

# TRABAJO DE INVESTIGACION FINAL

## MOVETE COMODORO RIVADAVIA

Autor/es:

Federico Diesel – LU: 1104416

Manuel Lastra – LU: 1091931

Guido Bordoli – LU: 1113644

Carrera:

Licenciatura en Publicidad

Tutor:

MG. Rocco, María Celia – Lic. Maison, Fabián – Lic. Nicolás

Cortese

Año: 2023

# COMODORO RIVADAVIA

## INFORME DE INVESTIGACIÓN

---

**Lic. en Publicidad**

### PROFESORES

- MG. Rocco, María Celia
- Lic. Maison, Fabián

### AUTORES

- Federico Diesel - LU: 1104416
- Guido Bordoli - LU: 1113644
- Manuel Lastra - LU: 1091931

**UADE**

## Introducción

### Etapa 1 - Informe de Investigación

#### CAPÍTULO 1

1.1. Historia de Comodoro Rivadavia .....	2
1.2. Cultura .....	5
1.3 Religión.....	7
1.4 Ubicación.....	9
1.5 Clima .....	9
1.6 Emblemas.....	11
1.7 Municipalidad .....	13
1.8 Población y más datos de interés.....	24
1.9 Comunicación .....	25

#### CAPÍTULO 2

2.1 Turismo y Actividades .....	28
• Visita al museo nacional del petróleo .....	28
• Paseo costanera .....	29
• Deportes acuáticos .....	29
• Buceo.....	29
• Exploración la ciudad .....	30
• Cerro Chenque .....	30
• Carrovelismo.....	31
• Visita al primer museo de Comodoro Rivadavia.....	32
• Trekking de la luna llena .....	33
• Espacio recreativo y cultural, LUPAT .....	34
• Corredor Turístico de la Patagonia Central: .....	35
2.2 Puntos de interés .....	36
• Rocas Coloradas.....	36
• Barrio Laprida .....	39
• Reserva natural de Punta del Marqués .....	39
• Playa Costanera .....	41
• Playa KM3.....	41
• Mirador Cerro Chenque.....	41
2.3 Educación.....	41

#### CAPÍTULO 3

3.1 Herramientas .....	43
• Análisis PESTEL .....	43
• Análisis FODA.....	47

#### CAPÍTULO 4

<b>4.1 Competidores</b> .....	<b>50</b>
Mapa de posicionamiento.....	50
<b>Conclusiones de la investigación</b> .....	<b>54</b>
<b>CAPÍTULO 5</b>	
<b>5.1 Objetivo de Marketing</b> .....	<b>56</b>
<b>5.2 Estrategia de marketing</b> .....	<b>56</b>
<b>5.3 Estrategia de comunicación</b> .....	<b>57</b>
<b>5.4 Tipo de Campaña:</b> .....	<b>57</b>
<b>5.5 Target</b> .....	<b>57</b>
<b>5.6 Clusters</b> .....	<b>58</b>
<b>5.7 Brief</b> .....	<b>60</b>
<b>Etapas 2 - Estrategia de medios y creatividad.</b>	
<b>CAPÍTULO 6</b>	
<b>6.1 ¿A quién apunta esta campaña?</b> .....	<b>64</b>
<b>6.2 ¿Qué tipo de campaña proponemos?</b> .....	<b>65</b>
<b>6.3 Objetivo de Medios</b> .....	<b>66</b>
<b>6.4 Presentación de idea</b> .....	<b>66</b>
<b>6.5 Frecuencia</b> .....	<b>67</b>
<b>6.6 Mix de Medios</b> .....	<b>67</b>
<b>6.7 Flowchart de medios</b> .....	<b>68</b>
<b>6.8 Plan de medios</b> .....	<b>68</b>
<b>6.9 Racional de medios</b> .....	<b>69</b>
Sistemas recomendados: .....	69
TV: .....	71
Vía Pública: .....	74
R.R.S.S.: .....	77
Radio: .....	79
Cine: .....	80
<b>CAPÍTULO 7</b>	
<b>7.1 Guiones de spots de TV/Redes sociales</b> .....	<b>81</b>
“Camino al Trabajo”.....	81
“Charla entre amigos”.....	83
<b>7.2 Gráficas</b> .....	<b>85</b>
<b>7.3 Spots de radio</b> .....	<b>86</b>
“Sonidos de Comodoro” .....	86
<b>7.4 Videos para TikTok</b> .....	<b>86</b>
GRWM .....	87
TOP 3 ACTIVIDADES DE MI ÚLTIMO VIAJE .....	87
PING PONG.....	88

7.5 Cine.....	89
7.6 BTL.....	89
<b>CAPÍTULO 8</b>	
8.1 Presupuesto .....	91
<b>FUENTES ELECTRÓNICAS</b>	
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	

## **Introducción:**

La ciudad de Comodoro Rivadavia, ubicada en la provincia de Chubut, Argentina, es un lugar fascinante debido a su rica historia, belleza natural y economía en crecimiento. Como estudiantes de publicidad, realizamos una investigación a fondo sobre la ciudad y su potencial para la promoción turística. En este trabajo final de carrera, presentaremos varios capítulos sobre investigación de la ciudad, datos importantes y relevantes acerca del turismo, actividades, educación, entre otros. Así desarrollaremos y utilizaremos herramientas de análisis para poder realizar una campaña efectiva de publicidad, resultando en conclusiones y recomendaciones para diseñar una campaña publicitaria exitosa para Comodoro Rivadavia. Analizaremos la identidad y los atractivos turísticos de la ciudad, así como los desafíos y oportunidades que enfrenta en términos de imagen y reputación. Además, propondremos una estrategia de comunicación y un plan de medios para promover Comodoro Rivadavia como un destino turístico atractivo y una ciudad de oportunidades para la inversión. Este trabajo final de carrera es una contribución valiosa para el desarrollo económico y turístico de Comodoro Rivadavia.

# **ETAPA 1 - INFORME DE INVESTIGACIÓN - COMODORO RIVADAVIA**

## **CAPÍTULO 1**

### **1.1. Historia de Comodoro Rivadavia**

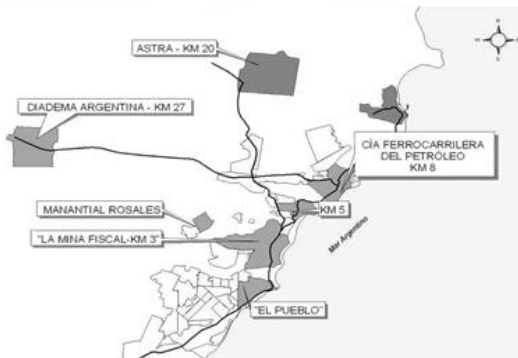
La Ciudad de Comodoro Rivadavia se fundó el 23 de febrero de 1901, con la intención de ser una salida al mar de toda la producción agrícola-ganadera de la Colonia Sarmiento y San Martín.

Gracias al descubrimiento del petróleo en 1907, el desarrollo de la Ciudad de Comodoro Rivadavia se incrementó, llevándola a su consolidación. Este hallazgo fue tan importante que llevó a la creación de Yacimientos Petrolíferos Fiscales (YPF) en 1922, así como también aumentó el desarrollo de un gran campamento petrolero que fue acomodándose en el lugar con el paso del tiempo.

En sus principios, las obras de perforación y extracción del petróleo progresaron lentamente debido a que la Dirección General de Explotación de Petróleo de Comodoro Rivadavia disponía de un presupuesto muy limitado, además habría que sumarle las difíciles condiciones climáticas de la zona. El avance en la industria no se realizó, sino varios años más tarde, cuando la presión por el control de recursos en el marco de la primera posguerra logró solidificar el compromiso del gobierno nacional.

Fue así que en el año 1922, bajo la dirección de Enrique Mosconi, que para ese momento era un general de ejército e ingeniero experimentado, y con un gran aumento del presupuesto; la empresa YPF logró ampliar y diversificar su producción exponencialmente.

A pesar de los avances, en estos años también fueron establecidas otras compañías ajenas a la petrolera estatal para competir por el acceso al recurso. Al norte de la localidad patagónica empezaron a formarse campamentos bajo organizaciones como ASTRA (empresa alemana), Manantial Rosales y la Compañía Ferrocarrilera de Petróleo, que eran empresas subsidiarias de firmas estadounidenses y europeas. (poner en la figura 3 se puede observar la distribución de las compañías). En este mapa (figura n° 1.1) se muestran las zonas donde varias de estas compañías explotaban los recursos locales y formaban sus campamentos de exploración de suelo. (Andújar, 2020).



**Figura n.º 1.1:** Localización de las compañías petroleras en Comodoro Rivadavia, década de 1920, por Andrea Andújar, 2011 (<https://ojs.econ.uba.ar/index.php/H-ind/article/download/1965/2712?inline=1>).

Fueron muchos los obreros que llegaron desde Buenos Aires, Chile y el norte de Argentina, y ya sea porque fueron informados de la oportunidad por conocidos, amigos o parientes que se establecieron anteriormente en la zona, o porque buscaban un trabajo que pagara bien en una actividad que siempre requiera mano de obra (ya que era muy baja la cantidad de habitantes), además de ser un ambiente donde se valora mucho las habilidades para la construcción y el manejo de maquinarias.

La forma de migrar de estos obreros hacia la zona variaba entre viajar e instalarse con sus esposas o familias, y hacerlo solos para luego traer a sus familiares una vez instalados. No tardaron mucho en descubrir que las condiciones laborales, salariales y de vida eran abismalmente distintas a las que esperaban. No solo los salarios no eran suficientes, sino que tanto el costo de vida como el riesgo de sufrir accidentes letales era demasiado alto.

Entre los años 1917 y 1932, la clase obrera petrolera (que ya estaban en un ambiente de protesta y conflicto) organizó extensas huelgas con el objetivo de mejorar su situación en tanto a la calidad de vida, atención sanitaria, aumento de salarios, pago de indemnizaciones por accidentes de trabajo, el reconocimiento de la organización sindical y reducción de la jornada laboral. (Andújar, 2020)

Siendo la primera huelga un 23 de febrero en el campamento de la Compañía Ferrocarrilera de Petróleo por la desvinculación de siete obreros, esta tenía entre sus peticiones que se cumplieran las leyes regulatorias de jornada laboral, así como también la indemnización por accidentes de trabajo, pago de horas extra, provisión de ropa de trabajo apropiada y el mejoramiento de los servicios de salud. La misma fue llevada a cabo sin éxitos, y continuada en el mes de abril.

Estos conflictos no solo involucraban a los obreros de compañías petroleras, sino además a los trabajadores del pueblo, que al enterarse del maltrato hacia los mismos y del asesinato de un obrero en manos de la policía local, se unieron a la protesta agregando a la gravedad de la situación. Los enfrentamientos escalaron hasta tal punto donde la armada y la marina con soldados enviados desde Buenos Aires comenzaron a involucrarse, resultando en consecuencias sumamente crueles y duras para los trabajadores, ya que varios fueron despedidos, encarcelados, deportados y hasta torturados por las autoridades. (Andújar, 2020).

Entrando en el año 1944 en pleno ámbito de guerra mundial, y con el objetivo de resguardar la explotación petrolera, el gobierno nacional creó la Zona Militar de Comodoro Rivadavia, que modificó los límites de los territorios de la provincia de Chubut y Santa Cruz, creando una nueva jurisdicción política y administrativa en el golfo de San Jorge. Esta decisión fue decisiva al existir tanto interés de parte de las grandes potencias para apropiarse de un recurso estratégico como lo es el petróleo. (Carrizo, 2009).

El 2 de abril de 1982 comenzó la recuperación de la soberanía de las Islas Malvinas, por lo que varias tropas tomaron control de puertos argentinos, incluyendo Comodoro Rivadavia.

Las invasiones a la ciudad por parte del ejército nacional incluyeron la toma del aeropuerto local “Gral. Enrique Mosconi”, el traslado de oficinas militares desde Bahía Blanca hasta Comodoro Rivadavia, la llegada de varios aviones que transportaban elementos de combate, provisiones y contingentes de soldados desde diversos puntos del país, hasta incluso el uso del aeropuerto para alojar prisioneros de guerra pertenecientes a la marina británica mientras se esperaba su traslado a Buenos Aires.



El factor que más se vio alterado de este aeropuerto fue la actividad comercial, debido a que muchas de las medidas de seguridad hacían dificultoso su desarrollo. La policía militar vigilaba a los pasajeros y no dejaba pasar a sus acompañantes, además de obligarlos a mantener las ventanillas del avión cerradas y prohibirles la toma de fotografías. Esto causaba la cancelación de varios vuelos.

Una de las primeras medidas tomadas por la ciudad fue la convocatoria a la Junta de Defensa Civil, que reclutaba a todos los habitantes sin importar sexo, edad o nacionalidad a ser responsables de la defensa antiaérea por decreto de la ley N.º 6250/58 y sus deberes eran considerados como irrenunciables. (Martínez, Olivares, 2013).

Los medios de comunicación informaron a la población las pautas necesarias para oscurecer casas, comercios y fábricas, así como también la manera en la que debían circular los automóviles. Se les exige a los hogares comodorenses que bajen las persianas y tapen cualquier tipo de filtración de luz, así como a los conductores que circulen con las luces semi tapadas para evitar ser detectados durante la noche. (Martínez, Olivares, 2013).

Entre las recomendaciones publicadas por el diario Crónica el día 13 de abril se encontraban:

“Ante la posibilidad de un ataque o de explosiones, tenga la precaución de no acercarse a las ventanas o puertas que tengan vidrios.”

“Ubíquese debajo de muebles o bien debajo de un colchón, cerca de las paredes. Tape las partes del cuerpo que pudieren quedar descubiertas. Cierre bien los ojos.”

“Si se encuentra en la calle colóquese en lugar cubierto. Si ello no es posible, tírese al suelo boca abajo, cubriendo ojos y cabeza. (...)”

“No use el teléfono, sobre todo las llamadas que pasan por el conmutador. Debe evitarse la saturación de las líneas con el fin de dar paso a llamadas de emergencia. (...)”

“Mantenga la radio o la TV prendidas. Controle que las radios transistorizadas puedan ser encendidas en cualquier momento”.

“Si los niños están en la escuela, deben ser separados de ventanales y puertas con vidrios. Colocados en posición de sentados junto a las paredes, con la cabeza entre las rodillas, para protegerse de ruidos. En todos los casos, tapar ojos y oídos”.

Todos los establecimientos educativos de la ciudad, independientemente de su nivel, se encontraban preparados ante un eventual ataque a la población. Por ejemplo, en los jardines de infantes se enseñaba a modo de juego y maneras de protegerse de un posible bombardeo.

Eventos varios fueron realizados para la recaudación de fondos, ropa de abrigo, productos de higiene, etc. por parte de docentes y alumnos para su envío a los soldados en Malvinas.

Uno de los factores más alterados durante el conflicto fue la vida cotidiana de los comodorenses, ya que a la actividad de la ciudad se le sumó el movimiento diario de tropas, aviones, armas, insumos, entre otros, que eran enviados a las islas costas cercanas. Así como también lo fueron los comunicados de la Junta de Defensa Civil, los simulacros de oscurecimiento y las alertas rojas sobre posibles bombardeos. En las escuelas se realizaban simulacros de evacuación, cursos de primeros auxilios y festivales solidarios, y se cambió el organigrama habitual del hospital regional para incluir la atención de heridos de guerra. (Martínez, Olivares, 2013)

## **1.2. Cultura**

Al principio, esta ciudad era una Colonia de "Boers" (campesinos africanos) que se refugiaron políticamente en esa zona de nuestro país. Estos realizaron mucho sacrificio y gracias a su espíritu de perseverancia lograron su crecimiento.

También se asentaron varios inmigrantes de distintos países como Italia, España, Portugal, Gales, Polonia, Chile, Bolivia e inmigrantes internos de distintas provincias del país, y que su unidad conformó una particular idiosincrasia comodorense. (Patagonia.com.ar, S/F)

Desde sus orígenes, la explotación petrolera fue un eje fundamental en la formación de relaciones y problemáticas asociadas a la recepción de grupos migratorios. Este panorama puede verse reflejado en sus números poblacionales, donde de un resultado que arrojó 180000 habitantes por el Censo Nacional de Población del año 2010, unas 16.653 personas son migrantes. La mayoría proveniente de Chile, llegando a las 10.682 personas, pero también incluye países como Bolivia y Paraguay.

Paralelo a esto, se comienza a producir un gran incremento de la discriminación centrada mayormente hacia los migrantes chilenos, acompañado de maltratos, alienación, y apodos marginales como "chilote", "bolita", "paragua", entre otros.

Además de la estigmatización y la violencia que vivían en sus lugares de circulación cotidiana, los grupos migratorios eran vistos como competencia en tanto al mercado de trabajo, tanto por los habitantes argentinos de Comodoro Rivadavia, como también entre sí mismos. Esto llevó a que sea muy marcada la diferencia entre las relaciones que mantenían las personas de sus propias minorías étnicas, y los argentinos o comodorenses. Así como también se vieron reforzados los estereotipos y representaciones en torno a la forma de ser y vivir de los habitantes chilenos, bolivianos y paraguayos, ya sea por el personal a cargo de las obras o los empresarios de la construcción, lo que dificultó mucho su inclusión social y sentido de pertenencia.

Debido a que los hombres bolivianos y paraguayos se empleaban mayormente en el rubro de la construcción, más específicamente en obras públicas y civiles en la ciudad, y dado a que el trabajo en la construcción y mantenimiento de yacimientos petroleros era reservado para quienes tuviesen contactos o conocimientos previos de las redes de ingreso a ese mercado laboral, solamente un porcentaje reducido de migrantes podían mejorar sus oportunidades laborales en este rubro laboral. (Baeza, 2013).

Durante este periodo de aislamiento de la pandemia de COVID-19, el estado argentino tomó medidas tanto a nivel local como nacional que fueron consideradas “paliativas e insuficientes” debido a la gran cantidad de tiempo que ocuparon y la manera en la que afectaron tanto a trabajadores, empresarios, técnicos, gestores culturales, artistas, y demás rubros vinculados al contexto cultural. A partir de esta problemática, se buscaron alternativas basadas en la web, como clases en línea, autocine, talleres dictados a través de redes sociales, transmisión en directo de actividades culturales que se extendieron desde recitales hasta obras de teatro, entre otras. Dentro de este contexto, la asociación civil LUPAT inició un programa denominado “turistas por un día” en el mes de febrero 2021, que marcaba un aniversario de la ciudad, recibiendo visitantes de forma libre y gratuita con el objetivo de revivir el patrimonio cultural comodorense y sus puntos turísticos más emblemáticos tales como el Golfo San Jorge y el circuito ferroviario.

A principios del 2021, fue inaugurado dentro de este programa una visita al espacio ubicado en la calle Escalante, que comprendía un recorrido por un museo sobre la historia de la ciudad. El mismo fue realizado cumpliendo los protocolos de distanciamiento y uso de barbijo, además de servir como homenaje a la fundación de Comodoro Rivadavia y hasta fue denominado “circuito aniversario” por sus organizadores.

Posteriormente, la municipalidad de Comodoro Rivadavia expresó un plan estratégico de turismo llamado “Pioneros 2030” donde se clasificó al turismo como política de estado y actividad económica con el objetivo principal de mejorar la calidad de vida y la sustentabilidad del sector cultural y turístico de la ciudad.

Este plan no solo contribuyó un marco para el desarrollo de gran parte de las actividades propuestas para el apoyo de áreas vulnerables económicamente frente a la pandemia, sino que además fue un pie de apoyo para el crecimiento de LUPAT, ya que varios de sus integrantes participaron de este plan. (Ciselli, Hernández, 2021).

El 13 de diciembre es una fecha con significancia para la ciudad, ya que a partir de 1947 comenzó a celebrarse periódicamente la "Fiesta del Petróleo", la cual incluía la elección y coronación de las “reinas del petróleo”.

Durante este mes se realizaban distintas actividades como desfiles de carrozas, en el que participaban candidatas de distintas provincias argentinas. También se llevaban a cabo otros eventos como el "baile de las debutantes" y un gran banquete en el que participaban autoridades y personalidades destacadas. La fiesta del petróleo se convirtió en una tradición muy arraigada en Comodoro Rivadavia y llegó a ser considerada como una de las fiestas nacionales más importantes de la ciudad. Sin embargo, con el tiempo fue perdiendo relevancia y actualmente no se celebra de manera tan ostentosa como en décadas anteriores.

Desde sus comienzos, las ceremonias de elección de reinas del petróleo han experimentado cambios significativos. Durante el período comprendido entre 1947 y la mitad de la década del 60, para las mujeres la participación en este tipo de eventos era una forma de acceder al espacio público y se vinculaba estrechamente con la asociación que se representaba, ya fuera étnica o club, lo que generaba un

gran valor comunitario. A partir de 1965 y hasta la década de 1970, en ocasiones, las candidatas eran estudiantes universitarias y representaban a los centros estudiantiles, cerrando así un ciclo importante en sus vidas.

En la década del 70, durante la última dictadura militar, se produjo un cambio significativo en la esencia de las ceremonias. Las presentaciones de las candidatas se volvieron individuales y se perdió el sentido comunitario y la pertenencia de identidad que caracterizaba a las reinas de la década anterior.

En el año 2020, el Municipio de la ciudad decidió unirse a la campaña nacional "Ciudades sin reinas" debido a que este tipo de concursos, centrados en la belleza física, generan estereotipos y discriminación. (Gariolini, 2021)

La Fiesta del Pescador se lleva a cabo los días 18 y 19 de marzo como parte de los esfuerzos de la actual gestión municipal, liderada por el intendente Juan Pablo Luque, para promover la diversificación productiva y el desarrollo turístico de Comodoro Rivadavia, así como para apoyar a los emprendedores y artistas locales.

En 2023, el evento contó con la asistencia de miles de personas que disfrutaron de música en vivo, una feria de artesanos y diseñadores, opciones gastronómicas y actividades lúdicas y recreativas, incluyendo la participación del "Bibliomóvil" y del Laboratorio de Color para niños. Además, el domingo se llevó a cabo el Torneo de Pesca, supervisado por la Asociación de Pescadores "El Enganche II", y se entregaron reconocimientos a artesanos destacados en conmemoración del Día Internacional del Artesano. (Rada Tilly Noticias, 2023)

### **1.3 Religión**

El boom petrolero de los años 1958 y 1963 liderado por Frondizi, facilitó la llegada de compañías estadounidenses en un periodo de liberación económico caracterizado por la rápida expansión de bares, whiskerías y prostíbulos donde los obreros solían gastar el dinero que ganaban trabajando del petróleo. Este fenómeno, a pesar de incrementar la población a pasos agigantados con un aumento de 22000 habitantes en el año 1947, a más de 56000 para fines de 1960, dejaba una imagen deplorable sobre la población.

Entre la década de los 50' y los 60', y con la llegada de inmigrantes chilenos, fue que empezó a tener lugar en Comodoro Rivadavia las iglesias pentecostales -movimiento protestante de iglesias proveniente principalmente de Estados Unidos- de la mano del pastor Tommy Hicks, quien realizó la primera campaña masiva de evangelización, poniendo foco en la sanación y las curaciones milagrosas. Cabe destacar que la campaña se realizó en un contexto donde el General Juan Domingo Perón estaba en un evidente conflicto con la Iglesia Católica, por lo que tuvo un gran impacto en las áreas populares. (Lago, 2018)

En este contexto y acompañado por inmigrantes chilenos ilegales, se establece la religión pentecontalista a Comodoro Rivadavia, ocupando las orillas de la ladera del cerro chenque en forma de barrios chilenos

que produjeron un gran aumento de la urbanización. Las primeras de estas iglesias se instalaron en estos barrios debido a la segregación social y al estigma que sufrían los entonces llamados “chilotes” o “canutos”,

El sentido de comunidad era el concepto más importante a destacar en el desarrollo de esta inmigración, las primeras iglesias se construyeron a través de un sistema complejo de vínculos sociales basados en relaciones de vecindad, parentesco y amistad con el objetivo de lograr unificar a las personas instaladas en la zona. Gracias a esta comunidad religiosa se lograba ofrecer ayuda a inmigrantes chilenos, en forma de posibilidades de alojamiento temporal gratuito en el templo y facilitación de contratos laborales.

Los pertenecientes a estos primeros grupos de inmigrantes comentaban la sorpresa de haber transicionado de trabajar en medios rurales a ser obreros en construcción y zonas petroleras en cuestión de semanas. Y fueron más los cambios provenientes de esta comunidad, ya que se alentaba a los hombres jóvenes solteros a el deber de mantener una vida limpia y recta mediante códigos conductuales que involucran participar en distintas actividades de la iglesia, contribuir con sus obras de construcción, además de la prohibición del alcohol y de frecuentar los distintos bares del barrio.



**Figura n°1.2:** Construcción del templo de la Iglesia Pentecostal, por Luciana Lago, 2018

([https://scholar.google.es/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=es&user=if5TokwAAAAJ&citation\\_for\\_view=if5TokwAAAAJ:mB3voiENLucC](https://scholar.google.es/citations?view_op=view_citation&hl=es&user=if5TokwAAAAJ&citation_for_view=if5TokwAAAAJ:mB3voiENLucC)).

En la fotografía anterior, la figura n°1.2, se puede observar un fragmento de una jornada de construcción de una de las primeras iglesias pentecostales. En el encuadre se muestran adultos jóvenes y niños tomando mate y descansando al lado de sus herramientas: carretillas, baldes y palas. En sus expresiones se puede notar el cansancio, pero también el esfuerzo, la determinación y el orgullo de poder participar en

la obra. Los niños, al no poder realizar actividades de gran exigencia física, cumplían la función de ayudantes mientras al mismo tiempo socializan y aprenden junto a los adultos. (Lago, 2018).

#### **1.4 Ubicación**

La ciudad de Comodoro Rivadavia es un enclave patagónico ubicado al sudeste de la provincia de Chubut, en el plano inferior entre Pampa Salamanca al norte, Pampa del Castillo al oeste y Meseta Espinosa al sur (cerca del límite con Santa Cruz) en un territorio altamente ventoso y de clima árido y frío. Es hogar del cerro Chenque y vecino de la villa balnearia y residencia Rada Tilly.

Encontrándose a una altura de 61 metros sobre el nivel del mar, en el medio del Golfo San Jorge, esta ciudad es sede universitaria, centro de servicios y referencia obligada de toda la Patagonia Central. (Dirección de Turismo Municipalidad de Comodoro Rivadavia, S/F).

La ciudad cuenta con una de las zonas urbanas más amplias del país, abarcando una superficie de 563 km<sup>2</sup>. Esto se debe a que la explotación petrolera comenzó con pequeños asentamientos poblacionales (campamentos petroleros) alrededor de los pozos que se encontraban alejados del centro urbano. Con el tiempo, estos campamentos evolucionaron en barrios que se encuentran a una distancia de 5, 10 e incluso 27 km del centro de la ciudad. De esta manera, se formó una ciudad fragmentada tanto en lo social como en lo espacial. En términos generales, la zona sur y norte de la ciudad presentan tramas urbanas muy diferentes. (Vázquez, Romeo, 2019).

#### **1.5 Clima**

Comodoro Rivadavia es una ciudad ubicada en la costa de la provincia de Chubut, Argentina. Tiene una temperatura anual promedio de 13 °C, un clima altamente árido y precipitaciones escasas. Los veranos suelen ser mayormente frescos, con una temperatura promedio máxima de 25 °C, aunque han habido temperaturas alcanzando los 35 °C ocasionalmente. Los inviernos, por otro lado, son sumamente fríos, con una temperatura promedio mínima de 4 °C.

Cabe aclarar que independientemente de las estaciones, el clima permanece ventoso, parcialmente nublado y seco casi todo el año. (WeatherSpark, S/F).

Si se trata de datos más específicos sobre el clima en la ciudad, la temporada templada dura 3,6 meses (del 25 de noviembre al 13 de marzo) y la temperatura máxima promedio diaria es de 22 °C. Marcando al mes más cálido del año en Comodoro Rivadavia como enero, con una temperatura máxima promedio de 25 °C y mínima de 15 °C.

La temporada fresca dura 3,4 meses (del 20 de mayo al 1 de septiembre) y la temperatura máxima promedio diaria es menos de 13 °C. Siendo el mes más frío del año julio, con una temperatura mínima promedio de 4 °C y máxima de 11 °C.

En Comodoro Rivadavia las precipitaciones mensuales varían ligeramente dependiendo de la temporada. La temporada de lluvia dura 7,7 meses (del 31 de enero al 22 de septiembre) con un intervalo móvil de 31 días de lluvia de por lo menos 13 milímetros. El mes con más lluvia es mayo, con un promedio de 27 mm de lluvia.

Asimismo, el periodo del año carente de lluvia dura 4,3 meses (del 22 de septiembre al 31 de enero), siendo el mes con menos lluvia diciembre, con un promedio de 8 mm de lluvia.

La precipitación media anual se encuentra alrededor de los 200 mm. (WeatherSpark, S/F)

El nivel de comodidad de humedad a continuación está basado en el punto del rocío, debido a que este determina qué porcentaje del sudor del cuerpo se evapora de la piel, enfriándolo.

Teniendo esto en cuenta, cuando los puntos de rocío son bajos, la sensación es más seca, y viceversa. A diferencia de la temperatura, que generalmente varía considerablemente entre la noche y el día, el punto de rocío tiende a cambiar más lentamente, así es que aunque la temperatura baje en la noche, en un día húmedo generalmente la noche es húmeda.

El nivel de humedad percibido en Comodoro Rivadavia no varía considerablemente durante el año, y permanece casi constantemente en 0 %.

Si bien Comodoro Rivadavia es una ciudad ventosa, la velocidad del viento tiene leves variaciones estacionales en el transcurso del año. La época con mayores vientos del año tiene una duración de 3,7 meses (del 23 de octubre hasta el 14 de febrero) con velocidades promedio de más de 25,8 km/h. El mes más ventoso del año es diciembre, con promedios de hasta 27,6 km/h, y el mes más calmado es septiembre.

Teniendo todo esto en cuenta, la época más favorecida para el turismo son los días entre finales de diciembre hasta la segunda semana de enero, estos días tienen incluso la puntuación máxima entre los turistas. Ya que las temperaturas en este intervalo oscilan entre los 18 °C y los 27 °C y el clima muestra más cantidad de días despejados que benefician las actividades de playa o pileta. (WeatherSpark, S/F)

La planificación urbana en Comodoro Rivadavia se ve afectada por la imposición de una estructura que prioriza la función del yacimiento petrolero por encima de la función urbana. Esto se refleja en la decisión que tienen las empresas sobre el territorio, además de la reducción de radios de seguridad de los pozos abandonados para permitir la construcción de viviendas. Es evidente que son las empresas las que tienen el poder de decisión sobre el espacio urbano, como señalan funcionarios municipales y provinciales.

En este contexto, en una ciudad afectada por la crisis ambiental global, los procesos que configuran los desastres están muy vinculados a la producción y reproducción de las condiciones de vulnerabilidad, como la falta de acceso al agua potable para consumo humano, un marco legal desactualizado, un fomento inexistente de la participación ciudadana en asuntos de riesgo ambiental y medios de comunicación que estigmatizan a la población residente en los asentamientos informales. Estas presiones se traducen en condiciones inseguras para la población, lo cual evidencia que la localización de viviendas en sitios expuestos a peligros sigue un ambiente de exclusión y dificultades de acceso al suelo generadas por la dinámica de la industria petrolera. Por ende, es necesario repensar el modelo de planificación

urbana que ha seguido la ciudad y garantizar la participación ciudadana en los asuntos que afectan su calidad de vida. (Vázquez, Romeo, 2019).

## 1.6 Emblemas.

Escudo de Comodoro Rivadavia.

En 1958, empezaron las acciones para darle a Comodoro Rivadavia, un emblema que representaría la identidad y ratificaría la autonomía de la ciudad. A partir de un concurso público y abierto, en el que participaron los ciudadanos de la comunidad y de la Provincia de Santa Cruz, se decidió lo que hoy sería el escudo de la Municipalidad de Comodoro Rivadavia. Un jurado, el artista Américo Perozzi, resolvió darle el primer premio a la obra brindada por el señor Andrés Orive que es la que se muestra a continuación.

En la siguiente figura N.º 1.3 se puede ver el escudo que fue oficializado por la Resolución 3/1962 del Intendente Antonio Morán, refrendada por el Concejo Deliberante, donde también se le otorgaba al día 23 de febrero como Día de Comodoro Rivadavia, que fue en esa fecha cuando se fundó la ciudad.



**Figura n°1.3:** Escudo de Comodoro Rivadavia, por Américo Perrozi, 1958, Argentina.gob (<https://www.argentina.gob.ar/chubut/comodoro/escudo>).

Simbología del Escudo de la figura n°1.3.

-Torre: Riqueza que crece desde la ciudad, representada por el sol, como si fuera por error. Es por esto que el sol está delante de la torre.

-Ancla: La relevancia de la Armada Nacional desde los comienzos de la ciudad.

-Oveja: Riqueza de la región.

-Albatros: Con lo sereno de su vuelo, se quiere dar a entender la paz con la que los comodorenses ansían vivir.

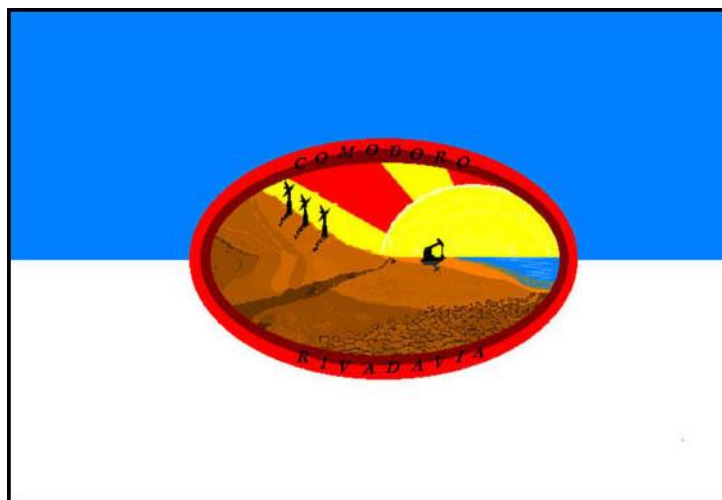
-Cielo y mar: La magnificencia del espíritu de los ciudadanos como objetivo a alcanzar.

(Gobierno Nacional, S/F).



## Bandera.

La bandera fue creada en 2001, mediante un concurso público en el cual participaba la comunidad de Comodoro Rivadavia, presentando distintas propuestas. El jurado decidió como ganador del certamen el boceto del artista Luis Eduardo Hammerschmidt. En la siguiente figura podemos ver cuál es la bandera que fue aprobada por Ordenanza N° 7308/01 del Concejo Deliberante.



**Figura n°1.4:** Bandera de Comodoro Rivadavia, por Luis Eduardo Hammerschmidt., 2001, Argentina.gob (<https://www.argentina.gob.ar/chubut/comodoro/bandera>).

## Simbología de la bandera de la figura n°1.4.

-Colores del paño: El celeste y blanco son los que identifican al país y por lo tanto, a la ciudad de Comodoro Rivadavia.

-Óvalo: Enfoca la imagen central de la bandera.

-Sol de fondo: Simboliza la esperanza del pueblo.

-Cerro Chenque: Es parte de los paisajes más importantes de Comodoro Rivadavia.

-Molinos eólicos: Le dan importancia al parque eólico que tiene la ciudad y como el viento es una importante característica de la zona.

-Pozo petrolífero: Los primeros habitantes de la ciudad se instalaron allí por los recursos naturales que había en esa zona.

-Mar: Fue lo que dio prosperidad a la ciudad a lo largo del tiempo y es una gran vía de comunicación con el resto del país y del mundo. (Gobierno Nacional, S/F).

## Himno.

### Letra:

En el puerto en que amarran tus sueños  
Resistes al tiempo,

Y luchas por no zozobrar

En tu savia el petróleo, tu sangre,  
En la tierra manantial  
De esperanza y de trabajo

Y los hijos de otras tierras  
Te vinieron a sembrar  
Te quitaron la sed con sudor  
Y sus brotes tus hijos serán

Comodoro Rivadavia no claudicas,  
El Chenque, custodia  
Tu gente, tus playas, tu mar.

Es el viento quien empuja el progreso  
El carrero que transporta tu ilusión

Un futuro de trabajo, de paz,  
De justicia y libertad.

La autoría del himno de la ciudad es de Luis Eduardo Toro que participó de un concurso abierto que logró una gran participación ciudadana y el jurado lo consagró ganador por votos unánimes. El himno fue oficializado el 21 de febrero de 2001, por la Ordenanza Municipal N° 7308. (Gobierno Nacional, S/F)

## 1.7 Municipalidad

La Municipalidad de Comodoro Rivadavia es el centro del gobierno. Se encarga de dirigir, organizar y administrar los asuntos públicos de la ciudad de Comodoro Rivadavia. La municipalidad tiene un rol muy importante en el progreso y la organización de la ciudad para ayudar y brindar los servicios necesarios a todos los comodorenses.

Una de sus responsabilidades es la de asegurar el bienestar de los ciudadanos y de incentivar el avance sostenible de la ciudad, gestionando la planificación urbana, reforzando las infraestructuras, administrando el transporte público, cuidando los parques y espacios verdes, promocionando el turismo de la zona y también, atendiendo las necesidades sociales. (Carta Orgánica Municipal Comodoro Rivadavia, 1999)

Además, la municipalidad se encarga de la recaudación de impuestos y tasas municipales para luego administrar esos recursos financieros para hacer actividades y desarrollar la ciudad, que junto con

distintas instituciones y organizaciones del gobierno, pueden avanzar con el progreso de la misma y mejorar la calidad de vida de sus ciudadanos.

Existen espacios de diálogos y consultas donde los comodorenses pueden acercarse a expresar sus incomodidades, hacer sugerencias y reclamar sus necesidades, tratando de que siempre sea accesible para la mayor cantidad de gente y priorizando la transparencia de la gestión. (Vivamos Comodoro, S/F).

### Organización.

En Comodoro Rivadavia, los partidos políticos más relevantes son el Partido Justicialista (PJ), la Unión Cívica Radical (UCR) y el PRO (Propuesta Republicana), junto con varias agrupaciones políticas locales que también tienen cierta presencia en la zona.

Juan Pablo Luque actualmente desempeña el cargo de intendente de la ciudad de Comodoro Rivadavia, en la provincia de Chubut. Es miembro del Partido Justicialista (PJ) y asumió el cargo en diciembre de 2019 tras ganar las elecciones municipales. Anteriormente, se había desempeñado como concejal y Secretario de Gobierno durante la gestión del anterior intendente, Carlos Linares. Durante su mandato, ha tenido que enfrentar desafíos como la crisis económica y la falta de recursos financieros para abordar problemas sociales y de infraestructura en la ciudad. (El Patagónico, 2019).

El Concejo Deliberante de Comodoro Rivadavia está compuesto por 14 concejales que representan a diferentes partidos políticos. Actualmente, el PJ tiene la mayoría de los concejales, seguido por la UCR y otros partidos menores.

Los integrantes que se encargan de la elaboración de las ordenanzas que rigen las actividades que se realizan en un municipio son:

Othar Macharashvili (Viceintendente): En diciembre de 2019, asumió como viceintendente, después de haber ocupado previamente el cargo de Presidente del Ente Comodoro Deportes, ser Vicepresidente de la Federación de Básquet del Chubut y dirigente de la comisión directiva de la Confederación Argentina de Básquetbol. (Concejo Deliberante Comodoro Rivadavia, 2023).

Natalia Guerreiro (concejal Frente de todos): Después de haber desempeñado diversos trabajos en el ámbito privado, tanto en la industria petrolera como en medios de comunicación, asumió como subsecretaria de comunicación durante la gestión del intendente Carlos Linares, marcando así su primera incursión en la política. Sin embargo, renunció a su cargo en la gestión y más tarde se unió a la lista encabezada por Guillermo Almirón en las PASO de 2019.

Ariel Montenegro (concejal Frente de Todos): Durante 8 años, ejerció funciones como delegado en el Sindicato de la Construcción, en el cual cumplió durante 4 años la función de congresal nacional. A partir de 2015, fue referente de la Mutual de los Trabajadores de la Construcción. En las PASO, formó parte de

la lista liderada por Juan Pablo Luque y actualmente desempeña su cargo como Concejal en el bloque del Frente de Todos.

Daniel Vleminchx (concejal Frente de Todos): En 2011, con la asunción de Néstor Di Pierro como intendente de Comodoro Rivadavia, juró como Secretario de Cultura, manteniéndose en ese cargo hasta 2019, año en que fue elegido concejal por el Partido Justicialista.

Liliana Carnevale (concejal Frente de Todos): Además de su trayectoria en el sector público, ha trabajado en el CONICET y para los gobiernos de Chubut y Santa Cruz. También se ha desempeñado como delegada de ICOMOS Arg (UNESCO) en la región Patagonia, y ha formado parte de la Comisión Directiva del Colegio de Arquitectos de Chubut. Es miembro de la Sociedad Argentina de Planificación Territorial (SAPLAT) y autora de publicaciones especializadas en Arquitectura, Patrimonio y Ambiente. Asimismo, cuenta con experiencia como docente en niveles Primario y Universitario en el área de Arquitectura. (Concejo Deliberante Comodoro Rivadavia, 2023).

Viviana Navarro (concejal Frente de Todos): Durante la gestión de Néstor Di Pierro, fue concejal en el período 2011-2015. Posteriormente, se desempeñó como diputada provincial tras integrar la boleta de Martín Buzzi. También ocupó el cargo de vicepresidente del Partido Justicialista (PJ) provincial durante la presidencia de Rafael Williams.

Gustavo Reyes (concejal Frente de Todos): Es empleado administrativo de planta permanente del Concejo Deliberante de Comodoro Rivadavia desde septiembre de 1992. Además, ha desempeñado cargos políticos como Concejal M/C durante el período 2007 a 2011 y Diputado Provincial de la Provincia del Chubut M/C durante el período 2011 a 2015.

Alejandra Robledo (concejal Presidente Frente de Todos): En 2012, asumió como presidenta de la Unión Vecinal de Las Flores, siendo reelegida para un segundo mandato. Posteriormente, participó en las elecciones PASO integrando la lista de Guillermo Almirón y luego en las elecciones generales formó parte de la lista encabezada por Juan Pablo Luque, lo que le permitió obtener un lugar en el Concejo Deliberante. (Concejo Deliberante Comodoro Rivadavia, 2023).

Tomás Buffa (concejal Juntos por el Cambio): Es egresado de la Universidad Nacional de Córdoba y comenzó a ejercer su profesión como abogado en un estudio propio. En agosto de 2016 asumió como funcionario en el Ente Nacional de Comunicaciones.

Graciela Saffirio (concejal Juntos por el Cambio): Es abogada recibida en la Universidad de Buenos Aires y escribana graduada en la Universidad del Salvador.

Digna Hernando (concejal Juntos por el Cambio): Ha participado activamente en distintas instituciones, como cooperadoras escolares, la Cámara de Comercio, Industria y Producción, la Cámara de Mujeres Empresarias, el Consejo Asesor Portuario y la Sociedad Rural de Comodoro Rivadavia, de la cual fue presidenta en dos períodos.

También ha desempeñado cargos en la administración pública, como Concejal de la ciudad en el período 1999/2003, Responsable de la Agencia de Desarrollo Local y Subsecretaría de Agricultura y Ganadería de la Provincia de Chubut.

Omar Lattanzio (concejal Presidente del Bloque Raúl Ricardo Alfonsín): Se ha dedicado a la actividad empresarial en servicios para el sector petrolero y gasífero, y también ha participado en política. Representó a la lista "Alternativa Radical" en las PASO. (Concejo Deliberante Comodoro Rivadavia, 2023).

La Municipalidad de Comodoro Rivadavia se encuentra organizada por el Concejo Deliberante, es la rama legislativa de la municipalidad junto a la rama ejecutiva, la Intendencia. Su intendente hoy en día es Juan Pablo Luque. (Vivamos Comodoro, S/F).

Sobre El Poder Legislativo, que es ejercido por un Concejo Deliberante, está formado por doce integrantes que son elegidos por los ciudadanos y su mandato dura 4 años. Entre sus deberes se encuentran el sancionar ordenanzas, dictar su reglamento interno, definir su presupuesto, elegir autoridades y administrar las funciones dentro de su ámbito. Autorizar al Poder Ejecutivo para realizar adquisiciones, aceptar o rechazar donaciones. Luego se encargan de dictar normas en forma de materia urbanística y rural junto a los espacios públicos de esas zonas. Se encargan de sancionar la ordenanza de la organización y el funcionamiento del ámbito administrativo general y de la educación, acordar una tarifa de los servicios públicos, y también se encuentra en su deber, regularizar el montaje y funcionamiento de lugares para el entretenimiento, deportes y espectáculos. (Convención Municipal Constituyente, 1999).

Sobre El Poder Ejecutivo que está conformado por el Intendente y el Viceintendente que se consagran de forma directa a través del sufragio y trabajan con sus Secretarios. Entre sus deberes se encuentran el manejo del municipio y su representación, ejecutar órdenes y promulgarlas, realizar y entregar los informes que son solicitados por el Concejo Deliberante, anunciar al Concejo Deliberante sobre el uso del presupuesto, nombrar y remover a funcionarios, controlar los bienes del municipio, ejecutar obras públicas, juntar las rentas y tributos de los ciudadanos, representar al municipio en procesos judiciales y ofrecer a los ciudadanos, servicios públicos. El Intendente también se tiene que encargar de mostrar al Concejo Deliberante un proyecto de presupuesto junto a un estado de evolución mientras se ejecuta ese presupuesto. En el caso de una emergencia pública, junto al Consejo Deliberante son los que deciden cómo se va a actuar en cuanto a las medidas que se necesiten en cada caso. (Convención Municipal Constituyente, 1999).

Dentro de la Capital Federal de Argentina, existe lo que se conoce como La Casa de Comodoro Rivadavia en Buenos Aires, que es la representación oficial del Gobierno Municipal de Comodoro Rivadavia frente a los organismos del estado y los privados, como también para los ciudadanos y ciertas entidades de la Capital Federal de la Argentina.

La Casa de Comodoro tiene como fin perseguir el bien común gestionando acuerdos con las entidades, organizaciones estatales y privadas priorizando el trabajo íntegro y cooperativo para la promoción de todos los ámbitos que los acerquen a ese bien común; como el servicio al ciudadano que cubre la demanda social, cultural, turística y educativa de los ciudadanos de Comodoro Rivadavia.

La misión de La Casa de Comodoro Rivadavia es actuar como un centro donde se definan las estrategias para resolver proyectos y actividades del Gobierno Municipal de Comodoro Rivadavia desde la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Las funciones de La Casa de Comodoro Rivadavia son: Brindar datos hacia las personas que estén interesadas en la ciudad e informar acerca de las acciones que cumplirá el gobierno orientando a comercios, emprendedores y empresas de Comodoro Rivadavia para que puedan ampliar sus límites de negocios dentro de Buenos Aires y viceversa. También, ayuda a detectar oportunidades de inversión en proyectos y desarrollo de nuevos negocios para que generen trabajos para los ciudadanos de la ciudad de Comodoro Rivadavia. Ayudan con las necesidades que pueda tener cualquier ciudadano con respecto a los pliegos de licitaciones públicas. Básicamente, La Casa de Comodoro Rivadavia quiere ofrecerles a todos los Comodorenses que se encuentren en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires la ayuda para lo que necesiten, con contención e información sobre cómo se encuentra Comodoro Rivadavia en el momento, trámites, agenda de la ciudad, entre otros. (Comodoro en Buenos Aires, S/F).

#### Servicios.

Su municipalidad brinda a los ciudadanos varios servicios como lo son la gestión de residuos, el manejo del agua, y el sostenimiento de las carreteras. Como todas las grandes ciudades cuenta con servicio de emergencias, policías y bomberos.

- Teléfonos de Emergencia:
  - De los bomberos voluntarios.
  - Del Comando Radioeléctrico.
  - De la Defensa Civil
  - De la Prefectura Naval
  - De Emergencias de Salud
  - De Violencia de género

- Farmacias de Turno.

Ofrece farmacias de turno que renuevan sus horarios mes a mes. El rango de horarios comienza desde las 09 horas y dura 24 horas.

- Centros de Salud.
  - Ofrece distintos centros de atención primaria a la salud.
  - Atención de Enfermería
  - Medicina Clínica
  - Pediatría
  - Ginecología/ Obstetricia

- Kinesiología
- Nutrición
- Psicología
- Odontología
  
- Establecimientos Educativos  
Dentro del municipio existen distintos tipos de centros educativos, ya sea estatales, privados o de gestión social/cooperativa.
  
- Guía de centros Educativos Terciarios y Universitarios.  
Para cada uno de los años existen distintas guías de estudios desarrolladas por la Dirección de Investigación Territorial.
  
- Mapeo de Servicios Públicos.  
Ofrece un mapa dentro del cual podemos visualizar los distintos servicios como los vacunatorios para el COVID, dependencias municipales, estaciones de servicio de energía, terminales para realizar pagos, estaciones de medios de transporte, hogares y centros para adultos mayores, lugares de estacionamientos de autos, centros de salud, centros de lugares para sacar la licencia de conducir y sedes de asociaciones vecinales.
  
- Defensa del Consumidor.  
Ofrece una página web donde hacer los trámites y reclamos en defensa del consumidor, donde poder registrarte, realizar tus denuncias online, gestionar tus denuncias y donde también podés registrar un negocio o una empresa.
  
- Comodoro Atiende.

Líneas de teléfono en la cuales se atienden solicitudes, denuncias, reclamos que se derivan a las dependencias municipales para que realicen las acciones necesarias para resolver los asuntos y atenderlos en el periodo que dure su resolución.

Se puede solicitar información sobre:

- Números telefónicos municipales.
- Direcciones de las distintas dependencias municipales.
- Horarios de atención en las distintas áreas municipales.
- Estados de deuda de impuestos.
- Movimiento de expedientes municipales.
- Fecha de entrega de *tickets* alimentarios.
- Fechas de concurrencia de la caja volante.
- Fechas de pago de planes sociales.
- Lugares y formas de pago de impuestos.

- Terminal de ómnibus  
Donde se pueden ver los horarios de arribos y partidas de los ómnibus de larga distancia y también comprar los pasajes para los mismos. También se puede acceder por la página web.
- Curriculum Vitae  
Se puede entregar en la municipalidad Curriculums Vitae para que los lugares de trabajo puedan ver la oferta de potenciales empleados. También se puede cargar el Curriculum Vitae en la página web.(Vivamos Comodoro, S/F).

#### Infraestructura.

Dentro de Comodoro Rivadavia existen distintos elementos que ayudan al funcionamiento y al crecimiento de la ciudad, como edificios gubernamentales, instalaciones en donde practicar deporte, parques y espacios verdes.

La situación actual de la infraestructura sanitaria en Comodoro Rivadavia ha generado diversas problemáticas, tales como la degradación ambiental de las costas, restricciones en las actividades pesqueras y recreativas, riesgos para la salud de la población, así como una disminución en la calidad de vida y la degradación del paisaje en las áreas circundantes. Para abordar estos problemas, se ha propuesto la eliminación de todos los puntos de descarga directa de efluentes cloacales en la costa y otros cuerpos de agua, y en su lugar implementar conductos adecuados que los transporten a estaciones de bombeo y plantas de tratamiento.

Además, se están considerando soluciones alternativas para fomentar la optimización y reutilización de fuentes de agua potable, incluyendo el uso de agua reciclada para el riego forestal. Para lograr esto, se construirán 5.585 metros de tuberías, junto con la construcción de estaciones de bombeo y plantas de tratamiento que cubren 1.184 metros cuadrados. (Asociación Argentina De Agentes De Carga Internacional, S/F).

Según un informe del diario El Chubut, se han iniciado las gestiones para obtener financiamiento destinado a la infraestructura del Puerto de Comodoro Rivadavia, en Argentina, lo que implica una inversión de más de 13 millones de dólares. El Ministro de Economía y Crédito Público ha mantenido una serie de reuniones en Buenos Aires, incluyendo un encuentro con el Ministro de Transporte Nacional. Parte del presupuesto se utilizará para el dragado del puerto, con el objetivo de lograr una profundidad de 10 metros, lo que es vital para el ingreso de buques portacontenedores en el muelle de ultramar de la ciudad sureña de la provincia. (Ministerio de infraestructura, energía y planificación del gobierno de Chubut, 2023).

También podemos encontrar:



Agua potable y saneamiento: El agua potable de la ciudad proviene de una red de suministro para abastecer a la población. El sistema de saneamiento cubre gran parte de la ciudad y está encargada de la junta y procesamiento de las aguas servidas. (Sociedad Cooperativa Popular Limitada de Comodoro Rivadavia, S/F).

Educación: La ciudad le da importancia a la inversión en espacios físicos de educación desde la educación primaria hasta la universitaria. Contiene distintas ofertas estatales y privadas. La Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco es la principal universidad estatal que ofrece una gran cantidad de carreras y distintos planes académicos. (Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, S/F).

Salud: Las clínicas y hospitales que ofrece la ciudad sirven de atención médica especializada. Los centros de atención primaria de la salud dependen de la Secretaría de Salud de la Municipalidad. En estos centros podemos encontrar: atención de enfermería, medicina clínica, pediatría, ginecología/ obstetricia, kinesiología, nutrición, psicología y odontología. Los hospitales más importantes de Comodoro Rivadavia son el Hospital Regional de Comodoro Rivadavia "Dr. Víctor Manuel Sanguinetti" y Hospital Militar Regional Comodoro Rivadavia. (Vivamos Comodoro, S/F).

Transporte: Comodoro Rivadavia cuenta con unas grandes instalaciones de transporte público que realizan las conexiones entre los distintos barrios de la ciudad. También cuenta con un aeropuerto (Aeropuerto Internacional General Enrique Mosconi) para conectar la ciudad con otras del país. Gran parte de la Ruta Nacional 3 pasa por dentro de Comodoro Rivadavia que es una de las rutas más importantes del país. En el municipio se encuentra también una terminal de Ómnibus en la cual se pueden comprar los pasajes para viajar por los alrededores y entre las provincias de Argentina. (Terminal de Ómnibus de Comodoro Rivadavia., 2023).

Comunicaciones: La ciudad tiene una gran inversión en infraestructura para las comunicaciones, dentro de la cuales podemos encontrar servicios de telefonía, internet y televisión. También Comodoro Rivadavia es un punto crucial para la transmisión de datos y comunicaciones. (Enacom, 2020).

Puerto: El puerto de la ciudad es de los más importantes de la Argentina. Cuenta con muelles y terminales de descarga para todo tipo de productos que recibe como petróleo, gas, productos químicos, alimentos y carga general. También recibe barcos de pesca para comerciar en la región. (Administración portuaria del Puerto de Comodoro Rivadavia, S/F).

#### Economía.

La economía de Comodoro Rivadavia tiene varias aristas, con una gran participación en los sectores del petróleo y gas por la explotación de hidrocarburos en la zona, y también cuenta con una gran participación en la actividad pesquera gracias a un importante puerto pesquero.

El turismo, la agricultura y la industria manufacturera son también algunas de las actividades principales de la ciudad. Comodoro Rivadavia cuenta con un parque industrial que contiene empresas de diferentes áreas como la producción de alimentos, fabricación de metales y construcción de maquinaria.

Los centros comerciales, tiendas y supermercados brindan una amplia diversidad de productos. La ciudad también cuenta con una zona franca que hace de la importación y exportación de bienes, un proceso en el cual no se pagan impuestos. (Vivamos Comodoro, S/F).

Comodoro Rivadavia tiene deuda de la cooperativa con Cammesa que asciende a los \$11.673 millones, y abarca desde enero de 2016 hasta agosto de 2022. En octubre del año pasado, funcionarios nacionales y provinciales, así como miembros del Consejo de Administración de la Sociedad Cooperativa Popular de Comodoro Rivadavia (SCPL), acordaron la refinanciación de una deuda que supera los 11 mil millones de pesos. El plan de pago incluye una quita del 40%, un plan de pagos a 96 cuotas con 6 meses de gracia y una tasa de interés del 50% de la tasa activa.

Entre los protagonistas del acuerdo estuvieron la secretaria de Energía, Flavia Royón, el subsecretario Santiago Yanotti, la presidenta de la SCPL, Anabella Cardillo, la secretaria de la cooperativa, Natalia Almonacid, el tesorero Guillermo Costes y otros miembros del Consejo de Administración. También estuvo presente el intendente de Comodoro Rivadavia, Juan Pablo Luque. (Colsecor Noticias, 2022)

El puerto de Comodoro Rivadavia se encuentra en la zona central de la ciudad, en la Punta Borja. Fue diseñado para atender buques de hasta 180 metros de eslora y está destinado a satisfacer las demandas del tráfico de mercaderías generales, la pesca de altura y, en el mediano plazo, las reparaciones navales. Fue iniciada por la Junta Provincial Portuaria del Chubut, dependiente del Ministerio de Economía y Obras Públicas de la Provincia.

La actividad pesquera del puerto es igualmente relevante, ya que es centro de captura de langostino y centolla. La pesca de altura y de costa son dos actividades muy comunes en el área. (Dirección de Turismo Municipalidad de Comodoro Rivadavia, S/F).

En el año 2004, el precio del petróleo experimentó un notable aumento, lo que provocó un incremento en el costo de vida en Comodoro Rivadavia. Esto llevó a que la ciudad se convirtiera en la más costosa del país en cuanto al alquiler de viviendas. Como resultado, las desigualdades en el acceso al suelo y a la vivienda se acentuaron y, en consecuencia, miles de personas optaron por la informalidad como única forma de resolver sus necesidades habitacionales. Este fenómeno se tradujo en un proceso de urbanización caracterizado por la presencia de asentamientos informales, que es un ejemplo de la fragmentación urbana que se ha mencionado. Estos asentamientos carecen de acceso a servicios básicos, y sus habitantes sufren la estigmatización por parte de los medios de comunicación y los funcionarios estatales.

Los precios del mercado inmobiliario están estrechamente vinculados a la renta petrolera, mientras que los ingresos de la mayoría de la población evolucionan a un ritmo mucho más lento. (Vázquez, Romeo, 2019).

La producción de petróleo está dominada por cinco empresas operadoras, siendo Pan American Energy responsable del 57% del petróleo extraído en la región durante el año 2021. Le sigue YPF con el 25%, Compañías Asociadas Petroleras con el 8%, Tecpetrol con el 5% y Capex con el 4%. En cuanto a la producción de gas, esta se concentra principalmente en Pan American Energy con el 87%, seguida de YPF con el 8%, Tecpetrol con el 3% y Compañías Asociadas Petroleras con el 1%.

Durante el año 2021, la provincia de Chubut extrajo el 27% del petróleo a nivel nacional, mientras que la extracción de gas representó el 6,3%. A pesar de haber tenido una mejora en 2015, la producción de petróleo ha estado disminuyendo desde 2010 debido al declive natural de los pozos. En 2021, la producción de petróleo fue de 8,12 millones de metros cúbicos, lo que representa una disminución del 14,5% en comparación con la producción de 2010. Por otro lado, la producción de gas en 2021 fue de 2.872 millones de metros cúbicos, un 20% por debajo del máximo registrado en el año 2015. Estos datos pueden observarse en las figuras 1.5 y 1.6 a continuación. (Secretaría de Política Económica, Subsecretaría de Programación Regional y Sectorial, 2022).

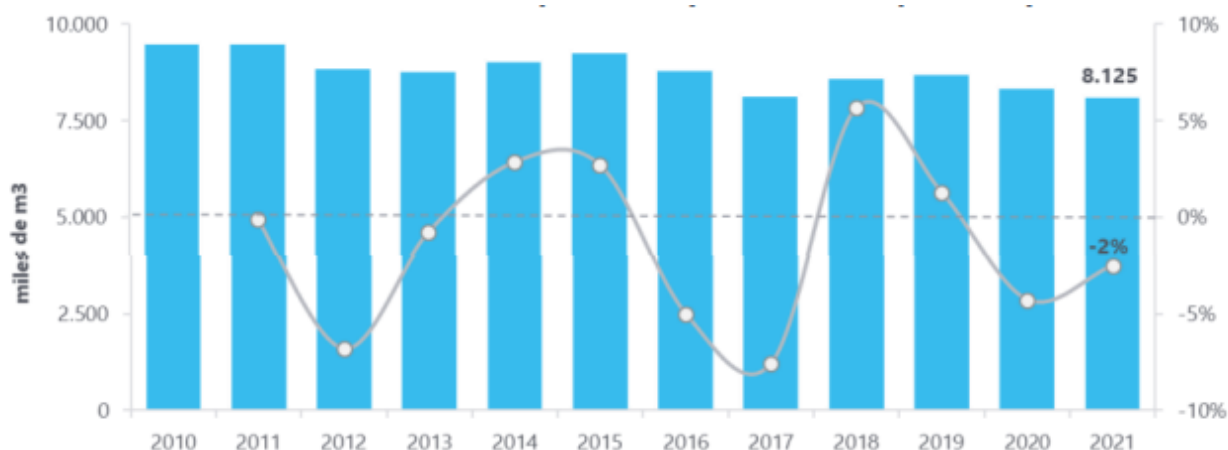


Figura n°1.5: Producción de petróleo (millones de metros cuadrados (m<sup>3</sup>) y variación en porcentaje de extracción), por el Ministro de Economía Argentina., 2022, Argentina.gob ([https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/40\\_2022\\_chubut.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/40_2022_chubut.pdf))



Figura n°1.6: Producción de gas (millones de metros cuadrados (m3) y variación en porcentaje de extracción), por el Ministro de Economía Argentina., 2022, Argentina.gob ([https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/40\\_2022\\_chubut.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/40_2022_chubut.pdf))

### Política.

Los partidos políticos de Comodoro Rivadavia se dividen en varias aristas, pero el que gobierna actualmente es el de Frente Para Todos, siendo los partidos de centro-izquierda los que administraron la ciudad históricamente. (El Patagónico, 2019).

Para que el intendente sea electo, los ciudadanos de Comodoro Rivadavia eligen democráticamente a su representante para que sea el jefe de gobierno de la ciudad y sea el responsable de su administración. También existe El Concejo Deliberante, que está compuesto por 15 concejales, electos por voto, que es el cuerpo legislativo (Carta Orgánica Municipal, 1999).

Como la ciudad está sujeta al gobierno provincial, parte de la administración de la ciudad, es parte de la administración total de la provincia y del gobernador de la misma que también es electo democráticamente. En la ciudad de Comodoro Rivadavia, recientemente se han dado ciertos conflictos políticos de relevancia, como lo pudieron ser el caso de lucha por la soberanía de las Islas Malvinas y la intención de desarrollar un proyecto minero en la zona de la meseta. Estos debates han generado cierta tensión entre las partes políticas de la sociedad, generando debates en la ciudad y también a nivel país. (Adnsur, 2022).

### Problemas y desafíos.

La ciudad de Comodoro Rivadavia mantiene ciertos problemas ambientales, como que en la ciudad existe una gran contaminación del aire y agua dado al mal manejo de la actividad petrolera y el tratamiento inadecuado de los residuos (El Auditor, 2018). Otro de los problemas de la ciudad, en cuanto a lo económico, es que el precio del petróleo en el mercado internacional ha recaído, resultando en un gran impacto en la economía local. Además, la falta de inversión para la infraestructura de la ciudad está presentando problemas para la diversificación económica. (Nieves, 2023). Esta falta de inversión, está

dando problemas también en la infraestructura actual de la ciudad ya que debería ser modernizada y mejorada porque no alcanzan para resolver los problemas de falta de acceso a servicios básicos como el agua y electricidad en algunos sectores de la ciudad. Otro desafío a enfrentar son los sociales ya que la ciudad se encuentra con el crecimiento de la pobreza, la carencia de viviendas para los Comodorenses, el aumento de la violencia de género y de la discriminación. (Adnsur, 2022).

### **1.8 Población y más datos de interés**

Los resultados provisionales del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2022, dados a conocer por el INDEC, muestran que la provincia del Chubut tiene una población de 603.120 habitantes. En comparación con el censo realizado en 2010, la población de la provincia ha aumentado en un 15,6%. Además, el departamento de Escalante, que incluye Comodoro Rivadavia y Rada Tilly, cuenta con una población de 219.235 personas, según los datos preliminares del censo. (Adnsur. 2023).

En Comodoro Rivadavia, ha habido un incremento significativo en los accidentes laborales y enfermedades relacionadas, lo que ha llevado a un aumento en la litigiosidad del sector. De acuerdo con las últimas estadísticas, el aumento en comparación con años anteriores es del 120%. Aunque la producción petrolera es la principal actividad económica en la región del sur de la provincia de Chubut, la tasa más alta se debe a enfermedades profesionales, lo que a menudo no se hace público porque la mayoría de los casos son rechazados.

En 2017, se promulgó la Ley 27.348, que trajo cambios a la resolución de conflictos entre los trabajadores y las aseguradoras de riesgos laborales. La ley establece que si se paga la ART (seguro de riesgos de trabajo), se imposibilita el acceso de los trabajadores damnificados a la justicia, evitando la revisión judicial de todos los casos. Aunque la provincia de Chubut no se adhirió a la ley, las aseguradoras solicitan que se la tenga en cuenta para resolver conflictos. (Colegio Público de Abogados de Comodoro Rivadavia, 2019).

Comodoro Rivadavia es una región que cuenta con agua, pero su uso tanto para fines humanos como ambientales resulta costoso, debido a su dependencia de recursos externos. Por este motivo, resulta necesario buscar alternativas locales para obtener agua y revertir la situación actual.

A pesar de contar con grandes recursos alimenticios, estos no son aprovechados en su totalidad debido a la falta de leyes adecuadas o a su inadecuada implementación. Además, no se promueve lo suficiente el uso sostenible de los recursos naturales, lo que interrumpe el ciclo natural de la biota y produce una creciente depredación. Por otro lado, la contaminación de la costa por efluentes cloacales e industriales amenaza no solo el recurso acuático, sino también las posibilidades recreativas y la salud pública. Las características naturales áridas se agravan por la escasez de agua, lo que impide el desarrollo de la agricultura. A nivel urbano, la depredación se produce por el desmalezado irresponsable de grandes extensiones, lo que junto con el viento provoca diversos problemas. (Municipalidad de Comodoro Rivadavia, 2017).

El Artículo 3° de la ordenanza N.º 3779/91 tiene como objetivo establecer una serie de metas y propósitos para la protección y conservación del medio ambiente. Estas finalidades se centran en garantizar el uso responsable de los recursos naturales, proteger áreas y monumentos naturales, prevenir actividades degradantes, controlar factores que puedan perjudicar el ambiente, proteger la salud relacionada con la producción de alimentos, coordinar acciones y obras relacionadas con el medio ambiente, promover la conciencia y participación de la población, realizar estudios sobre el tema del ambiente a nivel regional y planificar el desarrollo urbano y productivo de manera sostenible. (Municipalidad de Comodoro Rivadavia, 2017)

## **1.9 Comunicación**

### Diarios:

#### El Patagónico

Es el periódico más grande y popular de Comodoro Rivadavia, fundado el 30 de junio de 1967 por Roque González, ex gobernador provincial, se publica a diario tanto en formato impreso como digital. En 2011, el Grupo Indalo adquirió el periódico junto con Radio del Mar, Revista noche polar y una parte de Canal 9.4 en una adquisición conjunta. Desde su adquisición, el diario ha experimentado una revitalización como empresa de noticias. Sus ediciones incluyen Información General, Regionales, Zona de Negocios, Clasificados, Entretenimientos y Deportes. (El Patagónico, 2014).

Actualmente, la redacción del diario cuenta con 16 periodistas, así como con equipos de fotografía, corrección, diseño y maquetación. (El Patagónico, 2010).

#### Crónica

Es un periódico de circulación nacional que cuenta con una edición regional para Comodoro Rivadavia y otras ciudades de la región patagónica. Fundado el 29 de julio de 1963, este periódico rompió con la estructura tradicional de los medios argentinos al incorporar temas de interés popular, deportes, espectáculos y temas cotidianos de la gente común. Ha alcanzado picos de venta que superaron el millón de ejemplares. (Total Medios, 2013).

#### El Chubut

Es un periódico regional que se publica en formato impreso y digital, y cubre noticias y eventos en toda la provincia de Chubut, incluyendo Comodoro Rivadavia. Es editado en la ciudad de Trelew y forma parte de una cadena que incluye la emisora de radio FM El Chubut, con frecuencia 90.1 MHz. El periódico cuenta con varias ediciones, entre ellas Regionales, Fúnebres, Policiales, Deportes, El País y el Mundo,

Clasificados y El Chubutín (un suplemento infantil). (El Comodoreño. 2011).

### Radios:

#### Radio Del Mar

Transmitiendo en la frecuencia 98.7 FM, esta es la radio con la mayor audiencia de la ciudad con un promedio de 800 escuchas. Ofrece una amplia variedad de programación, incluyendo noticias, política, deportes, música y entretenimiento. Sus programas más destacados son “AM continental”, “Los clásicos”, “Musicales”, y “La tribuna”

Maneja sus propias redes en un tono informativo, similar al de un noticiero, posteando noticias de actualidad con mucha frecuencia, así como incorporándolas a su sitio web. (Radio del Mar, S/F).

#### Radiovisión

Es una radio que transmite en la frecuencia 99.5 FM con un promedio de 600 escuchas. Ofrece una programación que incluye noticias, política, deportes, y música. Su programación más destacada incluye “La Mañana de Hoy”, “Encendidos Por La Tarde”, “100% hits”, y “Super Mitre Deportivo”. (FM Radiovision, S/F).

#### Radio del Sur

Es una radio que transmite en la frecuencia 97.1 FM con un promedio de 300 escuchas. Ofrece una programación que incluye periodismo, música e información general. (Streema, S/F).

#### Radio Carolina

Es una radio que transmite en la frecuencia 102.9 FM con una audiencia promedio de 150 escuchas. Ofrece una programación que incluye deportes, economía, espectáculos, política y sociedad. También son dueños de su propia página web donde postean artículos de actualidad. (FM Carolina, S/F).

### Redes sociales y páginas web:

Las redes sociales también son un medio de comunicación muy importante para la ciudad, ya que en la actualidad, La Municipalidad de Comodoro Rivadavia comunica a través de ellas (Facebook, Twitter, Instagram y YouTube) para los habitantes de la ciudad. Les dan mucha importancia a estas redes dado que a través de ellas, informan acerca de próximos eventos, noticias y servicios para los ciudadanos, promoviendo su participación. (Vivamos Comodoro, S/F).

Además, las redes sociales son una gran fuente de información para esas personas que deseen conocer más sobre las actividades y atractivos de la ciudad de Comodoro Rivadavia. Comodoro Turismo, es la entidad dedicada a promover el turismo en la ciudad, utilizando Facebook, Twitter, Instagram y su página

web como medios de difusión. En estas, muestran imágenes, videos y detallan los lugares de interés, opciones de alojamiento, eventos y actividades que estén disponibles para los turistas.

Los turistas, a través de estos canales, también pueden hacer consultas a sus administradores sobre cualquier duda que tengan de la ciudad. Pueden solicitar recomendaciones y obtener respuestas rápidas a través de los comentarios y mensajes privados, facilitando la planificación de sus viajes.

Las redes sociales son de gran importancia, ya que son fundamentales para la comunicación de Comodoro Rivadavia porque permiten tener informados a los habitantes, promover el turismo y facilitar la interacción con todos ellos. (Comodoro Turismo, S/F).



## CAPÍTULO 2

### 2.1 Turismo y Actividades

En Comodoro Rivadavia podemos encontrar varias actividades a realizar sin depender del momento del año en que se visite. Se puede así, conocer cada rincón de la ciudad de una manera diferente y en detalle en cualquier momento. Las principales actividades que uno puede encontrar son:

- Visita al museo nacional del petróleo

Aquí podremos encontrar la historia y la importancia en la economía sobre la industria petrolera en nuestro país, partiendo desde que fue una de las primeras ciudades en la que se descubrió el petróleo en el territorio argentino. Así, el museo, demuestra este acontecimiento, ubicado en un predio de Comodoro Rivadavia, su área alcanza 10 mil metros cuadrados, encontrándose en el lugar exacto donde en diciembre de 1907 se descubrió petróleo. (El Ciudadano, 2022).

Para llevar a cabo el museo que se ve en la figura n° 2.1, Humberto Beghin, encabezó la dirección del museo. Aquel que es hijo de un pionero de la primera actividad petrolera aquí en Argentina. Para 1992 terminó siendo cerrado. Al cabo de un año, la Universidad de la Patagonia San Juan Bosco, recibió la transferencia del Museo Nacional del Petróleo hasta la actualidad. Más tarde, en abril de 1997 y una ley, entraría en una categoría, siendo un “Bien de Interés histórico y cultural”. (El Ciudadano, 2022).



**Figura n°2.1:** Entrada del museo del petróleo situado en Comodoro Rivadavia, por El Ciudadano, 2022, El Ciudadano. (<https://www.elciudadanoweb.com/el-museo-nacional-del-petroleo-uno-de-los-cuatro-mas-importantes-del-mundo/>).

- Museo Ferroportuario

El Museo Ferroportuario de Comodoro Rivadavia se encuentra ubicado en el edificio más antiguo de la ciudad, la Ex Estación Comodoro Rivadavia, que era la cabecera del ramal Comodoro Rivadavia-Colonia Sarmiento. Ofrece a los visitantes la posibilidad de realizar un viaje en el tiempo y conocer la historia de la actividad ferroviaria y portuaria de la ciudad.

En el museo se pueden encontrar escafandras de buzos utilizadas en la construcción del puerto, maquetas de todos los faros de La Patagonia, mapas y planos, fotografías y documentos. Además, en el predio se encuentra una antigua locomotora y un vagón de pasajeros.

El Museo Ferroportuario es un importante espacio cultural que muestra la historia y la evolución de la actividad ferroviaria en Comodoro Rivadavia, desde sus inicios hasta la actualidad. (Comodoro Alma Patagónica, S/F).

- Paseo costanera

Comodoro Rivadavia cuenta con una inmensa y vistosa costa. Este paseo es muy visitado para caminar y disfrutar de las vistas. (Pons, S/F).

- Deportes acuáticos

Comodoro Rivadavia cuenta con varias salidas al mar, playas donde también se utilizan para practicar deportes acuáticos como *surf*, *kitesurf*, *windsurf*, *paddle surf*, entre otros. Todas aquellas actividades acuáticas cuentan con grupos de instructores, se puede contratar el servicio dentro de los clubes como: Asociación de Surf de Rada Tilly, Asociación austral de Kitesurf, Club de Buceo Neptuno, Nadadores del Golfo (nado a aguas abiertas), Asociación Civil Club Náutico Guerreros del Sur, Poseidón Buceo, Escuela de Buceo Zeus, Club Náutico y Deportivo Rada Tilly, Club Náutico YPF, Club Náutico Comandante Espora. (Pons, S/F).

- Buceo

El buceo en la ciudad de Comodoro Rivadavia es una actividad deportiva que se sostiene desde hace muchos años. En la actualidad, se realizan actividades individuales de buzos deportivos. También se realiza buceo en el club Náutico de YPF o club Neptuno en Rada Tilly

Así, actualmente se realizan excursiones para motivar y atraer el turismo, principalmente por prestadores. Estas actividades están organizadas para todos los distintos niveles de experiencia con el buceo, de los niveles más básicos hasta los más experimentados, como se puede ver en la siguiente figura n°2.2. (Comodoro Turismo, 2021).



**Figura n°2.2:** Segunda fecha del nacional de pesca submarina, por el Club de Buceo Neptuno en Rada Tilly, 2017, Twitter (<https://twitter.com/ClubNeptunoRada/status/882812837642555392>).

- Exploración la ciudad

Explorar la ciudad: La ciudad cuenta con edificios históricos, galerías de arte, museos, teatros y otros lugares de interés para explorar.

Comodoro Rivadavia es una ciudad con diversos atractivos turísticos, entre ellos algunos edificios emblemáticos que reflejan la historia y la identidad de la ciudad.

Además, muy cerca de la catedral se encuentran dos importantes centros educativos de la ciudad: la Escuela Provincial N.º 83 y el colegio Marta Auxiliadora. Estos dos establecimientos han sido fundamentales en el desarrollo y crecimiento de la ciudad.

Uno de ellos es la catedral San Juan Bosco, que se ubica en un punto estratégico del centro. Esta iglesia, de estilo gótico moderno, se caracteriza por su estilizada torre y sus líneas arquitectónicas singulares. Edificios que denotan la influencia de la gran cantidad de extranjeros que llegaron para quedarse. (Pons, S/F).

- Cerro Chenque

“El Cerro Chenque es un rasgo distintivo de Comodoro Rivadavia”

Ofrece una vista amplia de toda la ciudad urbe costera. Se puede subir de dos maneras, con el auto o caminando a una altura de 215 metros por encima del mar. Posee una carretera sinuosa con derrumbes y un viento muy fuerte. “Al Chenque se lo valora por su tradición indigenista y se lo nombra en canciones y versos sentidos de cantautores patagónicos”. (Pons, S/F).

El imponente cerro Chenque, ubicado en la entrada de Comodoro Rivadavia, es un símbolo importante de la cultura e historia de la ciudad. Con sus 212 metros de altura, limita con la Ruta Nacional N.º 3 y el Océano Atlántico.

Se destaca que el nombre "Chenque" proviene de la lengua pehuenche, que es propia de un pueblo originario patagónico y significa "cementerio" o "sepultura". Este cerro es un atractivo turístico en Comodoro Rivadavia y refleja la historia y la identidad de la ciudad.

Compuesto por materiales sedimentarios y bancos de ostreras milenarias, el Chenque ofrece una vista panorámica de la zona céntrica, la zona sur, las mesetas y el mar. Francisco Pietrobelli plantó un molle en la base del cerro, lo que marcó el inicio de la actividad portuaria en la ciudad. (Comodoro Alma Patagónica, S/F).

- Carrovelismo

El carrovelismo es un tipo de deporte que se realiza en la playa con carros llevados por el viento, como se puede ver en la figura n° 2.3. Con ellos, aprovechan grandes ráfagas de viento para alcanzar altas velocidades. Para realizar este deporte necesitan de una playa que esté acondicionada, muy extensa. El largo balneario Rada Tilly se presenta en perfectas condiciones. Es un deporte que junta personas de diferentes edades, compitiendo así en regatas por equipos o individuales. Se desempeñan principalmente entre octubre y enero, donde las condiciones climáticas ayudan.

“Viejo deporte que ya se practicaba en la época de los faraones y que un deportista belga llegado a estas tierras fue quien impulsó el desarrollo de esta destreza.”. (Pons, S/F).



**Figura n°2.3:** Carro realizando Carrovelismo en la playa Rada Tilly, por el Archivo fotográfico de la página interpatagonia, S/F, Interpatagonia

(<https://www.interpatagonia.com/comodororivadavia/carrovelismo-rada-tilly.html>).

- Visita al primer museo de Comodoro Rivadavia

El primer museo de Comodoro Rivadavia, el de la figura n°2.4, fue fundado gracias a una donación realizada por Antonio Garcés entregando más de 7000 piezas museológicas de su colección privada. “El Museo Regional Patagónico Profesor Antonio Garcés” encuentra sus fundamentos en 4 bases importantes: Paleontología, Arqueología, Ciencias Naturales y culturas originarias de la región. Como se puede ver en la imagen inferior podemos ver que es utilizado para exponer aquellas piezas valiosas en cultura, también, en la segunda figura n°2.5, podemos ver como es un lugar concurrido por visitas escolares con el objetivo de generar conocimiento y valor a la historia de la ciudad. (Interpatagonia, S/F).



**Figura n°2.4:** Exposición de las piezas museológicas históricas de Comodoro Rivadavia, por La Revista Comodoro Turismo #1, 2021, ISSUU ([https://issuu.com/revistacomodoroturismo/docs/revista\\_comodoro\\_turismo\\_issuu](https://issuu.com/revistacomodoroturismo/docs/revista_comodoro_turismo_issuu)).



**Figura n°2.5:** Excursión estudiantil al museo de Comodoro Rivadavia, por La Revista Comodoro Turismo #1, 2021, ISSUU ([https://issuu.com/revistacomodoroturismo/docs/revista\\_comodoro\\_turismo\\_issuu](https://issuu.com/revistacomodoroturismo/docs/revista_comodoro_turismo_issuu)).

Actualmente, es un museo acreditado oficialmente como el más antiguo de la ciudad, cuenta también con un grupo de gente que trabaja en defender, proteger e informar sobre el valor patrimonial que tiene. (Interpatagonia, S/F).

- Trekking de la luna llena

Todos los años, una vez por mes, en Comodoro Rivadavia se realiza una caminata a pie de larga distancia, generalmente de altas montañas y de zonas poco frecuentadas por el turismo convencional. Gracias a esta actividad se puede presenciar vistas panorámicas y fenómenos astrológicos en entornos naturales. Esta propuesta fue llevada a cabo por el Ente Comodoro Turismo con la participación del Ente Autárquico Comodoro Deportes, Secretaría de cultura, Secretaría de Salud y Subsecretaría de ambiente.

En la figura N. ° 2.6, se puede observar uno de los destinos visitados por los turistas en el recorrido. Esta es una de las ubicaciones, conocida como el Cerro Viteau. También se realiza en demás ciudades como: Astra, Diedama, Laprida y muchas más. (Comodoro Turismo, 2021).



**Figura n°2.6:** Excursión Trekking de la Luna Llena en el Cerro Viteau, por La Revista Comodoro Turismo #2, 2021, ISSUU (<https://issuu.com/revistacomodoroturismo/docs/ct - oton o - issuu>).

- Espacio recreativo y cultural, LUPAT

En el espacio Lupat se puede conocer todo sobre la historia de Comodoro y la Patagonia desde una mirada diferente. Como se puede ver en la figura n°2.7, con fotografías, videos, mapas, planos, objetos, periódicos y libros, se aprende como la zona fue evolucionando.

Lupat se encuentra en la zona norte de Comodoro Rivadavia e invita a realizar un repaso histórico desde tres miradas diferentes. (Comodoro Turismo, 2021).



**Figura n°2.7:** Mural del espacio recreativo y cultural Lupat, con fotografías históricas del desarrollo de Comodoro Rivadavia, por La Revista Comodoro Turismo #2, 2021, ISSUU (<https://issuu.com/revistacomodoroturismo/docs/ct - oton o - issuu>).

Primero desde una familia inmigrante que finalizando el siglo XIX se establece en la zona y cuida de objetos domésticos con gran valor. Segundo, comenzando desde la historia urbana con fuentes de censos, ordenanzas, expedientes, protocolos, fotografías y periódicos a través de 120 años. Por último, La Cuenca del Golfo San Jorge y su fuente cartográfica comenzada en el 1500 y finalizada en la actualidad.

- Corredor Turístico de la Patagonia Central:

El Corredor Turístico de la Patagonia Central es una extensa área que conecta múltiples localidades y permite explorar una impresionante porción de la Patagonia. Esta zona se compone de 2.400 kilómetros cuadrados, abarcando desde el océano Atlántico hasta la Cordillera de Los Andes en un tramo de 400 kilómetros, y desde el sur de Chubut hasta el norte de Santa Cruz en un tramo de 600 kilómetros. Se caracteriza por tres entidades geográficas bien definidas: la costa, la meseta y la cordillera, cada una con sus propios atractivos naturales y culturales.

El corredor incluye 17 localidades ubicadas entre Chubut y Santa Cruz: Puerto Deseado, Jaramillo, Fitz Roy, Cañadón Seco, Caleta Olivia, Pico Truncado, Las Heras, Los Antiguos, Perito Moreno, Lago Posadas, Camarones, Comodoro Rivadavia, Rada Tilly, Sarmiento, Río Mayo, Alto Río Senguer y Aldea Veleiro. Además, se pueden visitar diversas reservas naturales, tales como Punta del Marqués, Reserva Natural Cabo Blanco, Reserva Natural Río Deseado, Reserva Provincial Isla Pingüino y Reserva Natural Bahía Laura.

La meseta es rica en paleontología, con puntos de interés como el Bosque Petrificado de Sarmiento y el Parque Nacional Bosques Petrificados de Jaramillo. La Cueva de las Manos, al sur de Perito Moreno, es



el mayor tesoro arqueológico y ha sido declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad. Por último, la región cordillerana ofrece una naturaleza imponente, con lagos y ríos que aún conservan la pureza de los paisajes vírgenes. (Comodoro Alma Patagonia, S/F).

## 2.2 Puntos de interés

- Rocas Coloradas

El área natural protegida llamada Las Rocas Coloradas. Aquí podremos encontrar diferentes tipos de vegetación y fauna costera, presenciando un lugar de descanso de los lobos marinos, y un bosque petrificado de más de 60 millones de años. Es característico por su belleza natural y su valor arqueológico, cubriendo un área total de 95.000 hectáreas. Se puede presenciar en la figura n° 2.8 como la variedad de paletas de colores con sus colores rojizos y el azul verdoso del mar.



**Figura n°2.8:** vista aérea de un lago encontrado dentro del área natural protegida, Las Rocas Coloradas, por La Revista Comodoro Turismo #1, 2021, ISSUU ([https://issuu.com/revistacomodoroturismo/docs/revista\\_comodoro\\_turismo\\_issuu](https://issuu.com/revistacomodoroturismo/docs/revista_comodoro_turismo_issuu)).

Esta se encuentra ubicada a 20 km del norte de Comodoro Rivadavia, en la provincia de Chubut. El principal objetivo del área es proteger y preservar el patrimonio natural de la tierra y naturaleza, teniendo también un rico registro paleontológico y geomorfológico.

Recorriendo las rocas coloradas podemos disfrutar de su inmensidad y las plantas que allí se encuentran. Es una zona en la cual, se la llama el tesoro de la biodiversidad, ya que se pueden encontrar unas 125 especies de semillas.

La vegetación que predomina en la zona de las rocas coloradas, matas, arbustos y coirones. Las plantas están adaptadas para sobrevivir hasta en las condiciones más difíciles: Fuertes vientos y temperaturas altas, baja humedad y la evapotranspiración (combinación de dos procesos: Evaporación desde el suelo y desde la superficie cubierta por las plantas y transpiración desde las hojas de las plantas.)

También se encuentran praderas de pasto de mallín, junquillo y cola de zorro, los cuales son los principales alimentos para ganado y la vida silvestre.

La vegetación presentada también cumple una función importante para los pueblos originarios y la comunidad urbana y rural. Son utilizados para fines de rituales, alimenticios, medicinales, textiles, de cosmética y perfumería. Marca su importancia también por la protección de los suelos de la erosión, proveer abrigo, refugio y alimentación a la fauna y oxigenar el ambiente.

En cuanto a lo que sería la vida animal, en esta ubicación, se frecuentan, pulpos, cangrejos, arañas, moluscos y una gran diversidad de peces. Se encuentran en abundancia peces como el pejerrey y el róbalo. En el verano aparecen nuevas especies que no frecuentan, durante el año, tales como: el pez elefante, mantarrayas y tiburones como el cazón, el gatuzo y el gatopardo. Estas especies de animales mencionadas se encuentran clasificadas como en peligro de extinción por la Unión Internacional de Conservación de la Naturaleza (UICN).

En la reserva también podemos encontrar mamíferos marinos, principalmente, lobos marinos de un pelo. Como se lo ve en la figura n° 2.9 están ubicados en el islote “La Tómbola”. (Comodoro Turismo, 2021).



**Figura n°2.9:** El islote de lobos marinos, por Comodoro Ultra Trail, S/F, Comodoro Ultra Trail (<https://www.comodoroultratrail.com/el-lugar>).

Pasando a la vida animal terrestre, los más encontrados aquí, son: el guanaco, la mara patagónica, la liebre europea, el piche, el zorro gris y el zorro rojo, el de la figura n° 2.10, el zorrino y roedores tales como el cuis y el tuco tuco.



**Figura n°2.10:** Fotografía de un zorro rojo deambulando en Comodoro Rivadavia, por Municipalidad de Comodoro Rivadavia, S/F, Municipalidad de Comodoro Rivadavia (<https://www.comodoro.gov.ar>).

Las aves aéreas presentes en la reserva natural constan de 121 especies. Allí encontramos aves marinas, el gaviotín sudamericano y gaviota capucho café, el petrel gigante, el macá grande, la paloma antártica, la de la figura n° 2.11, las gaviotas cocineras, los cormoranes imperiales y cormorán rockero, además de patos y chorlos. En cuanto a las aves terrestres, encontramos cisnes, garzas, cauquenes, el choique, jotes, águila mora, carancho, chimango, martinetas, halcones, gallaretas, gorriones, chingolos, el yal negro, comesebo andino. (Comodoro Turismo, 2021).



**Figura n°2.11:** Fotografía de una paloma antártica encontrada en el puerto de Comodoro Rivadavia, por Carlos Alberto Miranda, 2022, Eco Registros (<https://www.ecoregistros.org/site/imagen.php?id=482640>).

- Barrio Laprida

El Barrio Laprida nació como una zona en la cual los inmigrantes europeos se asentaron y más tarde, como quinta de campamento petrolero de YPF. En el transcurso de los años se fue transformando así en un barrio popular de familias norteñas. Los habitantes, en su mayoría son: migrantes, catamarqueños y riojanos, lograron impulsar “El Festival del Damasco” gracias a que en estas zonas crecen frutos plantados que les recuerda del norte. Este barrio se caracteriza por la solidaridad de sus habitantes y la comunidad que los une. Aquí mismo también se ofrece un cóctel de autor llamado el “Atardecer de Laprida”. (Tapia, 2021).

- Reserva natural de Punta del Marqués

En la reserva natural, ubicada en Punta del Marqués situada en el sur de la provincia de Chubut, al sur de la ciudad de Rada Tilly. La meseta Punta del Marqués se distingue porque sale sobre el mar por 2,6 kilómetros dando un gran paisaje.

La reserva, en invierno, tiene temperaturas de bajo 0°C y en verano superando 30°C de calor. Presenta un clima templado-frío con grandes vientos del oeste que se contemplan durante todo el año. Principalmente en noviembre a enero, estos vientos llegan a velocidades de 100 km/h.

La flora de Punta del Marqués, se compone de especies de plantas que se adaptan al clima seco. Ejemplares presentes en esta área son arbustos de bajo tamaño como: Neneo, Coirón, malaspina, botón de oro y muchas más. En cuanto a la fauna presente, por la escasez de agua, son: El zorro colorado, zorro gris, guanacos, cuises y demás. Los animales que habitan, son característicos por recorrer altas distancias para conseguir alimento. Pasando a la zona marina, además del apostadero de lobos marinos, podemos encontrar mamíferos como la ballena franca, rorcuales y delfines.

Las prácticas principales en la reserva natural por su gran paisaje son de senderismo, *mountain bike* y/o la observación de animales en su naturaleza tanto marina como terrestre. (Comodoro Turismo, 2021).

Se pueden encontrar grupos de Lobos marinos que viven allí durante todo el año, como se puede ver en la figura n°2.12. Dentro de la reserva podemos encontrar puntos de miradores hacia un golfo natural. En temporada, cuenta con visitas guiadas para poder contemplar en detalle y tener un recorrido completo de la reserva. Al estar más cerca de una zona desértica, el viento puede ser un impedimento para realizar esta visita. Los lobos marinos se encuentran durante todo el año, habiendo épocas en las cuales la manada varía en su tamaño. Principalmente en los meses de octubre y diciembre es cuando podemos encontrar su, así disfrutar de un espectáculo natural. (Patagonia Argentina, S/F).



**Figura n°2.12:** Lobos Marinos tomando sol, ubicados en Punta del Marqués, por Fotoplomer, S/F, Chubut Patagonia Argentina (<https://chubutpatagonia.gob.ar/experiencia/area-natural-prottegida-punta-marques/>).

- Playa Costanera

La costanera es el punto de encuentro de la avenida principal de la ciudad, cuenta con una playa redonda y un extenso paseo para caminar, correr, andar en bicicleta o simplemente apreciar la puesta de sol. Además, es un lugar para practicar deportes acuáticos durante todo el año, degustar la gastronomía patagónica y disfrutar de impresionantes vistas del comienzo del casco céntrico. Desde allí podemos visualizar el Cerro Chenque, el Golfo San Jorge, el Puerto Antonio Morán y el horizonte infinito del Océano Atlántico.

Desde la playa se pueden observar aves autóctonas, lobos marinos e incluso ballenas durante la temporada. En verano, este lugar se transforma en el balneario más popular de la zona. (Comodoro Alma Patagónica, S/F).

- Playa KM3

El Barrio General Mosconi (KM3) forma parte del Patrimonio Histórico y Cultural de Comodoro Rivadavia. Su balneario, con mareas altas, playa de canto rodado y fuerte oleaje, es para actividades náuticas. Además, el paseo costero ofrece vistas panorámicas y privilegiadas del océano Atlántico.

Al final del paseo, se encuentra un sector con mesas y bancos para picnic, espacio verde, cancha de voley y juegos infantiles, lo que lo convierte en un lugar óptimo para pasar el día en familia. (Comodoro Alma Patagónica, S/F).

- Mirador Cerro Chenque

La vista panorámica completa muestra las mesetas en el horizonte, el mar infinito, la zona céntrica y sus edificios emblemáticos, así como la localidad de Rada Tilly y la Reserva Natural Protegida Punta Marqués al sur.

El Cerro Chenque, compuesto por materiales sedimentarios intercalados con bancos de ostreras milenarias, es un atractivo natural distintivo de Comodoro Rivadavia y el símbolo de la cultura de la ciudad y su historia. En lengua mapuche, su nombre significa "cementerio". (Comodoro Alma Patagónica, S/F).

## **2.3 Educación**

La oferta educativa de Comodoro Rivadavia es de gran magnitud, desde los primeros niveles iniciales hasta los niveles universitarios. Existen distintas escuelas tanto públicas como privadas e institutos técnicos para próximos profesionales que educan en diferentes áreas. (Municipalidad de Comodoro Rivadavia, S/F).

Del lado de la educación universitaria podemos encontrar que la ciudad cuenta con una sede de la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco. Del lado de la educación privada, se encuentra una sede de la Universidad Católica de Salta, la Universidad de Belgrano, la Universidad UCES, entre otras.

La construcción de nuevas escuelas e implementación de programas para capacitar docentes fueron algunas de las inversiones que hicieron las autoridades de la ciudad para mejorar la educación. A pesar de ello, sigue siendo un desafío mejorar la calidad de educación y enfrentar la falta de equidad en el acceso a la misma. (Canal 12 Web, S/F). (Radio 3, 2022).

La principal institución pública universitaria es la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco (UNPSJB), una universidad pública fundada en 1974, podemos encontrar una gama de carreras amplia y también de posgrados, en las áreas de conocimiento de ingeniería, ciencias sociales, ciencias naturales, salud y humanidades. También cuenta con centros de investigación y extensión. (Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, 2015).

Para la formación de artes plásticas, música y danza, las clases las dan en el Instituto Superior de Arte que también se encuentra en la ciudad. (Instituto Superior de Arte, S/F).

Dentro de la educación secundaria, las principales instituciones son la Escuela de Educación Secundaria N.º 742 "Don Bosco", el Colegio Nacional "Presidente Julio A. Roca", la Escuela de Educación Secundaria N.º 725 "Padre Jorge Contreras" y el Instituto María Auxiliadora.

"Don Bosco" es de las más grandes de la ciudad, ya que ofrece educación integral a todos sus estudiantes que también cuentan con una amplia gama de actividades extracurriculares.

"Presidente Julio A. Roca" es de los colegios más antiguos y valorados de la ciudad, en donde han concurrido muchos jóvenes talentosos de distintos sectores.

"Padre Jorge Contreras" es una escuela muy prestigiosa y conocida por un alto nivel académico, ya que cuenta con una formación integral de sus alumnos.

Instituto María Auxiliadora es una escuela privada católica que ofrece una elevada calidad de educación y desarrollo de los valores de los estudiantes. (Municipalidad de Comodoro Rivadavia, 2021).

Algunos de los estudiantes de Comodoro Rivadavia, prefieren mudarse a otras ciudades de Chubut como Puerto Madryn para estudiar, por ejemplo, en la Universidad del Chubut o en la sede de la Universidad Tecnológica Nacional. (Universidad Tecnológica Nacional Facultad Regional Chubut, S/F). (Universidad del Chubut, S/F).

## CAPÍTULO 3

### 3.1 Herramientas

- Análisis PESTEL

El análisis PESTEL (factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales) es una herramienta esencial creada por Liam Fahey y V. K. Narayanan para los profesionales de marketing. Permite analizar y monitorear los factores macroambientales, identificando amenazas y debilidades que son útiles para un análisis FODA. Este marco de trabajo detalla el entorno en el que operará la empresa, teniendo en cuenta aspectos políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos, ecológicos, jurídico-legales y otros factores relevantes.

- Factores políticos: Incluyen las políticas gubernamentales, los niveles de pobreza y desigualdad, el desarrollo económico y el acceso a recursos pueden impactar la actividad empresarial.
- Factores económicos: Factores como el PBI, los impuestos, la inflación, las decisiones económicas de otros gobiernos, la devaluación y revaluación de la moneda, las tendencias en los canales de distribución, el déficit gubernamental, entre otros, pueden tener un impacto significativo en el resultado del proyecto.
- Factores sociales: Comprenden la cultura, religión, creencias compartidas, clases sociales y género. Es importante entender la sociedad en la que se insertará el proyecto para aumentar las posibilidades de éxito.
- Factores tecnológicos: incluyen características como el acceso a herramientas informáticas, el manejo de internet y el nivel de cobertura de ciertos servicios. Es útil para determinar el alcance de un proyecto y sus posibilidades de integración en el entorno.
- Factores ecológicos: incluyen elementos relacionados con la preservación del medio ambiente, como los efectos del cambio climático, nivel de contaminación, probabilidad de sufrir desastres naturales, y la legislación que regula la actividad de las empresas en este ámbito. Es especialmente relevante si el proyecto mantiene un contacto directo con los recursos naturales o materias primas.
- Factores legales: Cada lugar tiene sus propias leyes que es necesario respetar. Las empresas deben cumplirlas y actuar dentro del marco establecido. Es necesario conocer la legislación sobre factores que puedan influir en la marcha del proyecto, como los hábitos de consumo, roles sociales, libertades y la intervención del Estado.

Para utilizar el método es necesario realizar un ejercicio de previsión y probabilidad siempre y cuando las proyecciones sean verosímiles y realistas. Este análisis es crucial para evaluar los riesgos externos, como



en el proceso de internacionalización de productos y servicios, y también permite a las organizaciones adoptar estrategias que les ayuden a adaptarse a los cambios y tendencias en su sector de actividad. (Fahey, Narayanan. 1986)

Político:

Juan Pablo Luque, miembro del Partido Justicialista, es el actual intendente de Comodoro Rivadavia en Chubut, desde diciembre de 2019, ha intentado resolver desafíos como la crisis económica y la falta de recursos, así como problemas sociales y de infraestructura.

El Concejo Deliberante de Comodoro Rivadavia está compuesto por 12 concejales que representan a diferentes partidos políticos. Actualmente, el PJ tiene la mayoría de los concejales con 9 miembros, seguido por Cambiemos con 3 y otros partidos menores.

Económico:

Comodoro Rivadavia es una ciudad con una economía diversificada que cuenta con importantes sectores de petróleo y gas, actividad pesquera, turismo, agricultura e industria manufacturera, además de un parque industrial y una zona franca que contribuyen al desarrollo económico de la ciudad y la región.

Comodoro Rivadavia tiene una deuda de \$11.673 millones con la cooperativa Cammesa, que ha sido refinanciada en octubre de 2022 con un plan de pagos a 96 cuotas, una quita del 40% y una tasa de interés del 50%, en el acuerdo participaron funcionarios nacionales y provinciales, así como miembros del Consejo de Administración de la Sociedad Cooperativa Popular y el Intendente Juan Pablo Luque.

El puerto de Comodoro Rivadavia, ubicado en la Punta Borja, es capaz de recibir barcos de hasta 180 metros de longitud y se dedica al tráfico de mercaderías generales, la pesca de altura y a reparaciones navales, siendo un centro importante para la captura de langostino y centolla en la región.

El aumento del precio del petróleo en 2004 hizo que Comodoro Rivadavia se convirtiera en la ciudad más cara de Argentina en cuanto a alquiler de viviendas, lo que acentuó la desigualdad en el acceso a la vivienda y llevó a la formación de asentamientos informales sin acceso a servicios básicos y estigmatizados por los medios y los funcionarios estatales.

Social:

La explotación petrolera en Comodoro Rivadavia ha estado ligada históricamente a la llegada de grupos migratorios, lo que ha generado discriminación y competencia laboral entre ellos y con los habitantes argentinos, limitando sus oportunidades y dificultando su inclusión social.

Durante la pandemia de COVID-19 en Argentina, las medidas estatales fueron consideradas insuficientes en el ámbito cultural, lo que llevó a la creación de alternativas en línea; sin embargo, en febrero de 2021, la asociación civil LUPAT lanzó un programa llamado "turistas por un día" que ofreció visitas gratuitas a lugares emblemáticos de Comodoro Rivadavia, incluyendo un museo sobre la historia de la ciudad, siguiendo protocolos de distanciamiento y uso de barbijo.

La "Fiesta del Petróleo" de Comodoro Rivadavia, que incluía la elección de "reinas del petróleo", empezó en 1947, pero ha perdido relevancia y en 2020 el municipio se unió a la campaña "Ciudades sin reinas" debido a que fomentan la discriminación y los estereotipos basados en la belleza física.

La Fiesta del Pescador, organizada por la gestión municipal liderada por el intendente Juan Pablo Luque, se celebra anualmente el 18 y 19 de marzo con el fin de promover la diversificación productiva y el desarrollo turístico de Comodoro Rivadavia, y en 2023 incluyó música en vivo, feria de artesanos, opciones gastronómicas, actividades lúdicas y el Torneo de Pesca, así como la entrega de reconocimientos a artesanos destacados.

#### Tecnológico:

La situación actual de la infraestructura sanitaria en Comodoro Rivadavia ha generado diversas problemáticas. Se propone la eliminación de los puntos de descarga directa de efluentes cloacales en la costa y cuerpos de agua, y se busca implementar conductos para transportarlos a estaciones de bombeo y plantas de tratamiento. También se están considerando soluciones alternativas para fomentar la optimización y reutilización de fuentes de agua potable, como el uso de agua reciclada para riego forestal, mediante la construcción de tuberías, estaciones de bombeo y plantas de tratamiento.

Se han iniciado gestiones para obtener financiamiento de más de 13 millones de dólares destinados a la infraestructura del Puerto de Comodoro Rivadavia en Argentina, incluyendo el dragado del puerto para alcanzar una profundidad de 10 metros y permitir el ingreso de buques portacontenedores al muelle de ultramar de la ciudad.

#### Ecológico:

La planificación urbana en Comodoro Rivadavia está influenciada por la priorización de la función del yacimiento petrolero, lo que afecta la toma de decisiones sobre el territorio y la seguridad de la población, y se necesita repensar el modelo de planificación urbana y garantizar la participación ciudadana en los asuntos que afectan la calidad de vida.

Desde su creación en diciembre de 1999, la Subsecretaría de Ambiente se ha dedicado a implementar políticas de planificación y gestión del medio ambiente urbano en el gobierno municipal de acuerdo con las normas establecidas para controlar las actividades potencialmente contaminantes, y en la actualidad cuenta con dos direcciones generales: la Dirección General de Evaluación de Impacto Ambiental,

Formulación de Proyectos y Fiscalización y la Dirección General de Servicios Ambientales, ambas bajo la administración del Esp. Daniel González.

La región de Comodoro Rivadavia cuenta con agua, pero su uso es costoso y dependiente de recursos externos, por lo que se necesitan alternativas locales para revertir la situación actual. Además, hay falta de leyes adecuadas y promoción del uso sostenible de los recursos naturales, lo que produce depredación y contaminación de la costa. La escasez de agua impide el desarrollo de la agricultura y la depredación se produce por el desmalezado irresponsable.

Legal:

Ha habido un aumento significativo en los accidentes laborales y enfermedades profesionales en Comodoro Rivadavia, lo que ha llevado a un aumento en la litigiosidad del sector petrolero; aunque la producción petrolera es la principal actividad económica en la región del sur de la provincia de Chubut, la tasa más alta se debe a enfermedades profesionales, lo que a menudo no se hace público porque la mayoría de los casos son rechazados. En 2017, se promulgó la Ley 27.348 que trajo cambios a la resolución de conflictos entre los trabajadores y las aseguradoras de riesgos laborales.

El Artículo 3° de De la ordenanza N° 3779/91 fue establecido para hacer frente a problemáticas ambientales como el uso indebido de recursos naturales, la falta de educación sobre cuidado del ambiente, declive en salud pública a causa de daños al ecosistema, acciones que degraden el ecosistema, entre otras.

La ley XXIII - N° 18 de la legislatura de Chubut contiene 2 capítulos acerca de los desarrollos turísticos en áreas naturales agrestes.

En el Capítulo II se establece que las áreas comunes y privadas deben estar relacionadas, que los derechos de cada propietario sobre las partes comunes no se pueden separar, pero las unidades privadas se pueden vender individualmente. Además, se indica que una entidad jurídica formada por los propietarios será responsable del mantenimiento de las áreas comunes, y sus estatutos deberán incluir ciertas disposiciones.

Mientras que en el Capítulo III se indica que los municipios o la provincia deberán reglamentar ciertos aspectos de la lotificación sin contradecir la ley, y que el proyecto debe respetar el medio ambiente y los valores paisajísticos.

**Figura n°3.1:** Cuadro de elaboración propia.

Desde un punto de vista político, el liderazgo de Juan Pablo Luque y la composición del Consejo Deliberante presentaron desafíos en el abordaje de temas sociales y de infraestructura. Económicamente, la diversificación económica, aunque prometedor, se enfrenta a una pesada carga de deuda y volatilidad en el mercado petrolero. En el aspecto social, se deben abordar temas como la discriminación, el acceso desigual a la vivienda y las consecuencias de la pandemia. En el aspecto tecnológico, mejoras en

saneamiento e infraestructura portuaria son necesarias para el crecimiento y desarrollo de oportunidades económicas en la ciudad. La planificación urbana, la gestión ambiental y el uso sostenible de los recursos naturales son elementos clave para abordar los desafíos ecológicos. Además, se deben considerar las cuestiones legales relacionadas con los accidentes industriales, la protección del medio ambiente y el desarrollo turístico.

En relación a nuestro trabajo de investigación, son más relevantes los factores tanto ecológicos como económicos, debido a que nuestro foco va a estar en la variedad de actividades y en la posibilidad de un turista de invertir en un viaje a la ciudad de vacaciones.

- Análisis FODA

El análisis FODA (factores Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) es una herramienta útil para la planificación y toma de decisiones, ya que permite analizar los factores internos y externos que pueden afectar una situación determinada. Es importante recordar que cada elemento debe ser medible para evaluar si la estrategia seleccionada es la adecuada. (Kotler, Armstrong. 2013a).

Esta técnica también se conoce como análisis DAFO y se le atribuye a Albert Humphrey, un consultor del Instituto de Investigación de Stanford.

<p><u>Fortalezas:</u></p> <p>Ubicación geográfica: Comodoro Rivadavia se encuentra ubicada en la costa atlántica argentina, lo que le da una posición privilegiada para el comercio y la conectividad con otras ciudades.</p> <p>Industria Petrolera: Comodoro Rivadavia es una ciudad importante en la industria petrolera argentina. La ciudad cuenta con varias empresas de petróleo y gas que generan empleos y aportan al desarrollo económico de la ciudad.</p> <p>Diversidad económica: Además de la industria petrolera, la ciudad tiene una economía diversa, que incluye la pesca, el turismo y la agricultura.</p> <p>Educación Universitaria: La ciudad cuenta con varias universidades (como la UNP y la UK) y centros de educación superior, que atraen a estudiantes de todo el país y del extranjero.</p>	<p><u>Debilidades:</u></p> <p>Dependencia de la industria petrolera: Aunque la industria petrolera es una fortaleza, la dependencia excesiva de esta industria va a ser una debilidad en el futuro.</p> <p>Problemas ambientales: La actividad petrolera y otros sectores de la ciudad han generado problemas ambientales, que afectan la calidad de vida de la población.</p> <p>Inseguridad: La ciudad, como varios lugares de Argentina, tiene altos niveles de delincuencia y violencia, lo que genera preocupación entre la población y afecta la inversión y el turismo.</p> <p>Crisis económica: La crisis económica en Argentina ha afectado a la ciudad, con altos niveles de desempleo y falta de recursos financieros para abordar los problemas sociales y de infraestructura.</p>
---	--

<p><u>Oportunidades:</u></p> <p>Programa Nacional Pre Viaje: El programa está diseñado para impulsar la preventa turística y te brinda la posibilidad de recuperar el 50% del monto invertido en tu viaje. Esto incrementa considerablemente las ventajas de visitar Comodoro.</p> <p>Sobreexplotación de sitios turísticos populares: Ciudades como Mar del Plata, Carilo, Mar de las Pampas, entre otras, son sitios demasiado llenos de turistas como para poder disfrutarse cómodamente en verano. Comodoro Rivadavia sería vista como una opción nueva y renovadora en comparación.</p> <p>Pesca: Comodoro es una ciudad con excelentes puntos de pesca, pero no es muy popular entre los que vacacionan para pescar porque requiere bastantes horas de viaje y hay más lugares con similar nivel de pesca más cerca. Es una oportunidad para que la variedad de actividades y los paseos náuticos de pesca terminen de convencerlos a darle una chance a Comodoro.</p>	<p><u>Amenazas:</u></p> <p>Cambios climáticos: El cambio climático afecta la actividad petrolera, la pesca y el turismo en la ciudad, lo que representa una amenaza para la economía local.</p> <p>Competencia de otras ciudades: Otras ciudades argentinas y de la provincia compiten con Comodoro Rivadavia en inversión, turismo y comercio.</p> <p>Desastres Naturales: La zona donde está ubicada Comodoro es proclive a desastres naturales en forma de inundaciones o tormentas con vientos fuertes. Esto sería muy dificultoso para el mantenimiento de la infraestructura, el planeamiento de vacaciones y el funcionamiento de las actividades turísticas en la ciudad.</p> <p>Pandemias y crisis sanitarias: Las pandemias y las crisis sanitarias son perjudiciales para la economía, así como la vida de la población en la ciudad.</p>
--	--

**Figura n°3.2:** Cuadro de elaboración propia.

Comodoro Rivadavia tiene una gran ubicación geográfica útil para la industria petrolera y para el desarrollo de una diversidad económica amplia en los sectores de la pesca, el turismo y la agricultura. Estas brindan una base sólida sobre la cual sostener el potencial de crecimiento de la economía local, aunque exista una gran dependencia por la industria petrolera, en caso de fluctuaciones, los impactos negativos pueden llegar a no ser tan graves. Sin embargo, esta actividad petrolera causa graves desafíos ambientales que deben ser tenidos en cuenta. Otros de los problemas a tener en cuenta es la inseguridad, los cambios climáticos que afectan a la región, la competencia con otras ciudades, la inestabilidad política a nivel nacional y las crisis sanitarias que podrían afectar tanto a los ciudadanos como a los turistas. También sería beneficioso buscar inversiones destinadas a mejorar la infraestructura de Comodoro Rivadavia, ya que existe una clara necesidad de progresar en términos de calidad de vida de sus habitantes

La ciudad cuenta con amplias playas, la Reserva Natural de Punta Tombo, entre otras cosas, para poder desarrollar paseos náuticos que atraigan el turismo. Nuestro punto más fuerte como oportunidad está en la poca explotación de tanto las actividades como puntos turísticos, ya sea por falta de inversión en comunicación o negligencia acerca del mantenimiento de infraestructura para asegurar que los turistas decidan alargar su estadía en la ciudad.

Sin embargo, no hay de dejar de lado las amenazas, ya que los cambios climáticos y la competencia de otras ciudades complicaría mucho la toma de decisiones de los futuros visitantes para elegir Comodoro como su siguiente sitio vacacional.

## CAPÍTULO 4

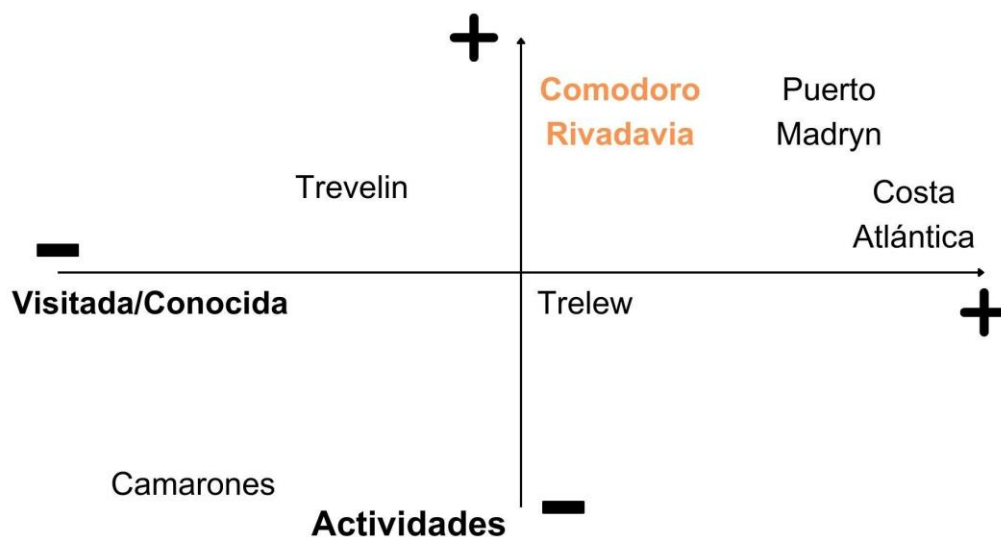
### 4.1 Competidores

Mapa de posicionamiento.

Para nosotros poder interpretar, entender y analizar quiénes son nuestra competencia, y cómo se diferencian de Comodoro Rivadavia, vamos a realizar un “mapa de posicionamiento”. El mapa en el libro de Philip Kotler “Fundamentos del Marketing” explica que “Muestran cómo los consumidores perciben sus marcas frente a productos de la competencia, considerando dimensiones relevantes del proceso de compra”. (Kotler, 2015).

Para nuestro caso a realizar, vamos a utilizar esta metodología de “comparación” y poder saber quienes compiten con la ciudad de Comodoro Rivadavia. Para esto decidimos hacer la comparativa con las ciudades de Puerto Madryn, Trelew, Trevelin, Camarones, Costa Atlántica y Comodoro Rivadavia. De esta manera vamos a identificar cuáles son las ciudades más visitadas/conocidas por el público, si viajan allí por las actividades que se pueden realizar en cada una de las ciudades.

La manera en la cual se va a realizar el mapa de posicionamiento es estableciendo el eje X como Actividades y el eje Y como Visitada/Conocida.



*Figura n°4.1: Cuadro de elaboración propia.*

Comenzando con el eje Y “Visitada/Conocida” Trelew es una ciudad que recibe unas 80.000 de turistas anualmente, tanto ya sean turistas nacionales (provenientes de Argentina) como también internacionalmente. Teniendo como temporada turística desde septiembre hasta marzo, tuvo un crecimiento turístico de 199% desde el 2002. (Todo Argentina, S/F).

Es una ciudad que presenta una buena cantidad de actividades pero menor a Comodoro Rivadavia. Desde Trelew se puede visitar importantes reservas naturales de la región como Punta Tombo, hogar de la mayor pingüinera del continente, o incluso adentrarse aún más en la región hacia la afamada Península Valdés, hogar de colosales visitantes como las ballenas francas. Los turistas también pueden conocer la historia del lugar visitando varios museos, mientras que aquellos interesados en actividades más prácticas pueden disfrutar de la experiencia de agroturismo, pasando un día en las chacras locales, y aprendiendo sobre la producción y las actividades que se llevan a cabo allí. (Patagonia, S/F).

Pasando a la ciudad de Puerto Madryn. Es una de las ciudades que también está en constante aumento turístico, basándonos en lo dicho por Gustavo Sastre, intendente de allí: “Concretamente, se alojaron en la localidad 33.229 turistas, representando un incremento del 20% respecto a 2021”. (El Chubut, 2022).

Por este dato podemos entender que Puerto Madryn es uno de los más fuertes competidores basándose en la cantidad de turismo, ya que cada año continúa rompiendo sus propios récords turísticos. También como Trelew, obteniendo un porcentaje del 95% de turistas argentinos y el 5% restante extranjeros. (*Redacción Chubut, 2022*). Puerto Madryn presenta varias actividades para realizar como turista. Algunas actividades que presenta son: Península Valdés (presente en varias ciudades cercanas en Chubut), Reserva Punta Tombo y Valle del río Chubut, La Patagonia Galesa, Playa El Doradillo, Visita a el Pingüino de Magallanes, Avistaje Embarcado de Ballenas, Valle Inferior Completo, Excursión Colonia de Pingüinos en Punta Tombo, y muchas más. (Patagonia Argentina, S/F).

Continuando así con Trevelin, recientemente por carnaval ha tenido un nuevo récord en cantidad de turistas. Principalmente, turistas de la Provincia de Buenos Aires y Comodoro Rivadavia juntaron una cantidad de 22.024 personas que visitaron Trevelin por lo menos por una noche. (*Redacción Chubut, 2022*). En cuanto a las actividades por realizar, es una ciudad que presenta una gran cantidad de excursiones, con las cuales se recorre varios campos, molinos, sierras y viñas distribuidas por la zona de gran atractivo para el turista. (Trevelin, S/F).

La ciudad de Camarones es una zona la cual es habitada por 1100 habitantes. Es una ciudad que vive principalmente de su puerto pesquero y algunas empresas asentadas allí. Camarones es una ciudad que no presenta mucho turismo, pero al obtener apoyo de las provincias de Comodoro Rivadavia y Puerto Madryn, buscan aumentarlo. (Elcoeditores, 2020).

Sin importar de ser una ciudad de poca población, tiene varias actividades turísticas, las cuales pueden ser atractivas para un turista, principalmente: Playas y excursiones náuticas. (Patagonline, S/F).

Agregamos la Costa Atlántica como otra variable de la Provincia de Buenos Aires, ya que es competencia para Comodoro Rivadavia. Las ciudades de la Costa Atlántica que consideramos son: Las Toninas, Santa Teresita, Mar del Tuyú, Pinamar, Ostende, Valeria del Mar, Cariló, Miramar y muchas más. (Portal de la costa, S/F).

Ellas las consideramos nuestra competencia porque son ciudades que comparten una de las actividades principales con Comodoro, la cual es la playa. A pesar de que las ciudades de la Costa Atlántica no



presentan una gran cantidad de actividades, en comparación a las otras ciudades mencionadas en este punto, son de los mayores atractivos vacacionales para el turista nacional.

Durante enero de 2023, las playas tuvieron un éxito abrumador al recibir más de 2.200.000 turistas, lo que representó un aumento del 7% en comparación con el mismo mes del año anterior. Resulta destacable que el destino turístico más popular de Argentina fue visitado principalmente por residentes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, quienes representaron el 52% del total de turistas. Los habitantes del conurbano bonaerense conformaron el 26% y los del interior del país, el 18%. Este dato revela que la mayoría de los visitantes son turistas locales que disfrutan de las maravillas que ofrece su país. (Infobae, 2023)

Por último, Comodoro Rivadavia es una ciudad muy importante para la provincia de Chubut. Es la ciudad de la provincia con más habitantes, 175.196 personas, a base de un estudio publicado por el Registro Nacional de las Personas en el 2010. Comenta también que Comodoro Rivadavia representa al 37,7% de la población urbana de toda la provincia, siendo 1,8 veces más poblada que la segunda ciudad (Trelew). (Gobierno Nacional, 2010).

Como se puede ver en la siguiente figura n° 4.2 podemos encontrar la ocupación en alojamientos turísticos en temporada alta como festival e invernal, según un estudio más reciente, Comodoro Rivadavia presenta 9625 turistas.

Año	Febrero 2022					Var. Ocupación Febrero	
	Ocupación	Plazas	Pernoctes	Turistas	Estadia	2022-20	2022-21
C. Rivadavia	59%	1.708	28.194	9.625	2,9	16 p.p	30 p.p
El Hoyo	64%	1.153	20.503	5.126	4,0	13 p.p	-3 p.p
Epuypén	91%	266	6.742	2.697	2,5	16 p.p	1 p.p
Esquel	74%	2.362	49.053	16.351	3,0	21 p.p	23 p.p
Trevelin	84%	934	21.990	5.498	4,0	12 p.p	18 p.p
Pto Madryn	82%	6.926	171.384	38.951	4,4	24 p.p	37 p.p
Trelew	50%	1.187	16.699	5.566	3,0	--	--
<b>TOTAL</b>	<b>77%</b>	<b>14.536</b>	<b>314.565</b>	<b>83.814</b>	<b>3,8</b>		

**Figura n°4.2:** Figura que demuestra datos del anuario estadístico de turismo, de valor para el análisis del mapa de posicionamiento, por las Direcciones de Turismo Municipales, 2022, Chubut Patagonia Argentina (<https://chubutpatagonia.gob.ar/wp-content/uploads/2022/07/AET-Chubut-2021-22.pdf>).

En cuanto a la ocupación anual, como podemos ver en la siguiente figura n° 4.3, Comodoro Rivadavia recibe 84.295 personas.

<b>Concepto</b>	<b><u>Cdro. Rivadavia</u></b>
<b>Ocupación →</b>	<b>32%</b>
<b>Turistas →</b>	<b>84.295</b>
<b>Pernoctes →</b>	<b>198.286</b>
<b>Estadía →</b>	<b>2,4</b>
<b>Plazas →</b>	<b>1.708</b>

**Figura n°4.3:** Figura que demuestra datos del anuario estadístico de turismo, específico de la ciudad de Comodoro Rivadavia, por las Direcciones de Turismo Municipales, 2022, Chubut Patagonia Argentina (<https://chubutpatagonia.gov.ar/wp-content/uploads/2022/07/AET-Chubut-2021-22.pdf>).

Finalmente, en cuanto a las actividades, es una de las ciudades con más actividades turísticas durante todo el año. Como fueron mencionadas y detalladas en el capítulo dos, se destaca Comodoro por sus museos históricos y actividades al aire libre, visitando reservas o miradores de gran atractivo turístico.

Estos datos/números, ayudan a darnos una referencia de que dependiendo la estación o mes del año, uno puede conseguir más turismo que otro. La figura n° 4.1 Es una elaboración nuestra de cómo sería el Mapa de posicionamiento según Comodoro Rivadavia y sus ciudades competidoras.

Definiendo así que en cuanto a las variables, las ciudades que más actividades tienen para realizar en un viaje turístico son: Comodoro Rivadavia y Puerto Madryn, Trevelin, Costa Atlántica, Trelew y Camarones. Comodoro se encuentra entre las ciudades con más actividades.

Ahora en cuanto al eje de ciudades visitadas/conocidas podemos definir que Comodoro no es de las más conocidas, por encima de ella, se encuentra La Costa Atlántica y Puerto Madryn. (Ministerio de Turismo y Áreas Protegidas, 2022).

## Conclusiones de la investigación

Una vez realizada la investigación total de la Ciudad de Comodoro Rivadavia, se cuenta con la información necesaria para realizar la siguiente conclusión y así, poder empezar a realizar la campaña.

Podemos notar que Comodoro Rivadavia es una ciudad muy apegada a su historia y orígenes. Sus ciudadanos e instituciones llevan con gran orgullo los emblemas de la ciudad. Estos ciudadanos, también, participan activamente en la toma de decisiones con respecto a las políticas que se van a realizar en la ciudad. La infraestructura de la ciudad y los servicios con los que cuentan día a día se enfocan en mejorar la calidad de estos para mejorar la vida de todos los Comodorenses. A pesar de esto, la ciudad cuenta con diferentes desafíos por superar, como lo son: la contaminación del aire y del agua por mala gestión de los residuos y la actividad petrolera, que a su vez, refiere a otro problema económico de la ciudad, ya que en los últimos tiempos el precio del petróleo ha caído.

En cuanto a la población de Comodoro Rivadavia, notamos que la mayor cantidad de personas tiene entre 15 y 65 años, repartidos casi en partes iguales entre hombres y mujeres.

En cuanto a la comunicación de la ciudad, pudimos ver que cuenta con diferentes diarios y radios locales que solo se transmiten en la ciudad y alrededores.

Las actividades que se pueden hacer en Comodoro Rivadavia van a ser el foco principal que se va a querer comunicar en la próxima campaña. Estas van desde visitas a museos, paseos al aire libre, recorrer lugares y puntos de interés, así como distintos deportes. En específico, estas actividades son: la visita al Museo nacional del petróleo, al Museo Ferroportuario, el Paseo costanera, distintos deportes acuáticos y el buceo, la exploración de la ciudad, la visita al Cerro Chenque, el carovelismo, la visita al Primer museo de Comodoro Rivadavia, trekking de la luna llena, la visita al Espacio LUPAT y el corredor turístico. Dentro de los puntos de interés turístico podemos encontrar: las Rocas coloradas, el Barrio Laprida, la Reserva natural de Punta del Marqués, la Playa costanera, la Playa KM3 y el Mirador Cerro Chenque.

Todas estas actividades son de gran importancia para los Comodorenses, ya que son de gran variedad y de una gama amplia de intereses, y también queremos que sean interesantes para los potenciales turistas que quieran visitar la ciudad.

Gracias a los análisis que realizamos podemos notar que Comodoro Rivadavia, actualmente, se enfrenta a una crisis económica y a una escasez de recursos para abordar los problemas de la ciudad, a pesar de contar con diferentes actividades económicas como lo son la industria portuaria y petrolera. Estas continúan siendo un problema por la fuerte competencia por parte de otras ciudades Argentina, la inestabilidad política y la corrupción en la ciudad. Aun así, podemos notar una fuerte oportunidad para el desarrollo turístico gracias a las actividades que se pueden realizar en la ciudad y también oportunidades de mejora en la infraestructura.

Frente a las ciudades competidoras del turismo (Puerto Madryn, Trevelin, Costa Atlántica, Trelew y Camarones) notamos que Comodoro Rivadavia es una de las que cuenta con más actividades para realizar durante todo el año, destacando las visitas a museos y reservas, así como también, actividades al aire

libre, pero también no es tan conocida o visitada como los son la Costa Atlántica y Puerto Madryn, además de que suele ser una ciudad en la cual la gente se queda por un corto período de tiempo para después, rápidamente, viajar a otra ciudad.

Comodoro Rivadavia es una ciudad con un fuerte potencial turístico para los ciudadanos de toda Argentina gracias a todas las actividades que se pueden realizar dentro de ella.

## CAPÍTULO 5

### 5.1 Objetivo de Marketing

Definimos nuestro objetivo de marketing como: Motivar al turismo, en la ciudad de Comodoro Rivadavia, aumentando a 100.000 turistas anuales en un plazo de 1 año. Realizaremos este objetivo siguiendo la estructura del modelo SMART (Specific, Measurable, Achievable, Result-oriented, Time-limited) desarrollado por el autor George T. Doran, definiéndolo como que son los que establecen metas de una manera precisa y fácil de comunicar. (Tableau, S/F).

De esta manera, el objetivo tiene una intención, una forma de medirlo y un plazo específico en que se logrará. Nuestro objetivo está armado en búsqueda de aumentar la cantidad de turistas anuales en la ciudad de Comodoro Rivadavia. Sería aumentando 15.705 turistas (llegando al objetivo de 100.000 turistas anuales), siendo un 15,65% más de los que actualmente llegan a la ciudad de Comodoro Rivadavia (84.295 turistas anuales). Con estos datos, el objetivo es medible.

Es un objetivo específico porque buscamos motivar, lograr que la gente se sienta atraída por el destino turístico expresado en la campaña.

Contamos con que es logvable, ya que no estamos queriendo aumentar una gran cantidad de personas, sino aumentar en un porcentaje realizable. Ya habiendo conseguido un número de turistas anuales grande, podemos sobrepasar este número.

Siendo limitado el tiempo, el objetivo lo determinamos a cumplir en un plazo de un año porque buscamos aumentar el turismo anual.

### 5.2 Estrategia de marketing

Los consumidores son el centro de la estrategia de marketing, cuyo objetivo es crear valor y relaciones rentables con ellos. Utilizando la segmentación y el posicionamiento, la empresa se enfoca en atender a los clientes más promisorios. Se realiza un análisis, planificación, implementación y control de marketing para adaptarse al entorno de marketing.

Esto se logra identificando el mercado meta, diferenciándose de la competencia y posicionándose de manera efectiva. Además, la empresa debe determinar el nivel de gasto en marketing requerido para alcanzar estos objetivos. (Kotler, Armstrong, 2013b).

En nuestro caso, la opción más efectiva es optar por una estrategia de diferenciación; que tiene como objetivo distinguir los productos o servicios de una empresa de los de sus competidores mediante la identificación de características únicas y valiosas que satisfagan mejor las necesidades y deseos del mercado objetivo.

Con esta guía utilizaremos las actividades y puntos fuertes de la ciudad para atraer a los potenciales turistas, generando valor al target específico armado.

### **5.3 Estrategia de comunicación**

Buscamos seguir una estrategia de visibilidad, aumentar la presencia de Comodoro Rivadavia en el rubro del turismo patagónico que está muy poco valorado y limitado por el gran porcentaje de visitantes que reciben las ciudades más populares como Puerto Madryn, Bariloche, Ushuaia, entre otras.

Uno de los focos más importantes va a estar en destacar ante la competencia, mostrar una perspectiva distinta y atractiva para incrementar la consideración de la ciudad como destacado punto turístico. Entre los ejes para lograr el objetivo se encuentra modificar la visión del viajante para que deje de ver a Comodoro como una ciudad transitoria y la considere como un destino lleno de actividades para pasar varios días y disfrutar de su cultura, naturaleza e historia.

### **5.4 Tipo de Campaña:**

El tipo de campaña que utilizaremos para nuestra estrategia de comunicación es la de comunicación integral de las marcas. Esta sirve para, a través de distintas herramientas promocionales, construir y mantener la conciencia, la identidad y la preferencia de marca hacia el target. También será promoción sobre la línea, ya que la transmitiremos por medios convencionales como televisión, internet, radio y revista. (O'Guinn, Allen, Semenik, 2013).

La comunicación integral de las marcas nos servirá para comunicar las distintas actividades que se pueden realizar en la ciudad de Comodoro Rivadavia, que son la clave para atraer el turismo en la zona, como El Cerro Chenque, Las Rocas Coloradas, el trekking de la luna llena, los deportes acuáticos, entre otros.

### **5.5 Target**

Hombres y mujeres de edades 25 a 50 NSE Medio/ Medio alto

El público objetivo son las personas a las que se quiere llegar y lograr influenciar con nuestro mensaje. El término target fue descrito por Philip Kotler quien lo definió como: "Cualquier grupo que tiene un interés real o potencial o un impacto sobre la capacidad de una organización para lograr sus objetivos." (Kotler, Armstrong, 2013c).

Gracias a esta definición decidimos realizar una campaña que se adapte específicamente al target al cual buscamos llegar. Así, la campaña que se hará para Comodoro Rivadavia, va a ser más efectiva, logrando motivar e incentivar a transformarse en nuevos turistas. Personas las cuales conocerán este destino y lo considerarán una gran opción de viaje.

De esta manera desarrollamos nuestro target de la campaña alineada con la gente a la cual queremos que sean nuevos turistas para Comodoro Rivadavia. Estas personas son Hombres y Mujeres de edades entre

25 y 50 años con un nivel socioeconómico medio/medio alto. Residen en las grandes ciudades de la provincia de Buenos Aires, CABA/GBA, Provincias de Córdoba, Mendoza y Santa Cruz.

Para poder definir exactamente la cantidad de personas a las cuáles estamos apuntando, nos basamos en un archivo del INDEC sobre el censo del 2010. En este archivo podemos encontrar como está dividida la población según edad y provincias de Argentina. Así sumamos, grupos de edad de entre 15-64 años de las provincias de Córdoba (2.133.846), Mendoza (1.114.540), Santa Cruz (182.400) y los partidos del Gran Buenos Aires (6.440.229). Sumando todos estos datos, el total es de 9.871.015 personas, de este número vamos a restar el 50% debido a que ese porcentaje pertenece a personas de un nivel socioeconómico demasiado bajo. Una vez restado nos da 4.935.506 personas, de las cuales queremos impactar al 50%, por lo que el total final de nuestro target es de 2.467.753 personas. (INDEC, 2010)

Son personas que en su día a día trabajan, o son padres de familia. Destinan la mayor parte de su día en el trabajo, para conseguir dinero, vivir cómodos y gozar de vacaciones. Son personas que acostumbran a estar muy ocupados con el trabajo o con su familia. Le dan mucho valor a pasar tiempo de calidad con sus seres queridos o amigos.

También ocupan su tiempo para hacer actividad física, quieren estar bien físicamente para ellos mismos. Mantienen su salud y la de su familia. Sus principales actividades son Gym, Yoga y Fútbol.

Disfrutan del aire libre y pasar momentos con la naturaleza. Son amantes de viajar y conocer lugares nuevos para vacacionar. Siempre que tienen la posibilidad de realizar un viaje, lo hacen acompañado de sus familiares: pareja, hijos, padres, tíos, demás familia. Son personas con preferencias al clima frío y vacaciones solitarias y tranquilas, el calor suele traer ambientes de desorden y aglomeración de personas, cosa que les agradecería evitar.

Cuando vacacionan son personas que se mueven mucho, viajan dentro de la ciudad donde fueron o la recorren en su mayoría. Buscan siempre conocer algo nuevo cada vez que visitan una ciudad. Disfrutan de mirar la naturaleza, desde miradores o en la playa misma.

En el poco tiempo que tienen buscan realizar todas las actividades posibles diciendo que de esa manera es que se aprovecha un viaje.

Elegimos este target, ya que consideramos que son los que más activos están en sus vacaciones. Este grupo de personas vive en medio de las grandes ciudades de Buenos Aires. Son personas muy ocupadas, por lo que la ciudad de Comodoro Rivadavia sería un destino ideal para despejar de la ciudad y poder realizar actividades en la naturaleza. Como buscan escapar de una zona alterada y cargada de gente, Comodoro, es un destino que no alberga tanta población. Gracias a esto podrán conseguir cumplir su objetivo de relajarse, conocer un lugar nuevo y realizar actividades.

## **5.6 Clusters**

Partiendo de la variable, “Aventureros” distinguimos este Clusters:

1- Deportistas escapando de la ciudad: Les interesan las actividades al aire libre. Suelen hacer deportes en la ciudad en la que viven, como natación y fútbol, y les gusta salir a correr. Buscan activamente lugares alejados del paisaje urbano, ya que quieren salir de la rutina diaria. Quieren vivir experiencias nuevas y gracias a su estado físico, pueden permitirse disfrutar de cualquier tipo de actividad. Cuando se van de vacaciones son de buscar lugares donde hacer distintos tipos de actividades, donde su finalidad es conseguir sentirse realizado. La motivación de estas personas está en la diversión, el juego, la distensión que puede ofrecerle las actividades recreativas. Suelen ser personas jóvenes, pero también pueden estar entrando en la mediana edad, buscando una salida de la rutina laboral que vienen realizando durante años.

2- Viajeros Extremos: Son personas cuyo interés principal se encuentra en la autosuperación, buscan romper los límites que les marca su cuerpo. Son muy energéticos y están siempre llenos de entusiasmo, con estados físicos de mucha resistencia, músculos marcados y bajo tenor de grasa. Su elección de vacaciones no es la más popular o disfrutable debido al nivel físico y mental que exige su elección en actividades, así que suelen vacacionar con un grupo muy íntimo o particular que comparta tanto su estado físico como sus valores de empujar al cuerpo al límite. A diferencia de las personas que viajan para realizar deportes, los viajeros extremos no tienen el mismo interés en la diversión, el trabajo en equipo o los valores del deporte, ellos buscan enfocarse en sí mismos y en su capacidad de lograr cada vez más. Son personas jóvenes, ya que este nivel de estrés al cuerpo puede ser peligroso para personas de más de 40 años.

3- Aventureros hasta la médula: Son personas que siempre están buscando descubrir, explorar, recorrer lugares nuevos. Si se les preguntara cuáles son los lugares a los que les gustaría visitar algún día en su vida, sacarían una lista extensiva con más de 100 lugares abarcando todo tipo de países y culturas. Su disfrute máximo es la sensación que genera encontrarse con paisajes desconocidos. No tienen físicos estéticos, pero sí suelen tener mucha resistencia cuando se trata de caminar por varias horas. Su rango etario puede variar, desde gente muy joven hasta personas rozando los 50 años. A pesar de esto, todos comparten el mismo espíritu aventurero y pasión por las excursiones, lo nuevo los atrapa.



## 5.7 Brief

### BRIEF DE AGENCIA PARA UNA COMUNICACIÓN INTEGRAL DE MARCA

<b>MARCA:</b> Municipalidad de Comodoro Rivadavia.	<b>PROYECTO:</b> TURISMO Comodoro Rivadavia	<b>FECHA:</b> 5/5/2023	<b>ES UN BRIEF PARA REALIZAR:</b> Aumentar el turismo en la ciudad de Comodoro Rivadavia
---	--	---------------------------	---

#### 1. OBJETIVO DE MARKETING:

-Motivar al turismo en la ciudad de Comodoro Rivadavia, aumentando a 100.000 turistas anuales en un plazo de 1 año.

#### JTBD:

Comodoro Rivadavia cuenta con una gran cantidad de competencia. Ciudades como Puerto Madryn y las ciudades de la costa de Buenos Aires, se llevan la mayoría del turismo nacional. Lo que genera que Comodoro deje de ser un punto turístico y conocido por un viajero común y si lo conoce es porque lo visitó por poco tiempo, siendo una ciudad de paso. Buscaremos con nuestro objetivo transformar la visión de nuestro público y motivar a que más gente nos visite, conozca y pase tiempo de calidad en la ciudad. Así logrando aumentar la cantidad de turistas anuales.

La forma en la cual vamos a conseguir cumplir con nuestro objetivo de marketing es, motivando y promulgando las varias actividades a realizar como turista en la ciudad de Comodoro Rivadavia.

La idea sería transmitir y cambiar el concepto de que si uno visita la ciudad es porque está de paso. (Aumento de cantidad de días) nos visite para hacer actividades y crear momentos de calidad en compañía y conocer la ciudad.

#### OBJETIVO DE LA COMUNICACIÓN:

Informar al 50% del target que Comodoro Rivadavia cuenta con una gran cantidad de actividades en un plazo de 3 meses

#### 2. DESCRIPCIÓN DE LA MARCA Y/O PRODUCTO.

Comodoro Rivadavia es una ciudad en la provincia de Chubut, Argentina, ubicada entre la meseta y el mar en el Golfo San Jorge. La ciudad es conocida por su importante papel como centro industrial y por su rica historia y cultura. La ciudad ofrece una amplia variedad de paisajes naturales y actividades al aire libre para los visitantes, así como una gastronomía local única.

#### 3. PÚBLICO OBJETIVO

Variables duras: Hombres y Mujeres de edades entre 25 y 50 años con un nivel socioeconómico medio/medio alto. Residen en las grandes ciudades de la provincia de Buenos Aires, CABA/GBA, Provincias de Córdoba, Mendoza y Santa Cruz.

Variables blandas: A este grupo de personas les encanta el contacto con la naturaleza, viajar y conocer nuevos lugares en compañía de sus seres queridos. Durante las vacaciones, suelen moverse mucho explorando las actividades y sitios turísticos de su destino. Disfrutan de un clima fresco y tranquilo, evitando el calor sofocante y las multitudes.

Clusters:

- 1- Deportistas escapando de la ciudad
- 2- Viajeros Extremos
- 3- Aventureros hasta la médula.

#### 4. **INSIGHTS**

No contamos con insights, pero sí logramos conseguir descubrimientos valorables para la campaña:

- 1- No hay un gran nivel de seguridad en Comodoro Rivadavia.
- 2- Es una ciudad de paso. Estadía Pernocta
- 3- No hay muchas actividades para hacer en Comodoro Rivadavia.
- 4- El clima no es el ideal para vacacionar. Hace frío y hay mucho viento.
- 5- Es muy parecida a Puerto Madryn
- 6- No hay un gran cuidado por el medio ambiente

#### 5. **ACCIÓN DESEADA**

##### **¿Qué siente, piensa y hace el target ahora? (En relación con nuestra marca y su categoría)**

**SIENTE:** Desinterés, indiferencia y desmotivación para visitar la ciudad. Suponen que van a aburrirse si van.

**PIENSA:** Las actividades de la ciudad están basadas casi totalmente en la explotación petrolera, tiene un clima hostil y no muchos puntos turísticos interesantes para visitar.

**HACE:** Utiliza la ciudad únicamente para quedarse 1 o dos días máximo, sin realmente visitar muchos de sus puntos turísticos, y la relega a ser un punto de pasada en un viaje mucho más largo.

##### **¿Qué queremos que sientan, piensen y hagan luego de ver la comunicación? (En relación con nuestra marca y su categoría)**

**SIENTE:** Curiosidad, entusiasmo por visitar la ciudad, y están expectantes a realizar las varias actividades al aire libre que ofrece la ciudad.

**PIENSA:** Considera que la ciudad es una opción excepcional y destacada para vacacionar, comparte la opinión sobre lo increíble que son sus puntos turísticos y lo genuino de su belleza natural.

**HACE:** Planea un viaje a la ciudad para pasar varios días visitando la ciudad, y si ya lo hizo, recomienda su visita a su círculo cercano o en redes sociales.

#### 6. **¿CUÁL ES EL PUNTO MÁS IMPORTANTE A COMUNICAR? “PUC”**

El punto más importante a comunicar, en nuestra campaña, va a ser la variedad de actividades que se puede realizar al visitar la ciudad con la idea incrementar tanto el número de visitantes como el tiempo de estadía.

#### 7. **¿POR QUÉ VAN A CREERLO?**

Cada una de las actividades proporcionan un valor en particular de la ciudad y un encanto únicamente encontrado aquí. Entre ellas se encuentran el Museo Nacional del Petróleo, el Museo Ferroportuario, paseos por la costanera, deportes acuáticos, exploración de la ciudad, el Cerro Chenque, carovelismo, trekking bajo la luz de la luna, el espacio recreativo LUPAT, buceo, el corredor turístico de la Patagonia Central, el área natural de “Rocas Coloradas”, el barrio Laprida, la reserva natural Punta del Marqués, Playa Costanera.

#### **8. RECOMENDACIÓN INICIAL SOBRE EL ROL POTENCIAL DE LOS MEDIOS PARA ALCANZAR AL TARGET:**

Para nosotros poder alcanzar nuestro target vamos a realizar nuestra campaña en redes sociales, vía pública, televisión, radio, cine, acción BTL, SEO y SEM

Utilizaremos las redes sociales: Instagram, Facebook, YouTube y TikTok

La idea será ofrecer un tipo de contenido más continuo, orgánico y cercano, mostrando muchas de las diferentes actividades posibles a realizar como turista y experiencias.

En cuanto a la vía pública, es el medio de comunicación con el que más expuestos están nuestro target. De esta manera va a ser más probable que realice una búsqueda sobre la ciudad, que investigue, conozca y se interese en hacer ese viaje. Realizaremos gráficas mostrando fotografías de las actividades y vistas de Comodoro Rivadavia.

Por parte de la televisión y el cine, se realizará un spot audiovisual en los canales de televisión enfocados en noticias y eventos deportivos. Con el objetivo de captar a públicos masivos y que se familiaricen con el personaje de nuestros spots.

En cuanto a la radio, vamos a intentar llegar a personas que estén en zonas céntricas para comunicar nuestro mensaje.

Realizaremos campañas de marketing en Instagram y Facebook a través de Meta Ads. También banners en diferentes páginas de noticias, hoteleras, turísticas, agencia de viaje y páginas de aerolíneas.

Como otro medio pago vamos a realizar SEM (Search Engine Marketing) para que cuando se realice una búsqueda parecida o relacionable a Comodoro Rivadavia, lance publicidad sobre la ciudad.

Realizaremos una acción BTL para que los posibles visitantes se lleven tanto un recuerdo como también una sensación comodorensa a sus hogares.

#### **9. TIMMINGS:**

La campaña va a tener una duración de 3 meses, desde el primero de noviembre hasta el 31 de enero.

#### **10. MANDATORIOS:**

No presenta mandatorios.

**11. RESPONSABLES DEL PROYECTO:**

Federico Diesel.  
Guido Bordoli.  
Manuel Lastra.

## **ETAPA 2 - ESTRATEGIA DE MEDIOS Y CREATIVIDAD - COMODORO RIVADAVIA**

### **CAPÍTULO 6**

#### **6.1 ¿A quién apunta esta campaña?**

En esta campaña planteamos como target a hombres y mujeres de edades entre 25 y 50 años con un nivel socioeconómico medio/medio alto. Residen en las grandes ciudades de la provincia de buenos aires, CABA/GBA, Provincias de Córdoba, Mendoza y Santa Cruz

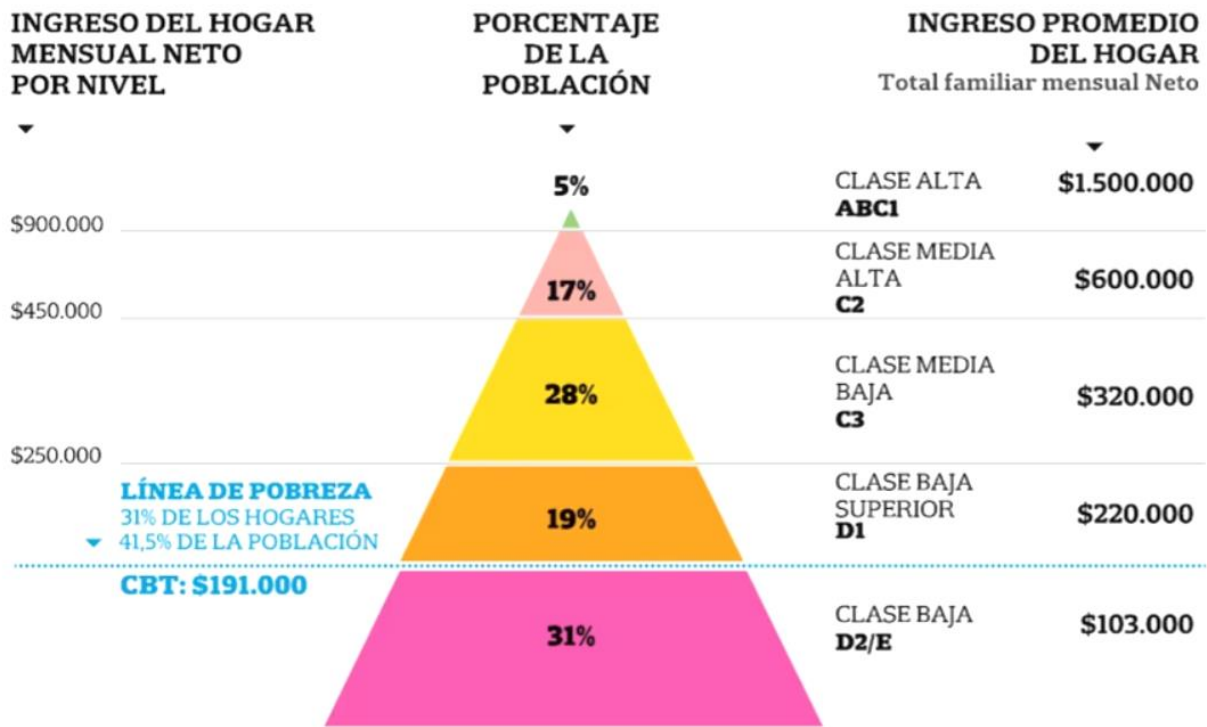
Son personas que en su día a día trabajan, o son padres de familia. Destinan la mayor parte de su día en el trabajo, para conseguir dinero, vivir cómodos y gozar de vacaciones. Son personas que acostumbran a estar muy ocupados con el trabajo o con su familia. Le dan mucho valor a pasar tiempo de calidad con sus seres queridos o amigos.

También ocupan su tiempo para hacer actividad física, quieren estar bien físicamente para ellos mismos. Mantienen su salud y la de su familia. Sus principales actividades son Gym, Yoga y Fútbol.

Disfrutan del aire libre y pasar momentos en la naturaleza. Son amantes de viajar y conocer lugares nuevos para vacacionar. Siempre que tienen la posibilidad de realizar un viaje, lo hacen acompañado de sus familiares: pareja, hijos, padres, tíos, demás familia.

Elegimos este target, ya que consideramos que son los que más activos están en sus vacaciones. Este grupo de personas son personas muy ocupadas, por lo que la ciudad de Comodoro Rivadavia sería un destino ideal para despejarse de la ciudad y poder realizar actividades en la naturaleza. Como buscan escapar de una zona alterada y cargada de gente, Comodoro es un destino que no alberga tanta población. Gracias a esto podrán conseguir cumplir su objetivo de relajarse, conocer un lugar nuevo y realizar actividades.

Para poder definir exactamente la cantidad de personas a las cuales estamos apuntando, nos basamos en un archivo del INDEC sobre el censo del 2010. En este archivo podemos encontrar como está dividida la población según edad y provincias de Argentina. Así sumamos, grupos de edad de entre 15-64 años de las provincias de Córdoba (2.133.846), Mendoza (1.114.540), Santa Cruz (182.400) y los partidos del Gran Buenos Aires (6.440.229). Sumando todos estos datos, el total es de 9.871.015 personas, de este número vamos a restar el 50% debido a que ese porcentaje pertenece a personas de un nivel socioeconómico demasiado bajo. Este porcentaje lo podemos ver en la siguiente figura nº6.1. Una vez restado nos da 4.935.506 personas, de las cuales queremos impactar al 50%, por lo que el total final de nuestro target es de 2.467.753 personas. (INDEC, 2010)



**Figura n°6.1:** Nivel socioeconómico en el primer trimestre del 2023, por la Consultora W, 2023,. La Nación. (<https://www.lanacion.com.ar/economia/resistir-el-gran-proyecto-de-la-clase-media-nid29052023/>)

## 6.2 ¿Qué tipo de campaña proponemos?

Recomendamos utilizar un tipo de campaña de *recency*, haciendo uso de muchos medios haciendo foco en la cobertura. Esto va a facilitar la transmisión de la sensación que queremos lograr con el personaje de Nicolás en nuestras piezas, de aparecer en todos lados, de molestar, de no parar de buscarte para contarte de Comodoro Rivadavia.

La teoría de *recency*, del autor Erwin Ephron, indica la importancia de “cuando” aparece un anuncio a diferencia de “cuanto”. Nos basamos en esta teoría para formular los tiempos en donde se realizarán nuestros spots. Un ejemplo de esto es nuestro uso del medio de TV, donde los spots relacionados con el trabajo y la rutina tendrían lugar a la mañana temprano cuando nuestro target está usualmente preparándose para arrancar el día. Asimismo, utilizaremos los horarios de la tarde para mostrar nuestros spots más distendidos, donde se enfoca en relaciones con amigos, ya que a este horario la mayoría de nuestra audiencia estaría saliendo del trabajo y pensando en pasar tiempo con persona cercanas.

Considerando el alto nivel de penetración que se encuentra en TV, vía pública y redes sociales, según la grilla de TGI (TGI Latina, 2018), decidimos invertir la mayor parte de nuestro presupuesto en la cobertura de estos medios. No obstante, también utilizamos medios como la radio y cines, donde podíamos lograr un alto nivel de recordación, además de la ventaja que ofrecen los spots en radio, ampliando nuestro alcance en zonas geográficas con disponibilidad más reducida en comparación con Buenos Aires, como lo es Santa Cruz.

### **6.3 Objetivo de Medios**

Impactar al 50% del target con una frecuencia 2 en un plazo de 3 meses (noviembre, diciembre, enero)

### **6.4 Presentación de idea**

Para el desarrollo de esta campaña introducimos el personaje de Nicolás. Nico es un Joven de 30 años fascinado con su viaje a la ciudad de Comodoro Rivadavia, ahí realiza todas las actividades que ofrece la ciudad: buceo, trekking, paseos por la ciudad y el cerro Chenque, probó todas las comidas y bebidas locales y se sabe de memoria los mejores lugares turísticos.

Físicamente, es una persona con un poco de sobrepeso, pelo corto y barba, aunque usualmente lleva un gorro puesto. Usa anteojos y se viste siempre de la misma manera, independientemente de donde se encuentre: pantalones y botas para hacer trekking, sumado a un buzo abrigado de colores oscuros con una campera rompevientos negra o azul.

Nicolás tiene una personalidad enérgica y pasional, es muy cercano a sus amigos, incluso hasta trabaja con uno. Lo que más se destaca sobre Nico es su capacidad para hablar sin tener el más mínimo interés si a la otra persona le interesa o no lo que le está contando, lo que trae consigo muchas situaciones engorrosas con su círculo cercano.

Nuestra idea principal es utilizar el personaje de Nico y colocarlo en situaciones donde se encuentre interactuando con sus amigos o con redes sociales. Poniendo énfasis en su personalidad verborrágica no solo para comunicar las diferentes actividades de Comodoro Rivadavia, sino también para reforzar el tono de comedia en las piezas con las reacciones de sus amigos y su personalidad extrovertida y exagerada. Conceptualmente, lo que queremos hacer que sienta el espectador es esa sensación de pesadez que está relacionado con esa persona que conocemos todos que “no para de hablar”, y anclar esto con nuestra bajada: “No te quedes con el cuento. Viví Comodoro.”, de manera que la audiencia decida no quedarse con la anécdota o historia que le cuenten los demás sobre Comodoro Rivadavia, sino que vaya personalmente a visitarlo para vivirlo.

## 6.5 Frecuencia

El tipo de distribución de frecuencia que decidimos utilizar es el tipo “2”, ya que buscamos comunicar la sensación de que el personaje de los spots (“Nico”) está en todos lados, esto va a requerir un enfoque ligado más a la cobertura que a la frecuencia. Queremos generar impacto en la audiencia sin atosigarlos con repetición.

De esta manera logramos que nuestros spots no generen rechazo por parte de la audiencia al aparecer muchas veces. Al mismo tiempo, el hecho de que estén expuestos a los mismos en varias plataformas y medios, les transmite la idea de que el personaje los está siguiendo, como en los spots para contarles acerca de la ciudad.

Los momentos clave que aprovecharemos serían a la mañana temprano (horarios de 6 am a 10am) y a finales de la tarde/noche (19:00 hrs a 21:00 hrs). Generaremos impacto 1 o 2 veces por día en cada programa de TV alternando nuestros spots para encajar con las actividades de nuestro target en ese horario y lograr una mejor penetración. Y en radio subiremos la frecuencia, ya que es un medio más económico y saturado de publicidades cortas.

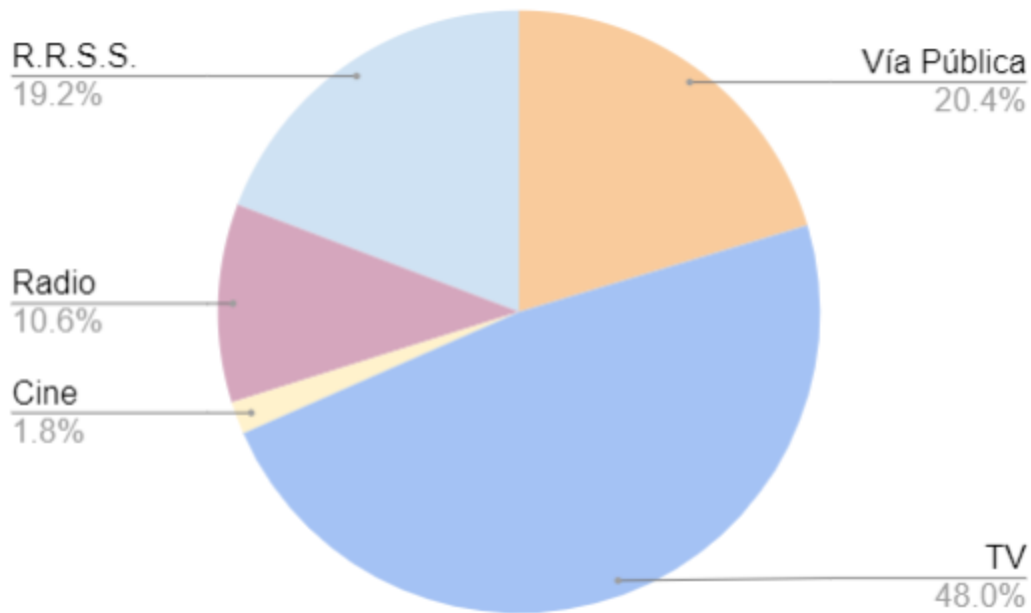
## 6.6 Mix de Medios

Nuestro mix de medios consiste en una división mediante porcentajes, basada en la cantidad de nuestro presupuesto que invertimos en cada uno. El medio con mayor nivel de importancia, ocupando un 48%, es TV: no solo por el alto costo de contratación, sino también por su nivel de penetración y cobertura con nuestro *target*. Luego siguen vía pública y redes sociales compartiendo un estimado del 20% de nuestro presupuesto. Y por último, radio con un 10% y cine con un 2%.

Realizamos la división de esta manera para tener mucha presencia en los hogares de nuestro target, y poder generar impacto utilizando programas en horarios específicos y lograr más afinidad y relevancia. No obstante, el uso de vía pública va a tener como objetivo llegar a nuestra audiencia cuando esté en una situación de rutina, ya sea camino al trabajo o simplemente realizando un viaje habitual en subte. Caso distinto a redes sociales que generan impresiones en cualquier momento, siempre que nuestro target esté utilizando las plataformas de Instagram, YouTube, TikTok, Facebook o incluso páginas de noticias y búsquedas en Google.

Recomendamos dar más importancia a radio en comparación al cine debido al nivel de cobertura entre ambas, si bien las pautas en cine tienen un nivel más alto de penetración, la radio nos permite la llegada a puntos del país donde la cobertura es más reducida. A continuación, en la figura n°6.2, quedaría demostrado cómo sería el gráfico de torta del mix de medios.





**Figura n°6.2:** Gráfica de elaboración propia

### 6.7 Flowchart de medios

A continuación mostraremos, en la figura n°6.3, una planilla donde se verán los meses de pauta y los sistemas que recomendamos para realizar la campaña, con sus presupuestos totales.

SISTEMA	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	Cantidad de Salidas	TOTAL
VIA PUBLICA				2 meses	\$210,693,920.00
TV				726	\$497,054,880.00
CINE				216	\$18,144,000.00
RADIO				1040	\$110,169,520.80
RRSS				176727090	\$198,836,649.00
<b>TOTALES POR MES</b>	\$484,310,043.40	\$484,310,043.40	\$66,278,883.00		\$1,034,898,969.80

**Figura n°6.3:** Flow de medios donde se muestra que medios vamos a utilizar en los diferentes meses de la campaña. Gráfica de elaboración propia

### 6.8 Plan de medios

Estrategia de audiencia:

Un día en la vida de nuestro target consiste en: Levantarse, prender la televisión o la radio con el objetivo de ver el clima y actualizarse en las novedades del día, emprender viaje al trabajo en auto o transporte público (Colectivo, tren o subte). En auto, prende la radio para seguir escuchando novedades, así expuestos a spots radiales. En caso del transporte público, está expuesto a distintos vehículos de la vía pública, como

por ejemplo:, Chupetes, Sextuples, Backlights, además de estar expuesto a publicidades en caso de tomar el subte donde podemos encontrarlas en las paredes o divisiones. Después de un largo día de trabajo buscan realizar actividad física en gimnasios o corriendo en la calle. Al llegar a sus hogares, mientras están cenando, miran la televisión. Luego, antes de dormirse, vuelven a pasar tiempo con su celular en las páginas de viajes para planear una escapada de su cotidianidad.

En los fines de semana buscan distraerse y una actividad que les gusta hacer es ir en familia al cine o ver películas nuevas. Utilizan mucho las redes sociales también y están expuestos a todo tipo de contenidos. Además de siempre tener de fondo música o radio.

## **6.9 Racional de medios**

Sistemas recomendados:

Teniendo en cuenta la fuente de información de las personas hecha por TGI Latina, recomendamos los siguientes sistemas:

- **TV:** Gran parte de la audiencia buscada por la campaña es impactada por este sistema. A lo largo de la semana, y en todo tipo de lugares como lo pueden ser sus casas, casas de amigos, trabajos, entre otros. Este sistema cuenta con ventajas relevantes para la comunicación, que se podrían aprovechar para hacerla más efectiva. Una de ellas es la rápida implementación, el alcance masivo y la medición de la cantidad de personas que fueron impactadas por el anuncio. Además, el perfil de audiencia de la TV es muy abarcativo. De todos los niveles socioeconómicos, entre las edades de 18 a 50 años, tiene un alto nivel de afinidad, ya sea en la TV Abierta como en la TV de Cable/Satélite.
- **Radio FM:** Es un sistema que también es muy recomendable por su rápida implementación y además por su costo relativamente bajo considerando el impacto que tiene. La radio es capaz de segmentar al público, dándonos la ventaja de elegir programas que solo la escuchen personas que forman parte de la audiencia buscada. El nivel de afinidad a la radio, es de los más altos con respecto al resto de sistemas y tiene un perfil de audiencia adecuado al que buscamos de todos los niveles socioeconómicos, entre las edades de 18 a 50 años, con un gran porcentaje de penetración.
- **Vía Pública:** Una de las grandes ventajas de la vía pública es la variedad de formatos y ubicaciones geográficas con las que cuenta. De esta manera, podemos aprovechar para utilizar las ubicaciones adecuadas donde la audiencia buscada transcurre durante el día. Una vez más, la audiencia percibida por este sistema es muy abarcativa, contando con todos los niveles socioeconómicos, entre las edades de 18 a 50 años. Además, este es un sistema de los que más penetración y afinidad hacia la audiencia tienen.

- R.R.S.S. (Redes Sociales): Este es uno de los sistemas más utilizados por el target al que apunta la campaña, es por esto que se recomienda pautar en este sistema. También el costo de hacer acciones publicitarias es relativamente bajo y uno puede tener el manejo total de cuanto es que se quiere gastar. Además, los niveles de penetración y afinidad son los más altos comparados a los demás sistemas hacia la audiencia, además de estar en todos los niveles socioeconómicos, entre las edades de 18 a 50 años.
- Cines: En los cines es recomendable pautar, ya que estos tienen un alto nivel de afinidad hacia su audiencia, de nivel socioeconómico medio/ medio-alto, entre las edades de 18 a 50 años. Las ventajas de pautar en ese sistema son el alto poder de segmentación en cuanto a ubicaciones y un alto nivel de recordación del mensaje. (TGI Latina, 2018)

ArY19w1234 (jul 2017-jun 2018) - Personas  
TGI LATINA 2018  
Base: Muestra Total

		Total Población	Ambos sexos-NSE alto medio - edad 18-50años	Ambos alto medio 35-50	Ambos alto medio 18-35	Ambos medio bajo 20-50	Fem 20+ TN	Hom alto medio 35-50
Muestra Total	% vert Indice	100% 100.00	100% 100.00	100% 100.00	100% 100.00	100% 100.00	100% 100.00	100% 100.00
Audiencia de Periódicos: lun - sab: Nº de lectores recientes	% vert Indice	11.8% 100	11.3% 95	15.0% 127	8.7% 74	9.6% 82	9.7% 83	17.6% 149
Audiencia de Periódicos: dom: Nº de lectores recientes	% vert Indice	13.2% 100	11.2% 85	14.5% 110	9.0% 69	10.2% 78	13.4% 101	15.5% 118
Audiencia de Televisión: Nº de televidentes de TV Abierta - U7d	% vert Indice	79.6% 100	74.9% 94	79.4% 100	72.1% 90	80.1% 101	83.2% 105	78.8% 99
Audiencia de Televisión: Nº de televidentes de Cable/Satélite - U7d	% vert Indice	67.2% 100	68.8% 102	72.9% 108	66.1% 98	65.7% 98	65.2% 97	76.2% 113
Audiencia de Radio: Audiencia Total - Nº de oyentes ayer AM	% vert Indice	9.0% 100	5.4% 60	9.2% 102	3.2% 35	5.0% 55	9.8% 108	11.4% 125
Audiencia de Radio: Audiencia Total - Nº de oyentes ayer FM	% vert Indice	31.3% 100	34.5% 110	34.9% 112	34.3% 110	35.4% 113	32.9% 105	33.8% 108
Audiencia de Revistas: Nº de lectores recientes (cualquier)	% vert Indice	6.6% 100	6.0% 92	6.8% 104	5.6% 84	6.2% 94	8.4% 127	5.0% 76
Audiencia Publicidad Exterior/ Out of Home: Nº de contactos - U7d	% vert Indice	90.3% 100	91.7% 102	93.6% 104	90.2% 100	91.6% 101	89.4% 99	94.7% 105
Audiencia Cine: Nº de personas que asistieron - U30d	% vert Indice	15.2% 100	19.5% 128	15.8% 104	21.7% 142	14.2% 93	14.5% 96	14.8% 97
Audiencia de Internet: Nº de usuarios - U30d	% vert Indice	85.1% 100	95.2% 112	92.7% 109	96.7% 114	89.2% 105	83.8% 98	92.7% 109

**Figura nº6.4:** Afinidad y penetración de sistemas, por TGI Latina, 2018. (Como se encuentra en la carpeta "Otros Anexos")

## TV:

Para las piezas de TV armadas, sugerimos transmitir los spots de “De Camino al Trabajo” y “Charla Entre Amigos”. Siendo el primero el que recomendamos transmitir por las mañanas y el segundo, por las tardes/noches. La utilización de estos a lo largo de la semana, va a lograr transmitir la sensación de insistencias que se busca proyectar desde el personaje de “Nicolás”.

### El Trece:

Recomendamos pautar en el canal “El Trece”, ya que el perfil de audiencia coincide con el *target* buscado. Adultos de más de 20 años, incluyendo todo tipo de nivel socio-económico. Además, este canal cuenta con todo tipo de contenido, desde información hasta entretenimiento.(Totalmedios, S/F)

Dentro de la programación del “eltrece” recomendamos pautar en los siguientes programas:

-“Arriba argentinos”: Este programa de noticias matutinas es uno de los que tienen mayor rating para los argentinos (rating 1.4 puntos). Brindan la información más completa para empezar el día, siendo que el programa comienza desde las 7 hasta las 9 HS de lunes a viernes. Es conveniente pautar durante la duración de este programa, ya que nuestro *target* empieza sus días prendiendo la televisión, buscando obtener información sobre la actualidad antes de ir a realizar sus actividades del día. (Exitoina, 2023).

-“Ahora Caigo”: Este programa conducido por Dario Barassi, se trata de un formato de juegos en el cual se busca a la persona que más sabe sobre cultura general en la televisión argentina. Para evitar caer al vacío, los participantes deberán responder la mayor cantidad de preguntas posibles, para así, ser los ganadores del día. Este programa se transmite desde las 18:30 hasta las 20 hs, de lunes a viernes. Consideramos conveniente pautar durante la duración de este programa, ya que nuestro *target* de campaña coincide con el perfil de audiencia de este programa. El promedio de rating de este programa es de 7.4 puntos. (Exitoina, 2023).

-“Telenoche”: Es un programa donde se pueden ver todas las noticias y novedades económicas y políticas del país y del mundo. Cuentan con una gran cantidad de informes periodísticos actualizados minuto a minuto. Es por esto que es uno de los programas de noticias transmitidos por la noche más vistos en la televisión Argentina, con un rating de 5.7 puntos. Telenoche es una opción recomendable a la hora de pautar, ya que consideramos que el *target* mira este programa para estar enterado de las noticias que surgieron a lo largo del día cuando llegan del trabajo a su casa. Este programa es transmitido de lunes a viernes desde las 20 hasta las 21:30 hs. (Exitoina, 2023).

TN:

Recomendamos pautar en el canal “TN”, ya que el perfil de audiencia coincide con el *target* buscado. Adultos de más de 20 años, de todo nivel socio-económico pero principalmente de un nivel medio-alto. Además, este canal cuenta con programas de noticias e información a toda hora. (Dossiernet, 2020). También es uno de los líderes en canales de noticias, promediando 2.3 puntos de rating. (Totalmedios, 2023)

“Tempraneros”: Programa de noticias de la cadena Todo Noticias que transcurre desde las 6 hasta las 10 HS, presentado por un grupo de 5 periodistas que brindan, tanto, información sobre política, economía, tránsito, deportes y música, si no que además hacen un espacio para entretener a la audiencia con las charlas y actings de los conductores. Además, este programa promedia 2,31 puntos de rating. (Todo Noticias, 2021).

Es conveniente pautar durante la duración de este programa, ya que nuestro *target* empieza sus días preñiendo la televisión buscando obtener información sobre la actualidad antes de ir a realizar sus actividades del día.

“TN de Noche”: Programa de noticias que transcurre desde las 23 hasta la 01 hs, de lunes a jueves y desde las 20 hasta las 22 hs los días viernes. Se hace un repaso de las noticias que hicieron impacto a lo largo del día y se brindan comentarios para destacar los hechos más importantes. En este programa, recomendamos pautar el spot “Charla con Amigos”, dos veces en pausas publicitarias, los viernes. Esto es debido a que este spot va dirigido con un tono menos rutinario e involucra situaciones descontracturadas con amigos, lo que se refleja más con la audiencia en el día viernes. TN de Noche es una opción recomendable a la hora de pautar, ya que consideramos que el *target*, mira este programa para estar enterado de las noticias que surgieron a lo largo del día cuando llegan del trabajo a su casa.

Telefe:

Recomendamos pautar en el canal Telefé, ya que el perfil de audiencia coincide con el *target* buscado. Tiene un liderazgo frente a la familia joven en todas las franjas horarias, gracias a una amplia variedad de programación multitarget, dirigida tanto a la audiencia en general, como así también a públicos específicos. (Totalmedios, S/F).

“Telefe Noticias”: Programa informativo emitido desde las 20 hasta las 21:45 hs, que abarca la actualidad tanto argentina como internacional, junto con cobertura en vivo, informes especiales y análisis de especialistas. Así como en el programa TN de Noche, recomendamos mostrar el spot de “Charla con Amigos” dos veces los viernes por razones similares relacionadas a las actividades que nuestro *target* podría

realizar a finales de la semana. Telefe Noticias cuenta con un rating promedio de 9,86 puntos. (Exitoina, 2023).

“Buen Telefe”: noticiero transmitido de 7 a 9:30 hs, que ofrece una variedad de secciones, que incluyen tránsito, clima, policiales, economía, deportes y espectáculos. Este programa tiene un promedio de rating de 1,2 puntos. Es recomendable aprovechar la oportunidad de pautar durante el horario de emisión de este programa, ya que el *target* tiende a encender la televisión por la mañana para obtener información actualizada antes de comenzar sus actividades diarias. (Televisión, S/F).

”TNT Sports”:

En este programa se transmiten los partidos de la Primera División Argentina de fútbol. El perfil de audiencia de este programa es en su mayoría hombres de entre 18 a 35 años. Teniendo en cuenta que en Argentina la cultura del fútbol está muy arraigada a las personas, consideramos que es recomendable pautar durante la duración de los partidos de fútbol, en formato de zócalo. (Warner Media, 2021). Estos partidos son los días lunes, viernes, sábado y domingo (Totalmedios, 2023). Este programa mantiene 1,29 puntos de rating. (Tvenserio, 2021)

### Vía Pública:

Integramos el sistema vía pública a la propuesta porque presenta varios formatos en los cuales pautar y mucha flexibilidad geográfica. De esta forma podríamos ubicar los avisos en el camino que toma nuestro potencial turista para ir y volver de trabajar. Logrando impactar de manera efectiva a nuestro target.

Para estos vehículos desarrollamos distintas gráficas en los formatos correspondientes a cada uno de ellos, siendo así: banners y piezas mostrando a “Nicolás” o su “libreta de viajes”

Subte: Recomendamos pautar en este medio porque entre las líneas C y D cubren un total de 349.380 pasajeros diarios. El perfil de pasajeros son Hombres y mujeres económicamente activos que utilizan el servicio para ir al trabajo, a estudiar, realizar compras o moverse por la ciudad. Lo utilizan frecuentemente a lo largo de toda la semana y sus edades van, en su mayoría, de entre los 18 a 44 años con un nivel socioeconómico medio. Este perfil es excelente para el target de la campaña. (Grupo Vía, S/F)

Recomendamos pautar en la línea D del Subte. Esta está entre las 3 más utilizadas por los ciudadanos de Buenos Aires, contando con 208.838 pasajeros diarios. También, recomendamos pautar en la línea C porque cuenta con 140.542 pasajeros diarios. (Grupo Vía, S/F)

Recomendamos pautar en los siguientes vehículos:

-Interior de Vagón - Triedros: Este vehículo tiene la ventaja del alto tiempo de exposición y la gran cantidad de texto e información que se puede incluir en el vehículo.

-Placas de Alto Impacto Transiluminadas (2 x estación línea D): Este vehículo tiene la ventaja de generar Imagen de marca, lograr una segmentación adecuada, y un gran posicionamiento y recordación.

-Placas de Alto Impacto Transiluminadas (2 x estaciones específicas de la línea C): En las estaciones de Constitución, Independencia, Diagonal Norte, Lavalle, General San Martín y Retiro. Estas estaciones son las de mayor tráfico de nuestra audiencia buscada.(Grupo Vía, S/F)

Wall Street: Recomendamos pautar en este medio porque tiene un gran alcance para la audiencia buscada de la campaña. Wall Street cuenta con una gran cantidad de vehículos a lo largo y ancho de Buenos Aires. Estas gráficas que se diseñaron para la campaña pueden ser vistas por la audiencia cuando recorren por la ciudad en los distintos vehículos y sus circuitos (Wall Street, S/F). Esto está orientado al conjunto de espacios disponibles que buscan la mayor eficiencia y rentabilidad en la selección de cada dispositivo, generando un beneficio mayor. (Total Medios, S/F)

Los vehículos seleccionados son:

-Gigantografías 7X7 (Av. Cabildo 1998): Diseñado especialmente para productos que demandan una óptima luminosidad y una gran calidad. Cuentan con una alta exhibición.

-Refugio Transiluminado (CABA): La ventaja de este vehículo es que concentra y organiza a los pasajeros para que esperen el transporte público y estén expuestos a la gráfica constantemente.

-Pantalla Transiluminada (CABA): Este vehículo ofrece una mirada impactante de la gráfica al público general, su iluminación ayuda a marcar esta ventaja para que se pueda exhibir la gráfica las 24 h del día.

-Pantalla Transiluminada (Vte Lopez - San Isidro - Pilar): La ventaja de este vehículo es que está conformado por pantallas de dos caras y su iluminación ayuda a llamar la atención de las personas. (Wall Street, S/F)

-Tótem digital (2x3) (CABA - Microcentro): La ventaja de este vehículo es la audiencia sectorizada a personas trabajadoras que recorren el centro de la ciudad. (Wall Street, S/F)

Ayi Publicidad OOH (Córdoba): Recomendamos pautar con esta compañía porque tiene un gran alcance para la audiencia buscada de la campaña en la provincia de Córdoba. Las gráficas diseñadas para la campaña, pueden ser vistas por la audiencia cuando recorren por la ciudad en los distintos vehículos. Los servicios que este medio ofrece son la planificación de campañas, la implementación y el control de las mismas. (Ayi Publicidad OOH, S/F).

-Front light (Avenida Nuñez 4880) 7x7 metros: La ventaja de este vehículo es que se encuentra cerca del centro de la ciudad, por lo cual va a tener un impacto mayor en la audiencia buscada.

-Medianera (Boulevard Las Heras 222) 10x8,50 metros: La principal ventaja de este vehículo radica en su ubicación cercana al corazón de la ciudad, lo que implica que tendrá un impacto más significativo en el *target* que se busca alcanzar.

-Rutero (Avenida La Voz del Interior 5940, tránsito Aeropuerto-Ciudad) 5x7,30 metros: Con este vehículo se aprovechará que está situado en una avenida principal de la ciudad. Esta se encuentra para ir y volver al aeropuerto, captando a los ciudadanos de la provincia como también a los viajeros. (Llamada telefónica con el medio, 2023)

Viacart (Córdoba): Recomendamos pautar con esta compañía porque también tiene un gran alcance para la audiencia buscada de la campaña en la provincia de Córdoba. Viacart es una empresa que integra todas las áreas del proceso de comunicación en vía pública, es por esto que recomendamos que las gráficas diseñadas para la campaña sean puestas en los vehículos de este medio para que puedan generar impactos en la audiencia cuando transitan por la ciudad de Córdoba. (Total Medios, S/F).



-Carapantalla municipal: Estos están ubicados estratégicamente en la ciudad de Córdoba y gracias a que es doble cara, proporciona una visual tanto para los peatones como para los automovilistas o usuarios del transporte público. Además, estos vehículos conforman un circuito privilegiado y de alta exhibición por toda la ciudad. (ViaCart, S/F)

ViaCart. (S/F) Brochure. Total Medios.

<https://www.totalmedios.com/doc-contenido-medio/73,1004/mediakit>

MediaBusTV (Mendoza centro): Recomendamos pautar con esta compañía porque tiene un gran alcance para la audiencia buscada de la campaña en la provincia de Mendoza. MediaBusTV cuenta con una gran cantidad de líneas de colectivos de la ciudad de Mendoza. El perfil de audiencia viaja mayormente en autobuses y tienen entre 18 a 60 años, siendo aproximadamente 1.500.000 pasajeros diarios. Estarán constantemente expuestos a estas pantallas donde se pasará el spot de “De Camino al Trabajo” considerando que las personas lo vean en la misma situación que se presenta en el video. (MediaBusTV, 2023)

-Autobus G200 (Video TV): Estos vehículos van a ser de gran ventaja para transmitir el spot, ya que las personas utilizan estos autobuses para moverse por el centro de la ciudad y estarán en constante exposición con el spot.

### R.R.S.S.:

Redes Sociales: Las redes sociales son de los sistemas más utilizados por el target al que apuntamos con la campaña. Estas también generan relaciones más cercanas con los consumidores, haciendo que el impacto sea potencialmente mayor. Según la anterior figura (6.4), este medio tiene alto porcentaje de penetración y buena afinidad con el sistema, para el rango de edad y nivel socioeconómico de nuestro target.

Youtube: Es la plataforma de video más grande del mundo, y es utilizada por más de 31.9 millones de personas en Argentina. Además de tener herramientas de segmentación y control de analíticas para publicidades incorporadas en su página, YouTube le muestra al usuario una publicidad más detallada al tener mejor nivel de calidad de imagen. Nosotros utilizaremos nuestros spots “Camino al trabajo”, y “Charla con amigos” para lograr presentar a nuestro personaje de una mejor manera en comparación con otras redes más aceleradas como Instagram o TikTok. Buscamos ocupar un total de 5.900.000 impresiones mensuales para generar impacto en la audiencia, llegando al número de 17.700.000 impresiones a lo largo de la campaña. (Infobae, 2022)

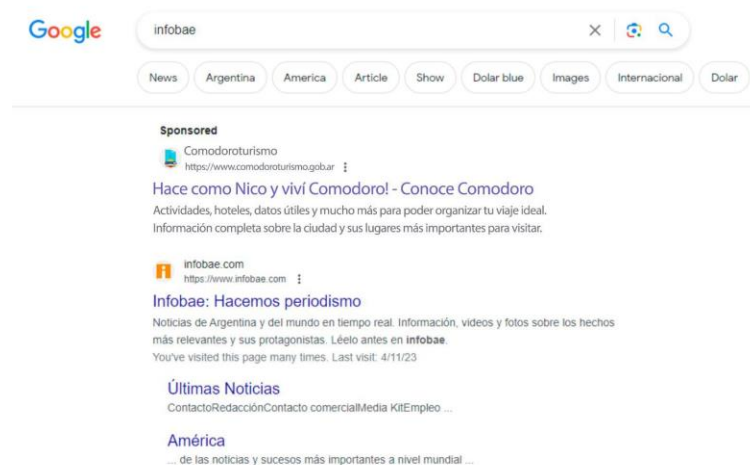
Instagram: Ha sido por varios años una de las plataformas más populares que ha podido establecerse en medio del surgimiento continuo de competidores. Manteniendo un número promedio de 25,34 millones de usuarios, haremos uso de esta audiencia para publicitar los cuatro (4) videos diseñados para redes protagonizados por “Nico”, el personaje de nuestra campaña. Buscamos ocupar un total de 11.500.000 impresiones mensuales para generar impacto en la audiencia, llegando al número de 34.500.000 impresiones a lo largo de la campaña. (Statista Research Department, 2022)

TikTok: Es la plataforma que más rápidamente creció últimamente, atrayendo números masivos que incluyen 16,22 millones de usuarios en la Argentina. Teniendo esto en cuenta, basamos gran parte de nuestra formulación de nuestras cuatro (4) piezas en *trends* provenientes de TikTok, ya que si bien haremos uso de otras redes sociales, el formato y tipo de videos que se generan es versátil y puede adaptarse a otras plataformas. Buscamos ocupar un número de 7.700.000 de impresiones mensuales, logrando unas 23.100.000 impresiones a lo largo de la campaña. (Wassi, 2023)

Facebook: Si bien Facebook no tiene la misma cantidad de usuarios que tuvo en su momento de auge, sigue siendo una de las mejores plataformas para desarrollar campañas publicitarias. En especial teniendo en cuenta las herramientas que ofrece mediante Google Ads. Siendo una de las plataformas líderes en el mercado con más de 40,76 millones de usuarios en Argentina, pautaremos nuestro banner de formato cuadrado, generando 33.300.000 de impresiones mensuales, llegando a las 99.900.000 de impresiones a lo largo de la campaña. (Statista Research Department, 2023)

Google Search: Recomendamos realizar SEM (Search Engine Marketing). Esto es una manera eficiente en la cual los anuncios pagos aparecen primeros en los resultados de búsqueda de Google. Para poder lograr esto se pauta desde Google Ads, allí podremos crear, programar y optimizar las campañas. Buscando así aparecer primero en cada búsqueda con una descripción de “Sponsorship”. Nuestro objetivo es aparecer como el primer resultado de búsqueda, tal y como se muestra en la figura n°6.5.

Con esto, se logrará seguir con la idea de molestar con nuestro personaje y estar presentes en cada búsqueda de un potencial turista. Queremos llegar a esas personas que consumen noticias (Ej.: Infobae, El trece, TycSports, etc.) y también viajes a diferentes partes de Argentina. (Academia Crandi, S/F)



**Figura n°6.5:** Gráfica de elaboración propia.

Banners: Recomendamos también para los medios digitales realizar banners en diferentes páginas web. De esta manera se buscará captar la atención, con imágenes o GIFs, de un potencial turista que se encuentre en una página relacionada o que frecuente el target seleccionado. Logrando así que se interese en el contenido y lo redirija a una la página de Comodoro Turismo, transmitiendo así el potencial de esta ciudad para ser su próximo destino turístico.

Los banners realizados presentan al personaje entusiasmado por encontrarlo y buscando contar todas las actividades que hizo. Las páginas web en las cuales recomendamos pautar son: Clarín, Clarín Viajes, TycSports, La Nación e Infobae. Siendo estos los medios más utilizados por nuestro target con más flujo de personas. (TotalMedios, 2017)

## Radio:

Para los spots de radios, recomendamos transmitirlos en los siguientes programas. El spot “Sonidos de Comodoro” es el que será transmitido en ellas a lo largo de la semana, transmitiendo, al igual que en la TV, esa sensación de insistencia que busca proyectar desde el personaje de “Nicolás”

### La 100:

El Club del Moro (de 6 a 10 hs - Lunes A Viernes): Recomendamos pautar en este programa de La 100, ya que el perfil de audiencia es perfecto para la pauta de Comodoro Rivadavia. Además, es el número uno en cuanto a audiencia en esta radio y es de los programas más escuchados a nivel nacional. También, el horario es perfecto para que el target escuche el spot. Este programa es uno de los más influyentes y con un récord de 28 puntos de Share. (La 100, 2018)

Atardecer de un Día Agitado (de 17 a 20 hs - Lunes a Viernes): Recomendamos pautar en este programa de La 100, ya que el perfil de audiencia es perfecto para pautar de Comodoro Rivadavia, y además, de los programas más escuchados a nivel nacional en esta franja horaria. También, el horario es perfecto para que el target escuche la publicidad de vuelta desde el trabajo hacia su hogar. Con un Share de 20% muestra que tiene una gran capacidad de captar la atención de potenciales oyentes y hasta lograr impacto con el mensaje. (Grupo Clarín, 2022)

### Aspen 102.3:

Weekend Aspen (de 7 a 13 HS - Sábados y Domingos): Recomendamos pautar en Weekend Aspen, ya que consideramos que tiene un perfil de audiencia adecuado (adulto joven). Además, es de los programas más escuchados en esa franja horaria los fines de semana. Con un Share de 8,97%, Aspen es líder en radio, impactando con sus mensajes y captando más oyentes. (TotalMedios, 2022)

### POP Radio FM 101.5:

Re Tarde (de 16 a 19 hs - Lunes a Viernes): Recomendamos pautar en este programa de POP Radio FM 101.5, ya que el perfil de audiencia (adulto joven) es perfecto para la pauta de Comodoro Rivadavia. También es de los programas más escuchados en Buenos Aires de lunes a viernes en esa franja horaria. Es un horario perfecto para que el *target* escuche la publicidad de vuelta desde el trabajo hacia su hogar. Con un share del 7.3% la radio pop tiene un gran flujo de personas en donde se podrán encontrar potenciales turistas. (Total Medios, 2020)

Urbana Play FM 104.3:

Perros de la Calle (de 9 a 12 HS - Lunes a Viernes): Recomendamos pautar en este programa de la radio Urbana Play porque tiene un perfil de audiencia que se alinea mucho al target de esta campaña. Con porcentajes de 44%: 35-49 años y 32%: 25-34 años, lograremos alcanzar a estos potenciales turistas e impactar con el mensaje. Este programa está entre los cinco programas más escuchados. Además, la franja horaria es perfecta para escucharla de camino al trabajo o en el mismo lugar de trabajo. (TotalMedios, 2023)

FM 103.5 Radio Bangkok - Santa Cruz, Río Gallegos;

Recomendamos incluir esta radio que tiene un perfil de audiencia directamente relacionado con nuestro target. Es una radio que se transmite en varias provincias y la tarifa (Costo x Segundo) es baja. De esta manera la utilizaremos para acompañar la campaña en la provincia de Santa Cruz, donde también incluimos la repetidora de La 100 103.9. (Total Medios, 2023)

La 100 103.9 Repetidora - Santa Cruz:

Recomendamos utilizar los mismos programas de La 100 en la repetidora de la misma radio en Santa Cruz, siendo los programas El Club del Moro y Atardecer de un Día Agitado. De esta manera lograr alcanzar al target de la Provincia de Santa Cruz en su cotidianidad. Considerando la cercanía entre la provincia de Santa Cruz a Comodoro Rivadavia y el alto nivel de share del que dispone esta emisora. Es una opción eficaz para lograr cobertura en radio. (DeRadios, 2023)

Cine:

Flix Media: Recomendamos pautar en cines, utilizando el medio Flix media, encargados de pautas en este sistema. Seleccionamos este porque tiene pautas, especialmente en los cines de Cinemark Palermo, Hoyts Dot Baires Shopping y Hoyts Unicenter Shopping.

Es un medio el cual genera vínculos con la audiencia y hace memorables las publicidades, además de diferenciarse y probablemente transformar espectadores en consumidores.

Es un lugar importante donde pautar, ya que lograría diferencia de marca, consiguiendo más eficiencia y recordación. (Total Medios, 2023)

De esta forma seleccionamos las salas de películas por las cuales recomendamos pautar, que son Indiana Jones 5 (Sala 2D - Subtitulada), Misántropo (Sala 2D - Subtitulada), Rápidos y Furiosos 10 (Sala 2D - Subtitulada). Pautaríamos en estas salas en cada uno de los cines, porque son recomendables para dirigir la publicidad, al target que, en estas películas, son mayores de edad.

## CAPÍTULO 7

### 7.1 Guiones de spots de TV/Redes sociales

“Camino al Trabajo”

ESCENA 1: EXTERIOR. DÍA. NICOLÁS SE JUNTA CON JUAN PARA IR JUNTOS AL TRABAJO. NICOLÁS ACABA DE VOLVER DE SU VIAJE A COMODORO RIVADAVIA Y QUEDÓ ENCANTADO. EL DESEA CONTARLE A TODO EL MUNDO LAS COSAS QUE HIZO EN ESA CIUDAD.

NICOLÁS

Hola Juan ¿Cómo va? ¡No sabes de donde vengo!

JUAN

Nico, Todo bien ¿Vos?

NICOLÁS

¡De Comodoro Rivadavia! ¡No sabes lo que es! ¿Sabías qué puedo aguantar 5 minutos bajo el agua?

JUAN

Pero ¿com...

NICOLÁS

¡Te estoy jodiendo!, tenía traje.

ESCENA 2: INTERIOR. SUBTE. NICO LE SIGUE CONTANDO A JUAN SUS EXPERIENCIAS EN COMODORO MIENTRAS ESPERAN EL SUBTE.

NICOLÁS

También me quise mandar con esos karting pero le enchufaron una vela, es como un barco tipo los “Piratas del Caribe” ¡pero le enchufaron una vela!. Sin motor, ¡en el lugar donde se inventó el petróleo!

JUAN

El petróleo no se inven-

NICOLÁS

¡El petróleo se inventó acá! ¿Vos sabías eso? ¡Qué locura!

ESCENA 3: EXTERIOR. DÍA. NICO Y JUAN SALEN DEL SUBTE, NICO TODAVÍA SIGUE HABLANDO Y JUAN EMPIEZA A PERDER LA PACIENCIA.

NICOLÁS

¡Y las rocas coloradas!, yo me traje una roca chiquita, me la guarde, y ¡me la dejaron pasar!

JUAN

\*le hace señas con el reloj de que hay que ir a trabajar\*

NICOLÁS

¡Ay! Si, perdón. Pasa que me quede acostumbrado al ritmo de Comodoro. Pero no sabes lo que es...

LA CÁMARA SE ALEJA PARA MOSTRAR UNA TOMA DE CUERPO COMPLETO. EN EL EXTREMO SUPERIOR IZQUIERDO APARECE LA BAJADA "NO TE QUEDES CON EL CUENTO. VIVÍ COMODORO."

“Charla entre amigos”

ESCENA 1: EXT. DÍA. SE VE A NICO CONTÁNDOLE A SU AMIGO (JUAN) ACERCA DE COMODORO COMO DE COSTUMBRE.

NICOLÁS

...Y como estaba en la costanera paseando,  
me agarró hambre. ¿Viste cuando tenes  
antojo de algo saladito? bueno JUSTO había  
un bolichito ahí que vendía cordero  
patagonico...

MIENTRAS NICO SIGUE HABLANDO, JUAN SE DA CUENTA DE QUE OTRO AMIGO SE VIENE ACERCANDO DETRÁS DE NICO. SE PUEDE NOTAR LA PREOCUPACIÓN EN SU CARA.

ESTE AMIGO (LUCA) LLEGA A DONDE ESTAN LOS DOS Y LOS SALUDA, INTERRUMPIENDO A NICO.

LUCA

¿Cómo va Juan? ¡Nico! ¡Hace un montón que no te veo!

SE MUESTRA LA CARA DE JUAN HACIENDO SEÑAS PARA QUE NO PREGUNTE MÁS.

LUCA

Che, ¿cómo te fue en tu viaje? ¡Contame!

SE MUESTRA LA CARA DE JUAN MIENTRAS BAJA LA MIRADA. SE VE COMO NICO SE DA VUELTA ENTUSIASMADO.

NICO

¡Si! A Comodoro Rivadavia. ¿Viste pasando Puerto Madryn? Porque siempre que uno busca más aventura tiene que ir más lejos, ¡explorar más! ¿Entendés? Si Napoleón no hubiese salido de España, nunca hubiera descubierto América. Aparte estaba lleno de...



CORTE FADE-IN Y FADE-OUT DE NICO, TODAVÍA HABLANDO.

NICO

Y son rojas ¡rojas!. Perdón, coloradas, siempre me confundo, me hace acordar a una señora que estaba en el museo de allá que...

CORTE FADE-IN Y FADE-OUT DE NICO HABLANDO DONDE PUEDEN APRECIARSE LAS CARAS DE CANSANCIO DE SUS AMIGOS.

NICO

..Y había 4 pingüinos paseando por la costa... ¿O eran 3? Para mejor dejame que empiece de vuelta. Resulta que cuando me subí al colectivo me tocó el asiento...

MIENTRAS NICO SIGUE HABLANDO, LA ESCENA CORTA A UN PLANO GENERAL. EN LA ESQUINA SUPERIOR DERECHA APARECE LA BAJADA "NO TE QUEDES CON EL CUENTO. VIVÍ COMODORO."

## 7.2 Gráficas

No te quedes con el cuento.  
Viví Comodoro.

**COMODO**

No te quedes con el cuento.  
Viví Comodoro.

**COMODO**

No te quedes con el cuento.  
Viví Comodoro.

**COMODO**

No te quedes con el cuento.  
Viví Comodoro.

**COMODO**

No te quedes con el cuento.  
Viví Comodoro.

**COMODO**

### **7.3 Spots de radio**

“Sonidos de Comodoro”

Nico: ¡Hola soy Nico! Hoy te voy a mostrar los sonidos más relajantes de Comodoro Rivadavia, ¡que lo disfrutes!

\*Sonidos relajantes de playa, viento y pájaros patagónicos\*

Igual, te digo que los lugares más relajantes para mí está en el cerro...

\*Vuelven los sonidos relajantes pero por medio segundo\*

Nico: ¿Vos sabías que se puede hacer surf con las manos?, me contaron. Yo intenté una vez en Rada Tilly, pero terminé tragando 3 litros de agua, sí, igual la pasé bien...

\*La voz de Nico baja y es reemplazada por los sonidos relajantes. Entra una voz en off que dice la bajada “no te quedes con el cuento, viví comodoro”\*

### **7.4 Videos para TikTok**

Recomendamos integrar a la campaña la aplicación de TikTok porque al pasar los años esta red social fue integrando a targets cada vez más amplios, logrando generar usuarios en una amplia edad. Considerando esto, recomendamos explotar el potencial de los trends mediante 4 videos para maximizar las impresiones conseguidas y lograr que el personaje de “Nico” llegue de manera más eficiente a nuestra audiencia. (esan, 2020)

GRWM es un tipo de trend el cual el usuario muestra su vestimenta para una ocasión en particular, Aquí Nico se explayaría contando sobre actividades que va a realizar mientras se prepara.

TOP 3 ACTIVIDADES: En TikTok los “tops” generan muchas visualizaciones. De esta manera aprovechamos la variedad de actividades de la ciudad, contando más de 3, y jugando con la intensidad de Nico.

Ping Pong: Es un tipo de entrevistas donde se hace una ráfaga de preguntas y el entrevistado ofrece una respuesta muy corta. El foco en este video está en la dificultad de nuestro personaje para contener su verbosidad y descarrilar toda la entrevista.

Shout Cut: Los videos donde se hace uso de una parte de una canción para dar un remate también tienen su nivel de popularidad. En este caso, nuestro personaje se entera de que su vuelo a Comodoro Rivadavia fue cancelado, y la música de fondo ayuda a comunicar su reacción en modo de comedia.

## GRWM

Nicolás en voz en off: ¡Buenas!, hoy en vestite conmigo versión rocas coloradas, voy a ir a visitar las rocas y caminar un montón, así que necesito estar listo y más que listo por las dudas, ¡Acompañenme!.

Empezamos por un pantalón montagne. La verdad, la marca lo dice todo, indicado para la “*mountain*”. Color a tono con las rocas.

No sabía que ponerme arriba, así que decidí olvidarme y ponerme cualquier cosa, ya que la gran campera de invierno o de lluvia no puede faltar. Aunque pensándolo bien y por las dudas me llevo la otra por si refresca en mis siguientes actividades.

Para darle un toque más serio decidí complementarlo con una riño bien cruzada en la cadera para guardarlo todo, capaz una roquita también. ¡Marca de la tienda: Rada Tilly!.

Para terminar, clavé unas botas bien de frío para caminar todo, desde los terrenos más complicados a los más básicos, pero igual en la mochi me llevo otras zapas, ¡por las!

## TOP 3 ACTIVIDADES DE MI ÚLTIMO VIAJE

Nicolás: Buenas, ¿cómo están? Hoy les voy a contar de mi top 3 de actividades que hice en mi último viaje a la city de Comodoro Rivadavia

Top 3 están las actividades acuáticas, para personas como yo expertas, en estas la verdad que le pegue un paseo al guía. Es más, competimos a ver quién aguantaba más abajo del agua y gané. Surfeando, bueno, ahí aprendí un montón y me maté mil veces.

Top 2 para mí son las rocas coloradas. ¡Mira lo que son esas rocas! ¡Miren! Color diablo!. ¡Lo que camine acá mamita!, me decían “¡pará emoción!”, pero como decían, mi emoción desbordaba. Siempre 1 km adelante, ¡hermosas vistas!.

Top 1 las increíbles vistas panorámicas y mi lunita llena del trekking, miren todas estas fotos que saqué, ¡no podían creer!. Super romántico y cansador, pero bueno, no tengo novia y tampoco me canso, así que bien, ya gané.

Y bueno, eso es todo. ¡Ah no, pará! También hay tremendas vistas del cerro chenque, al mismo nivel que las rocas coloradas, pero de la ciudad.

Pará pará, me olvidé ¡Rada Tilly, mamita qué lugar del bien! Mucha gente copada, no hable con ninguno, pero parecían un 100.

PING PONG

Entrev: pin!

Nico: eh, pon!

Entrev: con-

Nico: Nico!

Entrev: Edad?

Nico: La suficiente como escalar un cerro solo

Entrev: Ok, estado civil?

Nico: Aventurero, desde la cuna.

Entrev: Trago favorito?

Nico: Uuuh, en un bar de Comodoro la probé, era rarísimo el nombre ¿cómo era?. Ah, gin tonic!

Entrev: ¿Persona que te caiga mal?

Nico: El que no me dejó subirme a las rocas coloradas porque: “es una reserva natural fragil”, se veían re fuertes esas piedras, aparte eran perfectas para sentarse a tomar mates.

Entrev: ¿Famoso favorito?

Nico: Francis Mallmann, me encanta como cocina en medio de la naturaleza, y además siempre cocina papas que es lo más rico, no sé porqué hay otras verduras.

Entrev: ¡Está bien! ¿objetivo este año?.

Nico: Volver a Comodoro Rivadavia y sentarme a tomar mate en las rocas coloradas. No se vale, era un lugar tan lindo y además justo tenía las botas para escalar! una picardia! Entendés?.

Ya me dijeron que “no” a darle pan dulce a los pingüinos, ¿que? ¿ellos no tienen derecho a festejar año nuevo?. Aunque igual yo la pasé bien, me pude subir a esas lanchas que van rápido, ¿no sabes lo que eran!.

Entrev: \*En las últimas oraciones de Nico, hace señas para que se corte el video\*

## 7.5 Cine

Nico: Sopermi, sopermi. ¿Cuál es? 41, 42, ¡acá!

\*Nico se acomoda en la silla y empieza a mirar a su alrededor, mira para atrás\*.

Nico: ¡Buenas! Todo bien?. Vengo justo de sacar pasajes para ir a Comodoro Rivadavia, no sabes lo que es!.

\*Se escucha un “shhh” de una persona de la audiencia\*.

Nico \*susurrando\*: La última vez que fui vi unos lobos marinos grandes, ¡como un auto! ¡Como dos autos! Y aparte, ¡tremendo el Cerro Chenque!.

\*La pantalla detrás de Nico empieza a brillar un poco\*.

Nico: Uy ya empieza, después te sigo contando!.

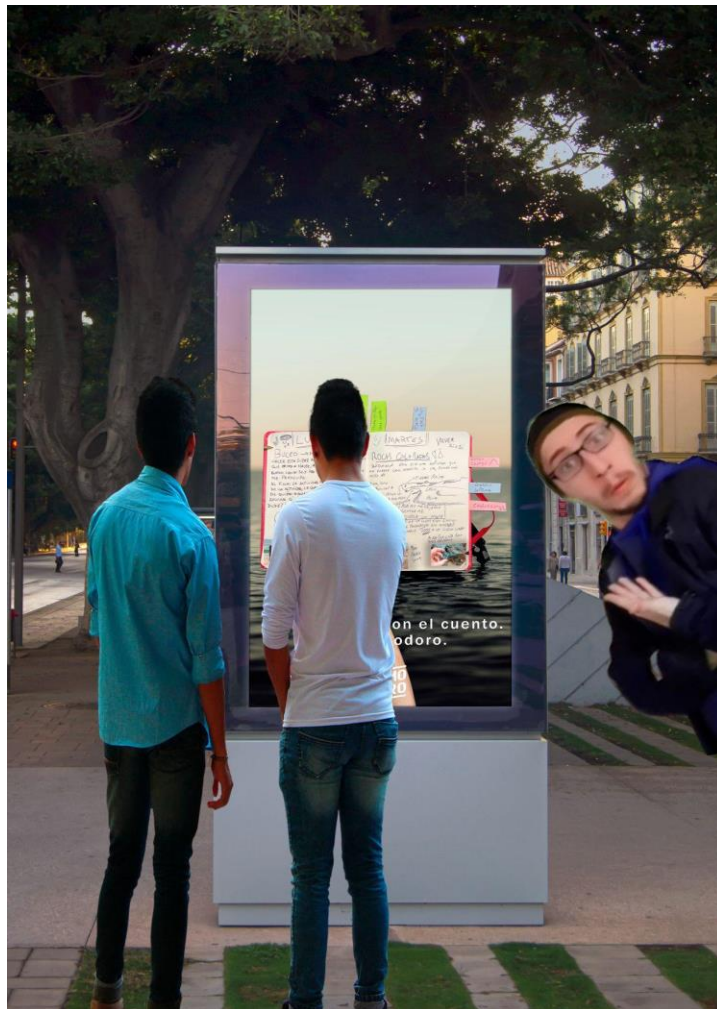
\*La imagen de Nico se oscurece y se aprecia la pantalla de cine con el mensaje: “no te quedes con el cuento, viví comodoro”\*.

## 7.6 BTL

Como acción BTL recomendamos utilizar los vehículos de vía pública, específicamente el circuito de pantallas transiluminadas, que seleccionamos de la comercializadora de publicidad en vía pública “Wall Street”. Estos están ubicados en zonas estratégicas de la Ciudad de Buenos Aires. Próximo a ellas, se encontrará un actor, interpretando a Nicolás (el personaje principal de la campaña). Este esperará a que la gente se acerque a verlas y a leerlas. En ese preciso momento, el actor saldrá a comentarles sobre Comodoro Rivadavia e insistirles sobre las increíbles aventuras que pasó en la ciudad, de igual forma que lo hace en los spots de TV. De esta forma, continuaremos con el tono de comunicación de tener a este personaje intenso y totalmente enamorado de Comodoro Rivadavia.

Para que la acción se realice de forma correcta, recomendamos los vehículos antes mencionados ya que son los lugares más concurridos por la audiencia buscada y los de mayor impacto. Esto nos ayudará a encontrar el momento perfecto para que el actor se acerque a hablar con las personas. Además, el actor deberá ensayar junto a un guion previamente escrito para que pueda dar la mejor actuación y así, generar interacción con las personas al comentarles las anécdotas y recomendaciones sobre la ciudad. La intención es que sea gracioso, interesante e informativo para captar, de forma adecuada, la atención de las personas.

Imagen a modo ilustrativo en la figura n°7.1:



**Figura n°7.1:** Nicolás charlando con la gente. Gráfica de elaboración propia.

## CAPÍTULO 8

### 8.1 Presupuesto

El presupuesto calculado para la realización de la campaña va a ser de \$1,034,898,969.80. Llegamos a este monto a través de selección y recomendación de los principales medios en los cuales el target consume o está expuesto. Desarrollamos esta estrategia analizando cómo es la vida del público objetivo y sus variantes en estilo de vida.

Recapitulando, los medios seleccionados son: TV, vía pública, R.R.S.S., radio y cine.

Para cada uno de ellos seleccionamos los medios y vehículos que se adecuen mejor a la estrategia recomendada. Así, por cada medio presupuestamos:

- TV: \$497,054,880.00
- Vía Pública: \$210,693,920.00
- R.R.S.S.: \$198,836,649.00
- Radio: \$110,169,520.80
- Cine: \$18,144,000.00

De esta manera, el presupuesto está compuesto según la estrategia de *recency* realizada con una frecuencia “2”.

A esto le agregaremos los costos de producción de contenidos y BTL con un monto estimado de \$1,000,000.  
Total: \$1,035,898,969.80

Finalmente, tendremos que considerar el IVA (10.5%) y el porcentaje del servicio de agencia (10%):

IVA (10.5%) = 108,769,391.829

Monto total más IVA: \$1,144,668,361.63

Porcentaje del servicio de agencia (10%) = 114,466,836.163

Monto subtotal más % del servicio de agencia: \$1,259,135,197.79

El costo total para la realización de la campaña es de \$1,259,135,197.79



## FUENTES ELECTRÓNICAS - ETAPA DE INVESTIGACIÓN

### A

- Administración Portuaria del Puerto de Comodoro Rivadavia. (S/F) “*Confiabilidad y dedicación*”. Appcr.com.ar. Recuperado de: <https://www.appcr.com.ar/>
- Adnsur. (2022) “¿Cómo se pueden reanudar las negociaciones entre Argentina y Gran Bretaña por la soberanía de las Islas Malvinas e Islas del Atlántico Sur?”. Adnsur.com.ar. Recuperado de: <https://www.adnsur.com.ar/sociedad/-como-se-pueden-reanudar-las-negociaciones-entre-argentina-y-gran-bretana-por-la-soberania-de-las-islas-malvinas-e-islas-del-atlantico-sur-a6242599f78735e2f6719c697>
- Adnsur. (2022) “Más de 67 mil personas viven bajo la línea de pobreza en Comodoro y Rada Tilly”. Adnsur.com.ar. Recuperado de: [https://www.adnsur.com.ar/sociedad/mas-de-67-mil-personas-viven-bajo-la-linea-de-pobreza-en-comodoro-y-rada-tilly\\_a6425f96c709eeb75685b8223](https://www.adnsur.com.ar/sociedad/mas-de-67-mil-personas-viven-bajo-la-linea-de-pobreza-en-comodoro-y-rada-tilly_a6425f96c709eeb75685b8223)
- Adnsur. (2022) “Piden a los vecinos que tienen agua que "extremen su cuidado" para poder estabilizar la distribución en Comodoro”. Adnsur.com.ar. Recuperado de: [https://www.adnsur.com.ar/sociedad/piden-a-los-vecinos-que-tienen-agua-que--extremen-su-cuidado--para-poder-estabilizar-la-distribucion-en-comodoro\\_a6298ed548a4d45ac7bc75105](https://www.adnsur.com.ar/sociedad/piden-a-los-vecinos-que-tienen-agua-que--extremen-su-cuidado--para-poder-estabilizar-la-distribucion-en-comodoro_a6298ed548a4d45ac7bc75105)
- Adnsur. (2023) “Comodoro Rivadavia y Rada Tilly tienen 219.000 habitantes, según el Censo 2022”. Adnsur.com.ar. Recuperado de: [https://www.adnsur.com.ar/sociedad/comodoro-rivadavia-y-rada-tilly--tienen-219-000-habitantes--segun-el-censo-2022\\_a63da51900fbc773a9d8606fe](https://www.adnsur.com.ar/sociedad/comodoro-rivadavia-y-rada-tilly--tienen-219-000-habitantes--segun-el-censo-2022_a63da51900fbc773a9d8606fe)
- Andújar, A. (2020) Género, historia y política en el mundo del trabajo petrolero. Comodoro Rivadavia, 1922-1932. Ojs.econ.uba.ar. Recuperado de: <https://ojs.econ.uba.ar/index.php/H-ind/article/download/1965/2712?inline=1>
- Asociación Argentina De Agentes De Carga Internacional. (S/F) “Invertirán en infraestructura para el Puerto de Comodoro Rivadavia”. Aaaci.org.ar, Recuperado de: <https://aaaci.org.ar/invertiran-en-infraestructura-para-el-puerto-de-comodoro-rivadavia/>

### B

- Baeza, B. (2013). Trabajadores migrantes bolivianos y paraguayos en la construcción: Comodoro Rivadavia, Chubut, Argentina. Trayectorias, 15(37), 31-52. Redalyc.org. <https://www.redalyc.org/pdf/607/60728973002.pdf>
- Baeza, B., Chanampa, M. (2016) “La naturalización de las problemáticas medioambientales en torno a la explotación petrolera en Comodoro Rivadavia”. Conicet.gov.ar. Recuperado de: <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/36352>

### C

- Carrizo, G.A. (2009) “La Patagonia argentina en el período de entreguerras: Acerca de los orígenes de la Zona Militar de Comodoro Rivadavia”. Conicet.gov.ar. Recuperado de: <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/97255>
- Carta Orgánica Municipal Comodoro Rivadavia (1999) “Declaraciones, derechos, deberes, principios de gobierno y políticas especiales”. Argentina.gov.ar. Recuperado de: [https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/carta\\_organica\\_comodoro\\_rivadavia.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/carta_organica_comodoro_rivadavia.pdf)
- Canal 12 (S/F) “Comodoro ya tiene su primera escuela municipal”. Municipalidad de Comodoro Rivadavia. Recuperado de: <https://www.comodoro.gov.ar/2022/12/19/guia-de-estudios-terciarios-y-universitarios-ciclo-2023/>
- Ciselli, G., & Hernández, M. (2021). Los espacios culturales en tiempos de pandemia. La experiencia de LUPAT en Comodoro Rivadavia. *Hermeneutic*, (20), 115-127. *Hermeneutic*. <https://publicaciones.unpa.edu.ar/index.php/1/article/view/826>
- Colegio Público de Abogados de Comodoro Rivadavia. (2019) “Accidentes de trabajo. En Comodoro creció un 120% la litigiosidad”. Cpacr.org.ar. Recuperado de: <http://www.cpacr.org.ar/archivos/1544>
- Colsecor Noticias. (2022) “La cooperativa de Comodoro refinanció una deuda millonaria con Cammesa”. Colsecornoticias.com.ar. Recuperado de: <https://www.colsecornoticias.com.ar/actualidad/la-cooperativa-comodoro-refinancio-una-deuda-millonaria-cammesa-n11992>
- Comodoro Alma Patagonia. (S/F) “Corredor Turístico de la Patagonia Central”. Comodoroturismo.gov.ar. Recuperado de: <https://www.comodoroturismo.gov.ar/lista/corredor-turistico-patagonia-central/>
- Comodoro Alma Patagonica. (S/F) “Cerro Chenque”. Comodoroturismo.gov.ar. Recuperado de: <https://www.comodoroturismo.gov.ar/lista/mirador-cerro-chenque/>
- Comodoro Alma Patagonica. (S/F) “Mirador Cerro Chenque”. Comodoroturismo.gov.ar. Recuperado de: <https://www.comodoroturismo.gov.ar/lista/cerro-chenque/>
- Comodoro Alma Patagonica. (S/F) “Museo Ferroportuario”. Comodoroturismo.gov.ar. Recuperado de: <https://www.comodoroturismo.gov.ar/lista/museo-ferroportuario/>
- Comodoro Alma Patagonica. (S/F) “Playa Costanera”. Comodoroturismo.gov.ar. Recuperado de: <https://www.comodoroturismo.gov.ar/lista/playa-costanera/>
- Comodoro Alma Patagonica. (S/F) “Playa KM3”. Comodoroturismo.gov.ar. Recuperado de: <https://www.comodoroturismo.gov.ar/lista/playa-km3/>
- Comodoro en Buenos Aires. (S/F) "Institucional". Comodoroturismo.gov.ar. Recuperado de: [https://casa.vivamoscomodoro.gov.ar/?page\\_id=23](https://casa.vivamoscomodoro.gov.ar/?page_id=23)
- Comodoro Turismo. (2021) “Revista Comodoro Turismo #1” “Rocas coloradas, área natural protegida”. Issuu Inc. Recuperado de: [https://issuu.com/revistacomodoroturismo/docs/revista\\_comodoro\\_turismo\\_issuu](https://issuu.com/revistacomodoroturismo/docs/revista_comodoro_turismo_issuu)
- Comodoro Turismo. (2021) Revista Comodoro Turismo #2 - “Lupat, activar desde el saber”, “Trekking de la Luna Llena”. Issuu Inc. Recuperado de: [https://issuu.com/revistacomodoroturismo/docs/ct\\_-\\_oton\\_o\\_-\\_issuu](https://issuu.com/revistacomodoroturismo/docs/ct_-_oton_o_-_issuu)
- Comodoro Turismo. (2021) “Revista Comodoro Turismo #3”, “Área natural protegida Punta Marqués”. Issuu Inc. Recuperado de: [https://issuu.com/revistacomodoroturismo/docs/ct\\_-\\_invierno\\_-\\_issuu](https://issuu.com/revistacomodoroturismo/docs/ct_-_invierno_-_issuu)
- Comodoro Turismo. (2021) Revista Comodoro Turismo #4 - “Ciudad de mar”. Issuu Inc. Recuperado de: [https://issuu.com/revistacomodoroturismo/docs/ct\\_-\\_primavera\\_-\\_issuu](https://issuu.com/revistacomodoroturismo/docs/ct_-_primavera_-_issuu)

Concejo Deliberante Comodoro Rivadavia. (2023) “Composición del concejo deliberante”.  
Concejocomodoro.gob.ar. Recuperado de: <https://concejocomodoro.gob.ar/autoridades/>  
Convención Municipal Constituyente. (1999) "Carta orgánica municipal". gentina.gob.ar. Recuperado de:  
[https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/carta\\_organica\\_municipal\\_rio\\_grande\\_.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/carta_organica_municipal_rio_grande_.pdf)

## D

Dirección de Turismo Municipalidad de Comodoro Rivadavia. (S/F) “Datos generales de Comodoro”.  
Patagonia.com.ar. Recuperado de:  
[https://www.patagonia.com.ar/Comodoro+Rivadavia/16\\_Datos+generales+de+Comodoro.html](https://www.patagonia.com.ar/Comodoro+Rivadavia/16_Datos+generales+de+Comodoro.html)  
Dirección de Turismo Municipalidad de Comodoro Rivadavia. (S/F) “El puerto como generador de  
actividad económica”. Patagonia.com.ar. Recuperado de:  
[https://www.patagonia.com.ar/Comodoro+Rivadavia/8\\_El+puerto+como+generador+de+actividad+econ%C3%B3mica.html](https://www.patagonia.com.ar/Comodoro+Rivadavia/8_El+puerto+como+generador+de+actividad+econ%C3%B3mica.html)  
Dirección Nacional de Población. (2010) “Reporte de estadísticas demográficas y sociales”.  
Argentina.gob.ar. Recuperado de:  
[https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2021/09/reporte\\_chubut\\_final\\_0.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2021/09/reporte_chubut_final_0.pdf)

## E

El Auditor. (2018) “Playas contaminadas en Comodoro Rivadavia”. Recuperado de:  
[https://elauditor.info/gestionpublica/playas-contaminadas-en-comodoro-rivadavia\\_a5c9cd7dc1aa4d13d86ae3fc5](https://elauditor.info/gestionpublica/playas-contaminadas-en-comodoro-rivadavia_a5c9cd7dc1aa4d13d86ae3fc5)  
El Chubut (2022) “Puerto Madryn sigue rompiendo el récord de visitantes”. Elchubut.com.ar. Recuperado de: <https://www.elchubut.com.ar/turismo/2022-11-5-18-34-0-puerto-madryn-sigue-rompiendo-el-record-de-visitantes>  
El Comodoreño (2011) “Murió José María Sáez, fundador del diario «El Chubut»”. Elcomodoreño.net.  
Recuperado de: <http://www.elcomodoreño.net/murio-jose-maria-saez-fundador-del-diario-el-chubut/>  
El Patagónico. (2010) “Diario Patagónico está de festejo”. Way Back Machine. Recuperado de:  
<https://web.archive.org/web/20140426201505/http://www.elpatagonico.net/nota/76210/>  
El Patagónico. (2014) “Diario Patagónico cumple 46 años informando con calidad periodística”. Way  
Back Machine. Recuperado de:  
<https://web.archive.org/web/20141108131148/http://www.elpatagonico.net/nota/199871-diario-patagonico-cumple-46-anos-informando-con-calidad-periodistica/>  
El Patagónico. (2019) "Juan Pablo Luque ganó la Intendencia con el 50.84% de los votos".  
Elpatagonico.com. Recuperado de: <https://www.elpatagonico.com/juan-pablo-luque-gano-la-intendencia-el-5084-los-votos-n5062315>  
El Patagónico. (2019) “Elecciones 2019”, “Juan Pablo Luque ganó la intendencia con el 50.84% de los  
votos”. Elpatagonico.com. Recuperado de: <https://www.elpatagonico.com/juan-pablo-luque-gano-la-intendencia-el-5084-los-votos-n5062315>

El ciudadano. (2022) “El Museo Nacional del Petróleo, uno de los cuatro más importantes del mundo”. Elciudadanoweb.com. Recuperado de: <https://www.elciudadanoweb.com/el-museo-nacional-del-petroleo-uno-de-los-cuatro-mas-importantes-del-mundo/>

Elcoeditores. (2020) “Lecturas”. Issuu Inc. Recuperado de: <https://issuu.com/elcoeditores/docs/areaurbana80/s/11245512>

Enacom. (2020) “ENACOM presente en la VII Exposición Industrial, Comercial y de Innovación Tecnológica de Comodoro Rivadavia”. Enacom.gob.ar. Recuperado de: [https://www.enacom.gob.ar/institucional/enacom-presente-en-la-vii-exposicion-industrial--comercial-y-de-innovacion-tecnologica-de-comodoro-rivadavia\\_n2819](https://www.enacom.gob.ar/institucional/enacom-presente-en-la-vii-exposicion-industrial--comercial-y-de-innovacion-tecnologica-de-comodoro-rivadavia_n2819)

## F

FM Carolina. (S/F) “Pantalla de inicio”. Fmcarolina1029.com.ar, Recuperado de: <http://www.fmcarolina1029.com.ar/web/>

FM Radiovision. (S/F) "Programación". Fmradiovision.com.ar. Recuperado de: <https://fmradiovision.com.ar/schedule>

## G

Gariolini, M. (2021) “Cómo era la elección de la reina del Petróleo, la fiesta que ponía en vilo a Comodoro”. Adnsur.com.ar. Recuperado de: <https://www.adnsur.com.ar/especiales/comodoro-aquella-vez/como-era-la-eleccion-de-la-reina-del-petroleo--la-fiesta-que--ponia-en-vilo-a-comodoro- a61b398970b5b4c021c9a7f33>

Gobierno Nacional. (S/F) "Bandera de Comodoro Rivadavia". Argentina.gob. Recuperado de: <https://www.argentina.gob.ar/chubut/comodoro/bandera>

Gobierno Nacional. (S/F) "Escudo de Comodoro Rivadavia". Argentina.gob. Recuperado de: <https://www.argentina.gob.ar/chubut/comodoro/escudo>

Gobierno Nacional. (S/F) "Himno oficial de Comodoro Rivadavia". Argentina.gob. Recuperado de: <https://www.argentina.gob.ar/chubut/comodoro/himno>

Gobierno Nacional. (S/F) “Aeropuerto Internacional Comodoro Rivadavia”. Argentina.gob. Recuperado de: <https://www.argentina.gob.ar/transporte/obras-en-los-aeropuertos/aeropuerto-internacional-comodoro-rivadavia>

GonBal. (2023) "Política y Gobierno". Gonbal.com.ar. Recuperado de: <http://www.gonbal.com.ar/gcr/pol/indpolygob.htm>

## I

Instituto Nacional de Estadística y Censos (2010) “Composición y distribución”. Indec.gob.ar. Recuperado de: <https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel4-Tema-2-18-77>

Infobae. (2023) “El Partido de la Costa fue el destino argentino más elegido de enero y marcó un récord con 2,2 millones de visitantes”. Infobae.com. Recuperado de:

<https://www.infobae.com/turismo/2023/02/03/el-partido-de-la-costa-fue-el-destino-argentino-mas-elegido-de-enero-y-marco-un-record-con-22-millones-de-visitantes/>

Instituto Superior de Arte. (S/F) "Historia". Nuestra Ciudad. Nuestraciudad.info Recuperado de:

[https://nuestraciudad.info/portal/Escuela\\_Superior\\_de\\_Arte.Comodoro\\_Rivadavia.CHU](https://nuestraciudad.info/portal/Escuela_Superior_de_Arte.Comodoro_Rivadavia.CHU)

Interpatagonia. (S/F) "Carrovelismo". Recuperado de:

<https://www.interpatagonia.com/comodororivadavia/carrovelismo-rada-tilly.html>

Interpatagonia. (S/F) "Un paseo hacia el pasado". Interpatagonia.com. Recuperado de:

<https://www.interpatagonia.com/comodororivadavia/museo-regional-rada-tilly.html>

## L

Lago, L. (2018). "Chilenos y canutos. Apuntes sobre la historia del movimiento evangélico pentecostal en Comodoro Rivadavia", 1958-1983. P. Núñez, A. Núñez, C. Odone y B. Matossian (comps.), "Araucanía-Norpatagonia: la fluidez, lo disruptivo y el sentido de la frontera", 453-470.

Cloudfront.net. Recuperado de:

[https://scholar.google.es/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=es&user=if5TokwAAAAJ&citation\\_for\\_view=if5TokwAAAAJ:mB3voiENLucC](https://scholar.google.es/citations?view_op=view_citation&hl=es&user=if5TokwAAAAJ&citation_for_view=if5TokwAAAAJ:mB3voiENLucC)

## M

Martínez, J., Olivares, M.L. (2013). "Vida cotidiana y participación ciudadana: la sociedad comodorense durante la guerra de Malvinas". Textos y Contextos. Recuperado de:

<http://www.revistas.unp.edu.ar/index.php/textosycontextos/article/view/17>

Ministerio de infraestructura, energía y planificación del gobierno de Chubut. (2023) "Comenzó la construcción del Sistema Cloacal y Emisario Submarino en la zona norte de Comodoro Rivadavia". Infraestructura.chubut.gov.ar. Recuperado de:

<https://infraestructura.chubut.gov.ar/provincia-comenzo-la-construccion-del-sistema-cloacal-y-emisario-submarino-en-la-zona-norte-de-comodoro-rivadavia/>

Ministerio de Turismo y Áreas Protegidas. (2022) "Anuario estadístico de Turismo". Gobierno de Chubut. Recuperado de: <https://chubutpatagonia.gob.ar/wp-content/uploads/2022/07/AET-Chubut-2021-22.pdf>

Ministerio del interior, obras públicas y vivienda, (S/F) "Constitución de la Provincia de Chubut".

Argentina.gob.ar. Recuperado de: [https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/01-constitucion\\_de\\_chubut.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/01-constitucion_de_chubut.pdf)

Municipalidad de Comodoro Rivadavia. (1999) "Carta Orgánica Municipal". Comodoro.gov.ar.

Recuperado de: [http://www.comodoro.gov.ar/archivos/pdf/carta\\_organica.pdf](http://www.comodoro.gov.ar/archivos/pdf/carta_organica.pdf)

Municipalidad de Comodoro Rivadavia. (2017) "Ordenanza N.º 3779/91". Ecofield.net. Recuperado de:

[https://www.ecofield.net/Legales/Ord/Com-Rivadavia\\_CHU/or3779-91\\_CRIV\\_CHU.htm](https://www.ecofield.net/Legales/Ord/Com-Rivadavia_CHU/or3779-91_CRIV_CHU.htm)

## N

Nieves, V. (2023) “El petróleo camina por la 'cuerda floja' tras sufrir la mayor caída en cuatro meses”. El Economista. Recuperado de: <https://www.economista.es/mercados-cotizaciones/noticias/12255363/05/23/el-petroleo-camina-por-la-cuerda-floja-tras-sufrir-la-mayor-caida-en-cuatro-meses.html>

## P

Patagonia. (S/F) Comodoro Rivadavia: Información general. Recuperado de: [https://www.patagonia.com.ar/Comodoro+Rivadavia/2\\_Comodoro+Rivadavia+Informaci%C3%B3n+general.html](https://www.patagonia.com.ar/Comodoro+Rivadavia/2_Comodoro+Rivadavia+Informaci%C3%B3n+general.html)

Patagonline. (S/F) “Qué ver y hacer en Camarones”. Patagonline.com. Recuperado de: <https://www.patagonline.com/que-ver-y-que-hacer-en-camarones-chubut/>

Patagonia Argentina. (S/F) “Actividades”. Madryn.org. Recuperado de: <https://madryn.org/categoria/actividades/>

Portal de la costa. (S/F) “Partido de la costa”. Portaldelacosta.com.ar. Recuperado de: <https://www.portaldelacosta.com.ar/partido.htm>

Pons, M. (S/F) “Rada Tilly, villa balnearia”. Interpatagonia.com. Recuperado de: <https://www.interpatagonia.com/comodororivadavia/villa-balnearia-rada-tilly.html>

Pons, M. (S/F) “A toda vela y por la playa”. Welcome Argentina. Recuperado de: <https://www.welcomeargentina.com/comodororivadavia/carrovelismo-rada-tilly.html>

Pons, M. (S/F) “Un paseo por la ciudad”. Welcome Argentina. Recuperado de: <https://www.welcomeargentina.com/comodororivadavia/excursiones-ciudad-comodoro.html>

Pons, M. (S/F) “Qué hacer en Comodoro Rivadavia”. Welcome Argentina. Recuperado de: <https://www.welcomeargentina.com/comodororivadavia/paseos.html>

## R

Rada Tilly Noticias, (2023) “Comodoro: Gran convocatoria en una nueva edición de la Fiesta del Pescador”. Rtn.com.ar. Recuperado de: <https://rtn.com.ar/comodoro-gran-convocatoria-en-una-nueva-edicion-de-la-fiesta-del-pescador/>

Radio 3. (2022) “Con una inversión de más de 18 millones de pesos, amplían la Escuela N.º 723 de Comodoro”. Radio3cadenapatagonia.com.ar. Recuperado de: <https://radio3cadenapatagonia.com.ar/con-una-inversion-de-mas-de-18-millones-de-pesos-amplian-la-escuela-no-723-de-comodoro/>

Radio del Mar. (S/F) "Inicio". Radiodelmar.com.ar. Recuperado de: <https://radiodelmar.com.ar/>

Redacción El Chubut. (2022) “Puerto Madryn sigue rompiendo el récord de visitantes”. El Chubut. Recuperado de: <https://www.elchubut.com.ar/turismo/2022-11-5-18-34-0-puerto-madryn-sigue-rompiendo-el-record-de-visitantes>

Redacción El Chubut. (2022) “Temporada récord: Esquel y Trevelin superaron el 80% de ocupación en febrero”. El Chubut. Recuperado de: <https://www.elchubut.com.ar/esquel/2022-3-2-22-2-0-temporada-record-esquel-y-trevelin-superaron-el-80-de-ocupacion-en-febrero>

## S

Secretaría de Política Económica, Subsecretaría de Programación Regional y Sectorial. (2022) “Cierre estadístico año 2021” - “Chubut Informe Productivo Provincial”. Ministerio de Economía. Recuperado de: [https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/40\\_2022\\_chubut.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/40_2022_chubut.pdf)

Sociedad Cooperativa Popular Limitada de Comodoro Rivadavia. (S/F) “Servicio de distribución de agua potable”. Scpl.coop. Recuperado de: <https://scpl.coop/index.php/site/ver-publicacion?id=18>

Streema. (S/F) "Comodoro Rivadavia - Radio Stations". Streema.com. Recuperado de: [https://streema.com/radios/Comodoro\\_Rivadavia](https://streema.com/radios/Comodoro_Rivadavia)

## T

Tableau. (S/F) "Qué son los objetivos SMART (inteligentes) y cómo crearlos". Tableau.com. Recuperado de: <https://www.tableau.com/es-es/learn/articles/smart-goals-criteria>

Tapia, L. (2021) “Revista Comodoro Turismo #2”, “Cóctel, atardecer en Laprida”. Issuu Inc. Recuperado de: [https://issuu.com/revistacomodoroturismo/docs/ct\\_-\\_oton\\_o\\_-\\_issuu](https://issuu.com/revistacomodoroturismo/docs/ct_-_oton_o_-_issuu)

Terminal de Ómnibus de Comodoro Rivadavia. (2023) “Arribos y partidas de los ómnibus de larga distancia”. Subsecretaría de Modernización y Transparencia de Comodoro Rivadavia. Recuperado de: <https://terminaldeomnibus.vivamoscomodoro.gob.ar/>

Total Medios. (2013) “El Diario Crónica festejó sus 50 años”. Totalmedios.com. Recuperado de: <https://www.totalmedios.com/nota/19481/el-diario-cronica-festejo-sus-50-anos>

Trevelin. (S/F) “Conocer Trevelin es conocer el Portal de Acceso al Patrimonio Mundial de la Humanidad; el Parque Nacional Los Alerces. Una ciudad marcada por la impronta de los colonos galeses y los pueblos originarios de la cultura mapuche-tehuelche“. Trevelin.tur.ar. Recuperado de: <https://trevelin.tur.ar/trevelin/>

## U

Universidad del Chubut. (S/F) “Nuestra Historia”. Udc.edu.ar. Recuperado de: <https://udc.edu.ar/nuestra-universidad/#>

Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco. (2015) “Historia”. Unp.edu.ar. Recuperado de: <http://www.unp.edu.ar/index.php/22-universidad/12-historia>

Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco. (S/F) “Comodoro Rivadavia”. Unp.edu.ar. Recuperado de: <http://www.unp.edu.ar/>

Universidad Tecnológica Nacional Facultad Regional Chubut. (S/F) “HISTORIA DE LA FACULTAD REGIONAL CHUBUT”. Facultad Regional de Chubut. Recuperado de: <https://www.frch.utn.edu.ar/acerca-de-la-utn/>

## V

- Vázquez, L., Romeo, G.D. (2019) “Acceso a tierras urbanas y riesgo ambiental. Comodoro Rivadavia, Patagonia argentina”. Universidad Nacional de Colombia, Bogotá. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/biut/v29n2/0124-7913-biut-29-02-13.pdf>
- Vivamos Comodoro. (2021) “Establecimientos Educativos”. Municipalidad de Comodoro Rivadavia. Recuperado de: <https://www.comodoro.gov.ar/2011/03/17/establecimientos-educativos/>
- Vivamos Comodoro. (S/F) "Autoridades". Municipalidad de Comodoro Rivadavia. Recuperado de: <https://www.comodoro.gov.ar/2022/01/11/autoridades/>
- Vivamos Comodoro. (S/F) "Medios de Comunicación". Municipalidad de Comodoro Rivadavia. Recuperado de: <https://www.comodoro.gov.ar/2017/07/24/mediaticos/>
- Vivamos Comodoro. (S/F) "Teléfonos Emergencias", "Farmacias de Turno", "Centros de Salud", "Establecimientos Educativos", "Guía de educativos terciarios y universitarios", "Mapeo de Servicios Públicos", "Defensa del Consumidor", "Comodoro Atiende", "Terminal de Ómnibus", "Curriculum Vitae". Municipalidad de Comodoro Rivadavia. Recuperado de: <https://www.comodoro.gov.ar/servicios/>
- Vivamos Comodoro. (S/F) “Centros de Atención Primaria de la Salud – Municipales”. Municipalidad de Comodoro Rivadavia. Recuperado de: <https://www.comodoro.gov.ar/2013/04/19/caps-mcr/>
- Vivamos Comodoro. (S/F) “Establecimientos Educativos”. Municipalidad de Comodoro Rivadavia. Recuperado de: <https://www.comodoro.gov.ar/2022/12/19/guia-de-estudios-terciarios-y-universitarios-ciclo-2023/>
- Vivamos Comodoro. (S/F) “Guía de Estudios Terciarios y Universitarios – ciclo 2023”. Municipalidad de Comodoro Rivadavia. Recuperado de: <https://www.comodoro.gov.ar/2022/12/19/guia-de-estudios-terciarios-y-universitarios-ciclo-2023/>

## W

- Weather Spark. (S/F). “El clima y el tiempo promedio en todo el año en Comodoro Rivadavia”. Weatherspark.com. Recuperado de: <https://es.weatherspark.com/y/27479/Clima-promedio-en-Comodoro-Rivadavia-Argentina-durante-todo-el-a%C3%B1o#:~:text=En%20Comodoro%20Rivadavia%2C%20los%20veranos,m%C3%A1s%20de%2031%20%20C%20B0C.>



## FUENTES ELECTRÓNICAS - ETAPA CREATIVA

### A

Academia Crandi. (S/F) “5 beneficios de hacer una campaña en Google search”.

<https://academia.crandi.com/publicidad-digital/google-search/>

Academia Crandi. (S/F) 5 beneficios de hacer una campaña en Google search. Academia Crandi.

<https://academia.crandi.com/publicidad-digital/google-search/>

Ayi Publicidad OOH. (S/F) Media Kit. Ayi Publicidad. <https://www.ayipublicidad.com.ar/wp-content/uploads/2018/10/Ayi-OOH-Media-Kit.pdf>

### C

Concept Media. (2010) “Perfiles de Audiencia de TV Abierta - Cap. Fed. Y GBA”. CAAM.

<https://www.agenciasdemedios.com.ar/wp-content/uploads/2010/12/Perfiles-de-TV-Abierta-2010-Informe-Completo.pdf>

### D

DeRadios. (2023) “Argentina. Mediciones de Radios FM durante mayo de lunes a domingo 24 hs.”.

<https://deradios.com/radio/mediciones-de-radios-am-fm-durante-marzo-de-lunes-a-domingo/#:~:text=En%20las%20estad%C3%ADsticas%20oficiales%20de,igual%20que%20Pop%20Radio%20101.5.>

DossierNet. (2020) “TN se destacó en los principales grupos de audiencias”. Dossier.Net.

<https://dossiernet.com/articulo/tn-se-destaco-en-los-principales-grupos-de-audiencias/22983>

DossierNet. (2020) “TN se destacó en los principales grupos de audiencias”.

<https://dossiernet.com/articulo/tn-se-destaco-en-los-principales-grupos-de-audiencias/22983>

### E

Exitoína. (2023) “Rating: cómo le fue a la final de Gran Hermano que batió el récord de audiencia en lo que va de 2023”. Perfil. <https://exitoina.perfil.com/noticias/rating/rating-como-le-fue-a-la-final-de-gran-hermano-que-batio-el-record-de-audiencia-en-lo-que-va-de-2023.phtml>

Exitoína. (2023) “Rating: cómo le fue a Pasaplatos Famosos 2 en su debut con la conducción de Carina Zampini”. Perfil. <https://exitoina.perfil.com/noticias/rating/rating-como-le-fue-a-pasaplatos-famosos-2-en-su-debut-con-la-conduccion-de-carina-zampini.phtml>

Exitoína. (2023) “Telefe estira la diferencia con El Trece y marca un nuevo récord en la historia de la TV abierta”. Perfil. <https://exitoina.perfil.com/noticias/rating/telefe-estira-la-diferencia-con-el-trece-y-marca-un-nuevo-record-en-la-historia-de-la-tv-abierta.phtml>

Exitoína. (2023) Darío Barassi habló tras el exitoso debut de Ahora Caigo en El Trece: "Los programas se construyen, las audiencias también". Perfil. <https://exitoina.perfil.com/noticias/destacada/dario->

[barassi-hablo-tras-el-exitoso-debut-de-ahora-caigo-en-el-trece-los-programas-se-construyen-las-audiencias-tambien.phtml](#)

Frankosky, C. (2023) “YouTube Advertising Costs Explained: Your 2023 Guide”. Surfside PPC. <https://surfsideppc.com/youtube-advertising-costs/#:~:text=CPM%20will%20depend%20on%20your,CPM%20of%20%245%20to%20%2420>

⋮

## G

Geysler, W. (2021) “¿Cuánto Cuestan los Anuncios en Tik Tok?”. Influencer Marketing Hub. <https://influencermarketinghub.com/es/cuanto-cuestan-los-anuncios-tiktok/>

Grupo Clarín. (2022) Annual Report and Consolidated Financial Statements. Grupo Clarin. <https://ir.grupoclarin.com/wp-content/uploads/2023/04/GCSA-12-2022-LSE-AIF-1.pdf>

Grupo Vía. (S/F) “Vías de Comunicación”. TotalMedios. <https://www.totalmedios.com/doc-contenido-medio/73,1007/mediakit>

## I

Infobae. (2022) Más de 15 millones de argentinos vieron YouTube en su TV. Infobae. <https://www.infobae.com/america/tecno/2022/11/02/mas-de-15-millones-de-argentinos-vieron-youtube-en-su-tv/>

## L

La 100. (2018) “El Club Del Moro se llevó el Martín Fierro al Mejor Programa Diario de Interés General en FM.” <https://la100.cienradios.com/club-del-moro-se-llevo-martin-fierro-al-mejor-programa-diario-interes-general-fm/>

La Nación (2019) “De las 10 líneas de transporte más atestadas del mundo, tres son porteñas, según los usuarios de Google Maps”. <https://www.lanacion.com.ar/tecnologia/de-diez-lineas-transporte-mas-atestadas-del-nid2262560/>

## M

MediaBusTV. (2023) Presentación 2023. Total Medios. <https://www.totalmedios.com/doc-contenido-medio/73,4936/mediakit>

Muñoz, M. C. (2020) “TikTok para empresas: Nuevas estrategias, nuevos retos”. Esan. <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/tiktok-para-empresas-nuevas-estrategias-nuevos-retos>

## N

NoticiasNet. (2023) “Cuánto cuesta el segundo de publicidad en Gran Hermano, el programa de TV más caro de la Argentina”. <https://www.noticiasnet.com.ar/noticias/2023/02/08/122149-cuanto-cuesta-el-segundo-de-publicidad-en-gran-hermano-el-programa-de-tv-mas-carro-de-la-argentina#:~:text=Detr%C3%A1s%20de%20estos%2C%20se%20encuentra,que%20abonar%20%24470.000%20por%20segundo.>

## O

Oliveto, G. (29 de mayo de 2023) “Resistir, el gran proyecto de la clase media”. La Nación. <https://www.lanacion.com.ar/economia/resistir-el-gran-proyecto-de-la-clase-media-nid29052023/>

## R

Romero, I. (2023) “Estudio Facebook Ads 2023: mejora tu estrategia con estos datos”. Metricool. <https://metricool.com/es/estudio-facebook-ads/>

## S

Statista Research Department. (2022) Número de descargas mensuales de Instagram en Argentina de enero de 2021 a junio de 2022. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/1318397/argentina-descargas-mensuales-de-instagram/#:~:text=En%20febrero%20de%202022%2C%20Argentina,25%2C34%20millones%20de%20usuarios.>

Statista Research Department. (2023) Número de descargas de Facebook en Argentina de enero de 2021 a junio de 2022. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/1284778/argentina-descargas-mensuales-de-facebook/#:~:text=En%20febrero%20de%202022%2C%20Argentina,40%2C76%20millones%20de%20usuarios.>

## T

Televisión. (2023) “Los números de los noticieros del martes”. <http://television.com.ar/los-numeros-de-los-noticieros-del-martes-12-05/124817>

Televisión. (2023) “Los números de los noticieros del miércoles”. <http://television.com.ar/los-numeros-de-los-noticieros-del-miercoles-0804/122546>

Televisión. (2023) Los números de los noticieros del miércoles. Televisión. <http://television.com.ar/los-numeros-de-los-noticieros-del-miercoles-0804/122546>

Televisión. (S/F) Los números de los noticieros del martes. Televisión. <http://television.com.ar/los-numeros-de-los-noticieros-del-martes-12-05/124817>

Todo Noticias. (2021) "TN fue la señal de noticias más vista de abril y aumentó la diferencia con sus competidores". TN.com. <https://tn.com.ar/show/2021/05/12/tn-fue-la-senal-de-noticias-mas-vista-de-abril-y-aumento-la-diferencia-con-sus-competidores/>

Total Medios (2023) "Media Kit Abril 2023". Total Medios. <https://www.totalmedios.com/doc-contenido-medio/73,5614/mediakit>

Total Medios (2023) "TNT Sports - GRILLA DE PRENSA - MARZO. Total Medios. <https://www.totalmedios.com/doc-contenido-medio/86,5052/grillaprogramacion>

Total Medios. (2020) Ratings de Radio. Total Medios. <https://cip.org.ar/wp-content/uploads/2020/08/Ratings-RADIO-AM-FM-Julio-2020.pdf>

Total Medios. (2022) Ranking de radio: Mitre y La 100 lideran en la radiofonía argentina. Total Medios. <https://www.totalmedios.com/nota/49234/ranking-de-radio-mitre-y-la-100-lideran-en-la-radiofonia-argentina>

Total Medios. (2023) "Grilla Comercial - TODO NOTICIAS". Artear. <http://www.canal13.artear.com.ar/cgi-bin/navgrilla03.pl?DIR=tn/tarifasgrilla/datos&Senial=TN&Tipo=COM&Semana=&Anio=&DIA=&MES=&ANIO=&Version=>

Total Medios. (2023) "Rating de cable: TN se quedó con mayo y LN+ sigue segunda". Total Medios. <https://www.totalmedios.com/nota/52956/rating-de-cable-tn-se-queda-con-mayo-y-ln-sigue-segunda>

Total Medios. (2023) Rating de cable: TN se quedó con mayo y LN+ sigue segunda. Total Medios. <https://www.totalmedios.com/nota/52956/rating-de-cable-tn-se-queda-con-mayo-y-ln-sigue-segunda>

Total Medios. (S/F) "El trece, Perfil de audiencia". Total Medios. <https://www.totalmedios.com/contenido-medio/40,493/perfil-de-audiencia>

Total Medios. (S/F) "El trece, Perfil de audiencia". <https://www.totalmedios.com/contenido-medio/40,493/perfil-de-audiencia>

Total Medios. (S/F) "Perfil de audiencia". Total Medios. <https://www.totalmedios.com/contenido-medio/40,493/perfil-de-audiencia>

Total Medios. (S/F). "Perfil de audiencia". Total Medios. <https://www.totalmedios.com/contenido-medio/27,494/perfil-de-usuarios>

TotalMedios (2017) "Clarín, La Nación e Infobae, los sitios de noticias más visitados de la Argentina". <https://www.totalmedios.com/nota/30839/clarin-la-nacion-e-infobae-los-sitios-de-noticias-mas-visitados-de-la-argentina>

TotalMedios (2017) "Clarín, La Nación e Infobae, los sitios de noticias más visitados de la Argentina". Total Medios. <https://www.totalmedios.com/nota/30839/clarin-la-nacion-e-infobae-los-sitios-de-noticias-mas-visitados-de-la-argentina>

TotalMedios. (2023) "Flix Media". <https://www.totalmedios.com/medio/3001/flix-media>.

TotalMedios. (S/F) "Wall Street". Total Medios. <https://www.totalmedios.com/contenido-medio/16,1005/estrategia-de-marca>

Tvenserio. (2021) "TNT SPORTS debuta con las mejores cifras de audiencia en la historia del canal". <https://www.tvenserio.com/2021/02/02/tnt-sports-debuta-con-las-mejores-cifras-de-audiencia-en-la-historia-del-canal/>

## W

- Warner Media. (2021) “Perfil de audiencia TNT Sports Argentina”.  
<https://warnermedialatam.com/wmforbrands/dev/wp-content/uploads/2022/06/ARG-Media-Kit-TNT-Sports.pdf>
- Wassi, E. (2023) Redes sociales, usuarios y alcance en Argentina: todo lo que hay que saber para este 2023. La Prensa. <https://www.laprensa.com.ar/527024-Redes-sociales-usuarios-y-alcance-en-Argentina-todo-lo-que-hay-que-saber-para-este-2023.note.aspx#:~:text=Aunque%20todav%C3%ADa%20est%C3%A1%20lejos%20de,%2C%20un%2043%2C1%25.>
- Web FX. (S/F) “How Much Does It Cost To Advertise on Instagram?”. <https://www.webfx.com/social-media/pricing/how-much-does-it-cost-to-advertise-on-instagram/#:~:text=How%20much%20do%20Instagram%20ads,pay%20%246.70%20per%20100%20impressions.>

## BIBLIOGRAFÍA

- Fahey, L., & Narayanan, V. K. (1986). Análisis Macro-ambiental en Gestión Estratégica. Minesotta: West Publishing Company.
- Thomas C. O’Guinn, Chris T. Allen, Richard J. Semenik. (2013) ”Publicidad y Promoción Integral de Marca”.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2013a) Fundamentos del Marketing. Análisis de marketing. México: Pearson Educación. 11va edición
- Kotler, P., Armstrong, G. (2013b) “Fundamentos del Marketing” “La estrategia y la mezcla de marketing“
- Kotler, P., Armstrong, G. (2013c). “Fundamentos del Marketing” “Análisis del entorno de marketing: Públicos” (pp. 69). 11va edición.
- Kotler, P. (2015) “Fundamentos del Marketing”, “mapa de posicionamiento”