un futuro... pero nunca la difundimos. Ahí hablábamos de caminatas, cabalgatas, de las llamas, de una cantidad de cosas que creíamos que era bueno tener, pero que todavía no estaban autorizadas. La página estaba como "lista para..." . Por supuesto esa página habría que actualizarla, ya que tiene más de 10 años. Supongo que esa página todavía no se ha caído...</p> <p>Pero el Refugio va a requerir una acción distinta...porque el boca a boca en La Grana funcionó porque hace mucho que estamos..Pero el Refugio es un producto totalmente nuevo y va a requerir una acción promocional específica..Alrededor de Parques Nacionales hay mucho margen, alrededor de los Clubes de caminantes, de pescadores, de la bicicleta y demás también se puede hacer algo en conjunto...</p>
Comunicación del Refugio	COMENTARIO	<p>Porque yo concibo que si yo no voy con la comunicación junto con el producto, estamos en el horno digamos... es decir, ir con el producto sólo sin comunicación, no tiene sentido...Y si voy con la comunicación, pero no tengo el producto, peor, porque genero demanda pero la gente queda insatisfecha, porque llama y yo le digo "no tengo"... Por eso acá esto tiene que ser consistente: lo que se quiere ofrecer, con lo que se va a hacer, con la imagen que quiero instalar, con la idea de tranquilidad que tiene el lugar... todo el mensaje que se diga alrededor de esto, tiene que decir claramente qué es el Refugio.</p> <p>Hay que comunicar que esto es un entorno que se está cuidando y es sustentable, y está en acuerdo con la idea de sostener el recurso natural allá, y alinearse con esa idea que el Parque tiene y demás.</p>

<p>Comunicación del Refugio</p>	<p>COMENTARIO</p>	<p>Y yo creo que la comunicación con el Parque es decir “acá tenemos un entorno agradable, para que usted venga a desarrollar la actividad que usted hace”...Digamos, usted hace meditación, venga a hacer meditación al Parque; a usted le gustan los pájaros, venga a mirar los pájaros acá; a usted le gustan las estrellas y es astrónomo, y quiere enseñarle a su gente ese tema, venga al Parque a ver las estrellas...Buscarlo desde esa perspectiva...</p> <p>Yo imagino que uno entra en la pág y lo primero que uno ve es el Parque; segunda visual, gente a caballo; tercera visual, un tipo, de noche, mirando las estrellas...entonces generar sensaciones de experiencias distintas que se pueden hacer en el Parque..Y la idea no es “venga a disfrutar del Refugio”, sino que es “disfrute del Parque y pernocte en el Refugio”...</p>
<p>Lugares similares</p>	<p>Conocés algún lugar que tenga una propuesta similar a la de todo este proyecto?</p>	<p>La Posta...y...no hay muchos... lo que hay concretamente, por ejemplo son algunas cabalgatas que organiza el Haras Ampascachi, que está en Nono. Ellos crían caballos peruanos.</p> <p>Después también está Estancia Los Potreros. Ellos también traen extranjeros específicamente, ingleses, a cabalgar. Y para mi gusto lo hacen muy bien, y tienen la mejor comunicación en lo que respecta a las cabalgatas. En cambio el Aras es el que ha hecho un mejor posicionamiento en web, y buena red comercial, y tiene una jerarquía también en cuanto a infraestructura como para tentar y mostrar una cosa bien armada y tienen muy bien la cría de caballos. Los Potreros tiene muy buena comunicación visual, los folletos y yo lo veo como una cosa que a uno le falta.</p> <p>Te diría que esos dos lugares son muy llamativos. Pero ellos no tienen la idea de un refugio en el Parque, sino que es un complemento distinto...</p> <p>Después, quienes organizan cabalgatas, y he contactado de manera más o menos interesante también, son Los Liste (“el mundo del caballo” o algo así).</p>

<p>Lugares similares</p>	<p>Y de caminatas, conocés algún otro lugar?</p>	<p>Y de caminata ya hay prestadores con menos difusión. Nosotros trabajamos con uno que se llama Martín, y él organiza caminatas en muchos entornos de las sierras... logra los permisos de paso, de los particulares y demás, y lleva gente al Yuspe, los lleva al Condorito, nos llama nos dice "che, tengo un grupo con el que voy a bajar desde el Condorito a La Granadilla"... a veces con y otras veces sin pernocte (no necesariamente baja con pernocte, sino que a veces hace solamente ese circuito).</p> <p>En la parte de pesca con mosca, hay dos o tres clubes de pesca con mosca... generalmente los clubes son para gente que disfruta sólo de la pesca con mosca, y no le interesa nada que tenga que ver con la cuestión del comercio. Pero siempre en estos clubes hay un par de ellos que les gusta recibir gente de afuera y los quiere llevar a pescar. Estos clubes son Córdoba Trucha Club y Club de Pescadores con Mosca, son lugares en los que uno puede buscar y hablar con gente para tener una organización de algún refugio en el alto para generar demanda.</p>
<p>Cómo se entera la gente de estas propuestas?</p>	<p>¿cómo te parece que la gente se entera de este tipo de actividades de aventura?</p>	<p>Y se entera porque entra a la pág de Parques Nacionales.</p> <p>Y Parques Nacionales (a nivel nacional) y el Parque El Condorito son dos medios que uno de alguna manera va a tener que ir solicitando y teniendo alcance. Uno por ejemplo podría hacer acciones, si tenemos una cosa mejor armada, ir a Parque Nacional global digamos, y hacer algo particular de comunicación con ellos..Y después lo mismo en El Condorito, para que uno cuando entre al Condorito, vea el Refugio, y esté El Refugio bien ubicado en esta cuestión, cosa que tenga una forma más o menos ágil de llegar a esto.</p> <p>Y después también están las Oficinas de Turismo y también están todas las Universidades...Y llegar a las Universidades para organizar algún evento en particular...Por ejemplo si va la facultad de turismo o la facultad de biología...Y se hace un cursito para la cuestión esta, y van 10 personas al taller que vamos a hacer allá. Si vas al Club de Pesca, podemos hacer un cursito de "enseñanza de Pesca con mosca", y lo vamos a hacer y practicar en el Parque y están 2 días practicando por ejemplo...</p> <p>Por esa razón, más importante que llegar al público final, es llegar al público intermedio..</p>

Otros Comentarios	<p>*La Granadilla tiene la autorización para las cabalgatas, caminatas, y ahora hemos logrado que si hay gente alrededor del Parque, y quiere pernoctar, pueda hacerlo en el Refugio... Hemos pedido que podamos utilizarlo como una herramienta que no necesariamente tengamos que salir de La Granadilla, para llegar a ese lugar. Porque sino, restringimos a cero el producto, y se hace inviable. Por esta misma razón, toda la idea del plan hasta ahora no ha funcionado o, porque era estar perdiendo plata... estar manteniendo algo para que nunca venga nadie... era estratégico decir que estamos en el Parque, pero no se genera una unidad de negocios. Para que la unidad de negocios exista, tiene que haber un volumen de actividad mínimo, y ese volumen con gente solamente desde San Clemente, no se logra.</p>
	<p>*La propiedad es de Parques Nacionales, y ellos concesionan la gestión o la operación del Refugio... como han concesionado la operación de algún bar o camping que haya. Todo lo que decidan no operar ellos, llaman a concesión o concurso a quienes les interese generar tal o cual actividad en el Parque. Ellos fijan las pautas: cuántas veces al día, qué cantidad de personas pueden ir o no ir, si podés ir a caballo o no, si podés ir en vehículo motorizado o no... Ese es otro tema importante, el cómo llegar al Refugio. Para llegar al Refugio, hay una senda por donde van autos 4 × 4, porque un auto común no puede llegar... y ese 4 × 4, al entrar al Parque, tiene que tener las autorizaciones correspondientes de transporte y demás...</p>
	<p>Y lo bueno es que ahora está en una postura de que quiere que lo usemos un poco más. Hasta antes era como medio experimental todo esto del Refugio, y no lo teníamos tan claro, y había mucha fricción con esto de meter gente a 3 horas del lugar donde ellos cuidan. Hoy en día están en una postura más pro activa, diciendo "bueno, ayúdenos a difundir el Parque"... nos vemos cómo más socios, en el sentido positivo de la cuestión de agregar valor y hacer conocer el Parque a la gente del interior.</p>
	<p>Por eso acá es el huevo o la gallina: como no está sistemáticamente ofrecido, difícilmente la demanda vaya creciendo; a su vez a medida que vaya creciendo la demanda, se va a ir consolidando la idea de ofrecer sistemáticamente el producto. Pero a su vez la familia, al ver que la demanda no va creciendo como unidad de negocios importante, la tiene, para mi gusto, un poco descuidada. Es un producto que todavía tiene mucho para hacerse.</p>
	<p>Si bien es un producto totalmente distinto (el Refugio de La Grana) no es que por eso queremos esconder el otro...Por otro lado, quien venga a La Grana para disfrutar de San Clemente va allegar, a través de La Grana, al Condorito...es como una puerta de ingreso al Parque. Y de alguna manera a La Grana, en el menú de actividades que tiene, y el Refugio es una alternativa más...y es una alternativa que la van a hacer, por decirte un número, 2 de 20 o de 50...porque no es que 2 de 10 van a ir al Refugio, porque es una caminata de 6/7 horas no es para cualquiera. Hay mucho público que llega a La Grana pero llega ahí y no está pensando en hacer mucho esfuerzo más que subir al Cerro y volver...con 2 horas de caminata les es suficiente.</p>

Entrevistado		LAURA
ÁREA DE INDAGACIÓN	PREGUNTAS	
Contextualización inicial		
Composición de la SA	¿Cómo se compone la sociedad que tiene como unidad de negocios La Granadilla? ¿hay una jerarquía entre los socios que la conforman?	La Mayor SA que es la administradora de Estancia La Granadilla...La Mayor SA por el momento está administrando la Estancia La Granadilla y el Puesto del Condorito, y hay alguna propiedad por ahí suelta...Pero cómo se compone? Es una Sociedad Anónima, a la cual pertenecemos todos con distintos porcentajes de acciones. Se trata de hacer una empresa familiar, lo más parecido posible a una empresa no familiar, en el sentido que hay reuniones, se vota por tal o cual cosa, con la elasticidad o flexibilidad que permite el hecho de que sea empresa familiar...Pero tratamos, por lo menos en teoría, que sea una empresa en serio, y no una “familia que trabaja para” (como mucha gente cree).
Público meta de La Granadilla	Desde Estancia La Granadilla, ¿vos cuál ves que es el público al cual se dirigen? ¿Cuáles son las características de la gente que los visita?	NO CONTESTA
Comunicación de La Granadilla		
Encargado de comunicación / Planificación	¿desde La Granadilla, hay algún encargado de todo lo que es la comunicación, la página web, etc...? ¿o todo es “como fluye”?	Es un poco “como fluye”, pero lo que yo conozco...porque hay que tener en cuenta que como yo no estoy en un rol administrativo, por así decir, en la oficina, sino que mi rol es más que nada operativo en colaboración de pequeñas cosas, en opiniones, consejos, en alguna elaboración de cosas de mantenimiento, restauración, opiniones y demás...No te puedo decir así exactamente quién se encarga...Está un poco como compartida esa parte entre María, Juan y algo José. Casi me animo a decir que Pedro es el que menos está en esa parte, porque está más que nada en la parte operativa...
Canales de comunicación externa		NO CONTESTA
Acciones de comunicación		NO CONTESTA

Refugio Condorito	El	
Origen del proyecto	¿recordás cómo se originó? ¿cómo fue el proyecto inicial?	mirá...como somos viejos en la región, vino no sé de qué lugar, el comentario de que había una posibilidad de anotarse para tener un Puesto ahí, pagando evidentemente el canon que corresponde y haciendo las mejoras que había que hacer en la casa, y que para eso era necesario presentar la parte legal de la sociedad, de esto y lo otro, y todos opinamos que era interesante porque era un producto más...y como todos creo que tendemos hacia lo que es la naturaleza y conocer la región y demás, se opinó que sí...sin tener muy presente, a mi criterio, la parte lucrativa y como que podría explotarse mucho más de lo que se explota.
Encargado/s	¿Quién o quiéne son los que más se encargan de este proyecto del Refugio?	diría que los que más están en el tema son José y sobre todo Pedro...
Funcionamiento actual	¿el Refugio ya se usó alguna vez? ¿sabés cómo se organizó? ¿Quiénes fueron?	sí sí...fuimos con un grupo de gente, y sé que hay gente que ha ido caminando o a caballo y que hay que pedir las autorizaciones correspondientes, porque no es una propiedad donde uno dice se hace lo que quiere...pero no te puedo decir si han ido 1 ó 50 veces.
Público meta del Refugio El Condorito	¿Podrías decirme cuáles creés que son algunas de las características de las personas que van a querer ir ahí?	Bueno, tienen que se personas que les guste lo que es la naturaleza, que esté predispuesta a los “sacrificios” que implica el ir a un lugar sencillo, y que a lo mejor no va a tener la cama con el colchón mullido, con resorte; y que si se apagó el fuego porque se largó a llover, comerán crudo o frío; y que si se acabó el gas porque calcularon mal la cantidad de gas, se prenderá una vela y sino tendrá que irse a dormir a las 8 de la noche y levantarse cuando salga el sol; o ligarse lo que me pasó a mí en pleno octubre, una nevada... O sea, tiene que ser una persona que tenga espíritu campamentero, porque está el Refugio, pero también es n lugar libro de campamento.
Denominación de la propuesta	De los siguientes conceptos, ¿cuál es el que más te convence para transmitir lo que son las actividades que pueden realizarse? Turismo rural, aventura o alternativo?	mirá...se usa mucho la palabra “turismo alternativo” y tal vez yo, por ser un poco mayor, no la tengo muy clara...”Turismo rural” yo me imagino más en un campo con vacas, caballos, y no le daría el nombre de turismo rural...Y es una aventura, pero tampoco una cosa que vos digas “ohhhh!”...Así que me parece que pegaría más, de acuerdo a mi escaso conocimiento, el nombre de “turismo alternativo”.

Actividades realizadas	¿Cuáles son las actividades que conocés que se pueden hacer desde el Refugio?	Creo que sólo caminata y cabalgata...
Comunicación del Refugio	¿Sabés alguna acción de comunicación que se haya realizado para dar a conocer el Refugio y sus actividades?	ni idea...
Lugares similares	¿Tenés idea si existen algún o algunos otros lugares que tengan una propuesta similar a la del Refugio, y que digamos, el día de mañana podrían ser su competencia?	Vos sabés que no...no tengo idea...debe haber se me ocurre...pero no sé...
Cómo se entera la gente de estas propuestas?	¿Cómo percibís vos que la gente se entera de este tipo de actividades?	Vos sabés que como son pocas las veces he contestado el teléfono de la gente que llama, no te sé decir exactamente...pero me parece que puede ser boca a boca, conversaciones que se producen en la misma Granadilla, puede ser por turismo de la provincia que, como tiene el tema de los Parques Nacionales, le den el dato..También puede ser que, como en el Parque Nacional Quebrada del Condorito tenemos un buen nombre, a pesar de que no trabajamos tantísimo con esa unidad de negocio...Y por los mismos guías que no son empleados nuestros, pero que están especializados en eso y que nos han llamado alguna vez para llevar a un grupo...Pero no porque nosotros publicitemos mucho. Creo que del Refugio no se ha publicitado nada... Eso sí te puedo decir, que no hay una movida como para decir...y esa es un poco nuestra característica: esperamos que vengan...
Otros Comentarios	SIN COMENTARIOS	

Entrevistado		PEDRO
ÁREA DE INDAGACIÓN	PREGUNTAS	
Contextualización inicial		
Composición de la SA	¿Cómo está compuesta la sociedad que tiene hasta el momento la unidad de negocios La Granadilla y están desarrollando la unidad del Refugio El Condorito?	Está compuesta por 7 socios; mi madre, con el 52% y mis 5 hermanos y yo, con el resto.
Público meta de La Granadilla	¿Cuáles dirías que vos que son las características del público-meta al cual se dirigen desde La Granadilla	La Granadilla tiene un público particular que es el mercado familiar, básicamente en la época de recesos escolares, familias con hijos de entre 1 ó 2 años, a 13 / 14 años; y el resto del año apunta al segmento corporativo
Comunicación de La Granadilla		
Encargado de comunicación / Planificación	Ustedes como sociedad, por ahora en la unidad de negocios de La Granadilla (porque la del Refugio se está desarrollando) tienen un encargado de todo lo que es el área de comunicación? Hay una planificación anual de las acciones de comunicación que llevan a cabo?	no...se maneja muy familiarmente, no hay una persona responsable de lo que respecta a comunicación. Te diría que lo hacen entre María y Juan, pero no es que ellos sean los responsables de la comunicación puntualmente. Y no hay ninguna planificación. Pasa que nosotros siempre hemos apuntado mucho al boca en boca, que es muy efectivo, es lerdo, pero es muy importante porque la gente que va allá, si ya le contaron del lugar, les da la sensación de que ya han ido porque más que sea la primera vez que van.
Canales de comunicación externa	Además de la página web de Estancia La Ganadilla que ahora la están reformando, ¿tienen algún otro canal de comunicación que ustedes utilicen con los clientes?	publicidad se hace muy poca, eventualmente en Revista Lugares y no mucho más. Te diría que básicamente es eso...Pasa que nosotros a la página web, hasta ahora, la hemos manejado más como un método de información, que como un método de búsqueda de clientes; o sea, no es que nosotros hagamos publicidad por medio de la página, sino que creo que la persona que se comunica con nosotros, se comunica porque vio información en la página web de los servicios que se ofrecen y para complementar un poco lo que a lo mejor no se comunica vía mail. Te diría que por tel y mail son los dos canales que más se utilizan...
Acciones de comunicación	Vos comentaste recién la publicidad en Revista Lugares...¿alguna otra acción puntual que hayan hecho de comunicación?	No soy yo quien está en el tema publicitario, pero tengo entendido que básicamente Revista Lugares, con algunos avisos anuales, y nada más...Un poco, volvemos a lo mismo, apostamos al boca en boca; te diría que según estadísticas de marketing, el boca en boca es lo más efectivo.

Refugio Condorito	El	
Origen del proyecto	Ahora respecto al Refugio El Condorito, ¿te acordás cuándo se originó? ¿cómo surgió la idea?	Del Refugio surge la idea cuando se forma el Parque Nacional... Como todo, tiene su protocolo y toda su reglamentación... Y para nosotros desde La Granadilla, poder seguir accediendo al Parque, fue que hicimos una pequeña gira por el Parque y se propuso un recorrido a caballo para poder hacer estos programas de cabalgatas; y dado que los circuitos a poder realizar son bastante distantes desde La Granadilla, se solicitó un refugio, que es una casa que está en Parque Nacional para poder pernoctar.
	¿Tenés idea de hace cuántos años más o menos que empezó todo eso aproximadamente?	Y la concesión la tenemos desde hace más o menos 8 – 9 años...
	Ustedes son operadores del Parque ¿ese operador es La Granadilla, La Mayor Sociedad, familia Inaudi...?	Formalmente te diría que es La Mayor SA, porque hemos presentado toda la papelería de La Mayor como empresa,... Después está La Granadilla como nombre de fantasía del emprendimiento puntualmente del hotel, y yo Pedro estoy como responsable, persona física... Ese es más o menos el orden: La Mayor como empresa responsable, La Granadilla como establecimiento, y yo como persona física de contacto nada más...
Encargado/s	¿y quién o quiénes son los que más se encargan de todo este proyecto?	Te diría que yo me encargo más de lo que es la parte operativa cuando se hacen salidas... Y a veces el Refugio se utiliza para que los guías habilitados por el Parque, que hacen caminatas, puedan pernoctar allí y nosotros les damos sólo ese servicio de pernocte.
Funcionamiento actual	Entonces el Refugio ya se ha utilizado... ¿sabés más o menos cuántas veces? ¿cómo se organizaron las salidas?	Podría decirte que en todos estos años, se puede llegar a haber utilizado unas 15- 20 cabalgatas, y se habrán hecho otros 20-30 programas de trekking.
	¿Todas organizadas por ustedes mismos?	Todas las cabalgatas las organizamos nosotros... y los programas de trekking son organizadas por los guías del Parque que contratan sólo los servicios de pernocte en el Refugio.
	Y de todas esas cabalgatas, ¿cómo se llegaron a organizar? ¿se difundieron en algún lado y lograron convocar a determinada cantidad de personas?	Son grupos de amigos o alguna empresa puntual que quieren hacer una actividad de cabalgata y nos contactan a nosotros y el programa se arma medio a medida; pero no es que nosotros promocionamos nada...

	<p>¿y el Refugio tiene un mantenimiento regular o sistematizado?</p>	<p>Debería ser más regular... Nosotros hacemos mantenimiento un poco de las cosas básicas en la medida en que se van conformando algunos grupos y se hace una visita previa y pone más o menos en condiciones el lugar; y actualmente tendríamos que hacer algunas mejoras edilicias a pedido de Parques Nacionales.</p> <p>Cuando empezamos con lo del Refugio, tuvimos que hacer una reparación bastante integral de la casa, y ahora requiere un poco más de mantenimiento. Desde que se formó el Parque Nacional, se fue la gente a quien le expropiaron esa propiedad y la casa quedó abandonada por 2 ó 3 años, hasta que aparecimos nosotros y lo acondicionamos.</p>
<p>Funcionamiento actual</p>	<p>¿Con cuántos caballos cuentan?</p>	<p>Y en La Granadilla tenemos 20 caballos, pero al Parque Nacional podemos ingresar con 15. Y los mismos caballos que se afectan en La Granadilla son los mismos que se afectan para el Refugio</p>
	<p>¿y cuáles te parece que son las características más puntuales de las personas que van a ir allí a hacer las diferentes actividades?</p>	<p>Para el Refugio, deberíamos apuntar a mercado corporativo, en parte, y al mercado digamos de turismo aventura (a través de trekking y cabalgatas).</p> <p>Básicamente tiene que ser gente que le guste la actividad de trekking o cabalgata; y te diría que en líneas generales sería para un mercado de personas desde los 12 años hasta los 60 años.</p> <p>es una actividad que no es para un turismo estándar.. Porque en 2 días, andar 13-14 horas a caballo, no lo hace cualquiera; o sea que es un segmento que es amplio en la edad, pero tal vez no tanto en la actividad e intensidad de la actividad... No es que sea una actividad complicada o de alto riesgo, pero son muchas horas de cabalgata y no toda la gente está dispuesta a andar</p>
<p>Denominación de la propuesta</p>	<p>¿cuál de estas 3 denominaciones te parece que es más pertinente para todas estas actividades: turismo rural, alternativo o aventura?</p>	<p>no logro identificar cuál es la diferencia entre el de aventura y el alternativo...pero creo que sería más alternativo.</p>
<p>Actividades</p>	<p>y además de trekking y cabalgata, ¿ustedes tienen proyectado otras actividades? ¿o se te ocurre alguna otra actividad que se pueda realizar ahí?</p>	<p>Se puede hacer el tema de bicicleta, avistaje de aves, pesca de truchas... Hay varias actividades que el Parque Nacional permite hacer dentro y nosotros como operadores creo que estaríamos habilitados para hacer cualquiera de esas actividades. Y cualquier otra cosa tendríamos que pedir autorización al Parque...</p>

Comunicación del Refugio	En una entrevista anterior me dijeron que en Revista Lugares salió publicado una vez todo esto del Refugio, ¿dirías que esa fue la única acción de comunicación que hicieron respecto al Refugio?	Apenas empezamos con la concesión o con el permiso de Parque, Revista Lugares cubrió la primera cabalgata que hicimos enviando una periodista. Éramos un grupo de 10-12 personas, entre ellas esta periodista, y después sacaron, no recuerdo en qué año fue, una nota bastante extensa de toda la travesía... desde que la buscamos en el aeropuerto a la chica esta, hasta que la dejamos ahí de nuevo.
	Tengo entendido que ustedes solían tener página web del Refugio...?	Sí, tuvimos página en su momento, pero ahora ya no está más... Estimo que debe haber estado activa unos 3 – 4 años.
Lugares similares	¿Podrías nombrar lugares que vos conozcas con alguna propuesta similar a la de ustedes? (ya sea en Córdoba o a nivel nacional)	Y bueno, en realidad cabalgatas se hace por todos lados.. En Salta se hace mucho, Tucumán lo hace, en la cordillera también se hace.. no sé si por Parques Nacionales o no, pero sí se hace. Y programas de trekking ni hablar, tal vez hay mucho más que cabalgatas... Y te diría que dentro de Córdoba, los centros de interés más importantes son el Champaquí, Los Gigantes y debería serlo el Parque El Condorito
Cómo se entera la gente de estas propuestas?	¿Y cómo te parece que la gente que le gusta este tipo de actividades se entera de todos estos programas?	Se me ocurre que primero buscan destinos. Si vos querés ir al Parque Nacional Quebrada del Condorito, tenés que ingresar a la página del Parque, o se comunicarán con Administración de Parques Nacionales y ahí les informarán quiénes son los prestadores de servicios dentro del Parque. O sea que habría que hacer algo mutuo no? Tal vez que en nuestra página web se haga referencia al Parque Nacional y de Parque Nacional que hagan referencia de lo nuestro... por estar trabajando en forma conjunta...
	¿Y te parece que desde la misma página de La Granadilla ¿habría posibilidad de promocionar esto del Refugio?	Creo que sí, podría ponerse algo, en la medida que se quiera anexar como un servicio más de La Granadilla... porque vos podés eventualmente manejarlo como un producto totalmente independiente de La Granadilla, o lo podés hacer “bajo el paraguas” de La Granadilla y que sea como un servicio más.

	<p>¿Cuándo te parece que este proyecto se va a concretar al 100% y puede llegar a funcionar como lo están planificando para aprovechar totalmente el potencial que tiene el Refugio?</p>	<p>Mirá, las condiciones ya están dadas...La relación con Parque, por más que no es muy seguida la frecuencia con que hacemos actividades, es un relación muy madura, tenemos muy buena relación con la gente de Parque...lo cual creo que es muy importante...Pero todavía faltan algunas cosas por hacer con Parque, porque al ser un Parque relativamente nuevo, es todo muy dinámico. Pero yo creo que las condiciones están dadas como para darle un poco más de impulso...Lo que pasa es que esto habría que tomarlo como una unidad de negocios que sea, no te digo independiente 100%, pero sí que se pueda gestionar más independientemente de La Granadilla, porque hasta ahora está demasiado atado. Porque además como es una unidad de negocios chica, respecto a la de La Granadilla, se la trata como tal, y la prioridad la tiene La Granadilla, por eso es que hasta ahora no se haya hecho la publicidad y promoción como para darle vuelo propio. Desde el momento en que uno utiliza los mismos caballos de La Granadilla para el Refugio, es porque le da prioridad a La Granadilla...</p>
<p>Otros Comentarios</p>	<p>Vos recién hablabas de manejar la unidad de negocios del Refugio como algo independiente, separado...¿Te parece que en algún momento pueden llegar a tercerizar todo lo que es la cuestión operativa?</p>	<p>Yo creo que sí, seguramente se irá tercerizando en la medida en que Parque nos vaya aprobando las personas que serán responsables de tal o cual tema...porque hay un tea de papelería en el medio...Está bien, yo soy el referente ante Parques Nacionales, pero hoy en día Luis y Mariana (empleados de La Granadilla) son los únicos 2 guías que yo puedo mandar en una cabalgata al Parque...Entonces si en algún momento coaliciona una salida al Parque en temporada alta, tendré que hacer un enroque de personal, para que yo a esa gente la pueda afectar para salir a la Quebrada del Condorito, y cubrir esa necesidad en La Granadilla. O sea que habría que capacitar más gente o hay que hacer cursos de guía, pero lo que pasa es que esos cursos para guía no es que se dicten regularmente, por ahí pasan dos años y n se hace ningún curso. Entonces en la medida en que Parque te apruebe las personas que vos pongas a cargo como responsable de la actividad, por supuesto que tendrá que ser así, y tercerizarse.</p>
<p>Yo creo que la parte más difícil del Refugio es la conformación de grupos, porque sin lugar a dudas que una salida con cabalgata se justifica en la medida que salgas por lo menos con 7-8 personas. La conformación, en la medida que vos no pongas fechas fijas de salida, se hace muy difícil. O sea que hay que tomar un compromiso y decir bueno, vamos a hacer 6 fechas al año, y esas 6 fechas se sale sí o sí</p>		

Entrevistado		JUAN
ÁREA DE INDAGACIÓN	PREGUNTAS	
Contextualización inicial		
Composición de la SA	¿Cómo se compone la sociedad que tiene como unidad de negocios La Granadilla? ¿hay una jerarquía entre los socios que la conforman?	La sociedad se llama La Mayor SA, es una SA que está compuesta por accionistas, en la cual la socia mayoritaria es Laura, y nosotros los hijos, tenemos partes iguales (de la otra mitad, dividido 6). Jerárquicamente, está María como Presidenta de la SA, Pedro como Vice-Presidente y José y yo, como <u>Directores Suplentes</u> .
Público meta de La Granadilla	Para marcar diferencia entre lo que es el público de La Granadilla y del Refugio El Condorito, ¿me podrías decir cuáles son las características del público-meta de unidad de negocio de La Granadilla?	La Granadilla tiene dos perfiles distintos, uno que es turismo familiar en temporada alta, y eventos de empresas en temporada baja...son dos perfiles fuertes.
Comunicación de La Granadilla		
Encargado de comunicación / Planificación	Ustedes como sociedad, en lo que respecta a lo que es la comunicación de La Granadilla, ¿hacen una planificación particular? Hay un encargado de comunicación?	El encargado de comunicación y lo que sea publicidad y cuestiones de ese tipo es María. No tenemos una dinámica de actualización de la pág web, pero sí la vamos a tener.
Canales de comunicación externa	¿Cuáles son los canales de comunicación que uds utilizan para comunicarse con sus clientes?	Pág web, tel, mail y alguna que otra publicidad son esos los elementos que tenemos...No hemos desarrollado nada electrónicamente nuevo, de lo que es diseño web, esas cosas de sistema flash...y cosas que no sé cómo se llaman...
Acciones de comunicación	¿Han realizado alguna acción puntual de comunicación?	Algo de publicidad, pero no mucho... El hecho de que La Granadilla funcione hace más de 40 años en atención al público, hace que tengamos un público que repite mucho durante muchos años y el boca a boca es el tipo de publicidad que todavía genera mayor cantidad de público más que cualquier publicidad que podemos llegar a hacer. Además, un exceso de publicidad haría que nosotros no podamos satisfacer la demanda. Y todo lo que sea publicidad masiva a nosotros nos patea en contra, porque cuando nosotros estamos en temporada en La Ganadilla, no podemos atender el público que nos visita por día de campo, porque si mal atendemos a la gente que nos visita, mal atendemos a la gente que está alojada ahí.

Refugio Condorito	El	
Origen del proyecto	respecto al Refugio, ¿cómo se originó? ¿cómo surgió la idea?	<p>el Refugio surgió porque nosotros, dentro de lo que hacemos como actividad de La Granadilla era un paseo que hacíamos al Parque Nacional, íbamos a la Quebrada del Condorito, como un paseo más dentro de lo que hacíamos...por supuesto con la particularidad de que está lejos y para un público especial. Cuando esto se convierte en Parque Nacional, la restricción a la circulación fue total, o sea no se podía entrar más al Parque Nacional; y para poder hacerlo había que, a través de presentaciones múltiples, pero de muchos años, tuvimos que hacer mucha fuerza para poder ser prestadores de turismo en Parque Nacional.</p>
Encargado/s	Quién dirías vos que es el/los encargado/s de este proyecto o que más lo estén desarrollando...?	José
Funcionamiento actual	¿el Refugio ya se ha utilizado?	<p>El Refugio sí se ha utilizado, y se ha utilizado con caminatas y con cabalgatas, en donde la parte operativa la maneja Pedro sobre todo...Y se maneja siempre desde lo que es la operación de La Granadilla más que desde un centro de atención o recreación aparte...porque actualmente no tiene un dinamismo que lo lleve a ser una unidad de negocios distinta, porque todavía no está del todo armado el producto...</p> <p>Actualmente se puede transitar por un senderismo determinado, con una cantidad de caballos determinada por cuanto no quieren impacto ambiental sobre sectores que ellos lo consideran que no se puede mover gente en ese sector... Y en realidad para caminatas, no hay inconveniente; en lo que sí hay restricción es para cabalgatas. Hoy por hoy, ya no se puede entrar, salvo que tengas un guía habilitado...Las restricciones de Parque Nacional fueron cambiando a medida que iba pasando el tiempo. Donde sí se puede ir a caminar libremente, es si vas por la Pampilla, entrás por el centro de visitantes y haces el senderismo que está marcado y es libre...</p>

<p>Funcionamiento actual</p>	<p>¿Y cómo se llegó a organizar las veces que se utilizó? ¿Lo organizaron ustedes mismos?</p>	<p>Nosotros no hemos tenido un esquema comercial agresivo donde uno tenía un producto y lo publicitaba y lo organizaba...Normalmente lo que pasaba era que venían al pie a solicitar el paseo o la cabalgata o caminata al Refugio; no es que nosotros hacíamos una acción comercial puntual...Creo que la primera vez que se utilizó se organizó a través de la Revista Lugares y fueron en cabalgata al Refugio, con lo cual se generó una movida importante en ese tiempo y te diría que puede haber sido una de las únicas acciones comerciales que se hizo desde el Refugio.</p>
<p>Público meta del Refugio El Condorito</p>	<p>¿Cuáles serían las características que vos te imaginás de la gente que va a ir ahí? ¿Cuál sería el público meta digamos...?</p>	<p>El Refugio entiendo que es más perfilado a un turismo particular y tal vez nacional o extranjero, pero es muy particular porque tiene que tener y hay que generarle, en realidad, la particularidad de la caminata o cabalgata como experiencia diferencial y el Parque Nacional como lugar e hito a visitar, independientemente del recorrido.</p> <p>No conozco mucho del tema comercial, pero sí te diría que el atractivo particular que tiene todo esto es exclusivamente el Parque Nacional...porque cabalgatas por sierras puede haber en todos lados, y dificultades como esa puede haber en todos lados...Entonces el hecho de acceder a un Parque Nacional, independientemente de la belleza o no del Parque, genera como un hito distinto...Y te diría que el segmento puede ser casi gente que le gusta el campo, le gusta la actividad ecuestre, extranjeros (cuando haya un desarrollo importante de todo esto y se pueda publicitar afuera)...porque el programa de cabalgatas no es un programa fácil, porque tiene como 12 ó 13 horas de caballo efectivo, entonces el hecho de que tenga esa cantidad de horas así que quien participa de este programa, no sea alguien que no conoce nada de caballos porque no lo va a aguantar...</p>

<p>Denominación de la propuesta</p>	<p>De los siguiente 3 nombres, ¿con cuál te parece que más encaja todo este proyecto? ¿Turismo rural, alternativo o aventura? O algún otro que se te ocurra...?</p>	<p>Me quedo con turismo aventura...porque el turismo rural yo lo concibo más como no una actividad puntual, como es esto...Esto es como si fuese alguien que hace una visita esporádica de 2 ó 3 días en las sierras y que tiene esta actividad puntual para hacer acá en Córdoba...O sea, no es alguien que permanece en el campo durante una semana o 10 días...No es como unas vacaciones, sino que es alguien que hace Cataratas del Iguazú, Norte Argentino y hace una cabalgata al Parque Nacional como dentro de un paquete de programas que se puede hacer dentro de Argentina...Y tiene el sabor aventura, porque tiene algo distinto que lo que habitualmente se hace....Digamos, no es tanto por lo ecuestre, porque lo ecuestre sería más quien va a una Estancia y hace una cabalgata, y eso sería más turismo ecuestre...Pero quien va y hace una cabalgata en el Parque Nacional, ese es el turismo aventura...quien va a la montaña y llega a un hito particular, dentro de lo que es los atractivos turísticos de la zona.</p>
<p>Actividades realizadas</p>	<p>De las veces que el Refugio sí se ha utilizado, ¿solamente se hicieron cabalgatas y caminatas y siempre desde La Granadilla?</p>	<p>no lo sé...Lo que hemos organizado nosotros, sí. Pero lo que han organizado otros caminantes, guías de montaña, no sé cuál era el circuito...no sé si era desde La Grana o desde San Clemente, o desde el Balcón Norte...no sé si puntualmente todas fueron desde La Granadilla...no lo sé.</p>
	<p>Nombrás siempre cabalgata y caminata, el pernocte en el Refugio también sería parte de todo este programa...?</p>	<p>El pernocte en el Refugio tiene 2 características fundamentales: primero que por el tipo de programas que se hacen desde La Granadilla, sería necesario pernoctar en algún lugar, por la duración de la caminata y cabalgata...Y por otro lado, la aventura que es el dormir dentro de lo que es la inmensidad del Parque, es indudablemente llamativo...Uno va al Parque Nacional, estar de noche en el Parque, donde no hay absolutamente nada nada nada, es un atractivo muy fuerte para la gente...</p>
	<p>Alguna otra actividad que se pueda desarrollar ahora o en un futuro?</p>	<p>no, no...yo creo que no...Habría que ver puntualmente si existen otras alternativas...por ejemplo ciclismo...Habría que ver si ya existe esa posibilidad en el Parque, y si hay o no mercado para eso..O si existe alguna idea por parte del Parque Nacional, para ver si el ciclismo es una de las actividades que no impactan en el ambiente...Pero puede ser que el ciclismo de aventura sea una de las alternativas...</p>

<p>Comunicación del Refugio</p>	<p>¿Hicieron algo de comunicación respecto al Refugio?</p>	<p>Del Refugio, hay una página pero está vieja y sin movimiento...sobre todo porque todavía no es un producto que esté desarrollado...Lo largamos en su momento, pero quedó ahí como en stand-by. Además está la Revista Lugares, que ha sido siempre para nosotros la publicidad de La Granadilla fuerte, porque en algún momento representó el tipo de turismo que nosotros ofrecíamos, pero no sé actualmente cómo está...Y fue a través de ellos, porque ellos sabían que nosotros comenzábamos con el tema de las cabalgatas y quisieron participar de la primera cabalgata que se hizo y salió una nota...</p>
<p>Lugares similares</p>	<p>Conocés algún lugar que tenga una propuesta similar a la de todo este proyecto?</p>	<p>no, yo no conozco, pero seguramente va a haber...Al Parque Nacional Quebrada El Condorito, seguramente medida que vaya pasando el tiempo, cuando el acceso del Parque sea más conocido, la alternativa de programas de este tipo va a haber por todos lados...no sólo nosotros sino del sector de Calamuchita, de traslasierra...Y todos los programas de estos que combinan caminata y cabalgata en el Parque, va a ser un elemento seguramente fuerte. Por supuesto que cabalgatas hay de todo tipo, por ejemplo las que se hacen para cruzar la cordillera o la cabalgata Dos Lunas que van por todas las sierras...O sea, competencia hay, pero como me parece que este es un tema orientado al turismo de aventura y puntual, la visita al Parque Nacional; si no estuviera el Parque Nacional, sería una actividad más, como cualquier cabalgata a las sierras de Córdoba...</p>
<p>Cómo se entera la gente de estas propuestas?</p>	<p>¿cómo te parece que la gente se entera de este tipo de actividades de aventura?</p>	<p>Me parece que de este tipo de cosas, hay que buscar a través de Agencias especializadas, con posibilidad de que, en caso de turismo extranjero (que me parece que es un fuerte que puede llegar a tener), la posibilidad de que haga un circuito dentro de la misma Argentina, esté por decirte las cataratas, norte argentino, las ballenas, y que Córdoba tenga un atractivo particular que sea un pernocte de 2 ó 3 noches en Córdoba, donde uno de los programas puntuales a ofrecer sea la cabalgata al Parque Nacional. A mí me da la impresión que no es un boca a boca, sino una publicidad específica, para un segmento determinado, a través del canal de comunicación que sea...ya sea a través de publicaciones en revistas, o a través de las Agencias...Sinceramente eso es algo que no lo conozco, pero creo que no es algo masivo ni el boca a boca...Y evidentemente en este caso de un programa tan puntual y particular, hace falta algo que vaya directo a cierto tipo de personas..</p>

Otros Comentarios	<p>*Porque en realidad se superponen, no sólo en la parte comercial que tiene una dinámica totalmente distinta, sino también en la parte operativa porque cuando vos tenés Refugio y tenés necesidad de actividades que te insumen elementos de La Granadilla (que son la caminata o las cabalgatas o guías o cosas de ese tipo), normalmente en temporada alta, nosotros todo ese potencial lo tenemos destinado exclusivamente para la gente que está en la Estancia...Entonces, no podemos atender a quien, por una demanda normal, pide ir al Refugio a hacer un programa de caminata o cabalgata desde La Granadilla..Entonces surge la necesidad de atender esto del Refugio como otra unidad de negocios distinta.</p> <p>*No está estipulado cómo es el mantenimiento del Refugio, porque tampoco tiene un uso que lleve a la necesidad de mantenerlo cada determinado tiempo.</p> <p>*como puntualmente el programa del Refugio y el proyecto este es algo que se está gestando, dentro de lo que serían las actividades recreativas de San Clemente, y como una unidad de negocios distinta a la de La Granadilla, eso está todavía “verde” en lo que respecta a su desarrollo...</p> <p>Así que yo particularmente no conozco más que lo que estuvimos charlando...</p>
-------------------	--

Entrevistado		MARÍA
ÁREA DE INDAGACIÓN	PREGUNTAS	
Contextualización inicial		
Composición de la SA	¿Cómo está compuesta la sociedad que ya tiene la unidad de negocios La Granadilla y que va a tener la unidad de negocios de El Refugio El Condorito?	Es una sociedad anónima familiar que tiene 6 accionistas, 1 accionista mayoritario que es mi madre (con el 50 ó 52%), y el resto está dividido con mis hermanos.
	Hay una jerarquía entre los diferentes accionistas? El trabajo es siempre en equipo...?	En realidad está bastante sectorizado...los roles están muy claros, si vos me decís “con quién tengo que hablar por un presupuesto para una convención?”, yo estoy a cargo del tema convenciones; quién vende a familias? Juan; quién opera? Pedro y yo; recursos humanos de La Granadilla y trato con personal, Pedro; y nuevas unidades de negocios, se encarga un poco más José.
Público meta de La Granadilla	Para marcar la diferencia entre el público de La Granadilla y el público del Refugio, ¿cuáles serían las características del público-meta de La Granadilla?	El público de La Granadilla son dos particularmente: lo que es temporada alta, van netamente familias (no matrimonios), te diría de un perfil de personas de entre 30 y 45 años, con chicos menores de 13 años, perfil ABC 1, de Buenos Aires. El perfil de La Granadilla en temporada baja es muy amplio, porque son convenciones, grupos de afinidad, campeonatos de brish, chamanes, empresas, entonces ese público es muy variado y el potencial está ahí.
Comunicación de La Granadilla		
Encargado de comunicación / Planificación	¿Hay algún encargado de lo que es el área de comunicación dentro de la sociedad?	no, no...un desastre...De La Granadilla hotel, no hay; y del Club de Campo - del Refugio El Condorito - menos, porque todavía no está desarrollado...
	¿hay ningún tipo de planificación?	Te digo algo, todo lo que se hace desde La Granadilla, no es nada “al boleo”...Como el público está maduro y el producto está maduro, porque hace 70 años que funciona, no hacemos ningún tipo de publicidad o promoción, y eso es a propósito... Cuando vos vas por la ruta y no hay un cartel que te indique para dónde ir, no es al boleo, sino que es a propósito... Porque yo no te estoy esperando, y si vos querés ir a comer, yo te voy a decir que no... porque si vos ves un cartel que dice “La Granadilla a 10km, a 5, para acá o para allá” y vos llegás y yo no te puedo atender con un café, me sacás a las patadas...Entonces toda la estrategia de La Granadilla hoy, no es nada al boleo, porque está clarísimo; si vos querés ir a La Granadilla hotel hoy, no te puedo atender porque hay convenciones, entonces yo no voy a poner carteles si después no te voy a poder atender...

Canales de comunicación externa	¿Qué otro canal de comunicación además de la página web de La Granadilla tienen?	Justamente ahora estamos desarrollando la nueva página web de La Granadilla hotel...y si vamos a tener Facebook y ese tipo de cosas (de La Granadilla) en 2 meses.
	Y además de las herramientas que hoy por hoy brinda Internet, ¿qué otro canal de comunicación tienen o van a tener?	Pasa que ese te diría que es el mejor recurso, porque hoy por hoy, esas cosas te salen \$2,50 y logran un muy buen posicionamiento...
	...y algo de folletería?	no, nada. Pasa que la folletería cada vez se estila menos. Porque si vos tenés un buen canal de venta y una buena web y las agencias temáticas te venden las cabalgatas, la folletería no te sirve de nada...Y con las agencias se puede armar una excelente red de venta...
Acciones de comunicación	¿Hay alguna acción puntual de comunicación que recuerdes que se haya hecho?	no...siempre publicitamos en Revista Lugares...pero no hicimos ninguna otra promoción, porque apuntamos mucho al boca en boca...
Refugio Condorito	El	
Origen del proyecto	¿Cómo se originó el proyecto del Refugio?	Pasa que con el Refugio estamos pegados, el Parque Nacional de San Clemente...Incluso para ir al Refugio tenés que pasar por La Granadilla...Entonces por cercanía y algo estratégico, nos pareció muy interesante tomarlo nosotros. Y bueno, ahí hicimos todos los trámites, que son bastante lentos, y hoy por hoy somos los únicos operadores de cabalgatas autorizados por Parque...Pero eso no quiere decir que vos mañana no puedas iniciar un expediente para poder ser operador de cabalgatas, eso es libre, cualquier puede hacerlo...Del Refugio, tenemos la concesión, y de cabalgatas hemos cumplido los trámites para poder ser operador turístico. Así que lo hicimos porque nos apreció estratégico, y como actividad, creo que llama mucho.
Encargado/s	¿Quién o quiénes son los que más se encargan del Refugio?	Te diría que José y Pedro...
Funcionamiento actual	¿Y se ha utilizado el Refugio?	Sí, se ha utilizado...cuántas cabalgatas? No tengo idea, pero sí se que como experiencia ha sido muy linda. Vinieron los de Revista Lugares también a una de ellas, por eso hay fotografías de todo eso, y de ahí salió esa gran nota...Y también se ha utilizado con grupos con guía de trekking; sobre todo con uno en particular que es Martín.
Público meta del Refugio El Condorito	¿Cuáles son las características del público-meta del Refugio?	El perfil del Refugio es gente joven, te diría que en su mayoría extranjeros (que son quienes pueden llegar a pagar lo que va a valer), y por supuesto es un mercado que todavía no hemos atacado...

<p>Denominación de la propuesta</p>	<p>Te voy a decir 3 nombres, vos decime con cuál te parece que todo este proyecto más “encaja”? Turismo rural, aventura o alternativo...? O algún otro que se te ocurra?</p>	<p>Turismo rural no, porque no es la actividad que se va a desarrollar... Yo diría que es mejor turismo aventura...</p>
<p>Actividades realizadas</p>	<p>De las veces que el Refugio sí se utilizó, ¿se hizo solamente cabalgata y/o caminata? O alguna otra actividad?</p>	<p>Sólo eso...Lo que pasa es que desde este año tenemos un poco menos de limitaciones...Antes podíamos hacer sólo cabalgatas, 2 por mes y con tantos cabalgantes...pero a nivel caminatas, creo que desde este año ya podemos usar el Refugio cuantas veces queramos...Digamos, le podemos decir a cualquiera de los guías autorizados por Parque que tienen a disposición el Refugio, por tanta \$ por fin de semana, y eso creo que ya se puede hacer...</p>
	<p>¿Y alguna otra actividad como por ejemplo pesca?</p>	<p>Pedro te va a saber decir mejor eso...Creo que pesca sí podemos hacer ahí en Arroyos de Achala, de pesca con mosca...Y otras actividades, en realidad al Parque lo que le interesa, creo, es el tema del mantenimiento del lugar...Entonces creo que se podría llegar a hacer cualquier actividad que sea viable en ese sentido, mientras no tenga un impacto ambiental...Toda actividad a realizar siempre se habla previamente con Parque, no es que se pueda hacer todo libremente. Por ejemplo, en un mes van a ir un fin de semana un grupo con biólogos y profesionales afines, con chicos de 18 años, para hacer experimentos...Siempre que sean actividades de bajo impacto, no va a haber problema...</p>
<p>Comunicación del Refugio</p>	<p>En lo que respecta al Refugio, ¿se ha hecho algo de comunicación...?</p>	<p>Para la unidad de negocios del Refugio, sí vamos a necesitar un plan que no está hecho todavía, porque es un producto totalmente nuevo...hay especialistas en cada rubro y La Granadilla necesita esos especialistas para nuevas unidades de negocios. Revista Lugares, ha salido el programa de las cabalgatas una vez; ahora me mandaron a pedir de nuevo la cotización de lo que son las cabalgatas en el Parque...Entonces Revista Lugares te dice las 10 cabalgatas para hacer en Argentina, y ahí estamos nosotros...Pero todavía no lo hemos promocionado, porque todavía no es el momento...Hoy por hoy tenemos el Refugio porque es un recurso estratégico y tiene mucho potencial, porque hasta ahora como negocio, ha sido 0 (cero)... Pero creo que una web bien armada y bien posicionada vende mucho más que cualquier otra cosa...Y obviamente creo que otro canal es el vendedor, y quién es el vendedor? Agencias temáticas...pero tampoco he ido a la agencia temática todavía, porque no es el momento de largar el producto...</p>

Comunicación del Refugio	¿y esa publicación en la Revista Lugares, cómo se dio?	Salió primero una nota espectacular de 3 páginas, y en la tapa decía “cabalgatas al Parque Nacional”, y después salió nombrado de nuevo y ahora va a salir otra vez...Y en realidad salió porque la revista siempre necesita notas de interés y no pagamos nada; es un canal abierto y no lo vamos a desperdiciar. Hoy por hoy la nota dice “primavera-otoño” y con poca pila, pero cuando esté todo listo, se armará algo mucho mejor.
	¿Y hubo alguna acción más?	Yo creo que el mercado nuestro no va a ser en Córdoba, sino que va a ser más el extranjero. Acá en Córdoba me parece que hay pocos receptivos que organizan paquetes para los extranjeros; y me parece que también un canal piola, además de las agencias receptoras que pueden ser la del Cabildo y algunas otras, el potencial también está en los hostels, con organizar la gente que está dando vueltas...El Cabildo por ejemplo tiene las puertas abiertas para que yo mañana (porque ya estuve hablando con ellos) les lleve folletería y un paquete armado para que ellos puedan ofrecer cabalgatas (porque hoy por hoy no tienen nada de nada sobre esas actividades). Entonces se pueden usar las agencias de afuera, las agencias de Córdoba receptoras y sobre todo un canal que me parece muy importante, que es el Cabildo.
Refugio	¿Conocés algún lugar que tenga una propuesta similar a la del Refugio?	Yo no he estudiado el mercado de cabalgatas, pero creo que Haras Ampascachi creo que hace cabalgatas, en Revista Lugares hay un par...pero no tengo idea, no he investigado.
Otros Comentarios	Quiero reiterar que la imagen de La Granadilla (casco), la no promoción, publicidad, bla bla, no está improvisado, es a propósito. El Refugio es un producto nuevo, un público diferente y hay que abrir un mercado totalmente distinto y creo que hay para hacer dulce en lo que es comunicación.	

- *Análisis de las Entrevistas realizadas a los socios / miembros de La Granadilla*

Luego de haber realizado las 5 entrevistas a los socios/miembros de La Granadilla, podemos decir que los canales de comunicación externa que utiliza La Mayor SA, son básicamente 3: sitio web, teléfono y correo electrónico.

La organización no tiene aún un área de comunicación conformada, ni existe tampoco una persona que se encargue de planificar las acciones de comunicación que se llevan a cabo. Como indicó José:

Siempre se pensó en tener una comunicación formal, sistemática o periódica con los clientes, pero la idea sigue dando vueltas. (Entrevista - Socio/Miembro 1).

Esto demuestra que, por más que exista una intención de planificar y llevar adelante acciones comunicativas, aún es algo que no se ha podido concretar. Tal vez esto se haya dado así por falta de tiempo, falta de recursos humanos o simplemente por tener otras prioridades a las cuales atender.

Cabe destacar que, debido a la gran trayectoria y antigüedad que tiene la unidad de negocios Estancia La Granadilla, y teniendo en cuenta que los visitantes de La Granadilla repiten sus vacaciones allí por al menos 7 años, según algunos socios, no es necesaria la realización de acciones puntuales de comunicación, ya que confían en la publicidad que se da de “boca en boca”. Como comentó Juan:

El hecho de que La Granadilla funcione hace más de 40 años en atención al público, hace que tengamos un público que repite mucho durante muchos años y el boca a boca es el tipo de publicidad que todavía genera mayor cantidad de público más que cualquier publicidad que podemos llegar a hacer. (Entrevista – Socio/Miembro 4).

Podríamos decir entonces que, a pesar de la intención de realizar acciones de comunicación, existe cierta resistencia al cambio, al menos para la unidad de negocio La Granadilla.

En cambio, para la unidad de negocio Refugio El Condorito, los socios consideran necesario el desarrollo de un plan específico de comunicación. Como claramente lo indicó José:

Ir con el producto sólo sin comunicación, no tiene sentido...Y si voy con la comunicación, pero no tengo el producto, es peor, porque genero

demanda pero la gente queda insatisfecha... Por eso acá esto tiene que ser consistente: lo que se quiere ofrecer, con lo que se va a hacer, con la imagen que quiero instalar. (Entrevista - Socio/Miembro 1).

Según María:

Para la unidad de negocio del Refugio, sí vamos a necesitar un plan que no está hecho todavía, porque es un producto totalmente nuevo. (Entrevista – Socio/Miembro 5).

Y por otro lado, consideran que, en el mensaje a transmitir, es importante dejar en claro que en el Refugio y sus alrededores se puede, simplemente disfrutar de la tranquilidad y el paisaje, o realizar infinidad de actividades. Y que a su vez, los diferentes públicos pueden utilizar las instalaciones para realizar aquella actividad que más prefieran, siempre y cuando se mantenga el cuidado del medio ambiente.

Por lo dicho anteriormente, podemos afirmar que para la organización que nos compete, Refugio El Condorito, los socios sí consideran importante la implementación de acciones concretas de comunicación y muestran apertura y predisposición para en un futuro, tener en cuenta las acciones que se propongan como resultado del presente trabajo.

Por otro lado, aunque todos los socios, cuando se les consultó, aseguraron que aún no se realizó ninguna acción de comunicación en relación al Refugio El Condorito, luego con mayor indagación durante las entrevistas, se detectaron 2 acciones puntuales: publicidad en Revista Lugares y sitio web del Refugio El Condorito.

Los socios comentaron que apenas La Granadilla consiguió la concesión del Refugio, Revista Lugares cubrió la primera cabalgata que se realizó hasta dicho lugar. Enviaron una periodista que cubrió toda la travesía y salió publicada una extensa nota de toda la experiencia vivida.

Respecto al sitio web, ninguno de los entrevistados tuvo certeza de cuándo fue diseñado, ni tampoco cuánto tiempo estuvo en funcionamiento. Incluso algunos pensaron que el sitio todavía estaba activo...Pedro fue quien respondió con mayor seguridad acerca de la página web, indicando:

Tuvimos una página en su momento, pero ahora ya no está más...Estimo que debe haber estado activa unos 3 – 4 años. (Entrevista – Socio/Miembro 3).

Es evidente entonces que los socios no consideran que una publicación en una revista y la creación de un sitio web sean acciones de comunicación. Según lo que comentaron durante las entrevistas, no lo consideran así porque la publicación no fue paga (ya que tienen buena relación con los miembros de Revista Lugares) y porque no se realizó un lanzamiento oficial del sitio web.

Además, es importante destacar que desde que La Granadilla es operador del Parque Nacional, el Refugio El Condorito se utilizó para pernoctar en varias oportunidades. Se realizaron unas 15 ó 20 cabalgatas y unos 20 ó 30 programas de trekking (organizados por guías habilitados del Parque, quienes contrataron sólo el servicio de pernocte en el Refugio).

Respecto a las cabalgatas, Pedro especificó:

Fueron grupos de amigos o alguna empresa puntual que quieren hacer una actividad de cabalgata y nos contactan a nosotros...y el programa se arma a medida; pero no es que nosotros promocionamos nada.
(Entrevista – Socio/Miembro 3).

La información sobre las cabalgatas y uso del Refugio, la supieron brindar sólo 2 de los entrevistados (y no con gran exactitud), por lo cual se deduce que, al menos por el momento, Refugio El Condorito no es una unidad de negocio que competa al trabajo diario de todos los socios. Y que además, como es comprensible, los socios prestan más atención a lo que sucede en La Granadilla, ya que es su unidad de negocio más consolidada.

De cualquier manera, todos los socios expresaron que, hasta el momento, la unidad del Refugio El Condorito no ha sido un negocio productivo, pero que sí lo consideran como algo estratégico y con mucho potencial...Según José:

Para La Granadilla, el Condorito, era un elemento muy cercano, y era un elemento de valor fuerte el mismo Parque; y tener una presencia en el Parque nos pareció estratégico, más allá de que fuera negocio a pérdida, como realmente lo ha sido hasta ahora...(Entrevista – Socio/Miembro 1).

Para finalizar, podemos afirmar que las entrevistas realizadas dieron cuenta que los socios tienen un conocimiento muy desperejo acerca del funcionamiento del Refugio El Condorito, pero al mismo tiempo tienen en claro que en dicha unidad de negocio aún tienen mucho por desarrollar y ven allí una gran oportunidad; tienen

predisposición y apertura a ideas que uno pueda aportar y son conscientes de los beneficios que puede conllevar la planificación de acciones concretas de comunicación.

- *Antecedentes de Comunicación detectados:*

Como se comentó anteriormente, los socios afirmaron no haber realizado ningún tipo de acción de comunicación respecto al Refugio. De todas maneras, con el transcurso de las entrevistas y el resto del trabajo de indagación, se detectaron los siguientes Antecedentes de Comunicación sobre la organización abordada.

*Pagina Web del Refugio (www.refugioelcondorito.com.ar)

Este sitio web se diseñó en el año 1999 y estuvo en funcionamiento durante algunos años hasta que caducó. El sitio no fue renovado, pero existe la idea de crear uno nuevo.

El siguiente, es el formato que solía tener la página principal de dicho sitio.





*Nota Revista Lugares (“A la Quebrada del Condorito”)

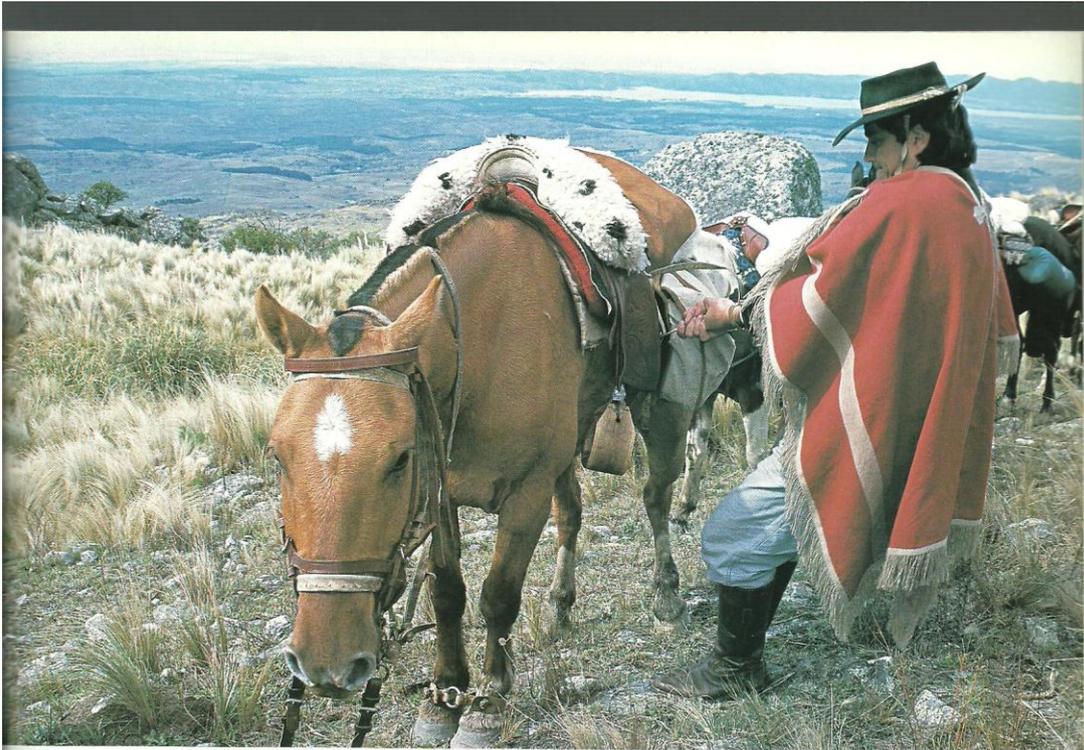
Esta extensa nota salió publicada en el año 2003. En ella, una periodista de Revista Lugares comenta toda su experiencia de haber participado en la primera cabalgata que se realizó al Refugio EL Condorito. La cobertura de esta primera cabalgata no formó parte de ninguna planificación comunicacional que La Granadilla haya realizado en relación al Refugio El Condorito sino que, como indicó María durante su entrevista “...en realidad salió porque la revista siempre necesita notas de interés y no pagamos nada; es un canal abierto y no lo vamos a desperdiciar”.

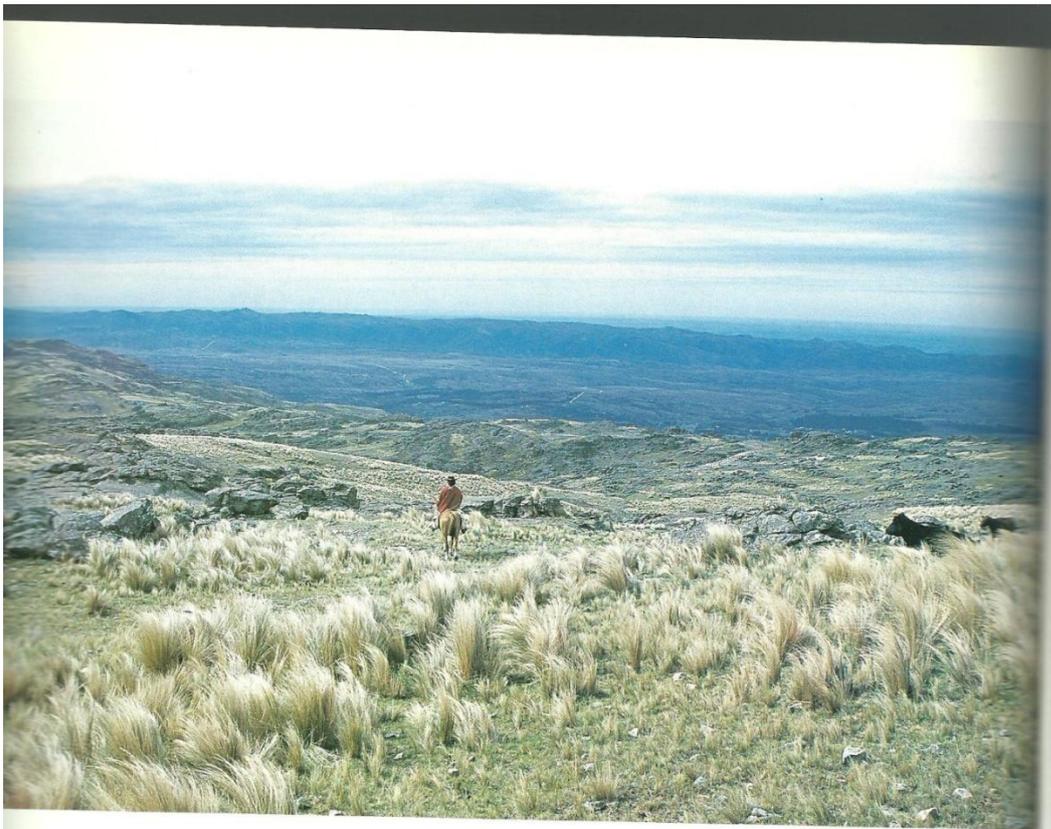
A la Quebrada del Condorito

Relato y fotos: Ana Schlimovich

Es la primera cabalgata al Parque Nacional, que se extiende, de este a oeste, en la Pampa de Achala. Desde la estancia La Granadilla, el grupo parte hacia la Sierra Grande para regresar dos días después.







Agustín Inaudi maneja su camioneta y canta; nos balanceamos al son de la música y las curvas serranas, que se vuelven cada vez más cerradas. Vamos camino a *La Granadilla*, la estancia de 800 hectáreas de sierras, arroyos y bosques del Valle de Calamuchita que los Inaudi llevan adelante desde hace varias décadas.

La noche está estrellada y fría; adentro, en el amplio comedor, todos están cenando al amparo del hogar encendido. Nosotros nos sumamos y aceptamos de buen grado la sopa de arroz, las costeletas de cerdo con puré de manzana y salsa de choclo, y el flan con dulce. La velada tiende a estirarse con una guitarreada y alguna bebida para calentar el espíritu, pero esta vez me tienta más la cama mullida y la cálida temperatura del cuarto, así que, como si estuviera en mi casa, digo buenas noches y desaparezco.

A las nueve de la mañana, después de un

riquísimo desayuno con scones, pastafrola, tostadas y mermeladas caseras, los nueve integrantes del grupo nos reunimos con los caballos que nos llevarán, en esta travesía inaugural, al Parque Nacional Quebrada del Condorito. Los pingos están ensillados con espléndidas monturas y los cueros de oveja que aliviarán las doce horas –no seguidas, claro– que nos esperan a lomo de caballo. Sólo resta colocar sobre el anca las alforjas que nos proveyeron para llevar el equipaje, y acomodar los estribos a la medida del jinete. Comenzamos a subir la ladera de la Sierra Grande bajo un cielo azul perfecto, enfilados detrás de Lucho, nuestro guía, criado en estas tierras y a las que podría recorrer con los ojos cerrados. Sin darnos cuenta, ya estamos divisando *La Granadilla* desde lo alto; su casco principal, la forma en que están distribuidos los departamentos y los chalets, y el valle verde so-

bre el que reposa esta propiedad de 1883. Los últimos crataeus, desbordantes de frutitos naranja, confirman que hace rato dejamos atrás los 1.100 metros sobre el nivel del mar; ya estamos a esa altura en que la provincia cordobesa deja ver su asombroso patrimonio natural de ríos, embalses, valles, arroyos y sierras.

Por la Cuesta de Argel, nos abrimos paso entre rocas y sendas que fueron empedradas en los tiempos de la colonia para poder cruzar, en carruajes o a mula, desde Traslasierra hasta la estancia. A los 1.800 metros, ya en plena Pampa de Achala, hay algunos tabaquillos, el único arbusto serrano que se anima a esas alturas, y un tapiz infinito de paja brava desteñido por la quemazón del sol; por momentos, el viento lo sacude al pastizal, que se ondula en oleajes como si fuera un mar.

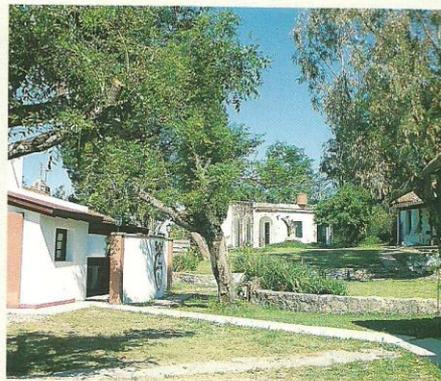
Aunque estaba programado almorzar en el Puesto del Condorito, cambiamos los pla-

nes –en realidad, fui yo la que imploré para que lo hiciéramos– y paramos en el Refugio de Montaña, dos horas antes, para estirar el cuerpo y comer un energizante almuerzo: milanesas, pan casero, huevos, jamón, queso y todo lo necesario para armar unos sandwiches gigantescos. A buen paso continuamos viaje, siempre sobre la cima de la Sierra Grande, esta vez a dos mil metros de altura, hasta la Quebrada del Condorito, un espectacular cañadón de 800 metros, morada de cóndores que planean sobre nuestras cabezas, ignorándonos por completo. Abajo se escucha cómo cae con fuerza el río Condorito, donde es probable divisar a uno de esos buitres –son cincuenta y tantos– que habitan en la quebrada, dándose un baño. La vuelta transcurre tranquila, en pleno atardecer, cantando, conversando, impresionados por la transformación de colores que tiene lugar en el horizonte. Estamos contentos pero también cansados y ansiosos por la ducha calentita que aguarda en el refugio solitario, un oasis en medio de la pampa serrana. La noche nos envuelve casi llegando. "Hay que andar y mirar para comprender que no hay cielo como el cordobés", dice la zamba Córdoba Linda. La letra no puede ser más acertada. Y la llegada no puede ser más acogedora: el hogar encendido, las salamandras activadas, el mate cocido bien caliente sobre la mesa, servido con pan y mermelada de duraznos caseros, y una partida de truco que no tarda en ponerse en marcha.

Agustín toma la guitarra y canta zambas, chacareras, malambos. Es un placer escucharlo, y acompañarlo de vez en cuando,

Al paso

El Condorito Refugio de Montaña. Tel: (0351) 4231530. E-mail: info@refugioelcondorito.com.ar. En la Web: www.refugioelcondorito.com.ar. Organizan cabalgatas al Parque Nacional Quebrada del Condorito. Programa de 2 noches, durmiendo una en La Granadilla, con pensión completa y bebidas, \$290 por persona. No incluye transfer a la estancia ni bebidas alcohólicas. Tiempo total de cabalgata: 12 horas y media.

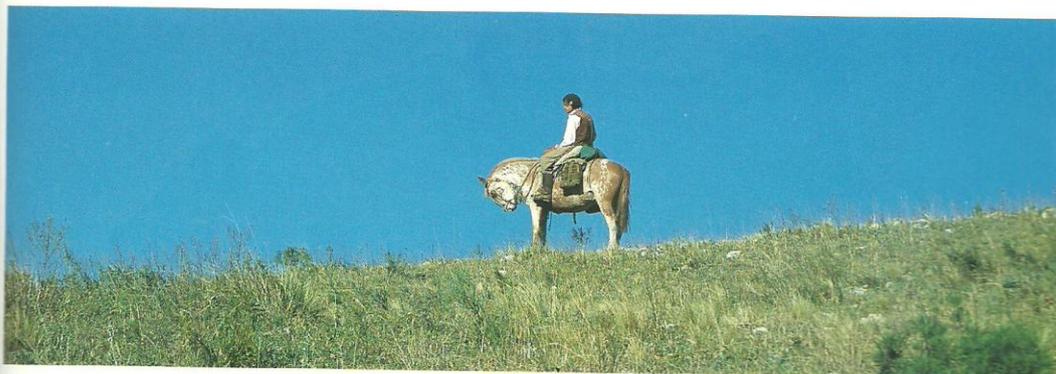


cuando conocemos la canción. Brindamos por pura alegría con un rico vino tinto, abrigados por el fuego en el que, mientras tanto, Lucho va poniendo a asar un cordero que –ya que estamos en son de canto y de rima– va estar para chuparse los dedos.

A la mañana siguiente se hace difícil salir de la cama y, sobre todo, de la bolsa de dormir. Se nota que afuera hace muchísimo frío. Por la ventana entra la sierra soleada y calma; en el potrero los caballos se despabilan y dan vueltas, como sabiendo que hoy toca volver. Después de un succulento desayuno comenzamos a acomodar monturas, alforjas, bajar un poco los estribos que, descubrimos, estaban demasiado altos. Ahora sí, mucho más cómodos y más duchos con los animales y emponchados hasta las orejas,

iniciamos un descenso lento y parejo, intentando retener cada partícula de paisaje. Sólo paramos después de pasar la parte más brava: un filo bastante empinado, saltos de rocas y sendas angostas donde pingos y jinetes terminaron de lucirse y demostrar su valentía en ésta, que para muchos es la primera visita a las cumbres de la Sierra Grande.

Un mate dulce y bien calentito da la última vuelta mientras sacamos las fotos grupales y nos resignamos a que, aunque nadie quiera, la cabalgata se esté terminando. Nos reconforta la idea de que abajo nos espera la familia Inaudi y varios amigos, con aplausos, empanadas, vino tinto y, por supuesto, un espectacular asadito –y aquí va la otra rima– digno de estos pagos benditos.



*Nota Revista Lugares (“10 cabalgatas por tierras argentinas”).

La siguiente nota fue publicada en Revista Lugares en el año 2010. Cabe aclarar que esta nota tampoco fue parte de una planificación puntual que La Granadilla haya realizado respecto al Refugio El Condorito, sino que todo lo contrario, fue una nota que no tuvo costo alguno y la revista decidió por sí sola publicarla como lo hacen con muchas otras notas de interés.

De hecho en el corriente año (2011), nuevamente publicaron otra nota (“7 cabalgatas por tierras argentinas”) con las tarifas de los servicios actualizados.

www.lugaresdeviaje.com/nota/10-cabalgatas-por-tierras-argentinas

Quebrada de Condorito

Córdoba / Cabalgata + Avistaje / Dificultad media / 2 días



A mitad de camino entre Villa Carlos Paz y Mina Clavero, por la RP 34 (llamada Camino de las Altas Cumbres) está la entrada al Parque Nacional Quebrada del Condorito. Creado en 1996 para proteger las nacientes de los ríos y arroyos y conservar el hábitat de reproducción del cóndor andino, el Parque, de 40 mil hectáreas, también cuida los hallazgos arqueológicos de las culturas Ayampitín y Comechingón. Se ingresa al área noreste por el paraje La Pampilla. Desde los balcones naturales se puede observar el sobrevuelo de los cóndores y los nidos que arman sobre los paredones que caen al río Condorito.

La Granadilla. Contacto: Agustín Inaudi.
T: (0351) 423-1530
info@lagranadilla.com.ar / www.lagranadilla.com.ar
Cabalgata de 2 días. Desde \$600 por persona. Incluye una noche previa en La Granadilla, una en el refugio y todas las comidas. Sale en otoño y primavera.

San Carlos

La Pampa / Dificultad media / 2 días



*Página web del Parque Nacional Quebrada del Condorito (www.condoritoapn.com.ar).

La página web del PNQC ofrece la siguiente información respecto a la posibilidad de hacer cabalgatas dentro del Parque.

www.condoritoapn.com.ar/actividades/

(03541) 433371 / 486287
quebradadelcondorito@apn.gov.ar

Ministerio de Turismo

Ministerio de Turismo
Presidencia de la Nación

ARGENTINA
www.turismo.gov.ar

AÑO INTERNACIONAL DE LOS BOSQUES - 2011

Reserva Hidrica Provincial Pampa de Achala

Reserva Hidrica provincial Pampa de Achala.pdf (17,4 kB)

Debido al alto grado de dificultad y esfuerzo físico requerido, se recomienda tomar las precauciones necesarias para realizar esta actividad, considerando personalmente, las capacidades y/o habilidades particulares que cada uno posee. Además, esta Intendencia sugiere contratar a alguno de Guías de Trekking habilitados, para mayor seguridad, una mejor visita y disfrute del área.

Visitas guiadas al parque nacional (opcional)

Si bien no es obligatoria la contratación de guías para llegar a la Quebrada, usted puede contratar los servicios de un Guía habilitado para una mejor visita.

Para ello y previo a la llegada al parque, puede contactar a los profesionales habilitados que aparecen en un listado que esta a su disposición. En caso de estar interesado solicitar el mismo a la intendencia del parque.

En caso de grupos escolares u organizados, consultar la normativa vigente al momento de la visita.

EXCURSIONES

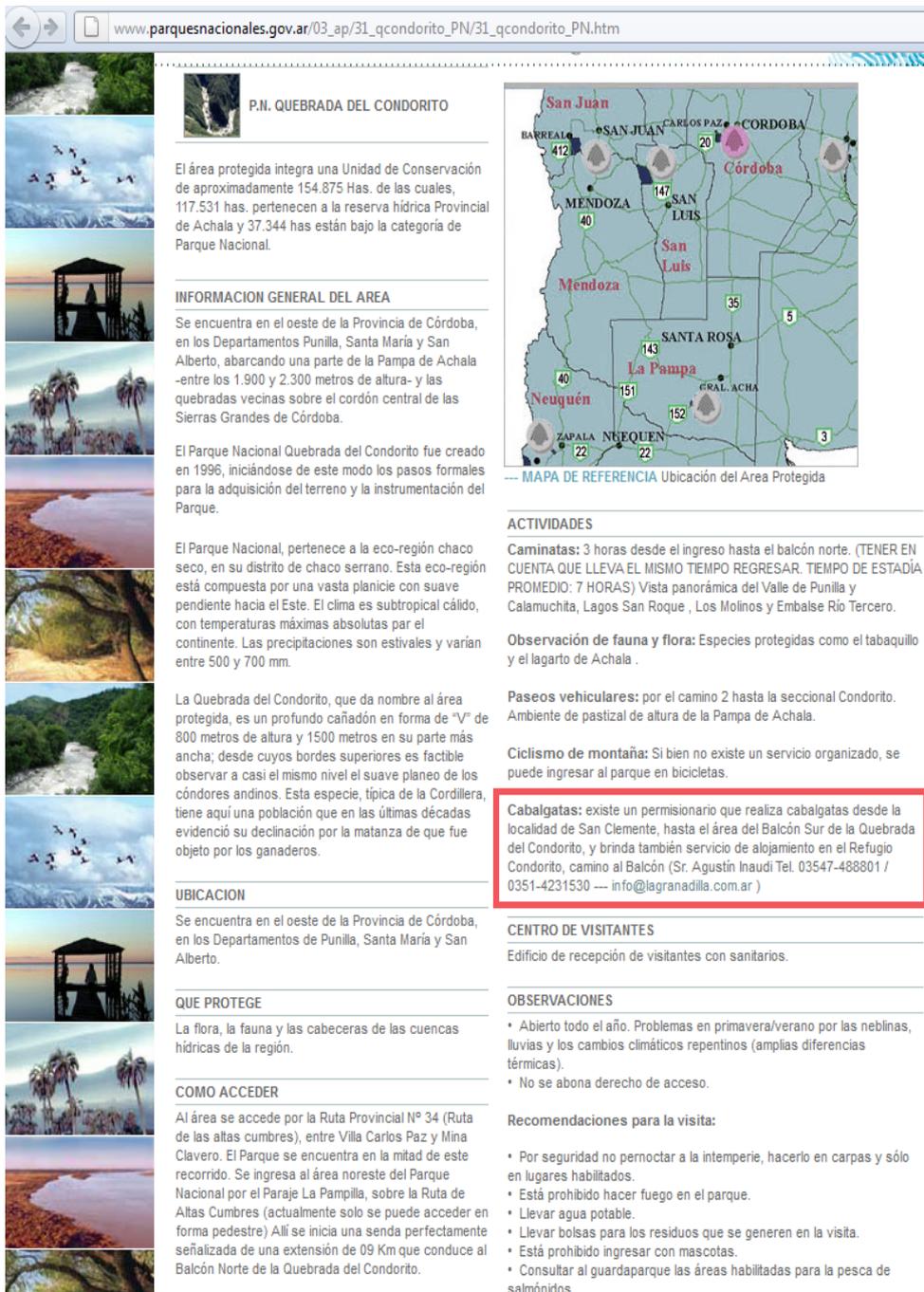
Desde la Localidad de San Clemente "Hotel La Granadilla" se pueden realizar cabalgatas y caminatas hasta el Balcón Sur de la Qda. Del Condorito con el Sr. Agustin Inaudi habilitado por Parques Nacionales Tel.03547-48880 / 0351-4231530 0351-4231530 info@lagranadilla.com.ar

Sitio Oficial del Parque Nacional Quebrada del Condorito [Mapa del sitio](#)

15 años

*Página web de Administración de Parques Nacionales
(<http://www.parquesnacionales.gov.ar>).

La web de Administración de PN brinda la siguiente información acerca de las cabalgatas y la posibilidad de pernoctar en el Refugio El Condorito.



P.N. QUEBRADA DEL CONDORITO

El área protegida integra una Unidad de Conservación de aproximadamente 154.875 Has. de las cuales, 117.531 has. pertenecen a la reserva hídrica Provincial de Achala y 37.344 has están bajo la categoría de Parque Nacional.

INFORMACION GENERAL DEL AREA

Se encuentra en el oeste de la Provincia de Córdoba, en los Departamentos Punilla, Santa María y San Alberto, abarcando una parte de la Pampa de Achala -entre los 1.900 y 2.300 metros de altura- y las quebradas vecinas sobre el cordón central de las Sierras Grandes de Córdoba.

El Parque Nacional Quebrada del Condorito fue creado en 1996, iniciándose de este modo los pasos formales para la adquisición del terreno y la instrumentación del Parque.

El Parque Nacional, pertenece a la eco-región chaco seco, en su distrito de chaco serrano. Esta eco-región está compuesta por una vasta planicie con suave pendiente hacia el Este. El clima es subtropical cálido, con temperaturas máximas absolutas par el continente. Las precipitaciones son estivales y varían entre 500 y 700 mm.

La Quebrada del Condorito, que da nombre al área protegida, es un profundo cañadón en forma de "V" de 800 metros de altura y 1500 metros en su parte más ancha; desde cuyos bordes superiores es factible observar a casi el mismo nivel el suave planeo de los cóndores andinos. Esta especie, típica de la Cordillera, tiene aquí una población que en las últimas décadas evidenció su declinación por la matanza de que fue objeto por los ganaderos.

UBICACION

Se encuentra en el oeste de la Provincia de Córdoba, en los Departamentos de Punilla, Santa María y San Alberto.

QUE PROTEGE

La flora, la fauna y las cabeceras de las cuencas hídricas de la región.

COMO ACCEDER

Al área se accede por la Ruta Provincial Nº 34 (Ruta de las altas cumbres), entre Villa Carlos Paz y Mina Clavero. El Parque se encuentra en la mitad de este recorrido. Se ingresa al área noreste del Parque Nacional por el Paraje La Pampilla, sobre la Ruta de Altas Cumbres (actualmente solo se puede acceder en forma pedestre) Allí se inicia una senda perfectamente señalizada de una extensión de 09 Km que conduce al Balcón Norte de la Quebrada del Condorito.

MAPA DE REFERENCIA Ubicación del Area Protegida

ACTIVIDADES

Caminatas: 3 horas desde el ingreso hasta el balcón norte. (TENER EN CUENTA QUE LLEVA EL MISMO TIEMPO REGRESAR. TIEMPO DE ESTADÍA PROMEDIO: 7 HORAS) Vista panorámica del Valle de Punilla y Calamuchita, Lagos San Roque , Los Molinos y Embalse Río Tercero.

Observación de fauna y flora: Especies protegidas como el tabaquillo y el lagarto de Achala .

Paseos vehiculares: por el camino 2 hasta la seccional Condorito. Ambiente de pastizal de altura de la Pampa de Achala.

Ciclismo de montaña: Si bien no existe un servicio organizado, se puede ingresar al parque en bicicletas.

Cabalgatas: existe un permisionario que realiza cabalgatas desde la localidad de San Clemente, hasta el área del Balcón Sur de la Quebrada del Condorito, y brinda también servicio de alojamiento en el Refugio Condorito, camino al Balcón (Sr. Agustín Inaudi Tel. 03547-488801 / 0351-4231530 — info@lagranadilla.com.ar)

CENTRO DE VISITANTES

Edificio de recepción de visitantes con sanitarios.

OBSERVACIONES

- Abierto todo el año. Problemas en primavera/verano por las neblinas, lluvias y los cambios climáticos repentinos (amplias diferencias térmicas).
- No se abona derecho de acceso.

Recomendaciones para la visita:

- Por seguridad no pernoctar a la intemperie, hacerlo en carpas y sólo en lugares habilitados.
- Está prohibido hacer fuego en el parque.
- Llevar agua potable.
- Llevar bolsas para los residuos que se generen en la visita.
- Está prohibido ingresar con mascotas.
- Consultar al guardaparque las áreas habilitadas para la pesca de salmónidos.



Presentación de Datos: *Entrevistas realizadas a Guías Turísticos y Turistas que pernoctaron en Refugio El Condorito.*

Los siguientes cuadros muestran lo más relevante de las respuestas obtenidas de las entrevistas realizadas a guías turísticos habilitados por el Parque Nacional y turistas que ya pernoctaron en Refugio El Condorito.

Entrevistado		MARTÍN
ÁREA DE INDAGACIÓN	PREGUNTAS	
Contextualización inicial		
Caracterización del entrevistado (sexo, edad, profesión / ocupación, gustos por actividades al aire libre, conocimiento de lugares similares)	Contame un poco de vos...cuántos años tenés, a qué te dedicás...?	Tengo 45 años, doy clases en el secundario, pero hace 20 que soy guía de caminatas...Principalmente hago trekking, en las sierras...pero también puedo hacer observación de aves, y también hemos hecho cabalgatas....pero lo regular es caminatas. Estoy habilitado por el Parque Nacional Quebrada del Condorito...y martes y jueves voy siempre ahí.
	PN te ofrece guiar a un grupo que ellos organizan? O vos lo coordinás por cuenta propia?	No, el Parque no da nada...En cuanto a turismo, nos habilita, nos dio un curso, por ahí mantiene cierto entrenamiento con los guías que están, sobre seguridad a veces...Pero la gente va a Agencias o de algún hostel u hotel...Pero los sábados y domingos que no voy al PN, eso es gente de Córdoba, que me contacta a través de página web, facebook, o a través del diario (La Voz del Interior), porque sacamos una gacetilla ahí...
	Hace 20 años que trabajás de guía...Y hace esa misma cantidad de años que estás trabajando en el PN? O hace cuánto que estás habilitado?	No, no...antes guiábamos en el Parque, íbamos 1 ó 2 veces al año...pero íbamos antes que fuera "Parque Nacional". Y a partir de que pasa a ser Parque, empieza a llamar más la atención...Y con la devaluación, empiezan a haber más turistas extranjeros, entonces se puede salir ya no sólo los fines de semana con gente local...Eso debe ser más o menos a partir del 2006...A partir del 2004, empiezan a venir más extranjeros, algunos en grupo...pero en 2009 bajó un poco, por la crisis...Cuando más vinieron fue en 2007 creo...
	Conocés lugares que sean similares al Refugio El Condorito? Y algún refugio que ofrezca el servicio de las cabalgatas?	Hay muchos refugios en las sierras, pero ninguno que sea como una casa (como es el del Condorito), sino que son más puestos serranos..Refugio El Condorito es más una casa...Y los otros dependen de un club o pertenecen a una familia que vive constantemente ahí. En El Condorito no hay nadie que viva permanentemente. En el Champaquí, hay refugios que tienen cabalgatas..Y está el de Cerro Negro, que es el de Marco Dominguez.

<p>Pernocte en Refugio El Condorito (época, grupo, organización de la salida, descripción de la experiencia, percepción del Refugio)</p>	<p>Sabés cuántas veces has llevado grupos al Refugio El Condorito?</p>	<p>No son muchas...habrán sido 4 veces...</p>
	<p>Y cómo se llegaron a organizar esas veces? La gente te contactó? El PN te dijo que había gente que quería ir...?</p>	<p>El Parque, cuando tiene consultas, le pasa la lista de guías a la gente y saben que yo soy el que estoy trabajando más regularmente...Porque no son muchos los guías que trabajan solamente de guía..Entonces durante la semana es muy difícil encontrar alguien para guiar...Pero en general los grupos se arman porque yo les he ofrecido o porque los Inaudi han recibido consultas y me han avisado a mí. El tema es que son excursiones de 2 días al menos, y es difícil encontrar gente que esté preparado para eso. Y yo mando una agenda con todas las excursiones a una base de datos, y ahí está incluida la excursión por el PN, durmiendo en el Refugio. Y también 2 semanas antes de la excursión mando una gacetilla a La Voz (que sale publicada el domingo anterior a la excursión), y la agenda también está en la página.</p>
	<p>Y en general cómo es el circuito que hacen?</p>	<p>Salimos en transporte desde acá (Villa Allende), llegamos al Parque, caminamos hasta el Refugio, y terminamos la excursión en La Granadilla. O depende el grupo, es ir, dormir y volver al Centro de Visitantes.</p>
	<p>Y qué parte de eso se hace a caballo?</p>	<p>Yo no he hecho cabalgata...Intentamos organizarlo una vuelta, pero no se pudo, porque era invierno, y había mucha sequía, y los caballos no estaban listos como para hacer ese esfuerzo...</p>
	<p>Contame un poco qué te parece esto del Refugio El Condorito? Qué percibís de todo esto? Que uds lo puedan usar para pernoctar con algún grupo, y que se puedan también realizar cabalgatas...Lo ves como algo factible?</p>	<p>Y mirá, está perfecto que haya un Refugio, pero me parece que es un "intento de...". Es genial que esté abierto, que nos dejen usarlo y que no sea exclusivo para ellos...Lo han refaccionado y han hecho un esfuerzo muy grande para mantenerlo. El problema es la ubicación que tiene, porque está muy alejado de la quebrada, que en definitiva es el atractivo...Está como a 3 horas del Balcón Sur...Y ya el Balcón está como a 3 horas de la Quebrada... Y para colmo, está rodeado de la zona de uso intangible del Parque...entonces hay cosas lindas por ahí, pero no podemos ir a verlas, o sea que en realidad es un lugar de paso. A lo mejor, más adelante se pueda hacer que habiliten algunas de las cosas arqueológicas que hay por ahí, pero por ahora eso no es posible. Y además, PN tiene que tener gente que se encargue de cuidar eso bien de cerca, porque no se puede tener un sitio arqueológico, que es algo de valor, y que la gente ande ahí sola...</p>

Comunicación		
<p>Información recibida acerca del Refugio (información que les gustaría recibir (promociones, descuentos por fechas especiales, por recomendación del lugar, fotos de la experiencia, newsletter, etc), periodicidad, a través de qué canal.</p>	<p>Del Refugio El Condorito, vos a recibido en algún momento información por mail, o algo que La Granadilla te haya enviado...?</p>	<p>Que yo sepa no mandaron nada, pero sí vi alguna que otra propaganda o nota en revista Lugares...Y nos hemos juntado para charlar sobre cómo podíamos hacer para armar algo juntos...Pero es como todo, uno puede preparar algo muy interesante, pero hace falta un vendedor...</p>
<p>Canales de comunicación más utilizados (folleto, blog, facebook, página web, gráficas en vía pública, publicidad en tv / radio, etc.</p>	<p>La gente que le gusta todo este tipo de actividades al aire libre, como las que se pueden hacer en el Refugio y en el PN, cómo te parece que se enteran de esas actividades?</p>	<p>Habría que hacer un estudio de marketing, y ver el consumo de medios que tiene la gente...Porque uno puede hacer folletería, y dejarla en los paradores, en las Agencias, y donde la gente que le interesa esto está vinculada...por ahí en lugares ecuestres o donde se hace salto, equitación, polo...También hay revistas donde se puede publicitar, habría que ver cuál es la revista que está más posicionada ahora...Y tratar de hacer notas o fun-tour con la gente vinculadas a esas revistas...Y encontrar esos lugares donde la gente que le gusta este tipo de cosas se reúne, en Villa Allende, Mendiolaza, Ascochinga, Traslasierra, a donde se hace equitación o en algunos countrys...Y ya cuando hay gente que haya ido, y que muestre sus fotos a sus amigos, ahí ya empieza a funcionar el facebook por ej...Pero primero la forma de llegar es a través de la gente que anda a caballo, o en revistas especializadas, en clubes...</p>
<p>Denominación de la experiencia: turismo rural, aventura, alternativo...</p>	<p>Cómo denominarías vos esto de las cabalgatas y caminatas? Turismo aventura, alternativo, rural...?</p>	<p>Creo que sería más turismo alternativo, o aventura...</p>
<p>Otros comentarios</p>	<p>Algún otro comentario que quieras hacerme?</p>	<p>Yo creo que lo que a la gente, después de ver tanto lo agreste del lugar, le sorprende lo lindo y confortable que es la casa, y está eso sólo en el medio de la nada...Y llegas ahí por un lugar donde no hay ni sendero, sino que es pajonal alto, y si no sabés exactamente cómo se llega, te perdés...</p>

Entrevistado		CARLOS
ÁREA DE INDAGACIÓN	PREGUNTAS	
Contextualización inicial		
Caracterización del entrevistado (sexo, edad, profesión / ocupación, gustos por actividades al aire libre, conocimiento de lugares similares)	Contame un poco de tu vida...A qué te dedicás, hace cuánto...?	Yo soy de Entre Ríos, pero me vine a Córdoba a estudiar Turismo a los 24 años...Y antes había estado en el sur de Argentina, trabajando en una fábrica, y ahí conocí algunos guías, gente que estaba muy comprometida con lo que hacía, con el ambiente...y con ellos aprendí muchísimo sobre la montaña, aprendí muchas cosas prácticas...Me metí en el Club Andino, y ahí encontré 6 personas con un espíritu muy aventurero, que se querían separar de la parte del esquí, y con ellos (más otra gente que se sumó después) fundamos un club, un club propio de montaña... Y después llegaron los cursos de la Asociación de Guía de Montaña; hice el curso de guía nacional en Bariloche, y me di cuenta que muchas cosas del examen que nos tomaron, yo las había aprendido con la práctica con el Club que habíamos armado. Y cuando terminé el curso, me fui a Córdoba a estudiar la carrera de Turismo...Y después me vine a Carlos Paz, y empecé a trabajar en una Agencia, que tenía un departamento de Aventura que lo administraba yo. Y ahí hacíamos caminatas al Cerro Uritorco, a los Chorrillos, y otros lugares más. Pero después la Agencia cerró, y yo quedé con la idea de seguir haciendo ese tipo de actividades, y empecé a organizar las cosas yo solo, y nunca más estuve en relación de dependencia...
	Y tenés alguien que te acompaña por ej si el grupo es muy grande?	No...En realidad a veces he tenido que contratar un conductor, para el tema del transporte. Pero lo que hace falta es tener alguien para la comercialización. Porque uno tiene sus nichos, donde se puede aprovechar mucho, como son los hostels o el aeropuerto, pero igual es complicado.
	Bien...te hago una pregunta, con el título de guía de montaña, estás habilitado sólo para hacer actividades de trekking, o también para hacer cabalgatas por ej?	El tema es que, que vos tengas el título, no significa que estés habilitado... Todo tiene que estar enmarcado en la ley 18.829...Y además, nosotros como guías, funcionamos bajo una figura que es la de Prestadores de Servicios de Turismo Alternativo, que se creó en Córdoba (la ley 8801). Un prestador de servicios tiene que mostrar idoneidad, y actualmente no podés estar en las listas de prestadores si no tenés un título profesional. Sí o sí tenés que tener un título para poder iniciar un trámite de habilitación.

<p>Caracterización del entrevistado (sexo, edad, profesión / ocupación, gustos por actividades al aire libre, conocimiento de lugares similares)</p>	<p>En lo que es el PNC, hace cuánto que estás trabajando ahí?</p>	<p>Y más o menos...desde 10 años antes de que sea Parque. Yo conozco el lugar hace 22 años aprox, y cuando se conforma como Parque Nacional, fui uno de los primeros en hacer el curso de capacitación que ellos brindaron para estar habilitado para seguir trabajando ahí. Pasa que el PN en realidad todavía no está oficialmente inaugurado, porque aún no tiene todos los servicios necesarios...no tiene dónde ir al baño, no se ha hecho el tema de tratamiento de efluentes, el acceso al PN desde la ruta es inapropiado (y por eso no hay señalización que indique cómo llegar). Cuando todo eso esté listo, creo que va a recibir muchas más visitas que las que recibe ahora.</p>
	<p>Ya sea para una caminata al PN o para cualquier otra excursión, cómo las llegás a organizar? Promocionás la excursión a través de una página por ej? O te llaman desde el Parque o de La Granadilla y te dicen "tenemos un grupo que quieren ir de excursión"...?</p>	<p>De todas las que nombraste, es un mix. No hay una sola manera. La que creo que no resulta nunca, es hacerlo de manera organizada a través de Agencias de Viajes, llevándoles carpetas a la Agencia...Porque no es lo mismo llenar un colectivo de gente a Capilla del Monte (en donde a la Agencia le queda un 20 ó 30% de comisión), que se presente 1 ó 2 personas en la Agencia para hacer la excursión al PN en particular...Además, el que no conoce un determinado lugar, no sabe venderlo. Y por otro lado, la gente apunta a tener un vínculo directo con el guía que va a acompañarlos al lugar, porque necesita confiar en el guía por que van a estar con esa persona durante 2 días en el medio de la montaña. Personalmente creo que lo que más nos sirve es el "boca en boca". Porque la gente que va a una excursión determinada, cuando vuelve a su casa, sabe a cuál de sus amigos le va a interesar ver las fotos que sacó, y ese amigo es que el que le va a pedir el número de tel del guía, o lo va a querer acompañar la próxima vez que vaya...Además el tema está en que hay que tener un grupo mínimo de personas, tal vez 4 ó 5, y tiene que ser un grupo homogéneo, digamos, que tengan un mismo rendimiento (por más que sea a un ritmo lento)...No podés llevar en un mismo grupo a gente con mucha experiencia, con gente mayor de edad que camina muy despacio...</p>
<p>Pernocte en Refugio El Condorito (época, grupo, organización de la salida, descripción de la experiencia, percepción del Refugio)</p>	<p>Respecto de las veces que has ido al Refugio El Condorito, has ido siempre caminando? O alguna vez regresaste a caballo para el lado de La Granadilla?</p>	<p>De las 2 formas...Fui 3 ó 4 veces al Refugio El Condorito, 1 vez con 7 personas y otra vez con 10. Una vez fui con un grupo de clientes míos, otras 2 veces fui con estudiantes y otra vez fuimos de paso, a caballo. Pero no se puede ir a caballo desde el Balcón Norte, sino desde el Sur. Y también hemos ido en 4x4. No hemos ido en bicicleta, porque en esa zona no está permitido. Y al Refugio Gimenez he ido más veces, y he llevado hasta 32 personas.</p>

<p>Pernocte en Refugio El Condorito (época, grupo, organización de la salida, descripción de la experiencia, percepción del Refugio)</p>	<p>Y cómo es el circuito que hacen?</p>	<p>Llevamos a la gente al Centro de Visitantes, donde tienen que registrarse, desde ahí caminamos hasta la quebrada, cruzamos el puente y dormimos en el Refugio 1 ó 2 noches, y al día siguiente regresamos de nuevo para el Centro de Visitantes, o para el lado de La Granadilla. El tema es que el Refugio El Condorito está un poco a tras mano del Balcón Sur, por eso se utiliza poco. Una de las dos veces que fuimos, hicimos el circuito al revés (empezamos en La Granadilla a caballo, hicimos base en el Refugio, y salimos por el otro lado). Y también he ido 2 veces más con un grupo de estudiantes (de 6° grado y de 4° año del secundario después), y en el Refugio durmieron los profes... todos los chicos durmieron en carpas.</p>
	<p>Y de las otras 2 veces que fuiste al Refugio El Condorito, qué edades tenía la gente que llevaste?</p>	<p>Mirá, la gente muy joven no es un público frecuente. Te diría que la gente que fue, siempre tenía más de 30, hasta 60 años. Yo he hecho algunas estadísticas de todos los grupos con los que he ido de excursión, y noto que el perfil es alto, de edad... digamos unos 40 años de promedio... y me animo a decir que mientras más extremo es el trekking, más alto el promedio de edad. Y creo que ha sido un 75% de mujeres.</p>
	<p>Y esto de que sea gente adulta, te parece que se debe a algo en particular?</p>	<p>Creo que la gente joven tiene otros intereses.... Incluso los jóvenes, hombres, de Córdoba, prefieren salir a dar vueltas por su cuenta, y no les gusta que otra persona los guíe... Piensan que caminar en las sierras es fácil, porque están acá no más, y ellos son cordobeses... Pero el tema es que eso tiene todo un riesgo... Por no conocen por dónde están caminando, y algunas veces se pierden. Lo bueno es que en el PN, se puede ir con o sin guía. Si vas por el sendero que está marcado, podés ir por tu cuenta... pero si te vas a alejar del sendero, sí o sí te exigen que tenés que ir con guía. Pero tampoco es algo que siempre se pueda controlar, porque por ahí en el Centro de Visitantes la gente dice una cosa, y después hace otra... El tema también es que el guía en sí, es un valor agregado a la excursión; y en muchos casos, resuelve toda la logística... porque al contratar un determinado prestador, la gente ya sabe que los buscan en un lugar, los llevan, les indican lo que tienen que llevar, les dan información, saben dónde van a dormir, está la reserva hecha, ya saben qué van a comer, y ese tipo de cosas. Eso es lo que garantiza el guía, la logística de la excursión. Y además, si el grupo va con un guía, el Parque se asegura que no van a cometer ninguna infracción en cuanto al ambiente. Y en el caso que un guía cometa una infracción, se le saca la habilitación y es probable que no pueda trabajar nunca más en un PN.</p>
	<p>Y antes que el Refugio estuviera concesionado por La Granadilla, vos habías acampado por esa zona?</p>	<p>No... porque antes que fuera PN, no teníamos permitido ir para esa zona, porque era propiedad privada... y después se expropió y los Inaudi toman el Refugio, lo refaccionan y empezamos a usar esa zona.</p>

Comunicación		
<p>Información recibida acerca del Refugio (información que les gustaría recibir (promociones, descuentos por fechas especiales, por recomendación del lugar, fotos de la experiencia, newsletter, etc), periodicidad, a través de qué canal.</p>	<p>Uds como guías habilitados por el Parque, han recibido en algún momento información de parte de La Granadilla sobre qué es lo que ofrecen en el Refugio? O de parte del PN?</p>	<p>No...Yo personalmente, de parte de La Granadilla no he recibido nunca información sobre el Refugio. Yo no tengo conocimiento de que hayan hecho publicidad, o al menos, si lo hizo, no llegó a mí. Y de parte del PN, tampoco recibí nada. Si vos vas a consultar al Parque para saber si se puede usar el refugio, te dicen que sí y te mandan a hablar con Inaudi...pero el PN no difunde nada, sino que su función es simplemente administrativa y de conservación del ambiente. Yo de verdad valoro muchísimo todo lo que han hecho para tener el Refugio...Se chocaron con toda la burocracia del Parque y a pesar de eso nunca bajó los brazos...Pero creo que ahora con el Refugio, ya tiraron la toalla. No sé si no tuvieron la capacidad, creo que tal vez los excedió, porque ya el hotel les demanda demasiado trabajo. Lo que pasa también es que al Refugio en sí, no hay un motivo por el cual ir. Uno hace la excursión, para ir a ver la quebrada, pero uno como guía, aprovecha el Refugio para decirle a la gente que van a ir a dormir a un refugio, que está bien armado, y que van a estar cómodos. Digamos, el Refugio en sí, no es un destino final, sino que está de paso. Distinto sería si el Refugio estuviera más cerca del Balcón Sur...En ese caso tendría muchísima más concurrencia, y tendrías que reservar con un año de anticipación para poder usarlo...Pero la realidad es que está lejos y casi no se usa. El tema también es que por más que esté lejos, se podría llegar en vehículo, porque hay un camino marcado...pero el problema es que el vehículo tiene que estar autorizado por el Parque, y nadie consigue esa autorización. Si vos vas con una 4x4 al Parque ellos no te lo pueden autorizar hasta que vos no tengas la autorización de la provincia para llevar pasajeros. Y para conseguir esa autorización de la provincia, tenés que inscribirte acá, allá, pagar seguro, esto y aquello, y es un trámite tan largo y caro, que ningún guía lo hace; porque con las excursiones para el PN (si el vehículo tiene capacidad para 4 personas) no se llega a cubrir tremendo gasto que implica la autorización de la provincia... Como verás, son todos obstáculos y mucha burocracia. Pero yo creo que de a poco se van a ir resolviendo...Y además falta que el Parque se inaugure oficialmente. Cuando pongan señalización en el acceso y se empiece a difundir, creo que recién ahí va a empezar a funcionar todo al 100%.</p>

<p>Canales de comunicación más utilizados (folleto, blog, facebook, página web, gráficas en vía pública, publicidad en tv / radio, etc.</p>	<p>De acuerdo a tu experiencia con todas las actividades al aire libre, cuál te parece que sería la mejor manera de difundir o promocionar este tipo de actividades? Qué canal de comunicación te parece que funcionaría mejor?</p>	<p>Yo creo que antes de hacer promoción, habría que armar y crear bien el producto desde adentro. Antes de promocionar, hay que crear un programa donde diga que la gente va caminando tantas horas, o a caballo tantas horas, que indique el alimento que va a tener, qué actividades se van a hacer al otro día y toda la información detallada. Porque una vez que está el programa armado, la gente se amolda a eso y tiene mucha más concurrencia. El problema de La Granadilla, creo que es que tienen el Refugio, pero no tienen un producto armado; y el producto lo tenemos los guías, los otros prestadores del PN, entonces que sería bueno armar alianza con los guías, para que hagan un trabajo conjunto. Porque el sólo hecho de dormir ahí, no es el atractivo, porque en definitiva la gente puede dormir en cualquier parte...el tema es el resto de las actividades y servicios que se hacen en la zona.</p>
	<p>y cuando el programa ya esté armado, ¿cuál/es te parece que son los mejores canales para difundirlo?</p>	<p>Las redes sociales creo que hay que usar todas...Pero creo que más hay que apuntar a todos los grupos que suelen ir a la montaña, como los clubes andinos, escuelas de montaña, escuelas o institutos de guías de trekking, los que hacen prácticas de vida en la naturaleza, o grupos de boyscout, escuelas de verano, especialistas en observación de aves...y todos esos segmentos de potenciales compradores, que son personas que son usuarios de este tipo de lugares como el Refugio.</p>
<p>Denominación de la experiencia: turismo rural, aventura, alternativo...</p>	<p>Todas las actividades que se pueden hacer en el PN, cómo te parece que se deberían denominar? Turismo aventura, turismo rural, alternativo...?</p>	<p>Mirá, el turismo alternativo es la actividad en general, que también se la llama turismo aventura, son sinónimos...Y dentro de esta rama, tenés todas las distintas actividades más puntuales, como sería la observación de aves, trekking, cabalgata, buceo, canoping, rapel, escalada, etc.</p>
<p>Otros comentarios</p>	<p>Bueno...querés hacer algún otro comentario?</p>	<p>Mirá, puede ser interesante que sepas que la UNESCO reconoció al Balcón Sur como el lugar de observación de cóndores más próximo del planeta. La UNESCO hizo un relevamiento de los 4 sitios que se presentaron, contrataron a gente especializada para que estuvieran 5 días en cada lugar, hicieron la estadística de observación y en Balcón Sur vieron 70 cóndores todos los días.</p>

Entrevistado		TURISTA 1
ÁREA DE INDAGACIÓN	PREGUNTAS	
Contextualización inicial		
Caracterización del entrevistado (sexo, edad, profesión / ocupación, gustos por actividades al aire libre, conocimiento de lugares similares)	Contame un poco de vos...cuántos años tenés, a qué te dedicás...?	Bueno, tengo 35 años, soy profe de educación física y desde chico siempre me gustaron las actividades al aire libre...Algunas veces, cuando se organizan campamentos con los alumnos, yo voy con ellos y organizo actividades de recreación, hacemos expediciones y ese tipo de cosas, siempre en contacto con la naturaleza. Y además, con un grupo de amigos solemos ir de caminata a las sierras o lugares con mucha naturaleza...Así es que decidimos ir una vez al Parque Nacional Quebrada del Condorito...y dormimos allá...la pasamos muy bien...
	Conocés lugares que sean similares al Refugio El Condorito?	Mirá, con mis amigos fue la primera vez que nos quedamos a dormir en un lugar específico, una construcción digamos...Hemos ido al Champaquí y a Los Gigantes por ej, pero hemos dormido siempre en carpa...Así que yo particularmente no sé si existen Refugios de montaña como ese...Calculo que sí...pero no los conozco...
	Y lugares que ofrezcan cabalgatas?	Yo no soy mucho de los caballos...tuve una mala experiencia cuando era chico, y no me subí nunca más...Sé que para ir al Refugio El Condorito, se puede ir a caballo, porque me lo comentó el guía cuando estábamos ahí en el Parque Nacional. Pero la verdad es que no conozco lugares que tengan cabalgatas...
Pernocte en Refugio El Condorito (época, grupo, organización de la salida, descripción de la experiencia, percepción del Refugio)	¿Cuándo fueron al PN? En qué época? Y cuántas personas eran?	No me acuerdo la fecha exacta...Debe haber sido en octubre...hace como 3 años...Y creo que éramos 6 personas....
	Y en el grupo de amigos son todos profes de Ed. Física?	No...somos 3 colegas y los otros se dedican a otras cosas, pero les gusta mucho ir de caminata...
	Contame ¿cómo organizaron esa vez que fueron al PN?	Uno de los chicos había ido de chico al Parque, y nos tiró la idea de que fuéramos algún finde...Ese chico averiguó en la Oficina de Carlos Paz, y ahí le dieron una lista de los guías que podíamos contratar, porque nos dijeron que para hacer la excursión de 2 días, teníamos que sí o sí ir con guía...Y bueno, hablamos con el guía y coordinamos todo con él. En realidad la idea era dormir en carpa, pero el guía nos comentó que había un Refugio por la zona, y él se encargó de reservarlo para ese fin de semana...

Pernocte en Refugio El Condorito (época, grupo, organización de la salida, descripción de la experiencia, percepción del Refugio)	Y cómo fue el circuito que hicieron?	Nos juntamos todos en Carlos Paz y de ahí fuimos en traffic hasta el PN. Arrancamos la caminata temprano, como a las 9 más o menos. Caminamos hasta la Quebrada y cruzamos al Balcón Sur...ahí almorzamos la vianda que cada uno había llevado...no recuerdo si comimos en el Balcón sur o en el norte....pero bueno...y de ahí caminamos un par de horas hasta el Refugio. Dormimos ahí, porque ya era de noche, y al día siguiente hicimos el mismo recorrido pero al revés.
	Y cómo la pasaron? Qué te pareció la experiencia de dormir ahí...?	La pasamos muy bien, aunque terminamos muy cansados...Pasa que estando con amigos, es imposible pasarla mal...Y el hecho de dormir en el Refugio estuvo muy bueno también. Te sentís muy protegido, pero no es lo mismo que dormir en carpa...El lugar está muy bien armado...y viene bien porque sino entre que armás y desarmás carpas, perdés mucho tiempo. Así que dormir en una casa, te hace estar tranquilo, sin preocuparte tanto por el tiempo. Aunque sería bueno que hubiera una construcción más cerca de la Quebrada...
Servicio que les gustaría recibir o actividades que les gustaría realizar	Y te parece que además de las caminatas y la cabalgata que se puede hacer (por más que a vos no te guste), ¿podría hacerse alguna otra actividad? Qué otra actividad te hubiese gustado hacer? O qué servicio te hubiese gustado recibir?	Y no sé...nosotros fuimos por el sólo hecho que nos gusta caminar...Pero en contacto con la naturaleza se pueden hacer muchas cosas...Tal vez observar las estrellas y actividades de noche que ahí realmente sería genial, porque estás en el medio de la nada, con un cielo inmenso que no se vé en cualquier lado...Además creo que ahí se puede pescar y hay un sendero para andar en bici...Y hay uno de los chicos que me dijo que le hubiese encantado ir a caballo, pero no nos lo ofrecieron desde un principio...sería bueno que eso lo dijeran en la Oficina...
Comunicación		
Información recibida acerca del Refugio: información que les gustaría recibir, (promociones, descuentos por fechas especiales, por recomendación del lugar, fotos de la experiencia, newsletter, etc), periodicidad, a través de qué canal.	Del Refugio El Condorito, vos has recibido en algún momento información?	No...de hecho nos enteramos que podíamos dormir ahí porque el guía nos dijo...
	Y te gustaría recibir info?	Y sí...sería bueno que envíen algo por mail, para que la gente que no le gusta dormir en carpa, sepa que en el PN se puede dormir en una casa con todas las comodidades...O por ahí alguna promoción, para alguna fecha en particular...eso ahora está muy de moda...
	Y qué te parece la idea de recibir fotos de la experiencia que vos tuviste?	sería genial...porque a veces uno saca muchas fotos, pero demora en pasárselas a los otros...en cambio si las recibís directamente por mail, está bueno porque las pueden ver todos los que fueron, y se las podés reenviar a otra gente que querés que vea a dónde estuviste...

<p>Información recibida acerca del Refugio: información que les gustaría recibir, (promociones, descuentos por fechas especiales, por recomendación del lugar, fotos de la experiencia, newsletter, etc), periodicidad, a través de qué canal.</p>	<p>Cada cuánto tiempo te parece que sería bueno recibir información de un determinado lugar? Y a través de qué canal de comunicación?</p>	<p>Y mirá, cada cuánto tiempo, creo que sería bueno una vez por mes o algo así...porque uno tampoco quiere que le llenen la casilla con pavadas, sino después ni las lees y directamente eliminás el mail...Y creo que lo mejor es el mail...Hoy en día todos lo usan y lo chequean a diario...</p>
<p>Canales de comunicación más utilizados (folleto, blog, facebook, página web, gráficas en vía pública, publicidad en tv / radio, etc. Frecuencia de uso.</p>	<p>A vos que te gustan mucho las actividades en la naturaleza, ¿cuáles son los canales de comunicación a los que más recurrís para informarte acerca de algún lugar en particular? ¿Y cada cuánto tiempo utilizás esos canales?</p>	<p>mirá...me llegan algunas cosas por mail, de lugares a los que ya fui...Pero si es algún lugar nuevo, que no conozco, siempre entro a google, para buscar alguna pág web, o tel de contacto...Y casi siempre te enterás de "X" lugar porque alguien te dijo que ese lugar está bueno... Y cómo era la otra pregunta?</p>
	<p>¿Cada cuánto usás esos canales?</p>	<p>mmm...google lo uso todo el tiempo, y el mail lo chequeo todos los días. También uso un poco facebook, pero lo veo cada un par de días, porque sino, es una red peligrosa para mí...uno se tiente de ver fotos y demás, y se pierde mucho tiempo...jeje</p>
<p>Denominación de la experiencia: turismo rural, aventura, alternativo...</p>	<p>Cómo denominarías vos esta experiencia dentro del PN? Turismo aventura, alternativo, rural...?</p>	<p>Creo que Turismo alternativo o aventura...pero rural la verdad es que no me suena...</p>
<p>Otros comentarios</p>	<p>Algún otro comentario que quieras hacerme?</p>	<p>No...qué sé yo...la experiencia en sí es muy recomendable...El hecho de caminar tantas horas, en una zona donde no hay nada, literlamente nada, y llegar a esa quebrada imponente...y ver tantos cóndores...es realmente increíble...No por el hecho de dormir en el refugio en sí, sino toda la experiencia en su conjunto...</p>

Entrevistado		TURISTA 2
ÁREA DE INDAGACIÓN	PREGUNTAS	
Contextualización inicial		
Caracterización del entrevistado (sexo, edad, profesión / ocupación, gustos por actividades al aire libre, conocimiento de lugares similares)	Contame un poco de vos... cuántos años tenés, qué hacés de tu vida...?	Tengo 30 años, soy contador, nací en Bs As, pero después me vine a vivir a Córdoba...
	Te gustan las actividades al aire libre...?	Sí, sobre todo me gusta andar a caballo... De chico mis papás me llevaban a equitación, y de ahí cada vez que puedo, tal vez 2 ó 3 veces por año, me voy a las sierras un par de días a andar...
	Cuando fuiste al PNQC a caballo, durmieron en un refugio de montaña... Ya conocías lugares que sean similares al Refugio El Condorito?	No... generalmente cuando me voy a andar a caballo, vamos con mi familia a una cabaña o algo así, y alquilamos los caballos. No conocía refugios de montaña, pero supongo que deben existir muchos refugios...
	Y lugares que ofrezcan cabalgatas?	Sobre todo hay clubes donde se practica equitación, pero no sé si hay lugares que tengan digamos el "combo" completo, donde vas a un lugar a caballo, te dan la comida, te llevan caminando a conocer un lugar como la quebrada del condorito, dormís y volves...
Pernocte en Refugio El Condorito (época, grupo, organización de la salida, descripción de la experiencia, percepción del Refugio)	¿Cuándo fueron al PN? En qué época? Y cuántas personas eran?	La verdad que no recuerdo... fue hace bastante... creo que fue en primavera... Y habremos sido 5 personas más el guía...
	Contame ¿cómo organizaron la salida?	Leí la propuesta en una revista... Y llamé por tel y justo me dijeron que había otra gente que quería ir al fin de semana siguiente... Así que me dieron las indicaciones, coordinamos todo y fuimos...
	Y cómo fue el circuito que hicieron?	Tuvimos que ir primero a La Granadilla, un hotel que está en las sierras, y de ahí empezamos la cabalgata...
	Y cómo la pasaron? Qué te pareció la experiencia de dormir en el PN...?	La verdad es que yo, personalmente, la pasé espectacular... porque el hecho de estar tanto tiempo con el caballo, a mí me fascina... Y el hecho de dormir ahí también fue interesante... pero para mí lo más importante era la cabalgata tan larga y con cierta dificultad...
Servicio que les gustaría recibir o actividades que les gustaría realizar	Qué otra actividad te hubiese gustado hacer? O qué servicio te hubiese gustado recibir?	no sé... la verdad es que fue todo muy completo... Incluso como te decía caminamos hasta la quebrada (aunque yo no tengo tan buen estado para caminar) y comimos ahí en el refugio... Después, cuando volví, me puse a averiguar y me enteré que en el PN también se puede andar en bici por ej... y creo que también se puede pescar, pero para mi gusto estuvo todo muy bien...

Comunicación		
<p>Información recibida acerca del Refugio: información que les gustaría recibir, (promociones, descuentos por fechas especiales, por recomendación del lugar, fotos de la experiencia, newsletter, etc), periodicidad, a través de qué canal.</p>	<p>Del Refugio El Condorito, vos has recibido en algún momento información?</p>	<p>Lo único que ví fue justamente la publicidad o nota en la revista por la que llamé, Revista Lugares. Pero no he recibido ninguna información puntual de ese lugar.</p>
	<p>Y te gustaría recibir info?</p>	<p>y si...sería bueno que enviaran algo...o que a lo mejor enviaran algo desde el PN, y que para promocionar la quebrada, manden la propuesta de dormir en el PN...</p>
	<p>Cada cuánto tiempo te parece que sería bueno recibir información? Y a través de qué canal de comunicación?</p>	<p>Cada cuánto, no sé...a lo mejor cada 2 meses, o por temporada, una propuesta para verano, otra para otoño, y así...Y el canal creo que lo mejor sería vía mail, o las redes sociales que hoy por hoy creo que es lo que más usa..</p>
<p>Canales de comunicación más utilizados (folleto, blog, facebook, página web, gráficas en vía pública, publicidad en tv / radio, etc. Frecuencia de uso.</p>	<p>A vos que te gustan mucho las cabalgatas, ¿cuáles son los canales de comunicación a los que más recurrís para informarte acerca de algún lugar en particular?</p>	<p>Creo que no hay un canal puntual...Tal vez es un mix...Uso mucho todo lo que ofrece internet, y de ahí por ej llamo al tel que aparece ahí para averiguar, o sino, mando mail...Y otras veces algún amigo me cuenta de algun lugar y me pasa el contacto...</p>
	<p>Y cada cuánto recurrís a internet para buscar información?</p>	<p>Tooodo el tiempo. Creo que hoy por hoy no hay persona que no use internet por lo menos una vez al día...</p>
<p>Denominación de la experiencia: turismo rural, aventura, alternativo...</p>	<p>Cómo denominarías vos esta experiencia dentro del PN? Turismo aventura, alternativo, rural...?</p>	<p>Creo que engloba más el turismo alternativo...aunque también es una gran aventura...</p>
<p>Otros comentarios</p>	<p>Algún otro comentario que quieras hacerme?</p>	<p>No, gracias...</p>

- *Análisis de las Entrevistas realizadas a Guías Turísticos y Turistas*

Luego de haber realizado 2 entrevistas a turistas y 2 a guías turísticos habilitados por Parque Nacional Quebrada del Condortio, podemos inferir que el perfil de los visitantes del Refugio son personas de ambos sexos, de entre 15 y 60 años, de profesiones variadas y con un interés muy fuerte por las actividades al aire libre. Según lo comentado por los entrevistados, es muy común que las travesías que se realizan (tanto de trekking como de cabalgatas) se organicen porque grupos de amigos quieren recorrer una determinada zona. Aunque uno de los guías también comentó que fue algunas veces con grupos de estudiantes.

Por otro lado, según los guías, no es necesario un cupo mínimo de personas para poder realizar una excursión, sino que se necesita sólo que los visitantes estén dispuestos a abonar la tarifa de la travesía que quieran realizar. También remarcaron que ellos creen que Refugio El Condorito no se ha utilizado mucho, y de hecho, los guías indicaron que cada uno de ellos ha utilizado sólo 3 ó 4 veces sus instalaciones.

Según ellos, el inconveniente que tiene el Refugio es que se encuentra lejos del punto de atracción turístico del PN, que es la Quebrada del Condorito. Indicaron que es un lugar cómodo para pernoctar, pero en realidad “es un lugar de paso”.

Como indicó Carlos:

Al Refugio en sí, no hay un motivo por el cual ir. Uno hace la excursión, para ir a ver la quebrada, pero uno como guía, aprovecha el Refugio para decirle a la gente que van a ir a dormir a un refugio, que está bien armado, y que van a estar cómodos. Digamos, el Refugio en sí, no es un destino final, sino que está de paso. (...) la realidad es que está lejos y casi no se usa (...) Porque el sólo hecho de dormir ahí, no es el atractivo, porque en definitiva la gente puede dormir en cualquier parte...el tema es el resto de las actividades y servicios que se hacen en la zona. (Entrevista – Guía Turístico 2).

El otro guía, Martín, expresó:

El problema es la ubicación que tiene, porque está muy alejado de la quebrada, que en definitiva es el atractivo...Está como a 3 horas del Balcón Sur...Y ya el Balcón está como a 3 horas de la Quebrada...Y para colmo, está rodeado de la zona de uso intangible del

Parque...entonces hay cosas lindas por ahí, pero no podemos ir a verlas, o sea que en realidad es un lugar de paso. (Entrevista – Guía Turístico 1).

Por lo comentado tanto por los guías como por uno de los turistas, la organización de las salidas de trekking se realiza siempre de manera similar: el turista se contacta con el Parque Nacional, allí le brindan el listado de los guías habilitados para hacer las excursiones, luego se comunica con el guía y con él coordina los detalles de la travesía. A su vez el guía es quien se encarga de solicitar a La Granadilla la reserva del Refugio El Condorito y de informar al PN que determinado día ingresará con cierta cantidad de gente y pernoctarán una o dos noches allí.

En cambio para la organización de las cabalgatas, el turista debe coordinar la travesía directamente con La Granadilla, ya que son ellos los que tienen la habilitación para ingresar al PN a caballo. Asimismo La Granadilla debe informar al PN que ingresará con tal o cual cantidad de cabalgantes.

Respecto a las cabalgatas, sólo 1 de los guías turísticos indicó haber ido al PN a caballo y afirmó que es algo complicado de organizar. Los caballos afectados para dichas travesías son los mismos que La Granadilla utiliza para los huéspedes de la Estancia, y además es necesario que a la cabalgata asista un guía habilitado especialmente para dicha actividad, y ese guía es uno de los mismos empleados de La Granadilla; por lo cual tiene que coincidir que los caballos estén disponibles y en estado para andar tanta cantidad de horas, y que el guía de cabalgatas tenga alguien que pueda reemplazar su trabajo en la estancia.

Cuando se le consultó a los entrevistados si conocían lugares que fuesen similares al Refugio El Condorito, Martín indicó que en Champaquí y Cerro Negro existe un servicio de cabalgatas, y aseguró que:

Hay muchos refugios en las sierras, pero ninguno que sea como una casa (como es el del Condorito), sino que son más puestos serranos...Refugio El Condorito es más una casa. (Entrevista – Guía Turístico 1).

A pesar de que a los cuatro entrevistados les interesan mucho las actividades al aire libre y conocen bastante al respecto, todos indicaron que no conocen lugares que estén rodeados de tanta naturaleza y que tengan las comodidades de las instalaciones con las que cuenta Refugio El Condorito, y donde a su vez, se puedan realizar variadas actividades.

Al mismo tiempo, todos coincidieron en que es una travesía con cierta dificultad y que no puede ser realizada por cualquier persona, ya que son 2 ó 3 días que requieren de esfuerzo físico.

Según comentaron los entrevistados de sus experiencias, respecto al circuito que se realiza, son varias las posibilidades: se puede ingresar al Parque caminando desde el Centro de Visitantes, llegar a la Quebrada, cruzar al Balcón Sur, ir al Refugio y luego de dormir allí, terminar el recorrido yendo a La Granadilla; o a veces el circuito se realiza exactamente al revés (desde La Granadilla se va a la Quebrada y se finaliza en el Centro de Visitantes); y otras veces se ingresa por el Centro de Visitantes y se regresa al mismo lugar.

Sea cual sea el circuito, es indispensable ir con un guía turístico, no sólo para que indique el camino por cual hay que realizar el recorrido (ya que allí hay zonas que no cuentan con sendero marcado), sino también porque es quien se encarga de hacer la reserva necesaria para el Refugio y es quien sabe exactamente cuáles son los elementos necesarios que cada turista debe llevar para realizar la travesía. Martín expresó:

Se llega ahí por un lugar donde no hay ni sendero, sino que es pajonal alto, y si no sabés exactamente cómo se llega, te perdés. (Entrevista – Guía Turístico 1).

Y como comentó Carlos,

La gente apunta a tener un vínculo directo con el guía que va a acompañarlos al lugar, porque necesita confiar en el guía por que van a estar con esa persona durante 2 días en el medio de la montaña (...) El tema también es que el guía en sí, es un valor agregado a la excursión; y en muchos casos, resuelve toda la logística...porque al contratar un determinado prestador, la gente ya sabe que los buscan en un lugar, los llevan, les indican lo que tienen que llevar, les dan información, saben dónde van a dormir, está la reserva hecha, ya saben qué van a comer, y ese tipo de cosas. Eso es lo que garantiza el guía, la logística de la excursión. Y además, si el grupo va con un guía, el Parque se asegura que no van a cometer ninguna infracción en cuanto al ambiente. (Entrevista – Guía Turístico 2).

Asimismo, de acuerdo a lo comentado por los guías y por lo socios de La Granadilla entrevistados anteriormente, sólo hay un guía (de los 7 que están habilitados por PN) que se encuentra en contacto relativamente habitual con los socios.

De todo lo indicado hasta aquí, vemos entonces que el uso del Refugio El Condorito no es frecuente (tanto para actividades de trekking como de cabalgatas); por otro lado la organización y coordinación de cualquier travesía requiere de cierta logística para lo cual es necesaria la presencia de un guía turístico; y vemos que los guías habilitados por PN son relativamente pocos y La Granadilla está más vinculada a sólo uno de ellos...Por tales motivos se deduce que es imprescindible que Refugio El Condorito planifique acciones de comunicación dirigidas específicamente al público “guías turísticos”, para alcanzar una relación fluida con ellos y así lograr que el Refugio se utilice más seguido y sea una unidad de negocio rentable.

Respecto a la experiencia en sí, los turistas opinaron que

(...) es muy recomendable...El hecho de caminar tantas horas, en una zona donde no hay nada, literalmente nada, y llegar a esa quebrada imponente...y ver tantos cóndores...es realmente increíble...No por el hecho de dormir en el refugio en sí, sino toda la experiencia en su conjunto...(Entrevista – Turista 1).

El otro turista entrevistado también expresó su satisfacción:

La verdad es que yo, personalmente, la pasé espectacular...porque el hecho de estar tanto tiempo con el caballo, a mí me fascina...Y el hecho de dormir ahí también fue interesante...pero para mí lo más importante era la cabalgata tan larga y con cierta dificultad...(Entrevista – Turista 2).

Es importante destacar que, más allá que ambos turistas expresaron haber disfrutado la excursión, señalaron que cuando hicieron las averiguaciones pertinentes, no les dieron todas las indicaciones de cuáles son todas las actividades que pueden realizarse en el Parque Nacional. Uno de los turistas dijo:

(...) cuando volví, me puse a averiguar y me enteré que en el PN también se puede andar en bici por ej...y creo que también se puede pescar, pero para mi gusto estuvo todo muy bien. (Entrevista – Turista 2).

El otro turista indicó que no sabía de la posibilidad de ir a caballo hasta que se lo comentó el guía cuando ya estaban dentro del PN y dijo:

Hay uno de los chicos que me dijo que le hubiese encantado ir a caballo, pero no nos lo ofrecieron desde un principio...sería bueno que eso lo dijeran en la Oficina. (Entrevista – Turista 1).

Y por otro lado, el mismo turista, expresó que se enteró que se podía dormir en el Refugio porque el guía se lo propuso cuando lo llamó por teléfono, pero dijo que en realidad la primera idea de él y sus amigos era dormir en carpa.

Con todo esto, se deduce que es indispensable proponer acciones de comunicación dirigidas a quienes sean posibles emisores de información para los turistas (tales como guías y miembros del PN), para que todos brinden un mensaje unívoco acerca de cuáles son las actividades que pueden realizarse y cuáles son las opciones que existen para pernoctar en el Parque.

Respecto a los canales de comunicación que utilizan habitualmente los entrevistados, en el caso de los guías turísticos, indicaron que cuentan con un sitio web propio y correo electrónico, y para promocionar sus excursiones, también utilizan facebook y gacetillas en diario La Voz del Interior. A su vez, ambos guías afirmaron que estarían de acuerdo en que esos mismos canales sean utilizados por Refugio El Condorito para hacer algún tipo de promoción específica (ya que sería beneficioso para ambas partes, guías y Refugio). Y además, sugirieron que, por el tipo de actividades que se desarrollan en el Refugio, sería bueno realizar acciones concretas de comunicación en clubes andinos, escuelas de guías de trekking, grupos de boy-scout, con especialistas en observación de aves y en lugares donde realicen prácticas de vida en la naturaleza...

Asimismo los turistas afirmaron que los canales que más utilizan son internet y el boca en boca. Uno de ellos indicó:

(...) siempre entro a google, para buscar alguna página web, o teléfono de contacto...Y casi siempre te enterás de "X" lugar porque alguien te dijo que ese lugar está bueno. (Entrevista – Turista 1).

El otro turista comentó:

Creo que no hay un canal puntual...Tal vez es un mix...Uso mucho todo lo que ofrece internet, y de ahí por ej llamo al teléfono que aparece ahí

para averiguar, o si no mando mail...Y otras veces algún amigo me cuenta de algún lugar y me pasa el contacto. (Entrevista – Turista 2).

Cuando se les consultó acerca de la frecuencia de uso, ninguno de los turistas dudó en contestar...

Google lo uso todo el tiempo, y el mail lo chequeo todos los días. También uso un poco facebook, pero lo veo cada un par de días...(Entrevista – Turista 1).

Y el otro dijo que:

Internet lo uso toodo el tiempo. Creo que hoy por hoy no hay persona que no use internet por lo menos una vez al día...(Entrevista – Turista 2).

Además, a los turistas se les preguntó si les gustaría recibir información acerca de la organización y las actividades y promociones que se puedan llegar a realizar. A esto, uno de ellos respondió:

Sería bueno que enviaran algo...o que a lo mejor enviaran algo desde el PN, y que para promocionar la quebrada, manden la propuesta de dormir en el Refugio. (Entrevista – Turista 2).

Y el otro turista comentó:

Sería bueno que envíen algo por mail, para que la gente que no le gusta dormir en carpa, sepa que en el PN se puede dormir en una casa con todas las comodidades...O por ahí alguna promoción, para alguna fecha en particular. (Entrevista – Turista 1).

Por último, respecto a la frecuencia y el canal por el cual les parecería pertinente recibir información, uno de ellos indicó que no sabía, pero que:

A lo mejor cada 2 meses, o por temporada, una propuesta para verano, otra para otoño, y así...Y creo que lo ideal sería vía mail, o las redes sociales que hoy por hoy creo que es lo que más usa...(Entrevista – Turista 2).

En cambio, el otro turista indicó:

Creo que sería bueno una vez por mes o algo así...porque uno tampoco quiere que le llenen la casilla con pavadas, sino después ni las lees y directamente eliminás el mail...Y creo que lo mejor es el mail...Hoy en día todos lo usan y lo chequean a diario. (Entrevista – Turista 1).



Luego de haber realizado 4 entrevistas a personas que ya han pernoctado en Refugio El Condorito, es importante recalcar que ninguno de los entrevistados recibió información de parte de la organización; incluso los turistas se enteraron de la posibilidad de pernoctar allí gracias al guía que los asesoró, y supieron que se podían hacer ciertas actividades, mientras estaban ya realizando la travesía.

Además, considerando que los entrevistados son personas que tienen un interés especial por las actividades con la naturaleza, hay que destacar que no conocen lugares que tengan una propuesta similar a la del Refugio El Condorito. Asimismo las entrevistas realizadas fueron de utilidad para detectar los canales de comunicación que utilizan más frecuentemente.

Todo lo dicho anteriormente es muy relevante para tener en cuenta al momento de planificar las diferentes acciones de comunicación, las cuales serán el resultado final del presente trabajo.



Presentación de Datos: *Observación Documental*

El siguiente cuadro brinda toda la información recabada de los soportes de comunicación de Internet de los 15 lugares turísticos similares al Refugio El Condorito.

- *Análisis de la Observación Documental*

Para comenzar a indagar sobre la comunicación externa de lugares turísticos con características similares a las del Refugio El Condorito, se identificaron en primer lugar, 15 lugares de Argentina que ofrecen algunos de los servicios que se brindan en el Refugio: caminatas, cabalgatas, pernocte en un lugar rústico, en un entorno natural, de sierras, o donde se puede realizar avistaje de aves.

Específicamente se encontraron los siguientes 15 lugares: Posta del Qenti, Estancia El Desafío, Posta Los Cóndores, Estancia Cerro Blanco, Nahuan Multiavenura, Hostería Yawen, Cerro del Cóndor, La Constancia, Haras Ampascachi, Estancia Los Potreros, Los Liste, Refugio El Obrador, Hotel El Alto, Estancia Ongamira y La Vieja Calera.

La gran mayoría de estos lugares turísticos utiliza como soporte de comunicación externa principal, sitios web cuya denominación coincide con el nombre del lugar turístico. Sólo 2 del total de 15, no cuentan con página web, sino que llevan a cabo su comunicación a través de blogspot y la red social Facebook para difundir sus diferentes servicios. Estos 2 lugares son La Vieja Calera y el Refugio El Obrador.

De los 13 lugares que sí tienen sitio web, sólo 3 (Posta del Qenti, La Constancia y Estancia Los Potreros) cuentan con otro soporte de comunicación complementario como Facebook o blog. Cabe destacar que esos Facebook y blog reciben gran cantidad de comentarios e interacción de quienes visitan dichas redes, se encuentran relativamente actualizados, con fotos, publicación de notas, etc.

De los 15 lugares analizados, sólo 1 no posee logotipo que lo identifica (Refugio El Obrador); con lo cual se deduce que es de suma importancia dicho recurso de comunicación (el logotipo).

Casi todos los lugares, en sus diferentes soportes de comunicación, muestran algún mapa, teléfono o mail de contacto, y cuentan con la posibilidad de realizar consultas desde el mismo sitio. Con esto, podemos afirmar que son elementos de mucha utilidad para que los posibles clientes de determinado destino turístico, conozcan exactamente la ubicación y cuáles son las rutas de acceso de dicho lugar. Además, brindar teléfono y correo electrónico de contacto permite que el turista realice todas las consultas que considere necesarias para asegurarse de poder disfrutar al máximo de su estadía.

Respecto a las fotos y videos que pueden publicarse en dichos soportes, claramente son un recurso importante, ya que si son seleccionados cuidadosamente y con criterio, pueden lograr transmitir la totalidad de la experiencia que el turista va a vivenciar en el lugar.

La historia o el “quiénes somos” de los distintos lugares, también es un elemento muy utilizado. Su redacción informal o formal, larga o corta, etc, también transmite un el concepto del lugar y el ambiente o clima con el que el turista se va a encontrar.

Todos estos destinos turísticos cuentan con alguna/s de las actividades que se pueden realizar también en el Refugio El Condorito, tales como caminata, avistaje de aves, pesca, etc. Sin embargo, aunque dichas actividades se organizan alrededor de sierras, cerros, valles y ambientes naturales, sólo unos pocos lugares se encuentran ubicados propiamente dentro de una zona declarada Parque o Reserva Nacional.

Algunos lugares especifican cuál/es son las mejores épocas del año para visitarlos y realizar las distintas actividades recreativas que ofrecen. Y sólo 3 lugares (Haras Ampascachi, Nahuan Multiaventura y Posta del Qenti) cuentan con promociones y descuentos para fines de semana largo y fechas especiales.

Vemos entonces que cada lugar turístico cuenta con 1 ó 2 soportes de comunicación en internet, y en ellos, cada uno plasma la información que considera más relevante (mapa, imágenes, links, historia, etc).

Ningún destino turístico es igual a otro, cada uno se distingue por una propuesta en particular, con diversas actividades y, a pesar de que hay canales de comunicación típicos (como el teléfono o el mail), utilizan las posibilidades que brinda la red para comunicarse con los públicos con los que se relaciona.

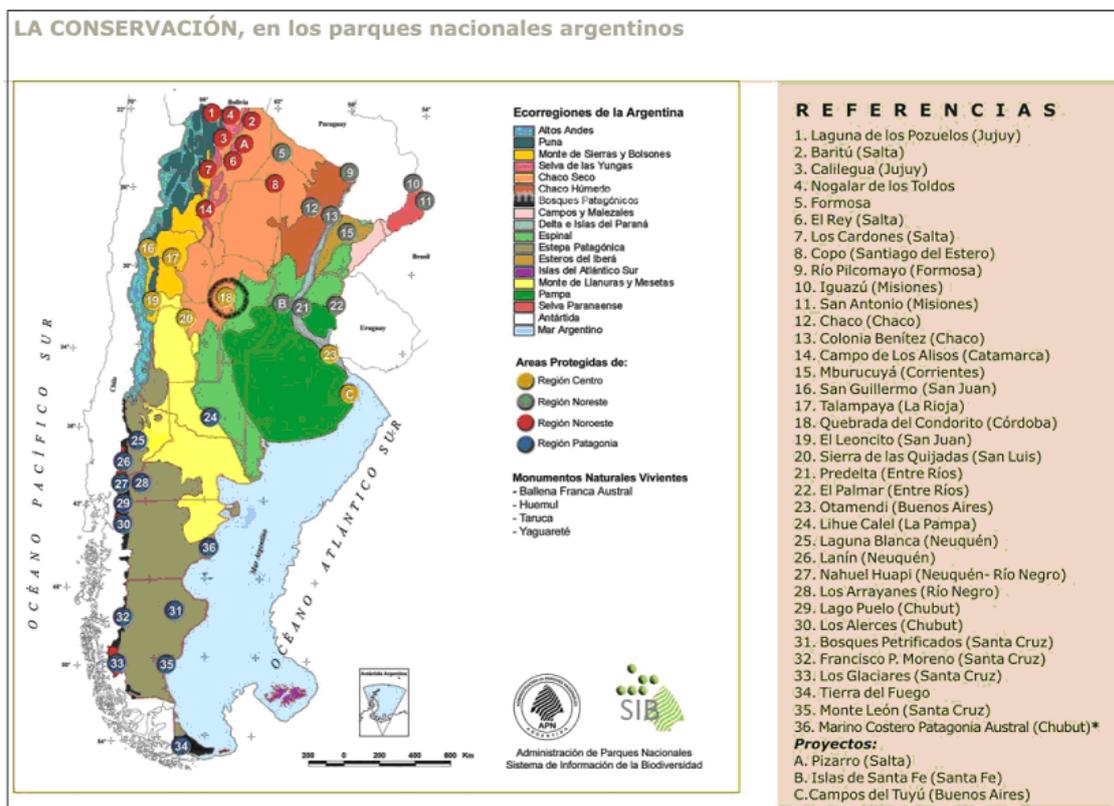
Asimismo, todo lo anteriormente expuesto, nos lleva nuevamente a afirmar que no existe un lugar que tenga todo lo que ofrece Refugio El Condorito.

Presentación de Datos: *Información del Parque Nacional Quebrada del Condorito*

Con el objetivo de complementar la etapa de investigación, se recopiló información acerca del Parque Nacional. Los siguientes datos fueron brindados por la encargada del Programa de Uso Público del PNQC en la oficina ubicada en la localidad de Carlos Paz.

*Áreas Protegidas de Argentina

El Parque Nacional Quebrada del Condorito se encuentra en la Región Centro de nuestro país, en la provincia de Córdoba, en la zona del Chaco Seco.





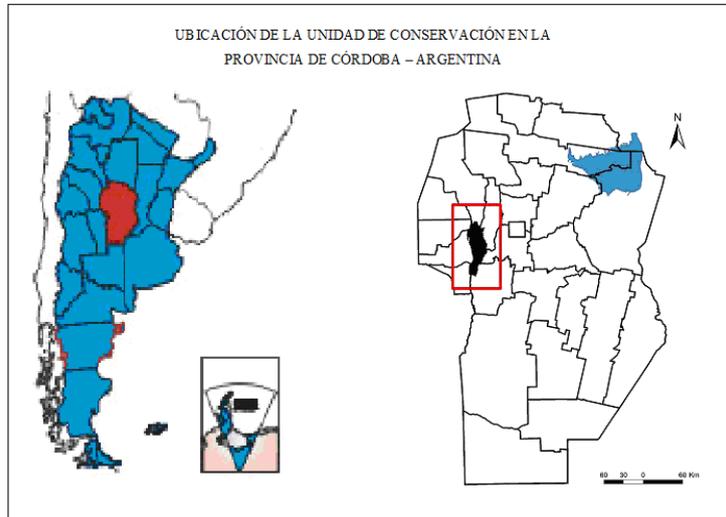
*Ficha informativa de las Áreas Protegidas de Argentina

Actualmente existen más de 35 Parques Nacionales y Reservas Naturales, los cuales ocupan 3.668.566 has de nuestro país. El Parque Nacional Quebrada del Condorito, tiene 37.000 has, y fue creado en el año 1996 en la provincia de Córdoba.

ÁREAS PROTEGIDAS DE JURISDICCION FEDERAL*				
(superficies sujetas a mensura)				
CATEGORIA DE CONSERVACION	UNIDAD DE CONSERVACION	SUPERFICIE (hectáreas)	PROVINCIA	AÑO CREACION
Parque Nacional	BARITU	72.439	Salta	1974
Monumento Natural (Nacional)	BOSQUES PETRIFICADOS	61.228	Santa Cruz	1954
Parque Nacional	CALILEGUA	76.306	Jujuy	1979
Parque Nacional	CAMPO DE LOS ALISOS	10.661	Tucumán	1995
Parque Nacional (en formación)	CAMPOS DEL TUYU	3.040	Buenos Aires	
Parque Nacional	CHACO	14.981	Chaco	1954
Reserva Natural Estricta	COLONIA BENITEZ	10	Chaco	1990
Parque Nacional	COPO	114.250	Santiago del Estero	2000
Parque Nacional	EL LEONCITO	72.762	San Juan	1994/2002
Reserva Nacional	EL NOGALAR DE LOS TOLDOS	3.250	Salta	2006
Parque Nacional	EL PALMAR	8.500	Entre Ríos	1966
Parque Nacional	EL REY	44.162	Salta	1948
Reserva Natural	FORMOSA	9.005	Formosa	1968
Parque Nacional y Res.Nacional	IGUAZU	67.620	Misiones	1934
Parque Nacional y Res.Nacional	LAGO PUELO	23.700	Chubut	1937
Parque Nacional y Res.Nacional	LAGUNA BLANCA	11.263	Neuquén	1940
Monumento Natural (Nacional)	LAGUNA DE LOS POZUELOS	16.000	Jujuy	1980
Parque Nacional y Res.Nacional	LANIN	412.000	Neuquén	1937
Parque Nacional	LIHUE CALEL	10.934	La Pampa	1977
Parque Nacional y Res.Nacional	LOS ALERCES	263.000	Chubut	1937
Parque Nacional	LOS ARRAYANES	1.840	Neuquén	1971
Parque Nacional	LOS CARDONES	65.000	Salta	1996
Parque Nacional y Res.Nacional	LOS GLACIARES	726.927	Santa Cruz	1937
Parque Nacional	MBURUCUYA	17.729	Corrientes	2001
Parque Nacional	MONTE LEÓN	61.777	Santa Cruz	2004
Parque Nacional y Res.Nacional	NAHUEL HUAPI	709.890	Neuquén y R.Negro	1934
Reserva Natural Estricta	OTAMENDI	3.000	Buenos Aires	1990
Parque Nacional y Res.Nacional	PERITO MORENO	115.000	Santa Cruz	1937
Parque Nacional (en formación)	PIZARRO	4.515	Salta	
Parque Nacional	PRE-DELTA	2.458	Entre Ríos	1992
Parque Nacional	QUEBRADA DEL CONDORITO	37.000	Córdoba	1996
Parque Nacional	RIO PILCOMAYO	51.889	Formosa	1951
Reserva Natural Estricta	SAN ANTONIO	600	Misiones	1990
Parque Nacional	SAN GUILLERMO	147.830	San Juan	1998
Parque Nacional	SIERRA DE LAS QUIJADAS	150.000	San Luis	1991
Parque Nacional	TALAMPAYA	215.000	La Rioja	1997
Parque Nacional	TIERRA DEL FUEGO	63.000	T.del Fuego	1960
Parque Interjurisdiccional	MARINO COSTERO PATAGONIA AUSTRAL		Chubut	2008
Superficie TOTAL		3.668.566		

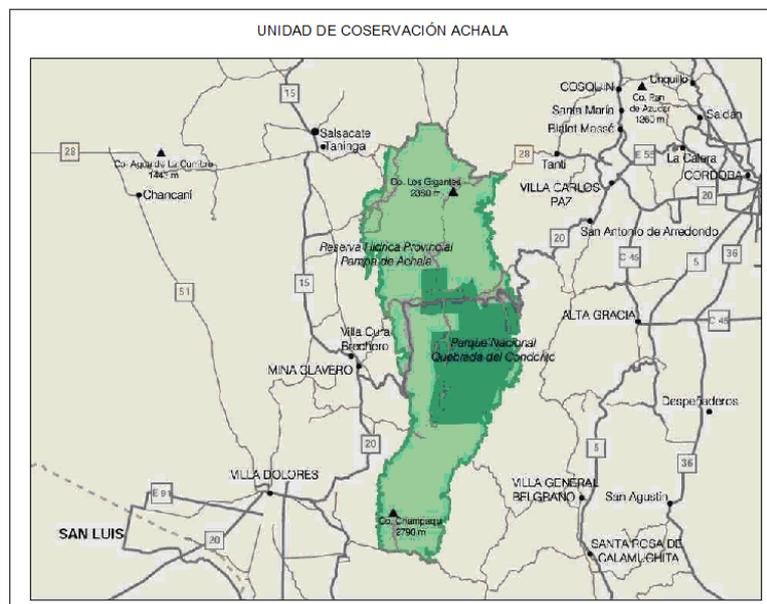
***Ubicación de la Reserva Hídrica**

El presente mapa, muestra la ubicación exacta de la Reserva Hídrica Provincial de Achala, en la cual se encuentra el Parque Nacional Quebrada del Condorito, dentro de la provincia de Córdoba.



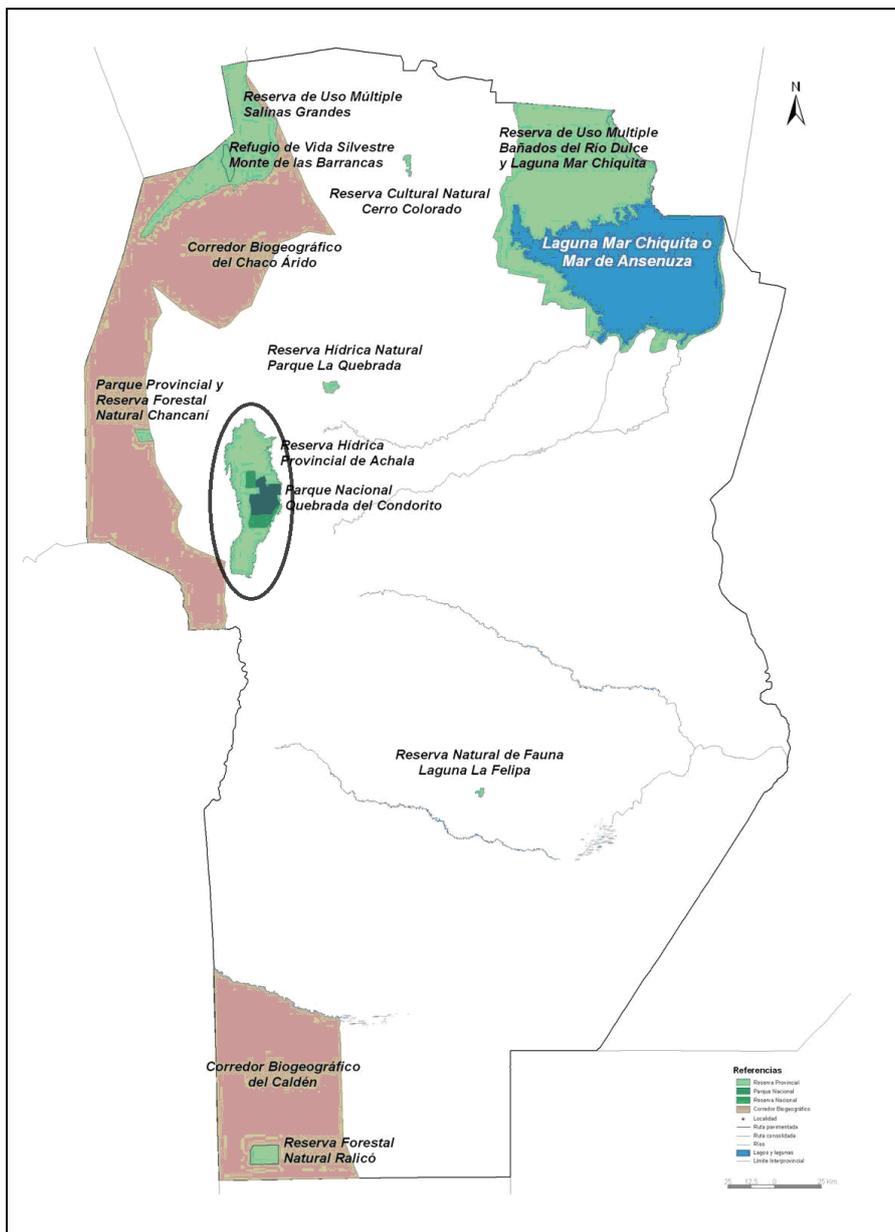
***Localidades limítrofes**

La Reserva Hídrica limita con las localidades de Mina Clavero, Villa Cura Brochero, Villa Carlos Paz, Alta Gracia, Villa General Belgrano y Villa Dolores, entre otras.



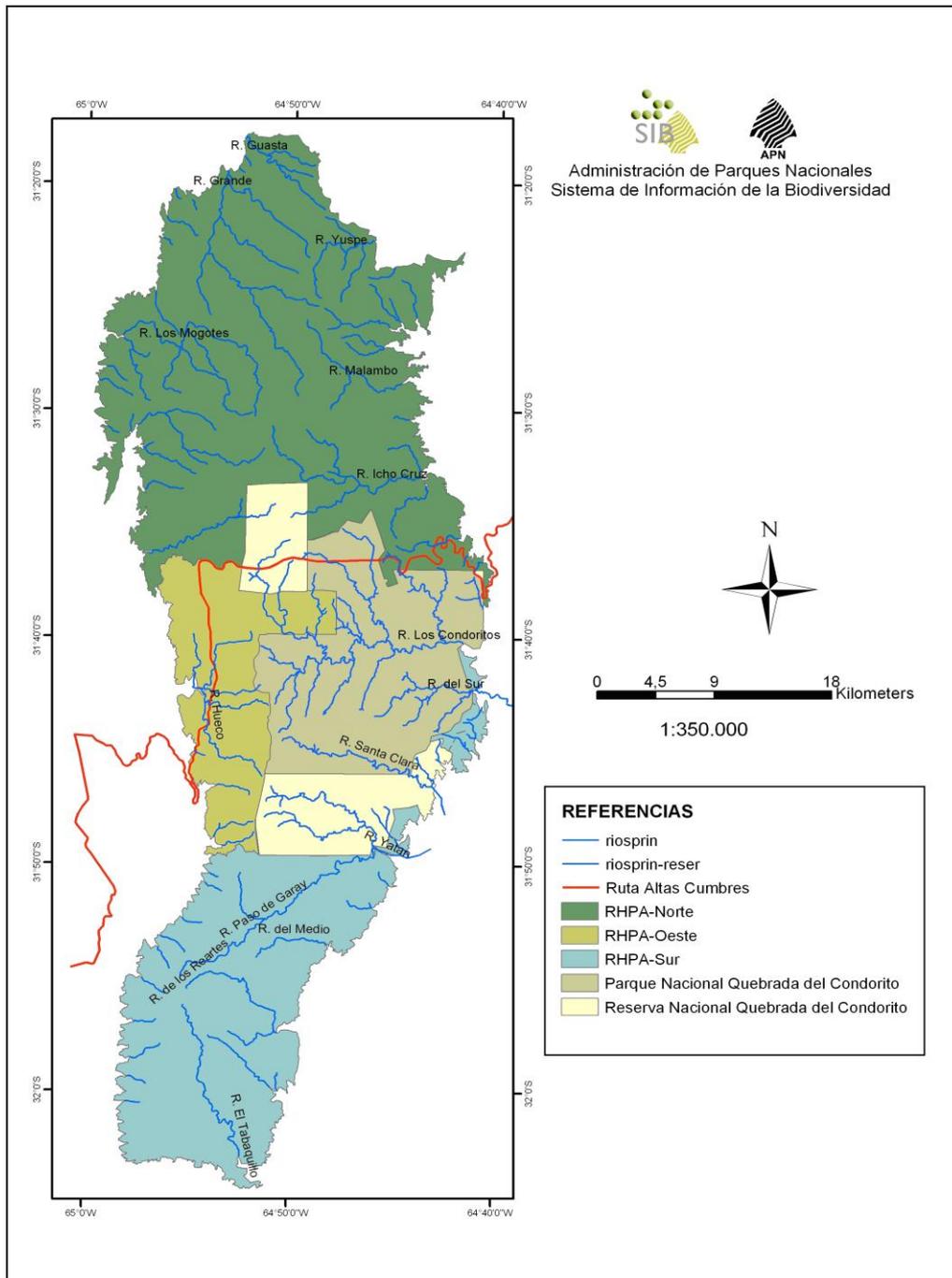
***Áreas Protegidas de la Provincia de Córdoba**

La Reserva Hídrica Provincial de Achala es una de las tantas áreas protegidas que existen en la Provincia de Córdoba.



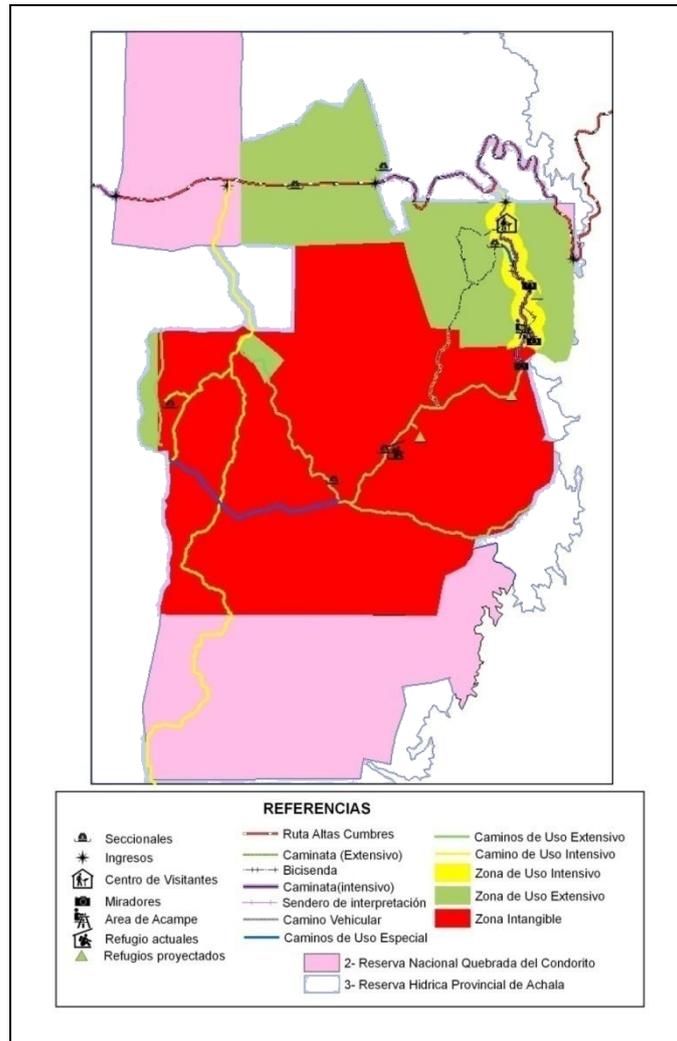
*Reserva Hídrica Provincial, Nacional y Parque Nacional

Este mapa detalla cuál es la zona de la Reserva Hídrica Provincial de Achala, la Reserva Nacional Quebrada del Condorito y el Parque Nacional propiamente dicho.



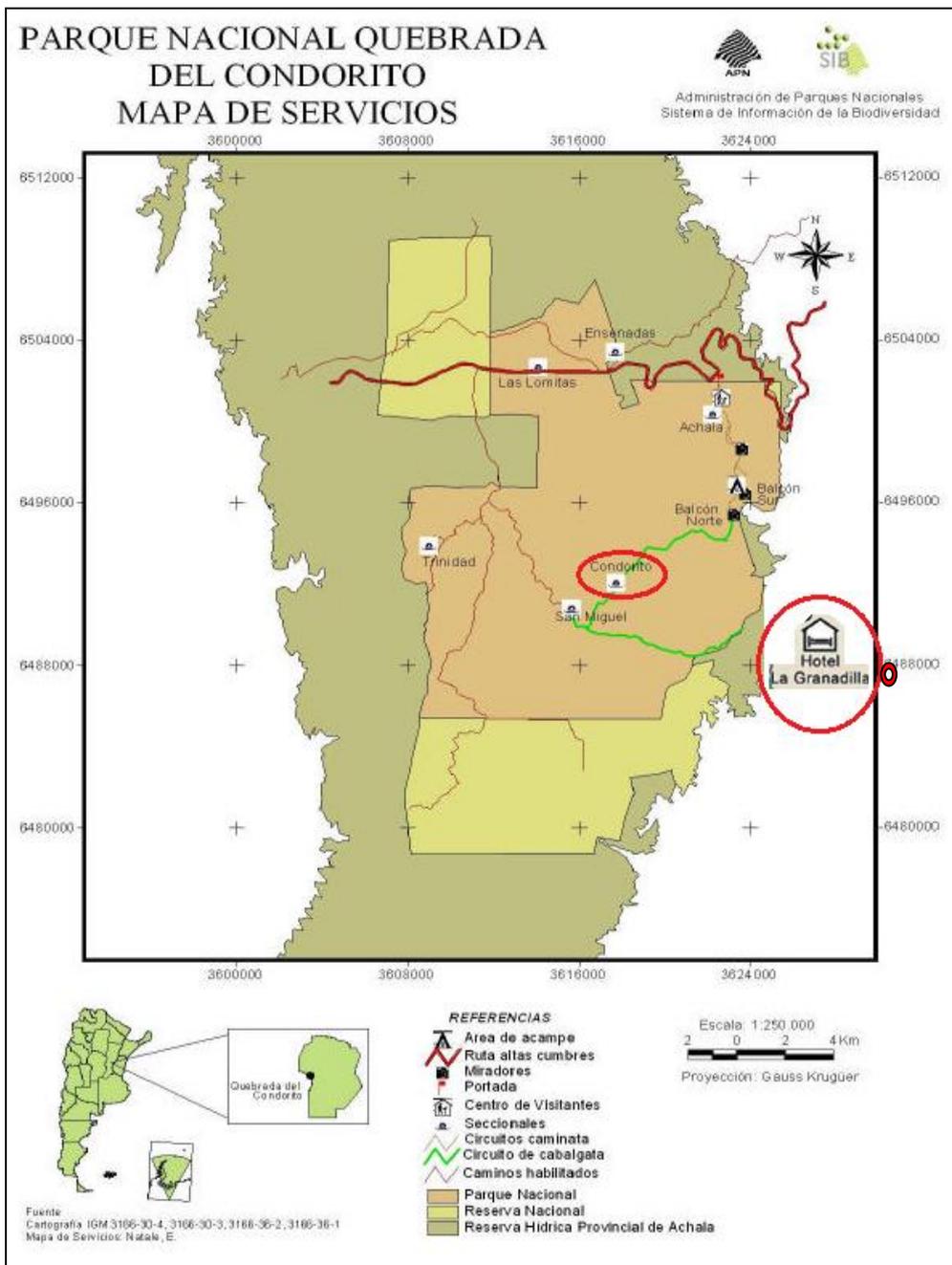
***Zonificación del Parque Nacional Quebrada del Condorito**

La Zona de Uso Intensivo es aquella en donde se encuentra concentrada gran cantidad de infraestructura y servicios del Parque, que es donde se genera el mayor impacto ambiental. La Zona de Uso Extensivo tiene un uso limitado, es decir que allí se puede acceder con determinada cantidad de personas y frecuencia. Hasta el momento, allí se puede ingresar hasta con 15 caballos, una vez por semana. Por último, la Zona Intangible no se utiliza.



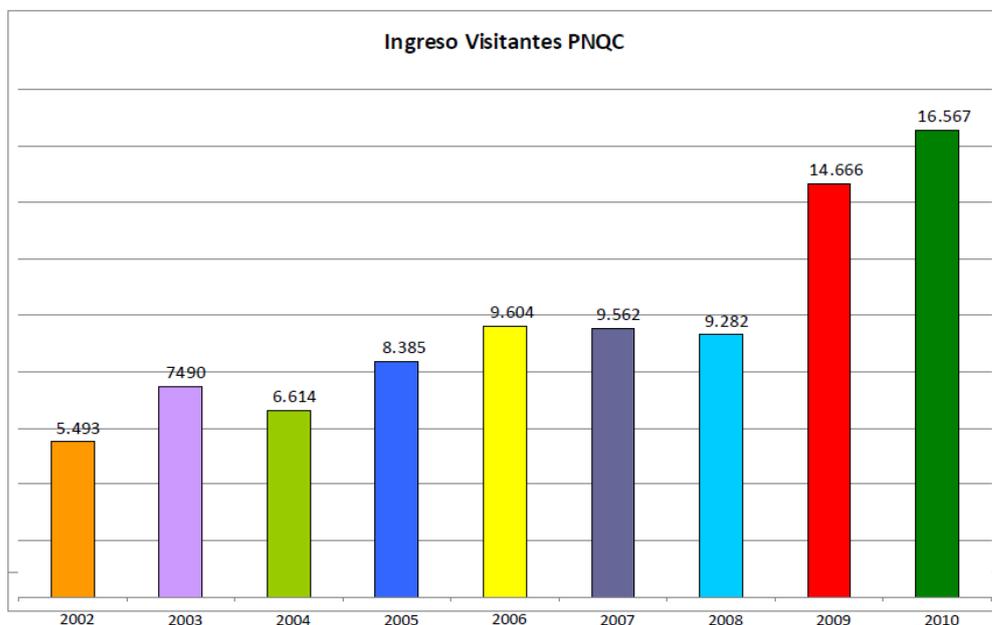
*Parque Nacional, La Granadilla, Refugio El Condorito y circuito de cabalgata.

El siguiente mapa indica a dónde se encuentra ubicada la Granadilla, el Refugio El Condorito y cuál es el recorrido que se realiza a caballo.



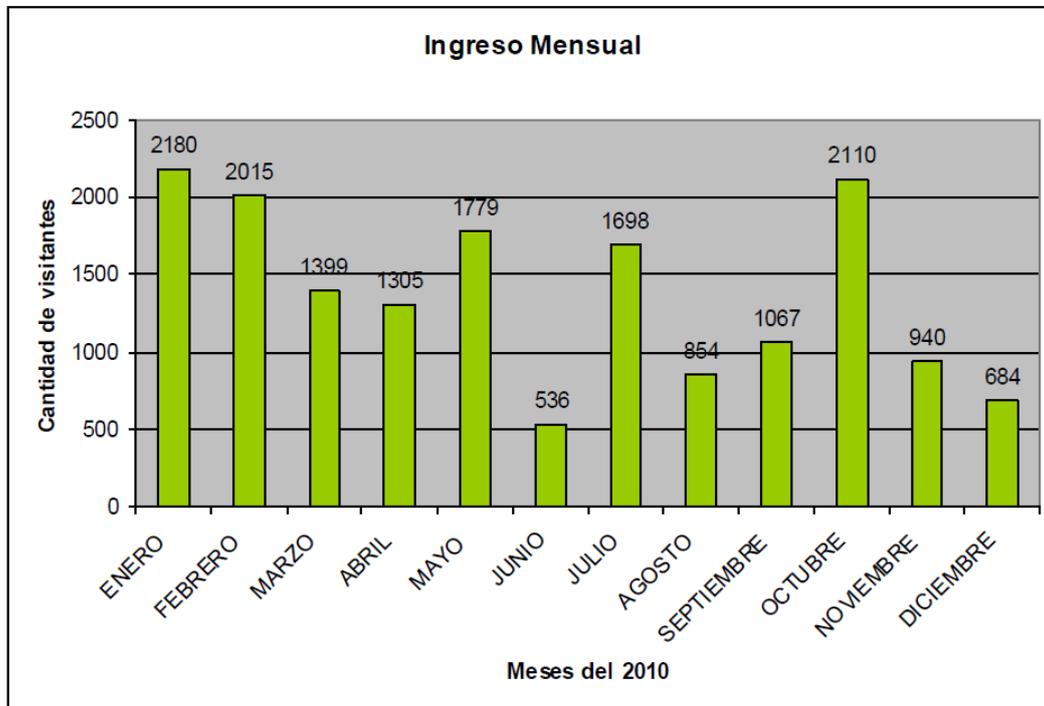
*Estadísticas del Parque

El siguiente gráfico y tabla muestran el crecimiento notable de visitantes que el Parque Nacional Quebrada del Condorito ha tenido desde el año 2002 al 2010.

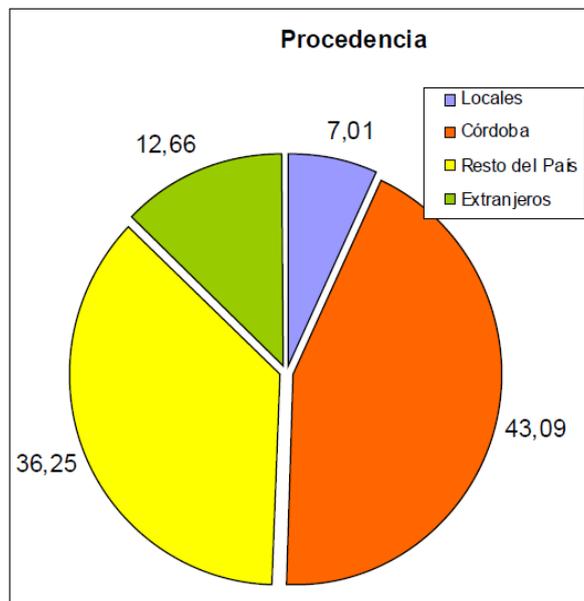


Años	Visitantes	Crecimiento anual de visitantes
2002	5493	
2003	7490	26,66 %
2004	6614	-13,24 %
2005	8385	21,12 %
2006	9604	12,69 %
2007	9562	-0,44 %
2008	9282	-3,02 %
2009	14666	36,71 %
2010	16567	11,47 %
Promedio de últimos 8 años		11,50 %

Los meses en los que se reciben más cantidad de visitas en el PNQC son generalmente los meses de Enero y Febrero. En el año 2010 el ingreso de visitantes por mes fue el siguiente:



En el año 2010 la gran mayoría de los visitantes fueron nacionales (de Córdoba y del resto del país).





***Características de los visitantes**

Desde el mes de enero hasta junio de 2011 el Parque Nacional Quebrada del Condorito recibió 11.289 visitantes, por lo cual se espera que a fin del corriente año, las estadísticas determinen que el 2011 supere el número de visitas del 2010.

Por otro lado, la mayoría de los visitantes (hasta junio de 2011), fueron Residentes Provinciales y Estudiantes Universitarios.

Estadísticas de Ingreso de Visitantes al Parque Nacional Quebrada del Condorito								
Año 2011								
MES	Extranjeros Mayores	Nacionales Mayores	Residentes Provinciales	Residentes Locales	Estudiantes Universitarios	Jubilados y Pensionados	Menores	TOTAL
Enero	229	2000	523	101	917	59	311	2853
Febrero	208	1413	629	95	735	46	325	2345
Marzo	270	863	996	159	645	70	173	2261
Abril	284	384	1084	108	616	34	163	1860
Mayo	138	220	652	156	478	32	158	1166
Junio	95	134	500	75	331	21	32	804
Julio								
Agosto								
Septiembre								
Octubre								
Noviembre								
Diciembre								
Total	1224	5014	4384	694	3722	262	1162	11289



*Canales de comunicación externa del Parque Nacional Quebrada del Condorito

Actualmente el PNQC cuenta con 5 canales de comunicación externa principales:

*Mail: quebradadelcondorito@apn.gov.ar

*Teléfono: 03541-433371 / 486287

*Página Web: www.condoritoapn.com.ar

The screenshot shows the website interface for the Parque Nacional Quebrada del Condorito. At the top, there is a navigation bar with buttons for 'Inicio', 'Mapa del sitio', 'RSS', and 'Imprimir'. A search bar is also present. The main header features the text 'Quebrada del Condorito' and 'Sitio Oficial del Parque Nacional'. A prominent banner celebrates '15 años' (15 years) of the 'PARQUE NACIONAL QUEBRADA DEL CONDORITO'. On the left, a vertical menu lists various sections: 'Menú', 'Información general', 'Visita al Parque', 'Ambiente y Cultura', 'Proyectos y programas', 'Galería de fotos' (highlighted), 'Videos', 'Áreas Zona Centro', 'Vinculos y descargas', 'Contáctanos', 'Libro de Visitantes', and 'Contrataciones'. Below the menu, contact information for the 'Parque Nacional Quebrada del Condorito' is provided, including the address 'Resistencia 30 - Villa Carlos Paz - X5152IDB - Córdoba', phone number '(03541) 433371 / 486287', and email 'quebradadelcondorito@apn.gov.ar'. The main content area is titled 'Galería de fotos' and displays a grid of 13 photographs showing various natural landscapes, including mountains, rivers, and flora. A date stamp '29 DE AGOSTO DE 2011' is visible on one of the photos.

*Facebook:



www.facebook.com/pages/Parque-Nacional-Quebrada-del-Condorito/109651192387102?sk=wiki

facebook

Buscar

Buscar

Parque Nacional Quebrada del Condorito

Wikipedia

Lugar de referencia

De Wikipedia, la enciclopedia libre [Ver en la Wikipedia](#) · [Editar](#)

El **Parque Nacional Quebrada del Condorito** se encuentra en la provincia de Córdoba, Argentina, 85 km al oeste de la ciudad de Córdoba, en el centro de las Sierras de Córdoba. Posee una superficie de 37.000 ha que se encuentran dentro de las 150.000 hectáreas correspondientes a la Reserva Hídrica Provincial Pampa de Achala. Este Parque Nacional argentino fue creado en 1996.

Características

Pese a ubicarse próximo a la ciudad de Córdoba y poblaciones turísticas como Carlos Paz, Alta Gracia, Tanti, Mina Clavero etc., el territorio del parque se ha mantenido paisajísticamente prístino debido a su difícil accesibilidad hasta inicios de s. XXI. La ganadería extensiva se ha practicado aquí desde tiempos coloniales, con resultados negativos para el ambiente, a causa de la sobrecarga de ganado, que ocasionó una intensa erosión al tornarse escasa la cobertura vegetal y también debido al pisoteo en este sitio de fuertes pendientes y suelo arenoso.

El territorio de este Parque Nacional se caracteriza por la elevada altitud del piso superior de las Sierras Grandes de Córdoba, respecto de la gran llanura chacopampeana que la rodea y le confiere condiciones de isla biogeográfica, esta "isla ecológica" ha tenido intermitentes flujos de colonización de especies andinas y patagónicas (en función de variaciones climáticas). Como resultado de ello, el área, presenta una gran diversidad de endemismos de especies y subespecies, tanto de plantas como de animales. Éste es uno de los rasgos más destacables de esta área.

Así este parque constituye un importante sitio de avistajes de cóndores (especie andina que ha sufrido un marcado retroceso poblacional en el s. XX), cuya distribución más oriental la encontramos en esta región. En la Argentina las poblaciones de cóndor se encuentran estables y se están desarrollando programas de reintroducción de esta especie, en sitios donde ha sido extinguida.

Los límites del Parque son:

- Al norte: El camino nuevo de las Altas Cumbres.
- Al oeste: Las propiedades que limitan con las cumbres de Achala (Paso de las Piedras, La Trinidad, La Atalaya).
- Al sur: nacientes del río Yatán (río que se destaca por su bella Quebrada del Yatán).
- Al este: propiedades que limitan con la cota de los 1500m (El Bosque, El Condorito, San Miguel).

A **158** personas les gusta esto.

7 personas están hablando de esto

Crear una página
Agregar a los favoritos de mi página
Ya no me gusta
Reportar página
Compartir



Uno de los ingresos al Parque Nacional.



Cóndor en vuelo.

Reverso del Folleto Principal

Visitas guiadas (opcional)

Si bien no es obligatorio, usted puede contratar los servicios de un guía habilitado para experimentar una mejor visita.

Para ello y previo a la llegada al parque, puede contactar a los profesionales habilitados solicitando a la intendencia el listado correspondiente.

En caso de grupos escolares u organizados, consultar la normativa vigente al momento de la visita.

Recomendaciones por el día

Tenga en cuenta llevar estos elementos:

- Ropa cómoda y de abrigo
- Calzado adecuado para trekking, antideslizante
- Protector solar
- Sombrero o gorra
- Bolsa para residuos
- Mochila chica (dejar las manos libres)
- Capa para lluvia liviana
- Vianda ligera, cantimplora con agua
- Linterna

Recomendaciones para acampar

Es requisito excluyente contar con:

- Carpa resistente a fuertes vientos y temporales.
- Calentador, ya que no está permitido hacer fuego.

Las áreas de acampe son agrestes, es decir que no cuentan con sanitarios, fogones o instalaciones.

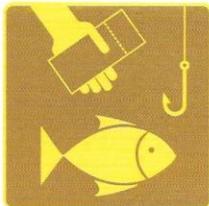
Para realizar esta actividad, es necesario completar el registro de acampe en el Centro de Visitantes. El mismo tiene fines estadísticos y de seguridad para los visitantes.

Agua

En el centro de visitantes, podrá encontrar sanitarios con disponibilidad de agua en grifos. En las áreas de acampe existen cursos de agua que pueden aprovecharse. Se recomienda utilizar pastillas potabilizadoras o hervirla. NO utilizar agua de cauces de arroyos de poco caudal o agua estancada.

Pesca

Esta permitida la pesca deportiva de salmónidos en algunos sectores, ÚNICAMENTE CON PERMISO y bajo el Reglamento de Parques Nacionales. Para realizar esta actividad debe y consultar previamente a la Intendencia del parque nacional.



Excursiones (opcional)

Usted puede contratar previamente a alguno de los prestadores que realizan las siguientes excursiones:

- Excursión vehicular al Balcón Sur: incluye traslado, guiada y almuerzo en el parque.
- Cabalgatas y Caminatas al Balcón Sur: desde la Localidad de San Clemente se pueden realizar cabalgatas y caminatas hasta el Balcón Sur de la Quebrada del Condorito.
- Otras alternativas: consulte en Intendencia el listado de prestadores habilitados.

Actividades que se pueden realizar en el parque:



Caminatas, cabalgatas, observación de flora y fauna, birdwatching, pesca con permiso, travesías en bicicleta, fotografía amateur, entre otros.



El Parque no cuenta con un servicio de alquiler de bicicletas.

En el caso de fotografías de tipo profesional o comercial, se debe consultar a la Intendencia la reglamentación vigente.



Área Recreativa Centro

El Vado Paso de las Piedras está ubicado a 8 km. de la Ruta de Altas Cumbres y es un sector apto para realizar picnic diurno y pesca deportiva de salmónidos bajo Reglamento de

Parques Nacionales. Este sector no está habilitado para acampar y se deben tomar precauciones con la crecida de los arroyos, debido a que en días de lluvia aumenta su caudal de forma muy abrupta.

Restricciones

Por razones de seguridad y de conservación del área, en el parque se deben cumplir normas como:

- No realizar fuego
- No ingresar con mascotas
- No realizar zanjas para las carpas
- Lavar utensilios ó aseo personal alejado de los cursos de agua
- No extraer especies de plantas, animales ni otros elementos del parque
- No realizar actividades de escalada
- Regresar con los residuos generados en el área
- Evitar emitir sonidos de alto volumen



PARQUE NACIONAL QUEBRADA DEL CONDORITO
INTENDENCIA: Resistencia N° 30, Villa Carlos Paz, Córdoba
Tel. 3541-433-371 / 486-281

Horario de atención: de Lunes a Viernes de 9 a 13 y de 14 a 16 hs

Correo electrónico: quebradadelcondorito@apn.gov.ar

Web: <http://www.condoritoapn.com.ar>

ÁREA NORESTE 03541-155-30681 (Centro de Visitantes)

ÁREA CENTRO: 03541-155-30695 (Seccional Trinidad)

EMERGENCIAS: 03541-15530631 (ICE)



VILLA
CARLOS
PAZ
SECRETARÍA DE TURISMO

2) Folleto pequeño

PARQUE NACIONAL QUEBRADA DEL CONDORITO



VISITAS GUIADAS
 Si tienes ganas de hacer una salida diferente, al aire libre, disfrutando de la naturaleza con tu familia o amigos... te espero en el Parque Nacional para ofrecerte las siguientes visitas guiadas en **CASTELLANO** o **INGLÉS**.

BALCÓN NORTE

Recordado por un paisaje agreste en una pampa de alturas. Un mar de pajonales y rocas, el aire fresco de montaña y el sol tibio muy cercano te acompañarán. Aquí se cuenta una historia de curiosidades y originalidades donde el ambiente y sus pobladores son únicos en el mundo. Lo alto de las cumbres regala vistas panorámicas de los Valles de Punilla, Paravachasca y Catamuchita, salpicados de ríos y lagos. Al final del camino un balcón sirve de mirador de la profunda Quebrada del río Condorito, desde el cual te sentirás pequeño ante su inmensidad y ante la presencia de sus custodios, las jotas y los míticos cóndores.

Dificultad: Moderada.
Tiempo: 6 hs. Te recomiendo llegar al Parque antes de las 12 del medio día para poder aprovechar mejor el tiempo y las horas de sol.

SECRETO BAJO NUESTROS PIES

Este es un circuito que te permitirá acercarte al lugar de una forma diferente a la habitual, haciendo uso de todos tus sentidos, de la imaginación y de la contemplación de lo simple. Durante el recorrido podrás comprender las particularidades y fenómenos del ambiente de Pampa de Achala a través de las copias que presenta su cartelería. Es éste el escenario donde nacen muchos de los arroyos y ríos de la provincia, y aquí justamente podrás disfrutar de una hermosa vista del Arroyo Achala.

Dificultad: Baja.
Tiempo: 2 hs. Te recomiendo llegar al Parque antes de las 15 hs. para poder aprovechar mejor el tiempo y las horas de sol.

Reverso del Folleto pequeño

EX ESTANCIA LA TRINIDAD

Si ya conoces la Quebrada y te gustaría conocer otras zonas del Parque, ésta es una buena oportunidad para recorrerlo en vehículo y conocer la historia de las Estancias que había aquí antes de la creación de esta Área Protegida. Por el camino podrás apreciar la Pampa de Achala hacia el este y las Cumbres de Achala hacia el oeste y, vadeando varios arroyos, podrás llegar al viejo casco de la Ex Estancia La Trinidad, con sus corrales, su galpón y el antiguo Baño de las Ovejas.

Dificultad: Baja.
Tiempo: 4 hs. Te recomiendo llegar al Parque antes de las 13 hs. para poder aprovechar mejor el tiempo y las horas de sol.

PARA REALIZAR UN RECORRIDO EN EL DÍA:

- Usar ropa cómoda.
- Usar calzado cómodo y con buena suela.
- Usar protector solar de factores altos (30 o más).
- Usar gorros o sombreros.
- Llevar un abrigo extra ya que la temperatura puede descender abruptamente.
- Llevar un impermeable.
- Llevar bolsas para residuos.
- Llevar una mochila chica por persona, una botella de agua y comida, tanto para el recorrido como para el almuerzo, ya que dentro del Parque no hay proveeduría.



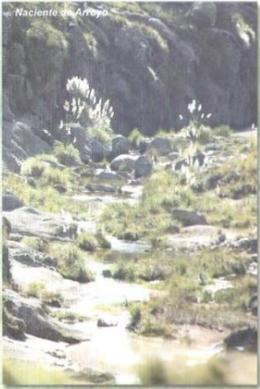
María de los Angeles Polliotto
Guía de Turismo

Habilitada en el PNQC - Registro N° 1686
 Reservas a los teléfonos: (03541) 15531435 / 15531638
 E-mail: maripolliotto@hotmail.com

3) Trípico (lado 1)

Un reservorio de agua

La región posee un clima típico de altura: temperaturas de hasta -20° C en invierno, grandes variaciones térmicas entre el día y la noche, aire seco, vientos fuertes, heladas y neblinas frecuentes y algunas nevadas. Principalmente durante los meses estivales los vientos húmedos ascienden por las cadenas montañosas y se enfrían con la altura, lo que genera la descarga de lluvias en mayores proporciones que en las regiones adyacentes. El agua queda retenida por la vegetación y el suelo, para luego escurrir lentamente a través de quebradas y arroyos dando origen a los principales ríos de Córdoba y abasteciendo a la mayor parte de la población de la provincia.



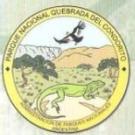
Nacimiento de Arroyo

Recuerde ...

- Los animales domésticos y la fauna local no se llevan bien, por ello no está permitido el ingreso con mascotas.
- Por su seguridad no pernocte a la intemperie, hágalo en carpas y en los lugares habilitados.
- Si va a acampar lleve calentador, ya que no está permitido hacer fuego en el parque.
- Si generó basura, regrese con ella.
- No está permitido ingresar con ningún tipo de armas o trampas.
- Ante cualquier duda consulte al personal del parque.

RECOMENDACIONES POR EL DÍA:

- Ropa y calzado (con suela antideslizante) cómodos
- Protector solar
- Sombrero –gorra
- Ropa de abrigo (la temperatura llega a -20° C de mínima en invierno y a -1° C de mínima en verano)
- Vianda ligera, cantimplora con agua o pastillas potabilizadoras
- Consulte por las recomendaciones en caso de acampe.



INTENDENCIA del PARQUE NACIONAL Quebrada del Condorito
Resistencia Nº 30 - Villa Carlos Paz - X51521DB - Córdoba
Tel: (03541) 43-3371 / 48-6287 • Celulares:
(en Villa Carlos Paz) y 15530681 (en Achala)
EMERGENCIAS: 03541-155306931 (En Achala)
Correo electrónico: quebradadelcondorito@apn.gov.ar
http://www.condoritoapn.com.ar

ADMINISTRACIÓN de PARQUES NACIONALES
Correo electrónico: info@apn.gov.ar





Elaboración y diseño: P. N. Quebrada del Condorito - DR CENTRO - Dirección de Interpretación y Educación Ambiental - APN (2008)

P. N. Quebrada del Condorito

Información general

Las Altas Cumbres de la Provincia de Córdoba vinculan diferentes ambientes, constituyen un reservorio de agua para toda la región, poseen animales y plantas únicas y han generado culturas diferentes a lo largo del tiempo. Hoy la región nos ofrece la posibilidad de disfrutar distintas vivencias.

Con el objetivo de conservar la biodiversidad y las cabeceras de cuencas hídricas de la región, el 28 de Noviembre de 1996 fue creado el Parque Nacional Quebrada del Condorito, por medio de la Ley Nº 24.749. Ubicado al oeste de la provincia de Córdoba, abarca parte de las quebradas del Cordón de las Sierras Grandes y la altiplanicie de Pampa de Achala, cuya altura supera los 2000 metros. A los 37.304 hectáreas que lo conforman, se suman 117.436 hectáreas de la Reserva Hídrica Provincial de Achala.

Desde el año 2005, se trabaja en un ambicioso Proyecto de Reintroducción del Guanaco, uno de los grandes herbívoros que desaparecieron del área que incluye al Parque, hace más de 100 años. Esta reintroducción facilitará en gran medida un proceso de restauración ambiental, el cual mitigará los efectos adversos que la ausencia de guanacos y otros herbívoros nativos provoca en especies propias del lugar.



PROYECTO REINTRODUCCIÓN DEL GUANACO
PARQUE NACIONAL QUEBRADA DEL CONDORITO

Una piedra fundamental

Pampa de Achala se originó en una enorme roca o batolito, que fue fracturada y elevada hace millones de años, conformando un sistema serrano rodeado de vastas llanuras. Debido a su largo aislamiento geográfico, en estos pastizales de altura, evolucionaron diversas especies de plantas y animales que están aquí y en ningún otro lugar del mundo (endémicas). Otra particularidad de estas serranías, es que por su ubicación reciben influencias de diversos ambientes vecinos, por lo que en ella confluyen animales y vegetales típicos de territorios andinos, del pastizal pampeano, de la estepa patagónica y de la región chaqueña. Estas características hacen de la Pampa de Achala una singular "isla" biogeográfica.

Lugar de encuentros

Nuestra caminata puede hacer volar a una bandada de loicas cuyo pecho rojo se destaca entre los tonos ocres y verdes de la vegetación. Con algo de suerte observará al zorro colorado de Achala, una raza exclusiva de estas serranías, que se refugia en las quebradas y pajonales. Principalmente en días calurosos, podemos cruzarnos en nuestro recorrido con alguna yarará riata. A pesar de la aparente desnudez del paisaje, con paciencia y en silencio, podrá descubrir al vistoso lagarto verde de Achala asoleándose en las rocas o marcando su territorio con un veloz movimiento de cabeza. En las noches templadas, una espectacular sinfonía es interpretada por la ranita trepadora, el sapito de Achala, de color marrón ocráceo y varias otras especies exclusivas del lugar que con sus cantos nos invitan a acercarnos a algún arroyo o charco para deslumbrarnos con su belleza. El orco-molle o maitén, de origen andino-patagónico, y el tabaquito, procedente del norte de los Andes, son los árboles nativos de la zona. El tabaquito es llamado así por su corteza de color castaño rojiza, similar a las hojas de tabaco secas. Alcanza los siete metros de altura y crece en las quebradas formando los únicos bosques de la región.



Caminatas por la sierra



Tabaquito

Si escucha atentamente, podrá reconocer el golpeteo de algún carpintero real o el bullicio que hace a su paso la catita serrana. Difícil de observar, el puma, el mayor de los mamíferos silvestres de la zona, suele ocultarse en estas quebradas boscosas. Sobrevolando el paisaje, el águila mora y el aguilucho común dejan ver sus figuras mientras acechan a sus presas. Otras siluetas que se recortan en el cielo, son las de jotes y cóndores, que planeando a gran altura, buscan la carroña de la cual se alimentan.



Lagarto de Achala

Tríptico (lado 2)

La quebrada...

La quebrada que da nombre al Parque Nacional, es un profundo cañadón en forma de "V" de 800 metros de profundidad, por donde corre el Río de los Condoritos en el corazón de la Pampa de Achala. En sus paredes graníticas, separadas una de otra por más de 1.500 metros, se aferran bosques de orco-molles y tabaquillos.



Antiguo puestito ganadero

Los pobladores ancestrales

La Pampa de Achala fue ocupada por cazadores-recolectores, aproximadamente, desde 11.000 años antes del presente. En los aleros rocosos que utilizaron como refugio, preparaban puntas de flecha para cazar los guanacos que antiguamente poblaban la región, y cavaban morteros en la roca, para procesar los vegetales recolectados. Descendientes de aquellos pobladores, los comechingones cultivaron grandes extensiones con maíz, poroto y zapallo, que regaban mediante un sistema artificial. Alternaban esta actividad agrícola con el pastoreo de llamas y, en menor medida, con la caza y la recolección de frutos silvestres, dedicándose también al tejido y al trabajo en piedra y hueso.

...del condorito

El rey de las alturas

Venerado desde la antigüedad por las culturas originarias de los Andes, el cóndor, es una de las mayores aves voladoras del mundo; sus alas abiertas alcanzan casi 3 metros de largo. Al alimentarse de animales muertos (carroña) cumple un importante rol como «recolector de residuos» en el ecosistema; pese a esto ha sido perseguido por la creencia de que ataca al ganado, o simplemente cazado por "deporte". El Parque Nacional constituye un área de especial importancia para su conservación, ya que se ubica en la zona de distribución más oriental de la especie.



Cóndor de los Andes

Los serranos de hoy en la Reserva

A principios del siglo XX se empezaron a formar las primeras estancias y, en torno a ellas, comenzó a girar la economía de la zona. Actualmente, además de estas estancias, existen pequeños propietarios, puesteros y peones, cuyos núcleos familiares ocupan viviendas dispersas asociadas a la cría de ovinos y vacunos, huertas, aves de

REFERENCIAS

Parque Nacional	Reserva Nacional	Ruta Provincial	Seccional Guardaparque	Hotel	Centro de Visitantes	Camping Libre	Teléfono	Caminata	Llave calentador	Pasarela



PROVINCIA DE CÓRDOBA

a Carlos Paz a Córdoba

RUTA ALTAS CUMBRES

Fundación

Parador La Pampilla

Parador El Condor

Acceso La Pampilla

Escuela Pagliani

Centro Operativo Achala

Quebrada del Condorito

Religioso Rodolfo Giménez

Río del Sur

San Clemente

Hotel La Granadilla

Reserva Hídrica Provincial Pampa de Achala

Río S. Clara

Estancia Atalaya

Río Yatón

PROVINCIA DE CÓRDOBA

Escuela Ceferino Namuncurá

Estancia Viejo del Carmen

Seccional Las Lomitas

Seccional Trinidad

Escuela Martín Fierro

Estancia Paso de las Piedras

Estancia Santo Tomás

Seccional Condorito

Seccional San Miguel

Río Condorito

Mina Clavero 40 Km

Ubicación relativa en la Provincia

Escala aprox.

0 10m 20m

Tiempos coloniales... encuentros y conflictos

En la época de la conquista, estos territorios habrían sido utilizados como refugio por parte de los comechingones para evitar el sometimiento español. A partir del 1600, pobladores de origen hispano comenzaron con la cría de ganado. No obstante, ya en el 1700 los comechingones habrían desaparecido, despojados de sus tierras, por la explotación en el trabajo y la privación de su libertad.

¿Cómo llegar?

El ingreso al sector de la Quebrada del Condorito (Área Noroeste del parque nacional) se realiza por el Paraje "La Pampilla" (ver mapa) sobre la Ruta de Altas Cumbres (R. P. N° 34). Para quienes circulan en sentido Córdoba-Mina Clavero, este acceso se ubica sobre la mano izquierda de la ruta. Por razones de seguridad vial (hasta tanto se construya el puente de acceso), no existen carteles indicadores en la ruta que señalen el desvío.

En el sector de ingreso, La Pampilla, no es posible cruzar la ruta, debido a que presenta una curva peligrosa, sin visibilidad y con doble raya amarilla. Por tal motivo, quienes provengan de Córdoba, deberán continuar hasta una recta ubicada a unos 600 metros más al oeste y girar en "U"; retomando así hacia La Pampilla. Las características del camino de ingreso y del estacionamiento, restringen el largo máximo de los vehículos a 8 metro, debido a las dificultades de maniobra. Existen empresas de omnibus que salen desde las ciudades de Córdoba, Villa Carlos Paz y Mina Clavero, y tienen parada en "La Pampilla". La playa de estacionamiento (no cubierta) se encuentra frente al Centro de Visitantes (oficina de Guardaparques), a casi 2 Km de la Ruta de Altas Cumbres, por el camino de acceso al parque nacional.

Rana verde de Achala



Cola de quirquincho



Líquenes y flores



Loíca



Zorro colorado



Fotos: P. Merino, F. Nothel, N. Veloso, D. Ramírez, D. Román, D. Cisneros, J. Monguillón.



Para finalizar, según la responsable del Programa de Uso Público del Parque Nacional, suelen salir notas publicadas en los diarios y periódicos de Córdoba o en la televisión (en canales de aire), pero no como parte de una planificación de comunicación que la misma Oficina del Parque realice. Indicó que “...En realidad todo eso es como secundario o algo indirecto, porque no es que haya una campaña de promoción. La verdad es que no hacemos ninguna acción de promoción”. Comentó también que sí se han publicado algunas notas en Revista Lugares y en revistas que se entregan en los aviones.

En lo que respecta a folletería, la responsable de PNQC comentó que la Administración de Parques Nacionales tiene una normativa respecto a ese tema, a través de la cual se exige que los folletos sean confeccionados con un formato determinado. Esos folletos no son distribuidos en ningún lugar en particular, sino que son entregados a los encargados de las Secretarías de Turismo de la zona cuando los solicitan en la misma Oficina del Parque, o en alguna feria (como por ejemplo FIT, Feria Internacional de Turismo) cuando el PNQC es invitado a participar.

Luego de haber implementado diversas técnicas de recolección de datos, y de haber expuesto y analizado toda la información recabada, a continuación se presentan las consideraciones finales de este diagnóstico, las cuales sustentarán la etapa siguiente del presente trabajo, etapa de intervención.

Consideraciones Finales del Trabajo de Campo

Para comenzar a desarrollar el presente trabajo, tuvimos que, en primer lugar, plantear objetivos de indagación. Estos objetivos, en conjunto con el Marco de Referencia Institucional y el Marco Teórico, sirvieron de guía para poder llevar adelante la primera etapa de este Trabajo Final de Graduación, el diagnóstico.

El trabajo de campo propiamente dicho, se desarrolló con la aplicación de 3 técnicas de investigación en particular:

- *Entrevistas en profundidad a los socios / miembros de La Granadilla.
- *Entrevistas en profundidad a turistas y guías turísticos habilitados por Parque Nacional Quebrada del Condorito que ya pernoctaron en Refugio El Condorito.
- *Observación Documental a soportes de comunicación de lugares turísticos similares al Refugio.

Respecto a las entrevistas a los socios/miembros de La Granadilla, podemos decir que fueron de gran utilidad ya que con ellas se alcanzó el cumplimiento de 4 objetivos específicos de indagación planteados al comienzo del trabajo:

1. Describir los canales de comunicación externa que se utilizan para llevar adelante la comunicación del Refugio El Condorito.
2. Conocer las acciones de comunicación externa que se llevan y han llevado a cabo en relación a la organización.
3. Evaluar la periodicidad con la que Refugio El Condorito se comunica con sus públicos reales.
4. Evaluar el mensaje que se pretende transmitir desde la organización.

Por un lado, logramos identificar que los canales de comunicación externa que La Mayor SA utiliza son sitio web, teléfono y correo electrónico, y que los mismos se manejan diariamente por uno de los socios desde la Oficina de La Granadilla (la cual se encuentra en el centro de la ciudad de Córdoba). Detectamos además, que los socios confían mucho en la promoción de la Estancia a través del “boca en boca” y han realizado algunas publicaciones en Revista Lugares.

Por otro lado, pudimos conocer las acciones de comunicación externa que se llevaron a cabo en relación al Refugio El Condorito. En un primer momento, en cada una de las entrevistas los socios indicaron no haber implementado acciones específicas de comunicación. Sin embargo, luego logramos identificar que, por un lado, durante 3 ó 4 años contaron con un sitio web del Refugio (aunque el mismo no se encuentra activo

actualmente); y por otro lado, se publicó una extensa nota sobre el Refugio y las cabalgatas que allí se realizan, en Revista Lugares (además de salir nombrado 2 veces más en publicaciones posteriores de dicha revista).

Además, mediante la realización de las entrevistas a los socios/miembros, determinamos que no existe una periodicidad con la que La Mayor SA se comunica con sus públicos reales, ya que no cuentan con una planificación sistemática de la misma.

Finalmente, pudimos evaluar el mensaje que desean transmitir a través de las acciones de comunicación que se propongan. Según los entrevistados, el mensaje ronda en 3 ideas básicas: la tranquilidad que posee el lugar, las actividades que se pueden realizar allí y la idea del cuidado del medio ambiente que el mismo Parque Nacional intenta promover. Para los entrevistados es importante que los distintos públicos del Refugio comprendan que las instalaciones están a disposición para que cada persona vaya a practicar la actividad que más le gusta (ya sea observación de aves, cabalgata, trekking, observación nocturna, pesca, meditación, etc).

A través de las entrevistas realizadas a los guías turísticos habilitados por el Parque Nacional y a los turistas que ya pernoctaron en Refugio El Condorito, pudimos detectar que los canales que más utilizan son mayormente los que brinda internet, tales como sitios web, correo electrónico y redes sociales. Por otro lado, los entrevistados (tanto turistas como guías) reconocieron que el “boca en boca” también es una manera eficaz de transmitir información y promocionar lugares turísticos, e indicaron que las herramientas que brinda internet son utilizadas de manera diaria.

Además, es importante destacar que los guías turísticos indicaron que sería pertinente realizar acciones de comunicación puntualmente en lugares donde habitualmente requieren de ambientes naturales para desarrollar sus actividades, tales como Clubes Andinos, grupos de especialistas en Observación de Aves, Escuelas de Trekking, etc.

Dichas entrevistas efectuadas, sirvieron para cumplimentar con el 5° objetivo específico de indagación planteado: “Determinar los canales de comunicación que utiliza el público real de la organización y su frecuencia de uso”.

Respecto al último objetivo planteado (Analizar la comunicación externa que llevan a cabo organizaciones con características similares a las del Refugio El Condorito

a través de Internet), el mismo fue alcanzado a través de la Observación Documental que se realizó a los soportes de comunicación que utilizan 15 lugares turísticos similares al Refugio El Condorito.

Con la Observación Documental, pudimos detectar que hay cierta información que es considerada como indispensable por los lugares turísticos para publicar en sus diferentes soportes de comunicación, como por ejemplo datos de contacto, mapa de ubicación, horarios de atención y fotos e imágenes del lugar.

La mayoría de los lugares cuenta únicamente con un sitio web propio para comunicarse con sus diferentes públicos a través de internet, y sólo unos pocos lugares hacen uso de redes sociales (a pesar de que son canales cada vez más utilizados). Cabe destacar que las redes sociales necesitan un encargado que permanentemente esté respondiendo a comentarios e interacciones que realizan los usuarios.

Además, los sitios web son usados sólo como un medio para brindar información y responder a una primera consulta que los usuarios puedan realizar; pero para tener una interacción más fluida con los posibles visitantes, los lugares cuentan con correo electrónico y teléfono.

Por otro lado, ya sean páginas web o redes sociales, es necesario que posean información completa y actualizada, para que represente lo que realmente es y lo que se puede realizar en cada destino turístico. Asimismo detectamos que la implementación de descuentos y promociones no son comunes en este tipo de destinos turísticos.

En definitiva, con el desarrollo del diagnóstico, hemos analizado y evaluado la gestión de la comunicación externa que realiza Refugio El Condorito hacia sus públicos reales, y por ende, alcanzamos con éxito el objetivo general planteado al comienzo de este trabajo.

Luego del diagnóstico realizado, es conveniente remarcar que La Mayor SA, hasta el momento con su unidad de negocio consolidada Estancia La Granadilla, no cuenta con un área o encargado de planificar acciones de comunicación. Sin embargo cabe resaltar que los socios reconocen la relevancia de contar con una planeación de comunicación y que lo consideran como una necesidad para poder desarrollar completamente su unidad de negocio Refugio El Condorito.

Por otro lado, podemos reafirmar que no existe en la actualidad ningún lugar turístico en Argentina que posea las mismas características que las del Refugio El Condorito (ni características ambientales, de infraestructura, de servicios ni recreativas).



Además, el trabajo de campo llevado a cabo, fue de utilidad para detectar que las visitas al Parque Nacional van en aumento. El notable crecimiento de visitantes año a año, hace que el Refugio El Condorito se convierta en un lugar turístico con un gran potencial, siendo así una oportunidad de negocio que los socios de La Granadilla tienen para aprovechar.

Asimismo, es necesario tener en cuenta que las acciones de comunicación a proponer, tendrán que incluir el uso de los canales que tanto los socios, como los guías turísticos y los turistas utilizan frecuentemente.

Teniendo en cuenta lo diagnosticado, a partir de aquí estamos en condiciones de afirmar que es indispensable proponer un Plan de Comunicación Externa para Refugio El Condorito, el cual tienda a afianzar la relación con los guías de turismo, con los miembros del Parque Nacional y que favorezca a dar a conocer la organización en el público potencial, para atraer nuevos visitantes. Este plan se desarrollará en la siguiente etapa del trabajo, Etapa de Intervención.

ETAPA DE INTERVENCIÓN

CAPÍTULO 5

PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA



PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA

En el presente capítulo se propone el Plan de Comunicación para la organización abordada, Refugio El Condorito. El mismo comienza con el Análisis de Factibilidad, el cual indica, a través de sus diferentes dimensiones, la posibilidad real que existe de llevar adelante el plan; luego se encuentran planteados los Objetivos de Intervención que se intentarán alcanzar con la implementación de las diferentes tácticas; y en tercer lugar, se establece la Estrategia de Comunicación que guiará la totalidad del plan.

A continuación se encuentra el desarrollo del Plan de Comunicación Externa propiamente dicho, con sus diferentes programas y tácticas detallados, el Cronograma Anual de Actividades y el Presupuesto General del plan. Y finalmente se encuentran las Conclusiones a las cuales se aborda a partir de todo el trabajo realizado.

Análisis de Factibilidad

Para comenzar a desarrollar esta etapa, es necesario establecer, en primer lugar, un breve análisis de factibilidad que establezca la viabilidad que existe para proponer un plan de comunicación para la organización abordada.

Factibilidad	Alta	Media	Baja
<i>Política</i>	X		
<i>Financiera</i>		X	
<i>Humana</i>	X		
<i>Material</i>	X		
<i>Técnica</i>	X		

- *Dimensión Política:*

Desde un punto de vista político, la factibilidad es *alta* ya que, encontrándose la organización en su instancia inicial de desarrollo, los miembros de Refugio El Condorito consideran necesario planificar acciones de comunicación dirigidas a cada uno de los públicos con los que se relaciona y también tienen en claro los beneficios que trae como consecuencia dicha planificación.

- *Dimensión Financiera:*

En cuanto a la dimensión financiera, la factibilidad es *media*, ya que si bien existe una predisposición por parte de los socios a invertir en materia de comunicación, tienen gran parte de su presupuesto destinado a su unidad de negocio más fuerte, La Granadilla.

- *Dimensión Humana:*

Teniendo en cuenta que quien desarrolla el presente trabajo es un profesional de las Relaciones Públicas e Institucionales y que colaboraría no sólo con la planeación sino también con la implementación del siguiente plan de comunicación para Refugio El Condorito, podemos afirmar que la factibilidad humana es *alta*.

- *Dimensión Material:*

Los socios de La Mayor SA poseen una oficina propia en el centro de la ciudad de Córdoba y allí cuentan con todos los elementos necesarios para llevar adelante la administración de La Granadilla; podríamos deducir que esa misma oficina será la que utilizarán para trabajar en su unidad de negocio Refugio El Condorito y por tal motivo se considera que la factibilidad material es *alta*. De todas maneras, cabe destacar que, en un futuro, cuando Refugio El Condorito se encuentre más consolidado, tal vez surja la necesidad de administrar dicha unidad de negocio en una oficina separada de la de La Granadilla.

- *Dimensión Técnica:*

Finalmente, respecto a la dimensión técnica, se considera que Refugio El Condorito tiene una factibilidad *alta*. Esta se refiere a las capacidades y conocimientos técnicos y científicos que poseemos las personas que colaboraríamos con la implementación del Plan de Comunicación. En este caso en particular, quien desarrolla el presente trabajo tiene estudios especializados en materia de Relaciones Públicas y los socios de la organización, aunque no son profesionales del ámbito de la comunicación, tienen conocimientos relacionados debido a su experiencia adquirida con el tiempo.

Por todo lo anteriormente descripto, podemos afirmar que nos encontramos frente a una FACTIBILIDAD MEDIA-ALTA, la cual nos permitirá sin inconvenientes, desarrollar el Plan de Comunicación para Refugio El Condorito.



Objetivos de Intervención

- *Objetivo General:* Lograr el mejor conocimiento de Refugio El Condorito por parte de sus diferentes públicos a través de un Plan de Comunicación Externa.

- *Objetivos Específicos:*
 1. Optimizar la comunicación de Refugio El Condorito a través de herramientas digitales tendientes a posicionarlo en los diversos públicos con los que se relaciona.
 2. Fortalecer el vínculo existente entre Refugio El Condorito, miembros de Parque Nacional Quebrada del Condorito y guías turísticos habilitados por dicho Parque Nacional, a través de la implementación de acciones en las que dichos públicos participen activamente.
 3. Contribuir a la fidelización de visitantes de Refugio El Condorito a través del desarrollo de acciones tendientes a hacer más satisfactoria la experiencia turística.
 4. Dar a conocer Refugio El Condorito en potenciales visitantes a través de herramientas tradicionales y no tradicionales.



Mapa de Públicos

Como se ha explicado anteriormente, es indispensable identificar cuáles son los públicos más importantes con los que debe comunicarse Refugio El Condorito, y para ello a continuación se desarrolla el Mapa de Públicos de dicha organización.

Variables del Mapa de Públicos

Los públicos de interés de Refugio El Condorito están clasificados según una escala de adjetivos opuestos, en las cuales se le otorga un valor a cada público según la variable especificada. El valor definido está determinado en base a dos elementos:

- a) los datos recolectados en las entrevistas realizadas.
- b) lo que se sugiere profesionalmente desde el presente trabajo de Relaciones Públicas.

Dimensión Estratégica

	1	2	3	4	5	
Importancia relativa para el desarrollo de las actividades de Refugio El Condorito.						Fundamental para el desarrollo de las actividades de Refugio El Condorito.

Vínculo Actual

	1	2	3	4	5	
No posee un vínculo fortalecido.						Posee un vínculo muy fortalecido.

Conocimiento Corporativo

	1	2	3	4	5	
Posee poco conocimiento sobre Refugio El Condorito.						Posee un profundo conocimiento sobre Refugio El Condorito.

Intereses Económicos

	1	2	3	4	5	
Refugio El Condorito posee poco interés económico para con determinado público.						Refugio El Condorito posee gran interés económico para con determinado público.

Influencia en la Opinión Pública

	1	2	3	4	5	
Prácticamente no influye en la formación de opiniones.						Influye fuertemente en la formación de opiniones.

En función del mapa de públicos confeccionado, se ideó un plan de comunicación externa con tácticas dirigidas a aquellos grupos de interés de mayor relevancia para Refugio El Condorito. Se consideraron aquellos públicos con coeficiente de comunicación necesaria mayor a 2.

PÚBLICOS DE MAYOR RELEVANCIA DE REFUGIO EL CONDORITO			
TIPO DE PÚBLICOS	PÚBLICOS		Coef. Com Necesaria
INTERNOS / SEMI INTERNOS	Guías Turísticos habilitados por PN		3,4
INTERNOS / SEMI INTERNOS	Miembros PNQC		3,2
INTERNOS / SEMI INTERNOS	Sector Turístico	Agencias de Viajes	2,6
INTERNOS / SEMI INTERNOS	Sector Turístico	Oficinas de Turismo de localidades cercanas	2,6
EXTERNOS / SEMI EXTERNOS	Agrupaciones de actividades relacionadas	Clubes de Pesca	2,4
EXTERNOS / SEMI EXTERNOS	Agrupaciones de actividades relacionadas	Escuelas de trekking	2,4
EXTERNOS / SEMI EXTERNOS	Agrupaciones de actividades relacionadas	Clubes Andinos	2,4
EXTERNOS / SEMI EXTERNOS	Agrupaciones de actividades relacionadas	Clubes de Equitación	2,4
EXTERNOS / SEMI EXTERNOS	Agrupaciones de actividades relacionadas	Clubes de Observación de Aves	2,4
EXTERNOS / SEMI EXTERNOS	Instituciones Educativas	Escuelas Primarias y Secundarias	2,6
EXTERNOS / SEMI EXTERNOS	Instituciones Educativas	Institutos Terciarios	2,6
EXTERNOS / SEMI EXTERNOS	Instituciones Educativas	Universidades	2,6
EXTERNOS / SEMI EXTERNOS	Sector empresarial	Alojamiento (Hostels, hoteles, Apart hotel)	2,2
EXTERNOS / SEMI EXTERNOS	Visitantes / Turistas	locales, regionales, nacionales e internacionales	2,8
EXTERNOS / SEMI EXTERNOS	Potenciales visitantes / turistas	locales, regionales, nacionales e internacionales	2,8



Estrategia de comunicación:

Utilizando las herramientas que brinda internet, en primer lugar se implementarán herramientas digitales para promover la organización Refugio El Condorito en los diferentes grupos de interés con los que se vincula.

Luego se planificarán acciones tendientes a consolidar la relación con públicos considerados estratégicos por su influencia en la promoción de la organización, tales como guías turísticos habilitados por Parque Nacional y miembros de dicho Parque.

A continuación, se propondrán acciones de comunicación concretas para turistas que pernocten en Refugio El Condorito, para de esta manera, intentar que regresen una vez más al Refugio, y que ellos mismos con el “boca en boca” den a conocer la organización y su experiencia vivida en sus entornos personales.

Y finalmente se dará a conocer Refugio El Condorito y todas las actividades que allí pueden llevarse a cabo, en públicos potenciales como Clubes de Equitación, Clubes de Pesca, etc, para atraer nuevos visitantes.

Cuadro de Relación: Objetivos / Programas / Tácticas / Públicos

Objetivo General	Objetivos Específicos	Programas	Tácticas	Públicos
Lograr el mejor conocimiento de Refugio El Condorito por parte de sus diferentes públicos a través de un Plan de Comunicación Externa.	1. Optimizar la comunicación de Refugio El Condorito a través de herramientas digitales tendientes a posicionarlo en los diversos públicos con los que se relaciona.	1. "Presencia en la red"	1. Re-diseño del sitio web del Refugio El Condorito 2. Publicidad on-line	Todos los públicos vinculados con Refugio El Condorito que sean usuarios habituales de la red.
	2. Fortalecer el vínculo existente entre Refugio El Condorito, miembros de Parque Nacional Quebrada del Condorito y guías turísticos habilitados por dicho Parque Nacional, a través de la implementación de acciones en las que dichos públicos participen activamente.	2. "Alianzas Estratégicas"	1. Sector Turístico al Refugio. 2. Newsletter	Miembros de Parque Nacional Quebrada del Condorito, guías turísticos habilitados por el PNQC y representantes de las Oficinas de Turismo de localidades cercanas.
	3. Contribuir a la fidelización de visitantes de Refugio El Condorito a través del desarrollo de acciones tendientes a hacer más satisfactoria la experiencia turística.	3. "Fidelización de visitantes"	1. Refugiate con tus más queridos 2. Participación en Red Social, Facebook 3. Tu experiencia en imágenes	Visitantes / turistas de Refugio El Condorito.
	4. Dar a conocer Refugio El Condorito en potenciales visitantes a través de herramientas tradicionales y no tradicionales.	4. "Atrayendo nuevos visitantes"	1. Folletería 2. Participación en Ferias Turísticas 3. El Condorito Estudiantil	Potenciales visitantes / turistas de Refugio El Condorito.



Programas / Tácticas

Programa n° 1: “Presencia en la red”

- *Táctica 1: Re-diseño del sitio web del Refugio El Condorito*

-Objetivo al que responde: Optimizar la comunicación de Refugio El Condorito a través de herramientas digitales tendientes a posicionarlo en los diversos públicos con los que se relaciona.

-Descripción: la presente táctica consistirá en el re-diseño y actualización del sitio web que Refugio El Condorito solía tener, para poder subirlo nuevamente a la red y que se encuentre disponible para que cualquier persona interesada tenga la posibilidad de sacar información y hacer consultas desde allí mismo.

Al rediseñar el sitio, será importante tener en cuenta que, por un lado, debe incluirse el uso de palabras clave como “refugio condorito”, “refugio”, “refugio de montaña”, “trekking parque nacional”, “cabalgata parque nacional”, “parque nacional”, “parque el condorito”, “quebrada del condorito”, etc; y por otro lado, que el sitio sea desarrollado en lenguaje html/php para que los buscadores puedan tenerlo en una posición de privilegio.

Además, en el diseño del sitio habrá que intentar transmitir los conceptos de tranquilidad, naturaleza, cuidado del medio ambiente, así como las diferentes actividades que allí pueden realizarse. Asimismo tendrá que contar con un link directo a facebook para que cualquier persona que ingrese a la web, pueda ver fotos y cada experiencia en el Refugio desde la red social. Y se solicitará al Parque Nacional que coloque un link del Refugio en su propia pág web.

Quien se encargue del diseño del sitio, también realizará la actualización del contenido del mismo, ya sea con información de precios, promociones que surjan, etc.

-Fecha: el sitio web se lanzará en el mes de Agosto 2012. Y se actualizará cuando sea necesario modificar parte del contenido del sitio.

-Público Objetivo: todos los públicos vinculados con Refugio El Condorito que sean usuarios habituales de la red.





-*Recursos Necesarios:* diseñador web que rediseñe el sitio y se encargue de la actualización del mismo.

-*Presupuesto:* Rediseño = \$2500

Actualización del sitio = \$30 por hora.

-*Mecanismo de Evaluación:* evaluación mensual, comenzando en Septiembre. Se utilizará la herramienta de Google Analytics y se tendrá en cuenta las visitas recibidas en el sitio, cantidad de consultas que ingresaron desde el sitio y cantidad de ventas concretadas a partir de esas consultas.

MES / EVALUACIÓN	Cant. de visitas del sitio	Cant. de consultas recibidas	Cant. de ventas
Septiembre			
Octubre			
Noviembre			
Diciembre			
Enero			
Febrero			
Marzo			
Abril			
Mayo			
Junio			
Julio			

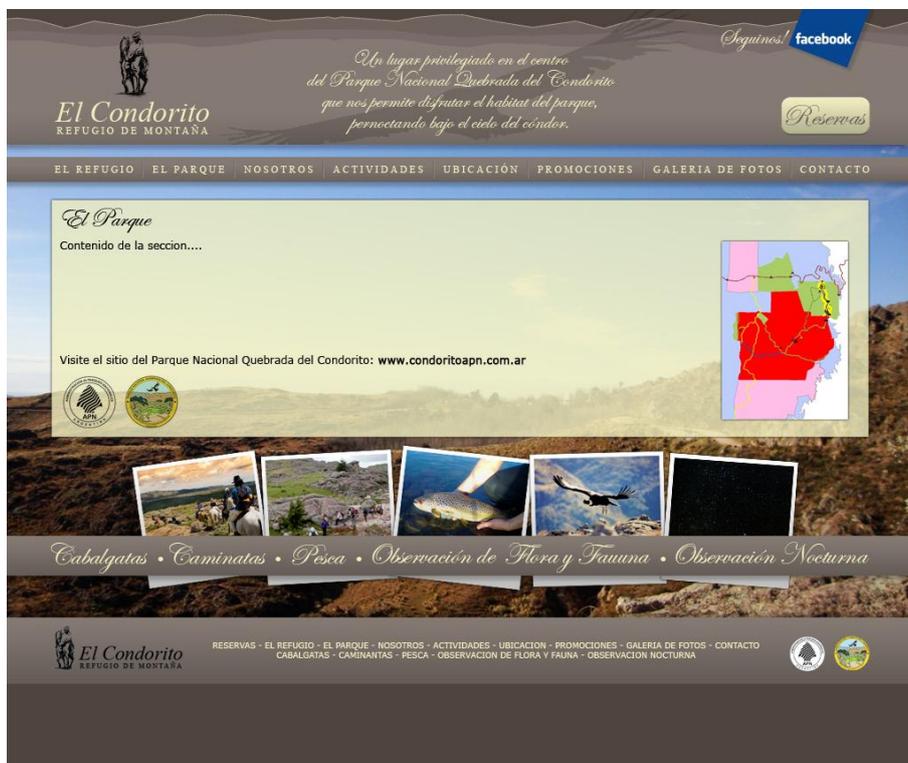


El sitio web sería (www.refugioelcondorito.com.ar):

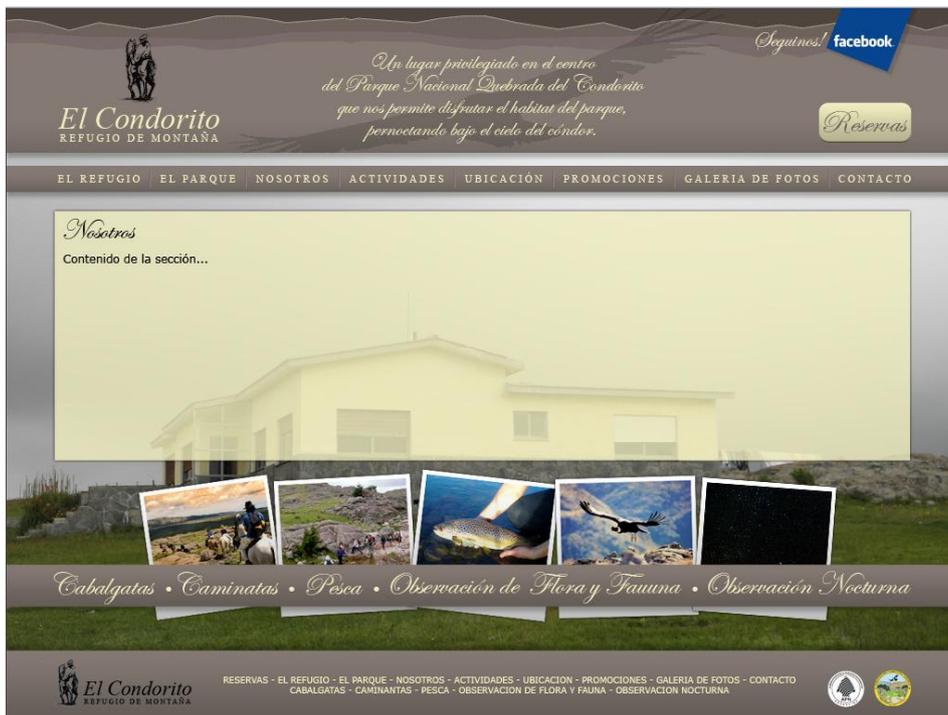
-Página principal



-Sección “El Parque”



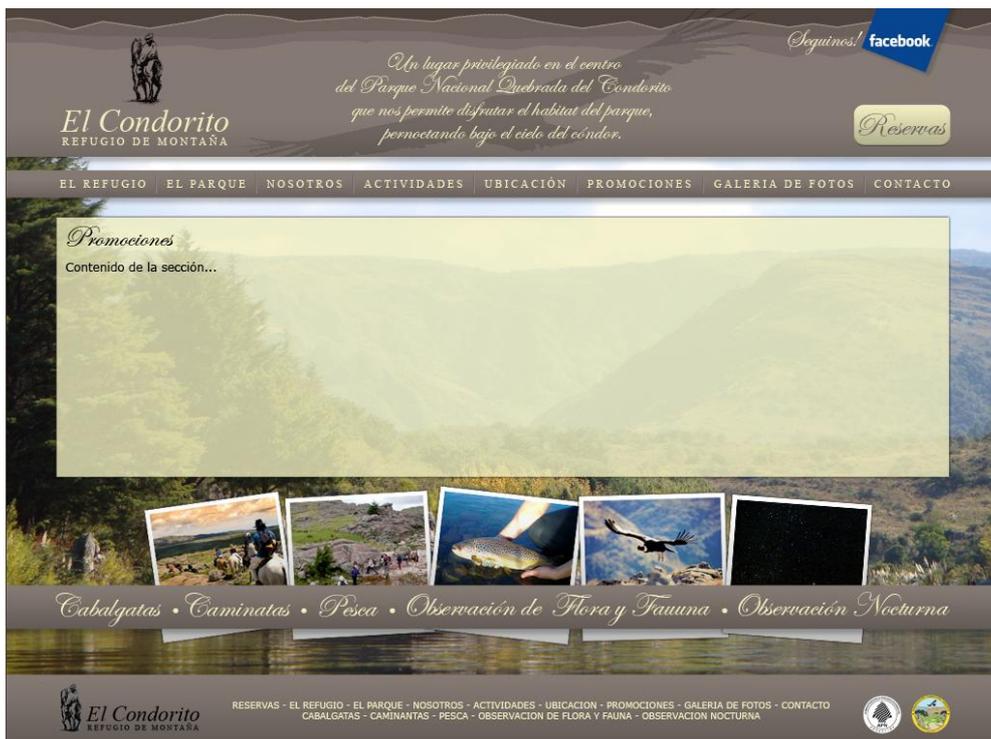
-Sección “Nosotros”



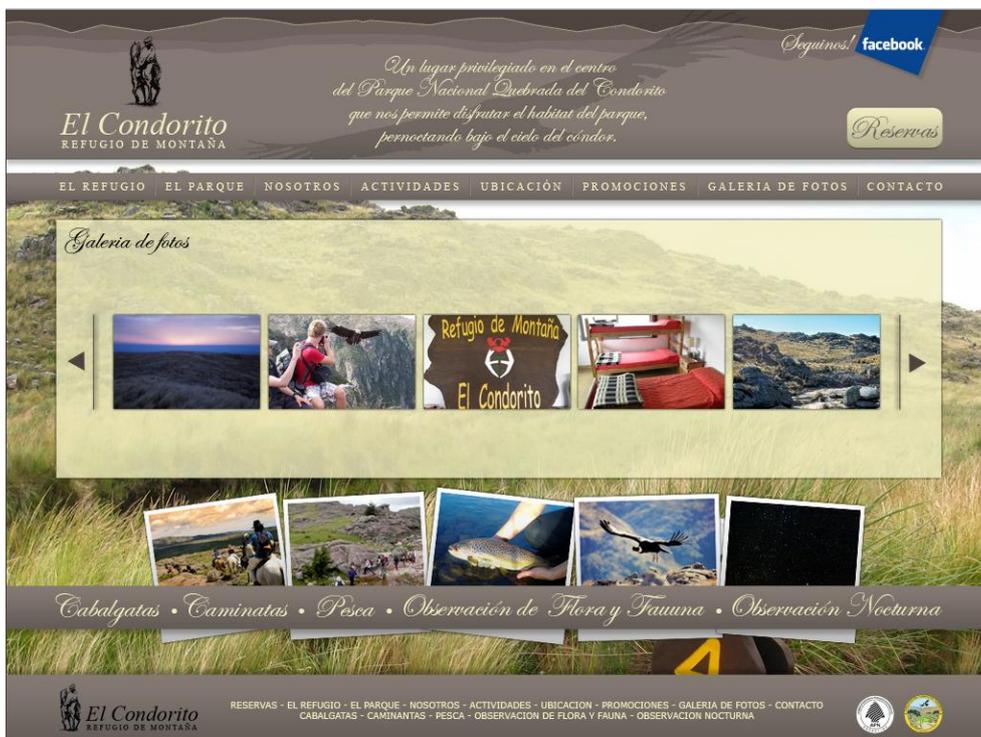
-Sección “Ubicación”



-Sección “Promociones”



-Sección “Galería de Fotos”



-Sección “Contacto”



Un lugar privilegiado en el centro del Parque Nacional Quebrada del Condorito que nos permite disfrutar el hábitat del parque, pernoctando bajo el cielo del cóndor.

Seguinos! 

Reservas

EL REFUGIO EL PARQUE NOSOTROS ACTIVIDADES UBICACIÓN PROMOCIONES GALERIA DE FOTOS CONTACTO

Contacto
Contenido de la sección...

Nombre:

Correo electrónico:

Teléfono:

Comentario:

Enviar 

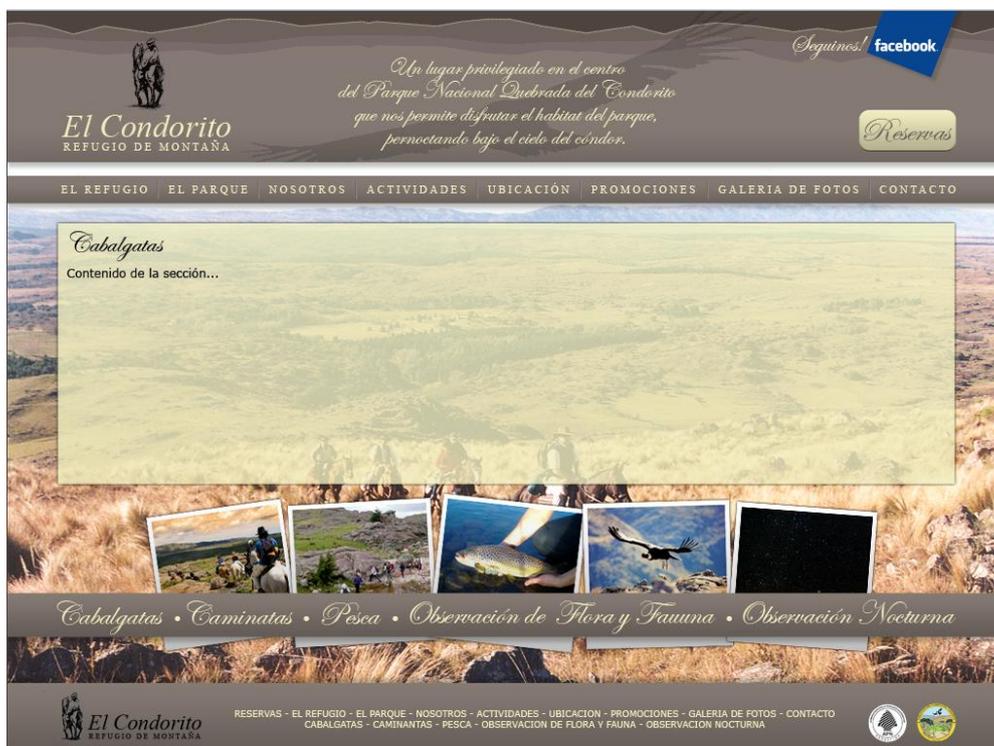
El Condorito
REFUGIO DE MONTAÑA
Teléfono: +54 351 999 9999
Correo electrónico: info@dominio.com.ar
www.dominio.com.ar

Seguinos por:

Cabalgatas • Caminatas • Pesca • Observación de Flora y Fauna • Observación Nocturna

El Condorito REFUGIO DE MONTAÑA
RESERVAS - EL REFUGIO - EL PARQUE - NOSOTROS - ACTIVIDADES - UBICACIÓN - PROMOCIONES - GALERIA DE FOTOS - CONTACTO
CABALGATAS - CAMINANTAS - PESCA - OBSERVACION DE FLORA Y FAUNA - OBSERVACION NOCTURNA

-Sección “Cabalgatas”



Un lugar privilegiado en el centro del Parque Nacional Quebrada del Condorito que nos permite disfrutar el hábitat del parque, pernoctando bajo el cielo del cóndor.

Seguinos! 

Reservas

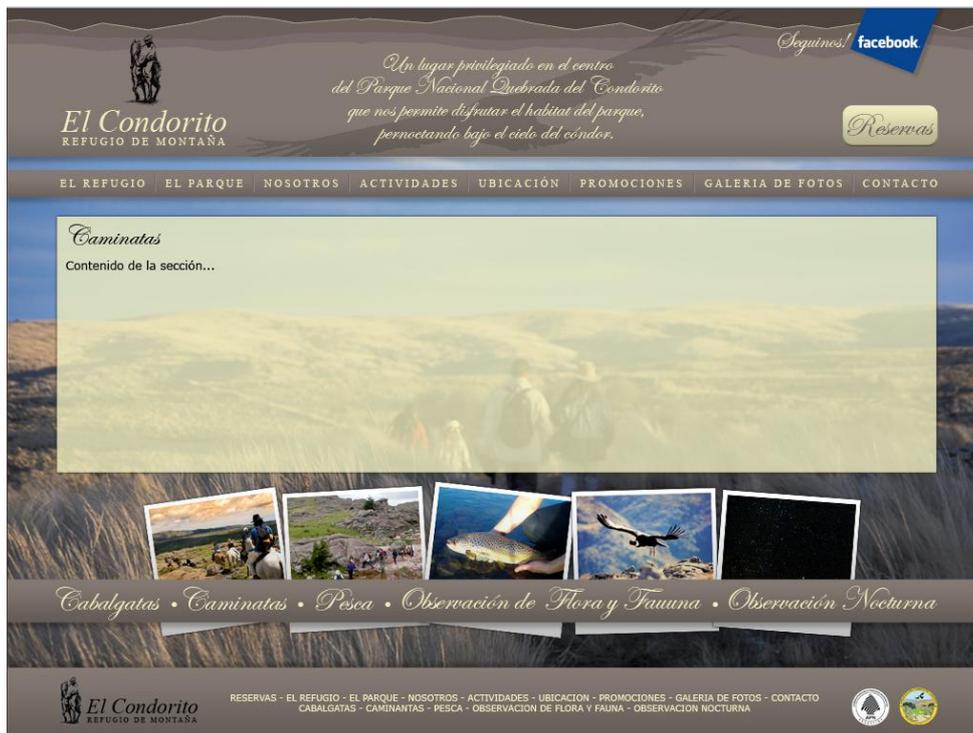
EL REFUGIO EL PARQUE NOSOTROS ACTIVIDADES UBICACIÓN PROMOCIONES GALERIA DE FOTOS CONTACTO

Cabalgatas
Contenido de la sección...

Cabalgatas • Caminatas • Pesca • Observación de Flora y Fauna • Observación Nocturna

El Condorito REFUGIO DE MONTAÑA
RESERVAS - EL REFUGIO - EL PARQUE - NOSOTROS - ACTIVIDADES - UBICACIÓN - PROMOCIONES - GALERIA DE FOTOS - CONTACTO
CABALGATAS - CAMINANTAS - PESCA - OBSERVACION DE FLORA Y FAUNA - OBSERVACION NOCTURNA

-Sección “Caminatas”



Seguinos! 

Un lugar privilegiado en el centro del Parque Nacional Quebrada del Condorito que nos permite disfrutar el habitat del parque, pernoctando bajo el cielo del cóndor.

Reservas

EL REFUGIO | EL PARQUE | NOSOTROS | ACTIVIDADES | UBICACIÓN | PROMOCIONES | GALERIA DE FOTOS | CONTACTO

Caminatas

Contenido de la sección...



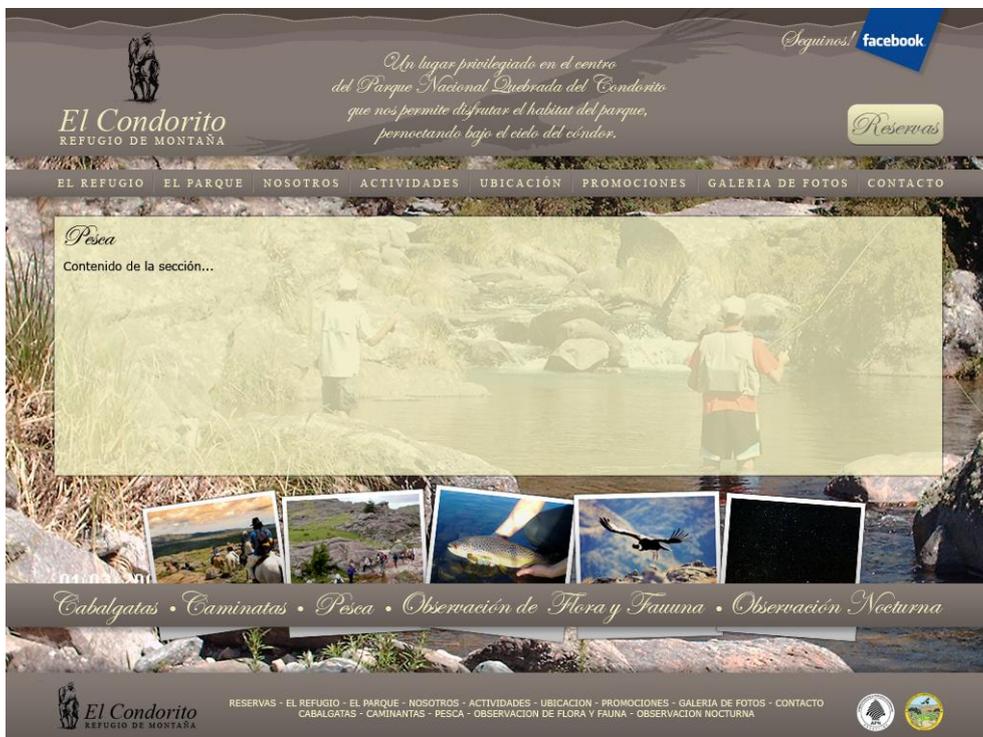




Cabalgatas • Caminatas • Pesca • Observación de Flora y Fauna • Observación Nocturna


 RESERVAS - EL REFUGIO - EL PARQUE - NOSOTROS - ACTIVIDADES - UBICACION - PROMOCIONES - GALERIA DE FOTOS - CONTACTO
 CABALGATAS - CAMINANTAS - PESCA - OBSERVACION DE FLORA Y FAUNA - OBSERVACION NOCTURNA

-Sección “Pesca”



Seguinos! 

Un lugar privilegiado en el centro del Parque Nacional Quebrada del Condorito que nos permite disfrutar el habitat del parque, pernoctando bajo el cielo del cóndor.

Reservas

EL REFUGIO | EL PARQUE | NOSOTROS | ACTIVIDADES | UBICACIÓN | PROMOCIONES | GALERIA DE FOTOS | CONTACTO

Pesca

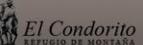
Contenido de la sección...





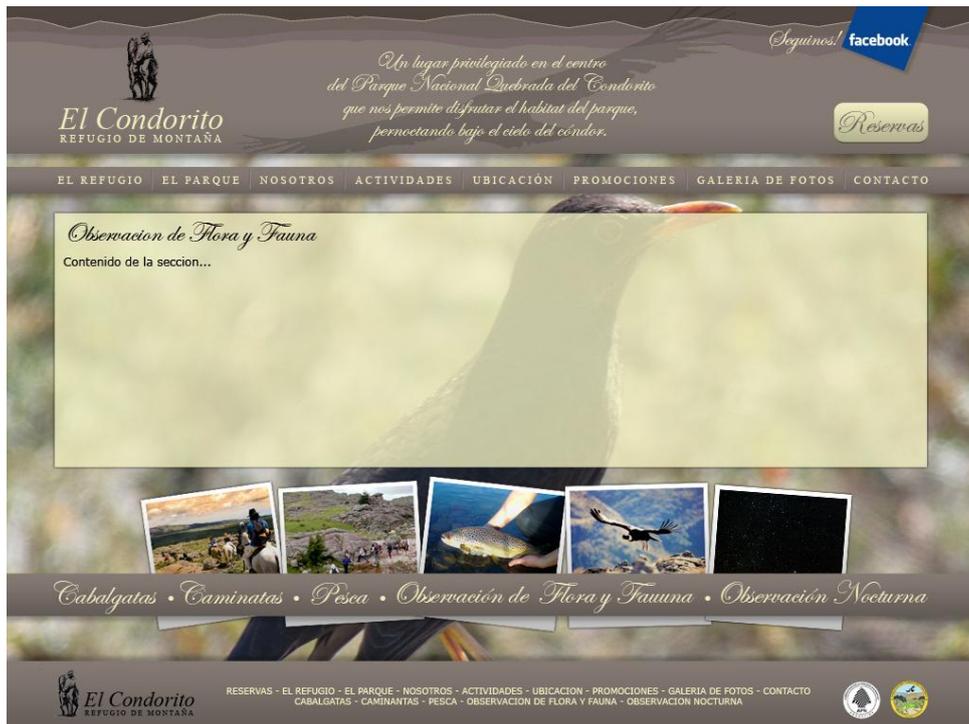


Cabalgatas • Caminatas • Pesca • Observación de Flora y Fauna • Observación Nocturna

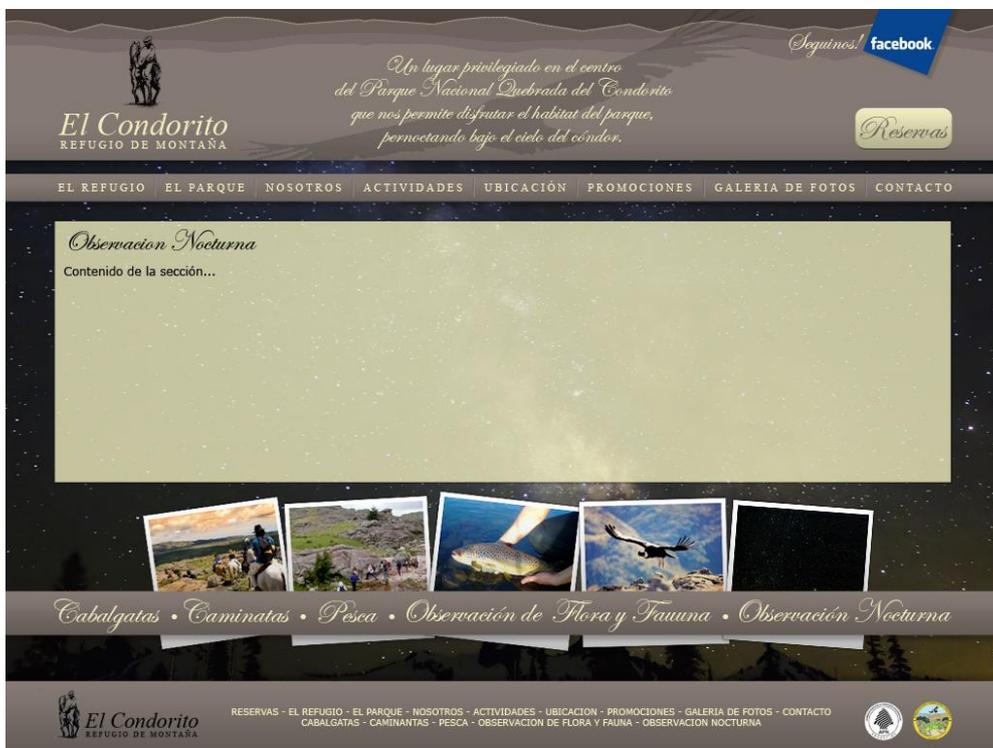

 RESERVAS - EL REFUGIO - EL PARQUE - NOSOTROS - ACTIVIDADES - UBICACION - PROMOCIONES - GALERIA DE FOTOS - CONTACTO
 CABALGATAS - CAMINANTAS - PESCA - OBSERVACION DE FLORA Y FAUNA - OBSERVACION NOCTURNA



-Sección “Observación de Flora y Fauna”



-Sección “Observación Nocturna”



- *Táctica 2: Publicidad on-line*

A) *Google AdWords*

-*Objetivo al que responde:* Optimizar la comunicación de Refugio El Condorito a través de herramientas digitales tendientes a posicionarlo en los diversos públicos con los que se relaciona.

-*Descripción:* Se creará un anuncio para publicitar en la Red de Display de Google a través de Google AdWords (para que dicho anuncio llegue a usuarios que realizan búsquedas en Google), utilizando la herramienta de orientación contextual.

Esta herramienta permite elegir las palabras clave relacionadas al negocio que se desea publicitar (en este caso, Refugio El Condorito), y cuando los usuarios realizan una búsqueda en Google utilizando una de esas palabras clave, el anuncio publicitario aparece automáticamente al costado de los resultados de la búsqueda realizada. De esta forma, el anuncio de Refugio El Condorito se mostrará sólo a un público que ya está interesado en algo relacionado a dicha atracción turística.

Además, AdWords permite configurar el anuncio para que se muestre sólo a personas que realicen búsquedas en un idioma y región geográfica en particular (lo cual ayuda a segmentar aún más el público del anuncio).

Publicitar en Google AdWords no tiene un requisito de inversión mínima, por lo que Refugio El Condorito decidirá el monto a invertir, y pagará sólo por aquellas personas que hagan click en el anuncio.

En función de los resultados obtenidos mes a mes de la publicidad en AdWords, la configuración del anuncio (sus palabras clave) y su inversión podrán ser modificadas. Además, se confeccionarán varios anuncios diferentes ya que AdWords permite enviar 5 ó 6 anuncios durante toda la campaña.

-*Fecha:* la publicación del anuncio se realizará en el mes de Agosto 2012.

-*Público Objetivo:* todos los públicos vinculados con Refugio El Condorito que sean usuarios habituales de la red.

-*Recursos Necesarios:* diseñador del banner. Encargado de crear la cuenta en Google AdWords, modificar su configuración (en caso de ser necesario) y de evaluar los resultados obtenidos.



-*Presupuesto:* Diseño de cada anuncio: \$100.

Inversión en Google AdWords: \$1200 por mes.

-*Mecanismo de Evaluación:* mensualmente se analizará el informe de estadísticas enviado por Google AdWords. Estas estadísticas contienen, entre otros datos, la cantidad de impresiones (cantidad de veces que el anuncio es mostrado) y cantidad de clicks (cantidad de veces que las personas hacen click en el anuncio).



B) Publicidad por canje

-*Objetivo al que responde:* Optimizar la comunicación de Refugio El Condorito a través de herramientas digitales tendientes a posicionarlo en los diversos públicos con los que se relaciona.

-*Descripción:* La táctica de “Publicidad on-line” se complementará con la realización de un canje publicitario, a través de la colocación de un banner de Refugio El Condorito en sitios web de lugares relacionados al mismo. Es decir que se solicitará a diferentes personas y organizaciones que coloquen el banner del Refugio en sus respectivas páginas web, a cambio de insertar sus propios banner publicitarios en el sitio del Refugio. Y el banner estaría enlazado con el sitio web del Refugio.





Se gestionará dicho canje en páginas turísticas de localidades cercanas al Parque Nacional Quebrada del Condorito, en las páginas propias de los guías de turismo habilitados por PNQC, en el sitio del mismo PNQC y en la página de Administración de Parques Nacionales, para que cada persona que visite esas páginas, se encuentre con la publicidad y pueda ingresar directamente desde allí, al sitio web del Refugio para ver mayor información.

-Páginas en donde podría publicitarse por canje:

- ✓ De Córdoba y Argentina: www.welcomeargentina.com;
www.turismocordoba.com.ar; www.cordobaturismo.gov.ar;
www.traslasierra.com; www.argentinaturismo.com.ar
- ✓ Del Valle de Calamuchita: www.calamuchita.gov.ar; www.calamuchita.com;
www.vallecalamuchita.com; www.redcalamuchita.com.ar
- ✓ De Alta Gracia: www.altagracia.gov.ar
- ✓ De Villa Carlos Paz: www.carlospazturismo.com.ar; www.villacarlospez.gov.ar;
www.carlospaz.com; www.acarlospaz.com
- ✓ De Mina Clavero: www.minaclavero.gov.ar; www.minaclavero.com
- ✓ De Villa Cura Brochero: www.villacurabrochero.gov.ar
- ✓ De Villa General Belgrano: www.elsitiodelavilla.com;
www.villageneralbelgrano.com; www.vgb.gov.ar
- ✓ De Villa Dolores: www.villadolores.gov.ar/
- ✓ De Parque Nacional: www.quebradacondorito.com.ar;
www.condoritoapn.com.ar; www.parquesnacionales.gov.ar
- ✓ De Guías de Turismo: www.explorandosierres.com.ar; www.grupotrek.com.ar

-Fecha: no delimitada. De acuerdo al canje conseguido.

-Público Objetivo: todos los públicos vinculados con Refugio El Condorito que sean usuarios habituales de la red.

-Recursos Necesarios: diseñador del banner. Encargado de gestionar el canje publicitario.

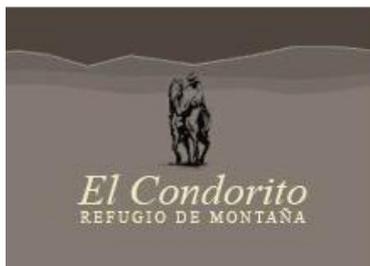




-Presupuesto: Diseño del banner = \$200

-Mecanismo de Evaluación: Para evaluar esta táctica, se utilizará la herramienta estadística de Google Analytics.

El banner sería animado en Flash, de 16 segundos de duración, en el cual aparecerían sutilmente y en constante movimiento, las distintas actividades que se pueden realizar en Refugio El Condorito.



Programa n° 2: “Alianzas Estratégicas”

- *Táctica 1: Sector Turístico al Refugio*

-Objetivo al que responde: 2. Fortalecer el vínculo existente entre Refugio El Condorito, miembros de Parque Nacional Quebrada del Condorito y guías turísticos habilitados por dicho Parque Nacional, a través de la implementación de acciones en las que dichos públicos participen activamente.

-Descripción: Se organizará un Fam Trip para que los intermediarios (que son en definitiva quienes tienen mayor contacto con los turistas), conozcan en profundidad el servicio y actividades que se realizan en el Refugio El Condorito, para que luego, estén en mejores condiciones de brindar más información a los turistas transmitiéndoles su propia experiencia vivida.

Se enviará una invitación por mail, convocando a los guías de turismo, miembros del PN y personal de las Oficinas de Turismo de localidades cercanas, para que participen en una travesía al Refugio El Condorito, pagando un monto mínimo (con el cual se cubran los gastos de la travesía). De esta manera, no sólo se logrará que conozcan más acerca del Refugio, sino que también se contribuirá a reforzar la relación entre la organización y quienes asistan al Fam Trip.

-Fecha: esta táctica se realizará 2 veces en el año, la 1ª en Octubre y la 2ª en Marzo (ya que las temperaturas de esas épocas contribuirán al disfrute de la travesía).

-Lugar: Salida desde La Granadilla a caballo, llegada a Refugio El Condorito, pernocte en Refugio, caminata hasta la Quebrada del Condorito, pernocte en Refugio y regreso a La Granadilla a caballo.

-Público Objetivo: miembros de Parque Nacional Quebrada del Condorito, guías turísticos habilitados por el PNQC y representantes de Oficinas de Turismo de localidades cercanas.

-Cantidad de Asistentes: 12 personas + guía de cabalgata.



-*Costo por asistente:* a determinar. Se cobrará lo mínimo para que cubra los costos de la salida, pero sin que se perciba ninguna ganancia.

-*Programa preliminar del Fam Trip:*

Día 1:

- 8hs: Salida a caballo desde La Granadilla.
- 16hs (aprox): Arribo a Refugio El Condorito.
- Reconocimiento del lugar, actividades recreativas, etc.
- Pernocte en Refugio.

Día 2:

- 9hs: Caminata desde Refugio El Condorito.
- 12hs (aprox): Arribo a la Quebrada del Condorito.
- 16hs: Regreso al Refugio.
- Actividades de Observación Nocturna.
- Pernocte en Refugio.

Día 3:

- 8hs: Regreso a caballo desde Refugio a La Granadilla.

-*Recursos Necesarios:* diseño de invitaciones, base de datos de invitados, disponibilidad de caballos, alimento para 3 días, guía de cabalgata, al menos 1 guía de trekking para que se encargue del recorrido desde el Refugio hasta la Quebrada del Condorito

-*Presupuesto:* Diseño de invitaciones = \$200

Alimento para 3 días (para 13 personas) = \$800

-*Mecanismo de Evaluación:* breve encuesta de satisfacción para los asistentes, la cual se enviará vía mail la semana siguiente a la realización de cada Fam Trip.



Marque con una cruz la respuesta correcta.						
PREGUNTA	EXCELENTE	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	MALO	NS / NC
1. ¿Cómo considera que fue el servicio de comida?						
2. ¿Qué opina acerca del guía turístico?						
3. ¿Qué opinión le merece la organización general de la travesía?						
4. Considera que las instalaciones del Refugio son...						
5. ¿Qué le parecieron los caballos?						
7. ¿Recomendaría esta experiencia a sus conocidos?	SI			NO		
7. ¿Le gustaría volver a realizar esta travesía?	SI			NO		
8. ¿Desea dejar algún comentario o sugerencia?						

La invitación al Fam Trip sería:



El Condorito
REFUGIO DE MONTAÑA

Un lugar privilegiado en el centro del Parque Nacional Quebrada del Condorito que nos permite disfrutar el habitat del parque, pernoctando bajo el cielo del cóndor.

facebook

Reservas

Sector Turístico al Refugio

Queremos que formes parte de una travesía inolvidable hacia Quebrada del Condorito y que conozcas todo lo que se puede hacer en el Parque Nacional. Te proponemos 3 días rodeados de naturaleza, con pernocte en Refugio El Condorito y múltiples actividades.

- Cupo limitado.
- Fecha: 12 de octubre 2012.
- Duración: 3 días.



Programa

Día 1:

- 8hs: Salida a caballo desde La Granadilla.
- 16hs (aprox): Arribo a Refugio El Condorito.
- Reconocimiento del lugar, actividades recreativas, etc.
- Pernocte en Refugio.

Día 2:

- 9hs: Caminata desde Refugio El Condorito.
- 12hs (aprox): Arribo a la Quebrada del Condorito.
- 16hs: Regreso al Refugio.
- Actividades de Observación Nocturna.
- Pernocte en Refugio.

Día 3:

- 8hs: Regreso a caballo desde Refugio a La Granadilla.





El Condorito
REFUGIO DE MONTAÑA

www.refugioelcondorito.com.ar




- *Táctica 2: Newsletter*

-Objetivo al que responde: 2. Fortalecer el vínculo existente entre Refugio El Condorito, miembros de Parque Nacional Quebrada del Condorito y guías turísticos habilitados por dicho Parque Nacional, a través de la implementación de acciones en las que dichos públicos participen activamente.

-Descripción: Esta táctica consiste, en primer lugar, en el diseño de una plantilla de mail institucional para que, cada consulta que ingrese al correo electrónico del Refugio, sea respondida con un mismo formato.

Por otro lado, con ese mismo formato, se enviarán periódicamente promociones vía mail, así como también información o notas de interés a una base de datos previamente confeccionada. Dicha base incluirá datos de los guías de turismo habilitados por PN, miembros del PNQC, Oficinas de Turismo de localidades cercanas, personas que ya han visitado Refugio El Condorito y agrupaciones de actividades relacionadas (Clubes de Pesca, de Observación de Aves, etc).

La base de datos será de utilidad además, para realizar un seguimiento de todas las personas que visitan el Refugio y contará con la siguiente información: Apellido, Nombre, Edad, Ocupación, Lugar de Origen, Tel / Cel, Mail, Facebook, Fecha de 1ª consulta (y si la misma ingresó por tal o cual canal de comunicación), Cómo se enteró del Refugio (folleto, por conocidos, cupón de descuento, sitio web, facebook, establecimiento educativo, oficina de turismo u otros), y Fecha de Visita.

Para lograr alcanzar la mayor cantidad de personas posibles, las promociones y notas de interés serán publicadas en el sitio web del Refugio, en la página de facebook, y se solicitará al Parque Nacional y a los guías que las publiquen en sus propios sitios web, o que en su defecto, las reenvíen a sus propias bases de datos.

La presente táctica, será de utilidad no sólo para fortalecer el vínculo existente entre Refugio El Condorito y sus públicos más estratégicos, sino que el envío de promociones a través del newsletter, también servirá para atraer más cantidad de visitantes.

-Fecha: se enviarán promociones y notas de interés bimensualmente, para fechas especiales como por ejemplo:

14 de Febrero “Día de San Valentín” (promoción para parejas aventureras).





20 de Julio “Día del Amigo” (promoción para grupos de amigos).

27 de Septiembre “Día Mundial del Turismo”.

-Público Objetivo: Principalmente el público de esta táctica serán los miembros de Parque Nacional Quebrada del Condorito, Guías Turísticos habilitados por el PNQC y los representantes de las Oficinas de Turismo de localidades cercanas. Aunque también será de utilidad enviar las promociones a las asociaciones de actividades relacionadas (pesca, observación de aves, etc) y a turistas que ya visitaron el Refugio, para atraer más visitantes.

-Recursos Necesarios: diseño de plantilla de mail, base de datos, diseño de notas de interés y promociones.

-Presupuesto: Diseño de Plantilla = \$150

Diseño de cada promoción y nota = \$200

-Mecanismo de Evaluación: Planilla de control. Se tendrán en cuenta la cantidad de mails enviados, consultas que ingresen vía telefónica o por mail acerca de las promociones, cantidad de personas que efectivamente aprovechan la promoción y comentarios recibidos acerca de las notas de interés enviadas.

La plantilla de mail sería:



Programa n° 3: “Fidelización de visitantes”

- *Táctica 1: Refugiate con tus más queridos.*

-*Objetivo al que responde:* Contribuir a la fidelización de visitantes de Refugio El Condorito a través del desarrollo de acciones tendientes a hacer más satisfactoria la experiencia turística.

-*Descripción:* se diseñará un cupón de descuento para incentivar a que las personas que visiten el Refugio, regresen para vivir nuevamente la experiencia, pero con su grupo de amigos o familiares. Se entregará el cupón a cada visitante, y cada 3 personas que invite a ir con él la próxima vez, pagará la mitad del valor real.

-*Fecha:* no delimitada. Se entregará un cupón a cada persona que visite el Refugio.

-*Público Objetivo:* Visitantes del Refugio El Condorito.

-*Recursos Necesarios:* diseño e impresión del cupón.

-*Mecanismo de Evaluación:* Planilla de control. Se hará un seguimiento semestral de la cantidad de cupones entregados y cantidad de personas que visiten el Refugio con cupón.

-*Presupuesto:* Diseño del cupón = \$ 150

Impresión= \$ 100 por 250 cupones

El cupón sería:



- *Táctica 2: Participación en Red Social, Facebook*

-Objetivo al que responde: Contribuir a la fidelización de visitantes de Refugio El Condorito a través del desarrollo de acciones tendientes a hacer más satisfactoria la experiencia turística.

-Descripción: La participación en facebook implica el diseño de una página en dicha red social, con el objetivo de lograr una interacción más frecuente con aquellas personas interesadas en Refugio El Condorito, y sobre todo se intentará que los visitantes del Refugio interactúen entre ellos, compartiendo sus experiencias vividas.

A través de esa página, se brindará información acerca de la propuesta turística en general, se publicarán promociones, fotos de cada travesía que se realice, notas de interés y se responderán consultas y comentarios que los usuarios de facebook realicen.

-Fecha: Se lanzará en el mes de Septiembre, se responderán comentarios diariamente y se subirán notas de interés, promociones y fotos cada vez que corresponda.

-Público Objetivo: Esta táctica está dirigida principalmente a visitantes de Refugio El Condorito, aunque también será útil para dar a conocer la organización a todos los públicos del Refugio que sean usuarios de la red.

-Recursos Necesarios: miembro de la organización que se encargue de diseñar la página de facebook y que diariamente actualice información, publique notas, responda comentarios, suba fotos, etc.

-Presupuesto: \$0.

-Mecanismo de Evaluación: se realizará un seguimiento y análisis bimensual de la cantidad y calidad de las interacciones y comentarios recibidos, cantidad de “me gusta” en el contenido subido, número de fans de la página, etc. Se utilizarán estadísticas propias de Facebook, como por ejemplo:

Muro

Publicaciones ocultas

Información

Estadísticas

Clics en "Me gusta"

Alcance

Personas hablando de e...

Fotos

Notas

Enlaces

Eventos

EDITAR

Acerca de [Editar](#)

MISIÓN Ofrecer un producto tradicional con un diseño original que contribu...

Ver más

A **221** personas les gusta esto

Me gusta [Ver todos](#)

 LOOKBOOK.nu

 Paula Cahen D'A...

 Belen Chavanne

 SI TOCO ROCK B...

Comunidad · Córdoba, Argentina · [Editar información](#)

Datos hasta el 17/02 (todas las fechas y horas están en Tiempo del pacífico) [Exportar datos](#)

Total de "Me gusta"? **221** 0% Amigos de los fans? **107.661** ↑0,21% Personas que están hablando de esto? **0** Alcance total de la semana? **8** ↑60%

Publicaciones? Personas que están hablando de esto? Alcance total de la semana?



21 de Ene 28 de Ene 4 de Feb 11 de Feb

Publicaciones de la página

Todos los tipos de publicaci...

Fecha?	Publicación?	Alcance?	Usuarios que interactúan?	Personas que están hablando de esto?	Difusión?
No tienes publicaciones recientes					

Publicaciones anteriores

Publicaciones ocultas

Información

Estadísticas

Clics en "Me gusta"

Alcance

Personas hablando de e...

Fotos

Notas

Enlaces

Eventos

EDITAR

Acerca de [Editar](#)

MISIÓN Ofrecer un producto tradicional con un diseño original que contribu...

Ver más

A **221** personas les gusta esto

Me gusta [Ver todos](#)

 LOOKBOOK.nu

 Paula Cahen D'A...

 Belen Chavanne

Comunidad · Córdoba, Argentina · [Editar información](#)

21/01/2012 - 17/02/2012 [Exportar datos](#)

Personas a las que les gusta tu página (datos demográficos y de ubicación) [Ver "Me gusta"](#)

Sexo y edad?

Sexo	13-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55+
Mujeres 62%	3.7%	33%	22%	1.4%	0.46%	0.91%
Hombres 37%	0.91%	16%	17%	1.4%	0.91%	0.46%

Países?

209 Argentina
3 Italia
2 México
1 Brasil
1 Perú
1 Estados Unidos de América
1 Chile
Más +

Ciudades?

104 Córdoba, Argentina, Córdoba, Argentina, Argentina
12 San Salvador De Jujuy, Jujuy
7 San Miguel De Tucumán, Provincia De Tucumán, Argentina
7 Costa Sacate, Córdoba
6 Villa Del Rosario, Córdoba, Argentina, Argentina
6 Ceres, Santa Fe
5 Ciudad De Santiago Del Estero, Argentina
Más +

Idiomas?

179 Español
32 Español (España)
5 Inglés (Estados Unidos)
2 Italiano
1 Inglés (Reino Unido)
1 Croata
1 Indonesio



La página de facebook sería:

www.facebook.com/RefugioElCondorito

facebook Buscar

⚠ This page has not been published. **Aprende sobre** unpublished pages and **publica esta página** when you are ready.

El Condorito
REFUGIO DE MONTAÑA

Refugio El Condorito
Sé el primero en decir que te gusta.

Me gusta Mensaje

Organización
Un lugar privilegiado en el centro del Parque Nacional Quebrada del Condorito que nos permite disfrutar del habitat del Parque, pernoctando bajo el cielo del cóndor...

Información Fotos Eventos

Lo más destacado

Estado Foto Pregunta Evento decisivo

Escribe algo...

Refugio El Condorito cambió su foto de portada.
Hace 6 minutos

Me gusta · Comentar · Compartir

- *Táctica 3: Tu experiencia en imágenes.*

-Objetivo al que responde: Contribuir a la fidelización de visitantes de Refugio El Condorito a través del desarrollo de acciones tendientes a hacer más satisfactoria la experiencia turística.

-Descripción: La presente táctica, en primer lugar, consiste en sacar fotos durante cada una de las travesías que se realicen y armar una base de datos de las personas que asistieron en cada una (que incluya las direcciones de correo electrónico). Luego se publicarán dichas fotos en facebook y se enviará un mail a la base de datos confeccionada durante la travesía, para invitar a esos turistas a visitar la pág de facebook e incentivarlos a que hagan comentarios sobre las fotos y compartan su experiencia con otras personas que ya fueron.

-Fecha: no determinada. Dependerá de la cantidad de veces que Refugio El Condorito se utilice.

-Público Objetivo: Visitantes de Refugio El Condorito.

-Recursos Necesarios: máquina de fotos, base de datos de los visitantes de cada travesía.

-Mecanismo de Evaluación: se analizará cantidad y calidad de comentarios e interacciones que surjan a partir de la publicación de las fotos. Y se enviará una breve encuesta de satisfacción vía mail cada vez que un grupo realice una travesía.



Marque con una cruz la respuesta correcta.						
PREGUNTA	EXCELENTE	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	MALO	NS / NC
1. ¿Cómo considera que fue el servicio de comida?						
2. ¿Qué opina acerca del guía turístico?						
3. ¿Qué opinión le merece la organización general de la travesía?						
4. Considera que las instalaciones del Refugio son...						
5. ¿Qué le parecieron los caballos?						
6. ¿Qué opina acerca de las fotos publicadas en Facebook?						
7. ¿Recomendaría la experiencia a sus conocidos?	SI			NO		
8. ¿Le gustaría volver a realizar esta travesía?	SI			NO		
9. ¿Cómo se enteró de nuestra propuesta?	*Folleto	*Por un conocido	*Cupón Descuento	*Oficina de Turismo		
	*Sitio Web	*Facebook	*Establecimiento Educativo	*Otros		
10. ¿Desea dejar algún comentario o sugerencia?						

-Presupuesto: \$0.



Programa n° 4: “Atrayendo nuevos visitantes”

- *Táctica 1: Folletería.*

-Objetivo al que responde: Dar a conocer Refugio El Condorito en potenciales visitantes a través de herramientas tradicionales y no tradicionales.

-Descripción: Esta táctica se implementará para que los públicos potenciales del Refugio conozcan la propuesta de actividades que allí se pueden realizar, y de esa forma generar un mayor uso de las instalaciones.

Se diseñará un folleto para distribuir en diferentes puntos estratégicos como lo son los paradores de las rutas de acceso al Parque, hostels de la ciudad de Córdoba y de localidades cercanas, Agencias de Viajes, Universidades, etc. Además, el folleto también se enviará en formato digital, vía mail, a todas aquellas agrupaciones de actividades que estén relacionadas, tales como Clubes de Pesca, Escuelas de Trekking, Clubes de Observación de Aves, Observatorio Astronómico, etc.

-Fecha: esta táctica se implementará entre el mes de Octubre y Noviembre, ya que es la época de mayor movimiento de turistas.

-Lugar: la distribución se realizará en paradores de la ruta, hostels, Agencias de Viajes, Clubes de Pesca, etc.

-Público Objetivo: Potenciales visitantes / turistas de Refugio El Condorito.

-Recursos Necesarios: Diseño del folleto. Impresión. Transporte para la distribución de los mismos.

-Mecanismo de Evaluación: se realizará un seguimiento de la efectividad de los folletos, a través de la pantalla previa que aparecerá cada vez que una persona ingrese por primera vez al sitio web. Cuando quiera visitar el sitio, aparecerá la pregunta “¿Cómo te enteraste de Refugio El Condorito?”, la cual tendrá que responder obligatoriamente para poder continuar navegando. Las respuestas posibles serán: “folleto, por conocidos,



cupón de descuento, internet, facebook, establecimiento educativo, oficina de turismo u otros”. Además, esa pregunta también se efectuará a quienes realicen consultas vía mail y telefónica, y en las encuestas de satisfacción que los visitantes realicen después de cada travesía.

-Presupuesto: Diseño del folleto = \$200.

Impresión = \$ 300 por impresión de 1000 folletos.

Un lugar privilegiado en el centro del Parque Nacional Quebrada del Condorito que nos permite disfrutar el habitat del parque, pernoctando bajo el cielo del cóndor.

Tenemos el lugar ideal para que, en la serenidad e inmensidad de las sierras de Córdoba, vengas a hacer lo que más te gusta hacer: cabalgatas, caminatas, pesca, observación nocturna, observación de flora y fauna, y mucho más...

Para mayor información:
Teléfono: (+54 351) 999 9999
Email: contacto@refugioelcondorito.com.ar
Seguinos por:  /refugioelcondorito

Te estamos esperando!

 **El Condorito**
REFUGIO DE MONTAÑA

www.refugioelcondorito.com.ar



- *Táctica 2: Participación en Ferias Turísticas.*

-Objetivo al que responde: Dar a conocer Refugio El Condorito en potenciales visitantes a través de herramientas tradicionales y no tradicionales.

-Descripción: El propósito de esta táctica es apoyar al PNQC (Parque Nacional Quebrada del Condorito) en la participación de la Feria Internacional de Turismo de América Latina (FIT) a la cual cada año son invitados a formar parte. A dicha feria asisten múltiples expositores del rubro del turismo, dentro de los cuales se encuentra la Administración de Parques Nacionales (APN), y es ésta la que se encarga de invitar a representantes de cada uno de los Parques Nacionales.

Gran cantidad de personas visitan anualmente esta feria. por ejemplo, en el año 2011, asistieron en total más de 90.000 personas, de las cuales se calcula que un 30% visita el stand de APN.

Este año, un miembro de Refugio El Condorito viajará a Buenos Aires junto con los representantes del PN para encargarse de promocionar las actividades que allí se realizan y se colaborará en la colocación del stand (junto con el resto de los Parques Nacionales) en donde se entregarán folletos a las personas que se acerquen a realizar consultas.

Esta táctica será de utilidad como herramienta para conocer un poco más acerca de la competencia existente y también para consolidar la relación entre Refugio El Condorito y el Parque Nacional.

En el caso que surgiera la posibilidad de participar en otra feria, se analizará la conveniencia o no de asistir a la misma, de acuerdo al público al cual esté dirigida y a los expositores de la misma.

-Fecha: del 3 al 6 de noviembre 2012.

-Lugar: La Rural – Buenos Aires.

-Público Objetivo: Potenciales visitantes / turistas de Refugio El Condorito.

-Recursos Necesarios: diseño del stand, materiales a emplear, folletería, personal que atenderá el stand, pasaje a Buenos Aires, alojamiento.

-*Mecanismo de Evaluación:* Planilla de control. Se realizará un seguimiento de la cantidad de personas que visitan el stand y de las demandas o consultas que realicen, y control de cantidad de folletería entregada.

-*Presupuesto:* Stand = \$ 200 aprox (el costo del stand se compartirá entre APN, los PN que asistan y Refugio El Condorito).

Pasaje a Buenos Aires = \$500

Alojamiento en Buenos Aires por 4 días: \$1200

Alimento (por 4 días): \$400



- *Táctica 3: “El Condorito Estudiantil”*

-Objetivo al que responde: Dar a conocer Refugio El Condorito en potenciales visitantes a través de herramientas tradicionales y no tradicionales.

-Descripción: La última táctica del presente plan, se llevará adelante para promocionar Refugio El Condorito en establecimientos educativos que se orienten a la realización de actividades con la naturaleza (Facultades, Institutos, Escuelas Agrotécnicas, etc).

A través de la confección de una propuesta general, se intentará transmitir que Refugio El Condorito se encuentra rodeado de diversa flora, fauna y paisajes, de lo cual los estudiantes pueden aprender y en donde pueden practicar diferentes actividades, siempre concientizando acerca del cuidado del medio ambiente. Los docentes de cada establecimiento que estén interesados, se contactarán con miembros del Refugio y coordinarán todo para que cada programa / travesía sea adaptado a las necesidades de cada grupo de estudiantes.

Las carpetas con la propuesta serán distribuidas en los diferentes establecimientos en conjunto con folletería del Refugio para que, al mismo tiempo, los estudiantes interesados puedan informarse acerca de la posibilidad de visitar el Parque Nacional de manera independiente y/o con su grupo de amigos.

-Fecha: Se comenzará a diseñar la propuesta y se realizará un primer contacto con referentes de cada establecimiento educativo en el mes de noviembre. Luego del período de vacaciones, se realizará un segundo contacto con los referentes, y se distribuirán las carpetas confeccionadas.

-Público Objetivo: Potenciales visitantes / turistas de Refugio El Condorito.

-Recursos Necesarios: diseño de propuesta, folletería, carpetas, encargado de distribución de carpetas y de contacto con referentes de las instituciones, transporte para distribución.

-Mecanismo de Evaluación: la presente táctica se evaluará luego de transcurrido un año de la implementación de la táctica (Diciembre 2013), a través de una planilla de control, de acuerdo a la cantidad de grupos de estudiantes que visiten el Refugio con



motivos educativos (las cuales sean visitas programadas con docentes de universidades, institutos y escuelas a las cuales se haya contactado previamente para la implementación de esta táctica).

-Presupuesto: Impresión de propuesta = \$35 (5 hojas por carpeta – 15 establecimientos)
Carpetas = \$45 (\$3 cada una)

-Posibles establecimientos educativos:

Fac. de Cs Agropecuarias (UNC).

Fac. de Cs Exactas Físicas y Naturales (UNC).

Fac de Matemática, Astronomía y Física (FaMAF – UNC).

Prosecretaría de Relaciones Internacionales – UNC

Secretaría de Extensión Universitaria – UNC

Escuelas Secundarias Agrotécnicas, como por ejemplo San José Artesano.

Cronograma Anual de Actividades

CRONOGRAMA ANUAL DE ACTIVIDADES 2012/2013: REFUGIO EL CONDORITO																																								
Actividad	Julio			Agosto			Septiembre			Octubre			Noviembre			Diciembre			Enero			Febrero			Marzo			Abril			Mayo			Junio			Julio			
	1*	2*	3*	4*	1*	2*	3*	4*	1*	2*	3*	4*	1*	2*	3*	4*	1*	2*	3*	4*	1*	2*	3*	4*	1*	2*	3*	4*	1*	2*	3*	4*	1*	2*	3*	4*	1*	2*	3*	4*
Redacción del sitio																																								
Contratación del Diseñador Web																																								
Elección de Contenido																																								
Diseño del sitio																																								
Ejecución																																								
Actualización																																								
Evaluación																																								
PUBLICIDAD en línea (Google AdWords)																																								
Contratación del Diseñador																																								
Diseño del banner																																								
Publicación																																								
Evaluación																																								
PUBLICIDAD en línea (por correo)																																								
Contratación del Diseñador																																								
Diseño del banner																																								
Publicación																																								
Evaluación																																								
Sector Turístico al Refugio: Fun Trip																																								
Planificación																																								
Diseño de invitaciones																																								
Envío de invitaciones																																								
Confirmación de arrendador																																								
Ejecución																																								
Evaluación																																								
Newsletter																																								
Contratación del Diseñador																																								
Diseño de plantilla de mail institucional																																								
Armado de Base de Datos																																								
Planificación de promoción o nota interés																																								
Diseño de newsletter																																								
Envío de newsletter																																								
Evaluación																																								
Ejecución de promoción																																								
Evaluación de la promoción																																								
Cupones de Descuento																																								
Contratación del Diseñador																																								
Diseño del Cupón																																								
Impresión de cupones																																								
Entrega de cupones																																								
Evaluación																																								
Participación en Facebook																																								
Elección de Contenido																																								
Diseño de página en Facebook																																								
Ejecución																																								
Actualización																																								
Evaluación																																								
Participación en Imágenes																																								
Ejecución (rescatar, armar base de datos, publicar fotos, enviar mails)																																								
Evaluación																																								
Folleto																																								
Contratación del Diseñador																																								
Diseño del folleto																																								
Impresión de folleto																																								
Distribución																																								
Evaluación																																								
Participación en Feria Turística																																								
Diseño del Stand																																								
Compra de Material para Stand																																								
Ejecución																																								
Evaluación																																								
El Condorito Estudiantil																																								
Diseño de los papeles																																								
Consulta con el Profesor																																								
Impresión y armado de carpeta																																								
Distribución de carpeta																																								
Evaluación																																								

Presupuesto General del Plan

Presupuesto Anual - Plan de Comunicación Refugio El Condorito			
Tácticas	Materiales	Valor Unitario	Valor Total
1) Re-diseño del sitio web	a) Internet	\$0	\$0
	b) Diseñador (re-diseño)	\$2500	\$2500
	c) Diseñador (actualización) por hora / aprox 6 actualizaciones anuales	\$30	\$180
Valor total de la táctica			\$2680
2) Publicidad On-line	a) Diseño anuncio AdWords (5 anuncios)	\$100	\$500
	b) Inversión en Google AdWords (12 meses)	\$1200	\$14400
	c) Diseño banner (publicidad por canje)	\$200	\$200
Valor total de la táctica			\$15100
3) Sector Turístico al Refugio	a) Diseño de Invitación al Fam Trip	\$200	\$200
	b) Alimento (por 3 días) / 2 Fam Trip al año	\$800	\$1600
Valor total de la táctica			\$1750
4) Newsletter	a) Diseño de Plantilla Mail	\$150	\$150
	b) Diseño de 6 promociones y nota de interés	\$200	\$1200
Valor total de la táctica			\$1350
5) Refugiate con tus más queridos	a) Diseño del cupón	\$150	\$150
	b) Impresión (250 cupones)	\$100	\$100
Valor total de la táctica			\$250
6) Participación en Red Social Facebook	a) Internet	\$0	\$0
Valor total de la táctica			\$0
7) Tu experiencia en Imágenes	a) Fotografías	\$0	\$0
	b) Internet	\$0	\$0
Valor total de la táctica			\$0
8) Folletería	a) Diseño del folleto	\$200	\$200
	b) Impresión (1000 folletos)	\$300	\$300
Valor total de la táctica			\$500
9) Participación en Ferias Turísticas	a) Stand	\$200	\$200
	b) 1 Pasaje Buenos Aires	\$500	\$500
	c) Alojamiento (por 4 días)	\$300	\$1200
	d) Alimento (por 4 días)	\$100	\$400
Valor total de la táctica			\$2300
10) El Condorito Estudiantil	a) Impresión de propuesta	\$35	\$35
	b) 15 Carpetas	\$3	\$45
Valor total de la táctica			\$80
	Honorarios (12 meses)	\$ 2.000	\$24000
Presupuesto Anual			\$48010

Evaluación Global

EVALUACIÓN GLOBAL - Plan de Comunicación Externa Refugio El Condorito							
Objetivo	Táctica	Evaluación	Indicadores de Resultados	Resultados Esperados	Resultados Logrados	Resultados	
					Positivos	Negativos	
Optimizar la comunicación de Refugio El Condorito a través de herramientas digitales tendientes a posicionarlo en los diversos públicos con los que se relaciona.	Re-diseño del sitio web del Refugio El Condorito	Google Analytics	A) Cantidad de visitas recibidas en el sitio. B) Cantidad de consultas ingresadas.	A) 2000 visitas por mes. B) 30 consultas por mes.			
	Publicidad on-line	Estadísticas de Google AdWords	A) Impresiones (cant. veces que el anuncio es mostrado). B) Clicks (cant. veces que el anuncio es clickeado).	A) 30.000 impresiones por mes. B) 2000 clicks por mes.			
Fortalecer el vínculo existente entre Refugio El Condorito, miembros de Parque Nacional Quebrada del Condorito y guías turísticos habilitados por dicho Parque Nacional, a través de la implementación de acciones en las que dichos públicos participen activamente.	Sector Turístico al Refugio.	Encuesta de Satisfacción	Respuestas de encuestas: Excelente, Muy Bueno, Bueno, Regular, Malo, NS/NC.	80% de respuestas entre Excelente y Muy Bueno.			
	Newsletter	Planilla de control	A) Cantidad de mails enviados. B) Cantidad de consultas recibidas acerca de la promoción. C) Cantidad de personas que hacen uso de la promoción.	A) 500 mails cada 2 meses. B) 50 consultas cada 2 meses. C) 10 ventas concretas.			
Contribuir a la fidelización de visitantes de Refugio El Condorito a través del desarrollo de acciones tendientes a hacer más satisfactoria la experiencia turística.	Refugiate con tus más queridos	Planilla de control	Relación entre cantidad de visitantes que utilizan cupón y cantidad de cupones entregados	20% de uso efectivo del cupón (cada 6 meses)			
	Participación en Red Social Facebook	Estadísticas de Facebook	A) Número de fans de la página. B) Cantidad de interacciones (a partir del contenido publicado) C) Calidad de comentarios.	A) 100 fans (en promedio) cada 2 meses. B) que 80% del contenido publicado genere feedback. C) 90% de comentarios favorables.			
	Tu experiencia en imágenes	A) Encuesta de Satisfacción B) Estadísticas de Facebook	A) Respuestas de encuestas: Excelente, Muy Bueno, Bueno, Regular, Malo, NS/NC. B) Cantidad y calidad de comentarios en Facebook (a partir de la publicación de fotos)	A) 80% de respuestas entre Excelente y Muy Bueno. B) 80% de feedback y 90% de comentarios favorables.			
Dar a conocer Refugio El Condorito en potenciales visitantes a través de herramientas tradicionales y no tradicionales.	Folletería	Pantalla previa del sitio web	Relación entre cantidad de personas que responden conocer el Refugio a través de folletería y Cantidad de folletos distribuidos	10% de personas que conozcan el Refugio a través de los folletos (en 1 año)			
	Participación en Ferias Turísticas El Condorito Estudiantil	Planilla de control	A) Cantidad de personas que visitan el stand. B) Demandas/consultas que realicen.	A) 25.000 aprox que visiten el stand durante los 3 días. B) 10% consultas sobre Refugio El Condorito.			
		Planilla de control	Cantidad de visitas recibidas por motivos académicos.	20 grupos de estudiantes que visiten el Refugio con motivos académicos en 1 año.			

CAPÍTULO 6

CONCLUSIONES FINALES

CONCLUSIONES FINALES

La realidad actual evidencia la existencia de miles de industrias que hacen cada una su pequeño aporte al desarrollo de nuestro país. Una de esas industrias, es hoy por hoy considerada como una de las más importantes: la industria del turismo.

Es necesario que todas aquellas organizaciones que forman parte de la industria turística utilicen herramientas de las Relaciones Públicas e Institucionales como apoyo para alcanzar sus objetivos organizacionales.

Como se ha visto a lo largo del presente trabajo, mediante la planificación e implementación de acciones de comunicación externa, las entidades logran que los públicos con los que se relacionan tengan una opinión favorable hacia ellas, una percepción e imagen positiva, mayor alcance en el mercado, vínculos más fortalecidos, clientes fidelizados y trabajo sinérgico, entre otros beneficios.

Particularmente, con el diagnóstico realizado en la primera etapa de este Trabajo Final de Graduación y a través de la realización de diversas entrevistas y observación documental, detectamos que Refugio El Condorito tiene mucho potencial y es una gran oportunidad de negocio. Además, el hecho de que se encuentre en su etapa inicial de desarrollo es muy positivo; es un momento óptimo para planificar la estrategia global de comunicación, ya que posibilita que todas las acciones a llevar a cabo sean eficientes, desde los primeros pasos de la organización.

Luego de la realización del diagnóstico, se creó un Plan de Comunicación Externa compuesto por 4 programas y 10 tácticas, dirigidos cada uno a los públicos más relevantes de la organización. Con el desarrollo de este plan, se logra un mejor conocimiento de Refugio El Condorito por parte de sus grupos de interés, optimizando su comunicación mediante herramientas digitales, fortaleciendo el vínculo existente con públicos estratégicos, fidelizando a los visitantes y dando a conocer la organización a potenciales turistas.

En definitiva, con la etapa de intervención, concluimos entonces con el objetivo general del presente Trabajo Final de Graduación (TFG), contribuyendo con nuestro conocimiento de Relaciones Públicas e Institucionales para apoyar al crecimiento de Refugio El Condrito.

En lo personal, creo que este trabajo llevado a cabo ha sido un pequeño aporte para continuar legitimando una disciplina relativamente nueva y tan necesaria como lo es la de las Relaciones Públicas e Institucionales. Sin embargo, por más pequeño que sea, fue un gran desafío, con mucha incertidumbre y algunas dificultades en el camino. Todo fue superado gracias al apoyo de los docentes quienes supieron dar solución a mis consultas, y gracias a todas aquellas personas que, con paciencia, me brindaron su ayuda para continuar avanzando.

Este Trabajo Final de Graduación significa el cierre de una etapa muy importante y el comienzo de otra igual o más relevante, que será afrontada con las mismas ganas que estos 5 años transcurridos en la Universidad. Por último, considero que con este trabajo logré consolidar y unificar conocimientos incorporados durante la carrera universitaria, aplicándolos con entusiasmo, responsabilidad y visión profesional; y sin duda, reafirmé una vez más mi satisfacción y vocación por las RPI.

Como dijo Mahatma Gandhi *“Nuestra recompensa se encuentra en el esfuerzo y no en el resultado. Un esfuerzo total es una victoria completa”*.

Referencia Bibliográfica

- AVILIA LAMMERTYN, Roberto E (1999) *Relaciones Públicas – Estrategias y tácticas de Comunicación Integradora* (3ª ed), Buenos Aires: Revista Imagen.
- BLACK, Sam (2000) *ABC de las Relaciones Públicas*, Madrid: Gestión 2000.
- BOLOGNA, Eduardo (2003), *Introducción a las técnicas de muestreo*, Córdoba.
- CAPRIOTTI, Paul (1992), *La imagen de empresa: estrategia para una comunicación integrada*, Barcelona: EL ATENEO.
- CIRIGLIANO, Gustavo (1978), *Manual de Relaciones Públicas*, Buenos Aires: HVMANITAS.
- Código de Ética Mundial para el Turismo – Artículo n° 3 (2001).
- Decreto 818/02 “Decreto Reglamentario de la Ley de Turismo Alternativo” (2002).
- Estatuto de la Organización Mundial del Turismo – Artículo n° 3 (1970).
- GAIMARO, Juan Manuel (2009), artículo *No sólo clásicos en el turismo argentino*, publicado en <http://www.lineacapital.com.ar/?nota=244> (consultado en 2010).
- GRUNING, James E; HUNT, Todd (2000), *Dirección de Relaciones Públicas*, Barcelona: Gestión 2000.
- HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto (1998), *Metodología de la Investigación*, México: Mc Graw Hill.
- IRCOM (1994), *Guía Práctica de la Comunicación*, Barcelona: Gestión 2000.
- KAUFMANN, Alicia E. (1993), *El poder de las organizaciones: comportamiento, estructura y entorno*, Madrid: ESIC.
- KOTLER Philip, BOWEN John y MAKENS James (1997), *Mercadotecnia para hotelería y turismo*, México: Prentice Hall Hispanoamericana.
- Ley n° 25.997 “Ley Nacional de Turismo” (2005).
- Ley n° 8801 “Ley de Turismo Alternativo” (1999).
- Ley n° 22.351 “Ley de Parques Nacionales de la Argentina” (1980).
- MERLINO, Aldo (2009) *Investigación Cualitativa en Ciencias Sociales*, Buenos Aires: Cengage.
- MUSITU, Gonzalo (1993), *Psicología de la comunicación Humana*, Buenos Aires: LUMEN.
- PALENCIA-LEFLER, Manuel (2011), *90 Técnicas de Comunicación y Relaciones Públicas* 2ª ed, Barcelona: PROFIT.

-PEDROTTI, Guillermo J (2009), artículo *Las Relaciones Públicas como potenciadoras de la actividad turística*, publicado en <http://publicometa.info/?p=1261> (consultado en 2010).

-SAN MARTÍN, Alejandro (2009), artículo *Más turistas a los Parques Nacionales*, publicado en <http://www.lineacapital.com.ar/?nota=198> (consultado en 2010).

-SCHEINSOHN, Daniel (1993), *Comunicación Estratégica*, Buenos Aires: Macchi.

-SOLANO FLETA, Luis (1995), *Fundamentos de las Relaciones Públicas*, Madrid: SINTESIS.

-TOVAR, J. Ramón Iglesias. *Comercialización de Productos y Servicios Turísticos* (1998), Madrid: SINTESIS.

-TROTTA, Beatriz A. E. y CRISTOFORETTI, Eduardo A (1980), *Relaciones Humanas*, Buenos Aires: CESARINI Hnos.

-TROUT J. y RIES A. (1996), *Posicionamiento*, Madrid: Mc Graw Hill.

-VIEYTES, Rut (2004), *Metodología de la Investigación en Organizaciones, Mercado y Sociedad - Epistemología y Técnicas*, Buenos Aires: De Las Ciencias.

-VILLAFAÑE, Justo (1993) *Imagen positiva – Gestión Estratégica de la Imagen de las Empresas*, Madrid: Pirámide.

-WILCOX, Dennis; CAMERON, Glen T; XIFRA, Jordi (2006), *Relaciones Públicas: estrategias y tácticas*, Madrid: Pearson Educación.

-XIFRA, Jordi (2003) *Teoría y Estructura de las Relaciones Públicas*, Madrid: McGraw-Hill.

Sitios web consultados:

www.condoritoapn.com.ar

www.lagranadilla.com.ar

www.observatur.edu.ar

www.parquesnacionales.gov.ar

<http://desarrolloturistico.gob.ar/estadistica/anuarios-estadisticos>

<http://ximrrpp.blogspot.com/2010/04/rrpp-turismo.html>

http://www.usc.es/econo/RGE/Vol14_1_2/Castelan/nb3c.pdf

<http://www.crecenegocios.com/relaciones-publicas-en-internet/>

<http://www.microsoft.com/business/es-es/content/paginas/article.aspx?cbcid=83>

<http://elviajero.com.do/turismoopinion/la-comunicacion-en-el-turismo/19/html/>



Formulario descriptivo del Trabajo Final de Graduación

Identificación del Autor

Apellido y nombre del autor:	Bonadero Sabrina
E-mail:	sabrinabonadero@hotmail.com
Título de grado que obtiene:	Lic. En Relaciones Públicas e Institucionales

Identificación del Trabajo Final de Graduación

Título del TFG en español	Comunicación Externa en Refugio El Condorito
Título del TFG en inglés	External Communication in Refugio El Condorito
Tipo de TFG (PAP, PIA, IDC)	PAP
Integrantes de la CAE	Utrera Roberto – Lesta Laura
Fecha de último coloquio con la CAE	14 de Marzo 2012
Versión digital del TFG: contenido y tipo de archivo en el que fue guardado	TFG en formato PDF

Autorización de publicación en formato electrónico

Autorizo por la presente, a la Biblioteca de la Universidad Empresarial Siglo 21 a publicar la versión electrónica de mi tesis. (marcar con una cruz lo que corresponda)

Autorización de Publicación electrónica:

- Si, inmediatamente**
- Si, después de mes(es)**
- No autorizo**

Firma del alumno

