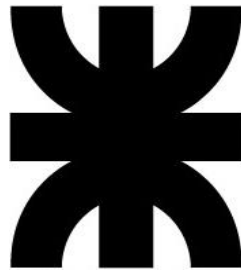


SAMIRA PÉREZ, VANESA ESPÍNDOLA



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL

Facultad Regional Reconquista

ECOTURISMO: UNA ALTERNATIVA ECONÓMICA PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE EN EL NORDESTE DE SANTA FE

Análisis económico–financiero de un emprendimiento ecoturístico en desarrollo situado en el Sitio Ramsar Humedal Jaaukanigás

Proyecto Final presentado en cumplimiento de las exigencias de la Carrera de Licenciatura en Administración Rural, de la Facultad Regional Reconquista, bajo la tutoría de: Alejandro Stechina y Miguel Sánchez.

Reconquista, 07 de Febrero de 2019

ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTOS	11
INTRODUCCIÓN	12
CAPÍTULO I: DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO DE LA INVESTIGACIÓN	13
1.1. Resumen	13
1.2. JUSTIFICACIÓN.....	13
1.2.1.Contribución a la formación de recursos humanos	13
1.2.2.Relevancia socio-institucional	14
1.2.3.Relevancia cognitiva – Perspectivas de transferencia de resultados.....	15
1.3. PROPÓSITOS DE LA INVESTIGACIÓN	15
1.4. PRESENTACIÓN DE LOS PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN	16
1.5. HIPÓTESIS SUSTANTIVAS PRINCIPALES	16
1.6. OBJETIVOS.....	17
1.6.1.Objetivos Generales	17
1.6.2.Objetivos Específicos.....	17
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO QUE SUSTENTA LA INVESTIGACIÓN	19
2.1. Resumen.....	19
CAPÍTULO III: ESTUDIOS ANTECEDENTES SOBRE EL TEMA	22
3.1. Resumen.....	22
3.2. Antecedentes	22
CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA	25
4.1. Resumen.....	25
4.2. Unidades de Análisis (U.A.)	25
4.3. Muestra.....	25
4.4. Estrategias Metodológicas, Método de Investigación y Diseño.....	27
4.4.1. Estrategias Metodológicas, Técnicas de Investigación y Plan de Análisis	27
4.4.2. Método de Investigación	28
4.4.3. Diseño	28
CAPÍTULO V: ANÁLISIS DE LOS DATOS	29
5.1. Resumen.....	29
5.2. Contextualización del Área de estudio.....	29
5.2.1. Ecorregiones de la Provincia de Santa Fe	30
5.2.2. La Cuenca Del Plata, el Río Paraná y el Humedal Jaaukanigás	32
5.2.2.1. La Cuenca Del Plata	32
5.2.2.2. El Humedal Jaaukanigás.....	35
5.2.3. Características Socio – Culturales del Norte Santafesino	42
5.3. Marco Normativo del Turismo Nacional/Provincial y Medio Ambiente, Políticas de Promoción y Desarrollo del Turismo Nacionales y Provinciales.....	46
5.3.1. Marco Normativo/Político Turismo Nacional/Provincial y Medio Ambiente ..	46
5.3.2. Políticas de Promoción y Desarrollo del Turismo Nacionales y Provinciales ..	56
5.3.2.1. Otros datos curiosos.....	61
5.3.2.2. Jaaukanigás: CIM y el Plan de Manejo de Turismo Sostenible Sitio Ramsar Jaaukanigás, y su inclusión dentro del Corredor Ecoturístico del Norte ...	63
CAPÍTULO VI: APLICACIÓN PRÁCTICA	66
6.1. Resumen.....	66
6.2. Planteo del caso	66
6.3. Análisis FODA Emprendimiento Ecoturístico	83
6.4. Resultados Proyecto de Inversión	85
6.5. Rentabilidad Operativa del Proyecto y Rentabilidad del Inversionista	87
6.6. Análisis de Sensibilidad	89

CAPÍTULO VII: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	91
7.1. Resumen	91
7.2. Resultados Entrevistas	91
7.2.1 Agencias de Turismo.....	91
7.2.2 Hoteles	96
7.3. Propuesta superadora a los problemas planteados: el Ecoturismo como Alternativa de Desarrollo Económico y Social Local.....	108
CONCLUSIONES	112
BIBLIOGRAFÍA	114
ANEXO I: Imágenes hoteles entrevistados	124
ANEXO II: Imágenes fauna del Jaaukanigás	130
ANEXO III: Imágenes paisajes de la Región	155
ANEXO IV: Imágenes cabañas analizadas	168
ANEXO V: Presupuesto Concesionaria “Tu Auto” Reconquista	175
ANEXO VI: Oferta Turística de Avellaneda	176
ANEXO VII: Entrevistas realizadas	178
1.1. Agencias de Turismo	178
1.2. Hoteles	191
1.3. Emprendedores	209
1.4. Organizaciones sin Fin de Lucro	214
1.5. Dirigentes Políticos Locales	220
1.6. Profesionales Destacados de nuestra región vinculados al área.....	239
1.7. Propietario tierras cabañas cedidas en comodato.....	246
ANEXO VIII: Planillas Cálculo Proyecto de Inversión Emprendimiento	247
1.1. Ingresos, Costos Variables y Costos Estructura Emprendimiento.....	247
1.1.1. Proyección de Ingresos.....	247
1.1.1.1. Situación Normal	247
1.1.1.2. Escenario Optimista.....	248
1.1.1.3. Escenario Pesimista	248
1.1.2. Proyección Costos Variables	249
1.1.2.1. Situación Normal	249
1.1.2.2. Escenario Optimista.....	250
1.1.2.3. Escenario Pesimista	250
1.1.3. Proyección Costos de Estructura	251
1.1.3.1. Situación Normal	251
1.1.3.2. Escenario Optimista.....	253
1.1.3.3. Escenario Pesimista	253
1.2. Amortizaciones, Calendario Ingresos por Vtas. y Renovación Bienes Uso, y Valor Desecho Proyecto.....	254
1.3. Inversión Inicial Proyecto Año 0	267
1.4. Capital de Trabajo.....	268
1.5. Tablas Amortización Fuentes de Financiamiento.....	269
1.6. Tasa Descuento Proyecto (<i>f</i>)	272
1.7. Flujo de Fondo Ampliado e indicadores: VAN, TIR y RP	273
1.7.1. Situación Normal	273
1.7.2. Escenario Optimista	276
1.7.3. Escenario Pesimista	279
ANEXO IX: Alturas Hidrométricas Río Paraná enero 2015- Junio 2018	282
ANEXO X: Fórmulas Utilizadas Proyecto de Inversión	286
1.1. Tasa Efectiva Anual	286
1.2. Tasa Real Anual	286
1.3. Sistema Amortización Francés	286
1.4. Método de Depreciación de Activos de la Línea Recta	288
1.5. Estructura General de un Flujo de Fondo	288

1.6. Valor Actual Neto (VAN).....	288
1.7. Tasa Interna de Retorno (TIR).....	289

ÍNDICE FIGURAS

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO QUE SUSTENTA LA INVESTIGACIÓN

2.2. Resumen

FIGURA N° 1: Clasificación Turismo Receptivo	20
--	----

CAPÍTULO V: ANÁLISIS DE LOS DATOS

5.2. Contextualización del Área de estudio

5.2.1. Ecorregiones de la Provincia de Santa Fe

FIGURA N° 2: Ecorregiones de la Provincia de Santa Fe.	31
---	----

5.2.2. La Cuenca Del Plata, el Río Paraná y el Humedal Jaaukanigás

FIGURA N° 3: Principales Ríos Cuenta del Plata.	33
--	----

FIGURA N° 4: Áreas Naturales Protegidas de la Provincia de Santa Fe.	34
---	----

5.2.2.2. El Humedal Jaaukanigás

FIGURA N° 5: Sitio Ramsar Humedal Jaaukanigás	36
---	----

FIGURA N° 6: Flora del Sitio Ramsar Humedal Jaaukanigás.	38
---	----

5.2.3. Características Socio – Culturales del Norte Santafesino

FIGURA N° 7: Mapa Pueblos Forestales de la Provincia de Santa Fe.	43
--	----

5.3. Marco Normativo del Turismo Nacional/Provincial y Medio Ambiente, Políticas de Promoción y Desarrollo del Turismo Nacionales y Provinciales

FIGURA N° 8: Mapa Ordenamiento Territorial de los Bosques Nativos de la Provincia de Santa Fe.	49
---	----

FIGURA N° 9: Mapa Áreas Protegidas Argentina	52
--	----

FIGURA N° 10: Parques Nacionales Argentina.	53
--	----

FIGURA N° 11: Parque Interjurisdiccional Marino/Marino Costero Argentina.	53
--	----

FIGURA N° 12: Reservas Argentina.	53
--	----

FIGURA N° 13: Reserva Natural Estricta.	53
--	----

FIGURA N° 14: Monumentos Nacionales Argentina.	54
---	----

5.3.2. Políticas de Promoción y Desarrollo del Turismo Nacionales y Provinciales

FIGURA N° 15: Productos Turísticos Desarrollados por el PFETS	57
---	----

FIGURA N° 16: Mapa Regiones Turísticas Santa Fe.....	59
--	----

FIGURA N° 17: Mapa Corredores Turísticos Santa Fe.....	60
--	----

5.3.2.2. Jaaukanigás: CIM y el Plan de Manejo de Turismo Sostenible Sitio Ramsar Jaaukanigás, y su inclusión dentro del Corredor Ecoturístico del Norte

FIGURA N° 18: Provincias que integran el Plan Belgrano.	65
--	----

CAPÍTULO VI: APLICACIÓN PRÁCTICA

8.2. Planteo del caso

FIGURA N° 19: Croquis Cabaña N° 1.	67
---	----

FIGURA N° 20: Croquis Cabaña N° 2.	68
---	----

FIGURA N° 21: Capacidad Operativa del Emprendimiento y de Alojamiento de las cabañas.	71
--	----

FIGURA N° 22: Esquema Ocupación Mano de Obra.	76
--	----

FIGURA N° 23: Alturas Hidrométricas Estación Reconquista: Nivel de Alerta y Evacuación.	80
--	----

8.3. Análisis FODA Emprendimiento Ecoturístico

FIGURA N° 24: Matriz F.O.D.A.	83
------------------------------------	----

CAPÍTULO VII: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

9.2. Resultados Entrevistas

9.2.1. Agencias de Turismo

FIGURA N° 25: Desarrollo de Turismo Receptivo por parte de Agencias de Turismo Locales.	91
--	----

FIGURA N° 26: Razones por las cuales las Agencias no realizan turismo receptivo.	92
---	----

FIGURA N° 27: Interés de las agencias por realizar turismo receptivo.	93
--	----

FIGURA N° 28: Valoración de los recursos turísticos de la región por parte de las agencias.	93
--	----

FIGURA N° 29: Recursos Turísticos Inexplotados en la región según Agencias.	94
--	----

FIGURA N° 30: Alternativas para desarrollar el turismo local según Agencias.	95
---	----

FIGURA N° 31: Ponderación de la acción gubernamental en pos de desarrollo del turismo local según Agencias.	96
--	----

9.2.2. Hoteles

FIGURA N° 32: Clases de contingentes que reciben los hoteles locales.	97
--	----

FIGURA N° 33: Tamaño grupo de turista que en alguna oportunidad se alojó en los hoteles locales.	98
FIGURA N° 34: Motivo visita de los contingentes de hoteles locales.	98
FIGURA N° 35: Inexistencia de paquete turístico para ofertar por parte de hoteles.	99
FIGURA N° 36: Existencia de Recursos Turísticos Naturales Inexplotados de la región.	100
FIGURA N° 37: Recursos Turísticos Inexplotados en la región según hoteles.	101
FIGURA N° 38: Alternativas para desarrollar el turismo local según hoteles.	102
FIGURA N° 39: Ponderación de la acción gubernamental en pos de desarrollo del turismo local según hoteles.	104
FIGURA N° 40: trabajo en conjunto entre Agencias de Turismo y Hoteles locales.	107
FIGURA N° 41: Tipo de agencias con las que trabajan los hoteles locales.	107
9.3. Propuesta superadora a los problemas planteados: el Ecoturismo como Alternativa de Desarrollo Económico y Social Local	
FIGURA N° 42: Ilustración del Mercado de Ecoturismo regional.	109
FIGURA N° 43: Ilustración del Mercado Potencial de Ecoturismo regional.	110
ANEXO I: Imágenes hoteles entrevistados	
FIGURA N° 1: Vista Exterior Grand Hotel, Reconquista, Santa Fe.	124
FIGURA N° 2: Vista Interior Grand Hotel, Reconquista, Santa Fe.	124
FIGURA N° 3: Vista Exterior Hotel Center, Reconquista.	125
FIGURA N° 4: Vista Exterior Los Brunos Lodge & Golf, Avellaneda, Santa Fe.	126
FIGURA N° 5: Vista Interior Los Brunos Lodge & Golf, Avellaneda, Santa Fe.	126
FIGURA N° 6: Hotel Los Tilos, Reconquista, Santa Fe.	127
FIGURA N° 7: Vista Exterior Hotel Posadas Los Brunos, Reconquista, Santa Fe.	128
FIGURA N° 8: Vista Interior Hotel Posadas Los Brunos, Reconquista, Santa Fe.	128
FIGURA N° 9: Vista Exterior Hotel Ychoalay Caz, Reconquista, Santa Fe.	129
FIGURA N° 10: Vista Interior Hotel Ychoalay Caz, Reconquista, Santa Fe.	129
ANEXO II: Imágenes fauna del Jaaukanigás	
FIGURA N° 1: Brasita del Fuego.	130
FIGURA N° 2: Calandria.	130
FIGURA N° 3: Carancho.	131
FIGURA N° 4: Cardenal.	131
FIGURA N° 5: Carpintero.	132
FIGURA N° 6: Chajá.	132
FIGURA N° 7: Crespín.	133
FIGURA N° 8: Cuervo.	133
FIGURA N° 9: Espátula Rosada.	134
FIGURA N° 10: Flamenco.	134
FIGURA N° 11: Garza Blanca.	135
FIGURA N° 12: Golondrina.	135
FIGURA N° 13: Hornero.	135
FIGURA N° 14: Ipacaá.	136
FIGURA N° 15: Jilguero.	136
FIGURA N° 16: Juan Soldado.	137
FIGURA N° 17: Martín Pescador.	137
FIGURA N° 18: Ñandú.	138
FIGURA N° 19: Picaflor.	138
FIGURA N° 20: Pirincho.	139
FIGURA N° 21: Pitawé.	139
FIGURA N° 22: Pollona.	140
FIGURA N° 23: Reinamora.	140
FIGURA N° 24: Sirirí Pampa.	141
FIGURA N° 25: Tacuarita.	141
FIGURA N° 26: Tero.	142
FIGURA N° 27: Tijereta.	142
FIGURA N° 28: Tordo Negro.	143
FIGURA N° 29: Tuyango, Fotografía: Mario Paul Ignacio.	143
FIGURA N° 30: Urraca.	144
FIGURA N° 31: Vieja del monte.	144
FIGURA N° 32: Zorzal.	144
FIGURA N° 33: Carpincho.	145

FIGURA N° 34: Ciervo del Pantano.	145
FIGURA N° 35: Cuis.	146
FIGURA N° 36: Guazuncho.	146
FIGURA N° 37: Jabalí.	147
FIGURA N° 38: Liebre Criolla.	147
FIGURA N° 39: Carayá.	147
FIGURA N° 40: Tapir.	148
FIGURA N° 41: Venado de Las Pampas.	148
FIGURA N° 42: Aguará Guazú.	149
FIGURA N° 43: Comadreja.	149
FIGURA N° 44: Hurón.	150
FIGURA N° 45: Nutria.	150
FIGURA N° 46: Zorro de Monte.	151
FIGURA N° 47: Oso hormiguero.	151
FIGURA N° 48: Oso melero.	152
FIGURA N° 49: Tatú Mulita.	152
FIGURA N° 50: Iguana Overa.	153
FIGURA N° 51: Tortuga.	153
FIGURA N° 52: Yacaré Negro.	154
FIGURA N° 53: Yacaré Overo.	154
ANEXO III: Imágenes paisajes de la Región	
FIGURA N° 1: Puente Aguilar – Puerto Reconquista.	155
FIGURA N° 2: Puente Aguilar – Puerto Reconquista.	155
FIGURA N° 3: Puente Aguirre – Puerto Reconquista.	156
FIGURA N° 4: Puente Aguirre – Puerto Reconquista.	156
FIGURA N° 5: Puerto Reconquista.	157
FIGURA N° 6: Puerto Reconquista.	157
FIGURA N° 7: Puerto Reconquista.	158
FIGURA N° 8: Puerto Reconquista.	158
FIGURA N° 9: Balsa Reconquista – Goya (Vista: Puerto Reconquista).	159
FIGURA N° 10: Camino desde Reconquista a Goya desde la balsa.	159
FIGURA N° 11: Isla 4 frente a Puerto Reconquista.	160
FIGURA N° 12: Correntoso - Puerto Reconquista.	160
FIGURA N° 13: Vista del Puerto Reconquista en época de inundación.	161
FIGURA N° 14: El Palmita, Reconquista.	162
FIGURA N° 15: El Palmita, Reconquista.	162
FIGURA N° 16: El Palmita, Reconquista.	163
FIGURA N° 17: Travesía de Reconquista a Avellaneda desde Las Tres Bocas (Rio San Javier).	163
FIGURA N° 18: Travesía de Reconquista a Avellaneda desde Las Tres Bocas (Rio San Javier).	164
FIGURA N° 19: Travesía Reconquista a Romang (Rio San Javier).	164
FIGURA N° 20: Travesía ida de Reconquista a las Tres Bocas por el Rio San Javier.	165
FIGURA N° 21: Parador Las Tres Bocas (Rio San Javier).	165
FIGURA N° 22: Arroyo Malabrigo.	166
FIGURA N° 23: Camping El Sitram.	166
FIGURA N° 24: Bajos Submeridionales – Caminos rurales.	167
FIGURA N° 25: El Palometa – Las Toscas.	167
ANEXO IV: Imágenes cabañas analizadas	
FIGURA N° 1: Cabaña N°2.	168
FIGURA N° 2: Pasarela.	168
FIGURA N° 3: Cabaña N° 2.	169
FIGURA N° 4: Comedor Cabaña N° 1.	169
FIGURA N° 5: Cabaña N° 2.	170
FIGURA N° 6: Cabaña N°2.	170
FIGURA N° 7: Casco trucker Open 620 con motor Yamaha 200 HP en muelle Reconquista.	171
FIGURA N° 8: Motor Yamaha 200 HP.	172
FIGURA N° 9: Visitantes pescadores a punto de largar desde el Muelle Reconquista.	173
FIGURA N° 10: Visitantes arribando al muelle de la Cabaña N° 1 en zona de islas.	174
ANEXO X: Alturas Hidrométricas Río Paraná enero 2016 – junio 2018	

FIGURA N° 1: Alturas Hidrométricas Río Paraná, altura Reconquista, brazo San Jerónimo, Año 2015.	282
FIGURA N° 2: Alturas Hidrométricas Río Paraná, altura Reconquista, brazo San Jerónimo, Año 2016.	283
FIGURA N° 3: Alturas Hidrométricas Río Paraná, altura Reconquista, brazo San Jerónimo, Año 2017.	284
FIGURA N° 4: Alturas Hidrométricas Río Paraná, altura Reconquista, brazo San Jerónimo, Enero – Junio 2018.	285
ANEXO X: Fórmulas Utilizadas Proyecto de Inversión	
1.3. Sistema Amortización Francés	
FIGURA N° 1: Sistema de Amortización Francés.	286
FIGURA N° 2: Detalle Crédito ADR.	286
1.5. Estructura General de un Flujo de Fondo	
FIGURA N° 3: Estructura General de un Flujo de Fondo.	288

ÍNDICE TABLAS

CAPÍTULO VI: APLICACIÓN PRÁCTICA

6.4. Resultados Proyecto de Inversión	
TABLA N° 1: Flujo de Fondo Resumido Proyecto de Inversión del Emprendimiento.	86
6.5. Rentabilidad Operativa del Proyecto y Rentabilidad del Inversionista	
TABLA N° 2: Rendimiento del Proyecto Puro y Rendimiento del Inversionista.	88
6.6. Análisis de Sensibilidad	
TABLA N° 3: Análisis Comparativo indicadores VAN y TIR frente a los diferentes escenarios.	90

ANEXO VIII: Planillas Cálculo Proyecto de Inversión Emprendimiento

1.1. Ingresos, Costos Variables y Costos Estructura Emprendimiento	
1.1.1. Proyección de Ingresos	
1.1.1.1. Situación Normal	
TABLA N° 1: Proyección de Ingresos Emprendimiento Situación Normal.	247
1.1.1.2. Escenario Optimista	
TABLA N° 2: Proyección de Ingresos Emprendimiento Escenario Optimista.	248
1.1.1.3. Escenario Pesimista	
TABLA N° 3: Proyección de Ingresos Emprendimiento Escenario Pesimista.	248
1.1.2. Proyección Costos Variables	
1.1.2.1. Situación Normal	
TABLA N° 4: Proyección de Costos Variables Emprendimiento Situación Normal.	249
1.1.2.2. Escenario Optimista	
TABLA N° 5: Proyección de Costos Variables Emprendimiento Escenario Optimista.	250
1.1.2.3. Escenario Pesimista	
TABLA N° 6: Proyección de Costos Variables Emprendimiento Escenario Pesimista.	250
1.1.3. Proyección Costos de Estructura	
1.1.3.1. Situación Normal	
TABLA N° 7: Descripción Costos Estructura Emprendimiento.	251
TABLA N° 8: Proyección de Costos de Estructura Emprendimiento Situación Normal.	252
1.1.3.2. Escenario Optimista	
TABLA N° 9: Proyección de Costos de Estructura Emprendimiento Escenario Optimista.	253
1.1.3.3. Escenario Pesimista	
TABLA N° 10: Proyección de Costos de Estructura Emprendimiento Escenario Pesimista.	253
1.2. Amortizaciones, Calendario Ingresos por Vtas. y Renovación Bienes Uso, y Valor Desecho Proyecto	
TABLA N° 11: Valor a Nuevo, Depreciación Acumulada y Valor Contable Inmuebles.	254
TABLA N° 12: Calendario Ingreso Vta. Inmuebles.	255
TABLA N° 13: Calendario Inversión por Reposición Inmuebles.	255
TABLA N° 14: Valor a Nuevo, Depreciación Acumulada y Valor Contable Instalaciones.	256
TABLA N° 15: Calendario Ingreso Vta. Instalaciones.	257
TABLA N° 16: Inversión por Reposición Instalaciones.	258
TABLA N° 17: Valor a Nuevo, Depreciación Acumulada y Valor Contable Muebles y Útiles.	259
TABLA N° 18: Calendario Ingreso Vta. Muebles y Útiles.	260
TABLA N° 19: Calendario Inversión por Reposición Muebles y Útiles.	260
TABLA N° 20: Valor a Nuevo, Depreciación Acumulada y Valor Contable Rodados.	261
TABLA N° 21: Calendario Ingreso por Vta. Rodados.	262
TABLA N° 22: Calendario Inversión por Reposición Rodados.	262
TABLA N° 23: Valor a Nuevo, Depreciación Acumulada y Valor Contable Otros Bienes de Uso.	263
TABLA N° 24: Calendario de Ingreso Otros Bienes de Uso.	264
TABLA N° 25: Calendario Inversión por Reposición Otros Bienes de Uso.	265
TABLA N° 26: Calendario Ingresos por Vta. Bienes de Uso Resumido.	266
TABLA N° 27: Calendario Inversión por Reposición Bs. Uso Resumido.	266
1.3. Inversión Inicial Proyecto Año 0	
TABLA N° 28: Inversión Inicial Año 0 Emprendimiento.	267
1.4. Capital de Trabajo	

TABLA N° 29: Cálculo Capital de Trabajo por Método Déficit Máximo Acumulado Año 1 Empe-	
ndimiento.	268
1.5. Tablas Amortización Fuentes de Financiamiento	
TABLA N° 30: Fuentes de Financiamiento Inversión Inicial Empe-	
ndimiento Año 0.	269
TABLA N° 31: Tabla Amortización Francés Crédito ADR.	270
TABLA N° 32: Tabla Amortización Francés Crédito MRFC.	271
1.6. Tasa Mínima de Rendimiento Aceptable (TMAR)	
TABLA N° 33: Conformación TMAR Empe-	
ndimiento.	272
1.7. Flujo de Fondo Ampliado e indicadores: VAN, TIR y RP	
1.7.1. Situación Normal	
TABLA N° 34: Flujo de Fondo Empe-	
ndimiento Año 1 Situación Normal.	273
TABLA N° 35: Flujo de Fondo Proyecto de Inversión del Empe-	
ndimiento Situación Normal.	274
TABLA N° 36: Flujo Fondo Resumido Proyecto Inversión Empe-	
ndimiento Situación Normal.	275
1.7.2. Escenario Optimista	
TABLA N° 37: Flujo de Fondo Empe-	
ndimiento Año 1 Escenario Optimista.	276
TABLA N° 38: Flujo de Fondo Proyecto de Inversión del Empe-	
ndimiento Escenario Optimista.	277
TABLA N° 39: Flujo Fondo Resumido Proyecto Inversión Empe-	
ndimiento Escenario Optimista.	278
1.7.3. Escenario Pesimista	
TABLA N° 40: Flujo de Fondo Empe-	
ndimiento Año 1 Escenario Pesimista.	279
TABLA N° 41: Flujo de Fondo Proyecto de Inversión del Empe-	
ndimiento Escenario Pesimista.	280
TABLA N° 42: Flujo Fondo Resumido Proyecto Inversión Empe-	
ndimiento Escenario Pesimista.	281
ANEXO IX: Fórmulas Utilizadas Proyecto de Inversión	
1.3. Sistema Amortización Francés	
TABLA N° 1: Amortización Crédito ADR.	287

AGRADECIMIENTOS

Detrás de cada meta, siempre están aquellas personas que te motivan a seguir aun cuando el camino va cuesta arriba y el punto de llegada parece inalcanzable. Es por ello que agradecemos, en primer lugar, a nuestros familiares, amigos y a nuestros queridos compañeros del Ateneo Juvenil de la Sociedad Rural Reconquista –grupo al que consideramos nuestra segunda familia-, por el constante apoyo y por comprendernos a la hora de resignar tiempo en compartir en pos de convertirnos en profesionales.

En segundo lugar, a nuestros tutores Miguel Sánchez y Alejandro Stechina, quienes se pusieron a nuestra disposición desde el inicio del proyecto y nos acompañaron a lo largo de todo este tiempo. De igual modo, al Señor Juan Horacio Capozzolo, por su generosidad a la hora de transmitirnos siempre sus conocimientos y experiencias enriquecedoras. Asimismo, damos las gracias a Pablo Ovando, quien nos brindó toda la información y ayuda necesaria sin escatimar y de manera desinteresada; permitiéndonos plasmar nuestra propuesta en el análisis de un emprendimiento ecoturístico existente.

Agradecemos también a todos aquellos compañeros de facultad con los cuales compartimos risas, anécdotas, horas de trabajo y desvelo, nervios, ansiedad, y demás momentos que quedarán grabados en esta etapa de aprendizaje.

Asimismo, damos las gracias a la Comisión Directiva de la Sociedad Rural Reconquista, que nos impulsa a crecer y nos suma nuevos desafíos en forma permanente; y a todos aquellos entrevistados que pese a su cargada agenda nos brindaron su tiempo para que podamos hacer realidad este trabajo: propietarios de agencias y hoteles, a los Municipios de Reconquista y Avellaneda, a la Asociación Civil Paraná Vivo; y en particular, a Paul Ignacio, uno de los emprendedores de Travesías E-Yará, que además de aportarnos sus conocimientos, nos facilitó sus fotografías para que las podamos plasmar en nuestro trabajo.

Y por último, agradecemos a Dios por habernos iluminado en todo momento y nunca habernos desamparado. No queremos cerrar estas líneas sin antes dejar esta frase que identifica nuestro espíritu de lucha ante la vida:

"Nuestra recompensa se encuentra en el esfuerzo y no en el resultado. Un esfuerzo total es una victoria completa." (Mahatma Gandhi)

INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo final de grado, se centra en el Turismo del Nordeste Santafe-sino, incluimos aquí, a los departamentos General Obligado, Vera y Norte de San Javier.

El mismo tiene como objetivo determinar el potencial turístico de la región y demostrar la importancia de promoverlo, haciendo especial hincapié en nuestro Sitio Ramsar Humedal Jaaukanigás. Se plantea al Ecoturismo, como una alternativa para el Desarrollo Económico y Social de nuestra región, que se puede desarrollar en forma óptima dado sus características geográficas y culturales descriptas en el Capítulo V.

Para ello, se realizaron entrevistas a los diversos prestadores de servicios como ser, hoteles y agencias de turismo locales, y a diferentes representantes de los municipios locales como de asociaciones no gubernamentales que consideramos de vital importancia.

Mediante el trabajo de campo, se pudo demostrar que en nuestra región existen recursos turísticos naturales que no están siendo explotados, como consecuencia de la falta de una infraestructura adecuada para desarrollarlo; y esto se debe a varios factores, entre ellos, la falta de incentivo en la gestión de los municipios para potenciarlo; pero a su vez, éstos no cuentan con el suficiente apoyo económico y político tanto a nivel Provincial como Nacional para llevarlo adelante, cuestión que representa un desafío mayor para sus dirigentes.

CAPÍTULO I: DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Resumen

En el siguiente capítulo se describirá la manera en que nuestro objeto de estudio se encuentra delimitando, en donde se exponen las razones por las cuales se optó por encarar este tema, los propósitos que perseguimos como investigadoras, los problemas que giran en torno al mismo y las hipótesis que dan respuesta a estas problemáticas, como así también, qué esperamos conseguir mediante esta investigación; es decir, los objetivos que perseguimos.

1.2. JUSTIFICACIÓN

1.2.1. Contribución a la formación de recursos humanos

Una de las razones que nos llevaron a desarrollar esta propuesta impulsora del Desarrollo Turístico Local, es que existe una confusa conceptualización acerca del Perfil del Licenciado en Administración Rural, en cuanto a que éste debe abocarse únicamente a las tareas administrativas del Sector Agropecuario “tranqueras adentro”. Somos unas convencidas de que dicho profesional está más allá de lo antes mencionado, estando capacitado para gestionar, formular proyectos y planes de desarrollo local, asesorar a productores o empresas, entre otros.

Mediante este trabajo final, estamos rompiendo el paradigma de que dicho graduado no sólo está capacitado para administrar una explotación agropecuaria, sino también, empresas industriales, comerciales y de servicio, y porque no, la Gestión Pública; y más aún, si consideramos que los principios de la Ciencia de la Administración es universal y se aplica a cualquier tipo de empresa u Organismo; y que el ejercicio diario de nuestra profesión nos posibilita estar en contacto permanente con la realidad del Sector, y por lo tanto, nos permite visualizar aquellos puntos críticos y elaborar alternativas que contribuyan a su de Desarrollo, tanto Económico como Social, lo cual no sólo nos beneficia en conocimiento, sino también, nos forma como profesionales íntegros posibilitando la realización de un aporte a la sociedad.

Por otra parte, consideramos que en nuestra región -Nordeste de Santa Fe, del cual somos oriundas- existen valiosos recursos turísticos que no están siendo explotados, y pensamos que es importante apoyar este tipo de alternativas para generar nuevas

formas de pasatiempo y distracción, convocar a personas de otras regiones, provincias y países a conocer la flora y fauna de nuestra zona, como así también, nuestra cultura e historia, y a su vez, generar nuevas fuentes de trabajo, al mismo tiempo que se asegura un uso racional de los recursos naturales y cuidado del medio ambiente con el fin de preservar la calidad de vida de las futuras generaciones; tendencia que se viene dando a nivel mundial como una forma de compensar gran parte de la contaminación y desorden ambiental que el mismo hombre está generando.

Asimismo, a lo largo de la carrera siempre hemos escuchado hablar acerca de cómo lograr mayor productividad/eficiencia en la producción agropecuaria, visión que no siempre se encuentra en sintonía con el Desarrollo Sostenible, en el que muchas veces pasa a primera plana la rentabilidad económica dejando de vista el cuidado de los recursos naturales; por lo tanto, esta propuesta de ecoturismo representa un cambio de paradigma de la carrera en sí misma, ya que basa el Desarrollo Económico de la región a través de una actividad netamente armónica con el medio ambiente.

1.2.2. Relevancia socio-institucional

La importancia de este trabajo radica en que se dan a conocer las diversas actividades comprendidas dentro del ecoturismo que se pueden desarrollar en la región a fin de lograr su crecimiento económico-social y una mayor integración entre los diversos actores que participarán del mismo, mediante la difusión de esta investigación a través de la Universidad Tecnológica Nacional, institución dentro de la cual se encuadra este estudio.

A su vez, con la realización de esta investigación, también se beneficiarán las diversas instituciones gubernamentales y no gubernamentales, ya que el mismo brinda un panorama general en cuanto a las características del turismo local y cómo se podrá desarrollar generando nuevas ofertas en el mercado, para de este modo, generar diversos Planes de Desarrollo; del mismo modo que podrá indicar una oportunidad para todos aquellos inversores que ven en este sector un mercado potencial inexplorado. Además, representa uno de los pocos trabajos de estudio sistémico del Sector Turismo de la región.

1.2.3. Relevancia cognitiva – Perspectivas de transferencia de resultados

Este trabajo de investigación constituirá un aporte a las Ciencias Sociales al dejar en evidencia el grado de conocimiento que los habitantes de la región poseen en cuanto a su medio geográfico –en nuestro caso, el Jaaukanigás y todos aquellos recursos turísticos que se encuentran inexplorados- y la manera en que estos recursos pueden contribuir al desarrollo económico de la región al ser aprovechados. De igual forma, este estudio realiza un aporte a la Biología –Ciencia perteneciente a las Ciencias Naturales-, al hablar sobre la manera de preservar los recursos naturales de la región (ecología).

1.3. PROPÓSITOS DE LA INVESTIGACIÓN

A partir de la realización de este estudio, se espera en el futuro contribuir al Desarrollo del turismo local y generar mayor conciencia social basada en el cuidado y preservación de nuestros recursos naturales, es decir, impulsar la educación ambiental. A su vez, mediante este trabajo, se pretende lograr una difusión generalizada del Sitio Ramsar Jaaukanigás y del Nordeste Santafesino en sí; como así también, reivindicar la cultura regional, enseñándoles a los turistas nuestra historia, costumbres, valores, particularidades de su gente, entre otras. Además, se espera sea una guía para la toma de decisiones para todo aquel que desea emprender en este rubro, mediante el análisis económico-financiero de un emprendimiento Ecoturístico concreto.

Finalmente, se espera que la Institución Universidad Tecnológica Nacional - Facultad Regional Reconquista, en la cual se enmarca esta investigación, difunda este trabajo para que las distintas entidades públicas y privadas, la puedan conocer. Además, se pretende que dicha institución se nutra de los conocimientos generados por este trabajo para fortalecer y contribuir al desarrollo de la carrera Licenciatura en Administración Rural, dentro de las diversas materias curriculares ligadas al tema en cuestión, e incorpore los siguientes objetivos generales dentro del Diseño Curricular de nuestra carrera:

- Proponer para los problemas estudiados, soluciones que contribuyan a elevar el nivel de vida y a mejorar las condiciones del medio,
- Colaborar en la dinamización productiva de los recursos materiales y humanos, en la conservación de los naturales y en la proyección económica y social del conjunto,

- Consolidar la formación personal y profesional para detectar los problemas sociales conectados con su profesión y pueda proponer soluciones beneficiosas para la comunidad.

1.4. PRESENTACIÓN DE LOS PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN

PRIMER PROBLEMA PRINCIPAL:

1. Nuestra región, ¿posee potencial turístico inexplorado?

Subproblemas:

- 1.1. ¿Existe una oferta turística real para aquellas personas que desean conocerla?
- 1.2. ¿Se emprenden acciones gubernamentales locales en pos de desarrollar el Turismo regional?
- 1.3. El Sector Privado, ¿se encuentra interesado en invertir en esta actividad?

SEGUNDO PROBLEMA PRINCIPAL:

2. Nuestra área geográfica objeto de estudio, ¿se encuentra desarrollada para recibir turistas?

Subproblemas:

- 2.1. ¿Existe la infraestructura necesaria para desarrollar el turismo local?
- 2.2. ¿Nuestros habitantes están lo suficientemente capacitados para recibir contingentes turistas? ¿Son conscientes de los recursos naturales con los que se cuenta y su potencial?
- 2.3. ¿Existe información suficiente y difusión de los lugares turísticos de nuestra región?

1.5. HIPÓTESIS SUSTANTIVAS PRINCIPALES

HIPÓTESIS PRIMER PROBLEMA PRINCIPAL

1. En Nuestra región existen valiosos recursos naturales que no están siendo explotados.

Hipótesis para subproblemas:

- 1.1. En nuestra región, no existe una oferta turística real y concreta diseñada para aquellas personas que desean conocerla.

1.2. Son insuficientes las acciones gubernamentales locales que se llevan adelante para desarrollar el turismo regional.

1.3. El Sector Privado se encuentra interesado en invertir para aprovechar los recursos que esta zona ofrece.

HIPÓTESIS SEGUNDO PROBLEMA PRINCIPAL:

2. El área geográfica en cuestión no se encuentra desarrollada para recibir turistas.

Hipótesis para subproblemas:

2.1. La infraestructura con la que se cuenta en la región representa un punto crítico en el desarrollo de esta actividad.

2.2. A nuestros habitantes les falta preparación para recibir contingentes turistas, muchos de ellos no son conscientes de los recursos turísticos con los que contamos.

2.3. La información disponible de los sitios naturales con los que se cuenta es escasa, al igual que su respectiva difusión.

1.6. OBJETIVOS

1.6.1. Objetivos Generales

1. Determinar el potencial turístico de la región.
2. Demostrar la importancia de promover el Desarrollo Turístico de la región y la riqueza de su paisaje.

1.6.2. Objetivos Específicos

1. Comprobar si en nuestra región existen recursos turísticos inexplorados e identificar cuáles son.
2. Identificar las causas por las cuales estos recursos no están siendo explotados y las limitaciones actuales con el que cuenta la región para desarrollar el turismo.
3. Evidenciar los beneficios de desarrollar el turismo local a través del ecoturismo mediante el análisis de un emprendimiento ecoturístico en desarrollo situado en el Humedal Jaaukanigás.
4. Determinar el nivel de conocimiento de la ciudadanía de los recursos turísticos naturales que posee la región.

5. Establecer el grado de difusión actual del potencial turístico con el que se cuenta.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO QUE SUSTENTA LA INVESTIGACIÓN

2.1. Resumen

En este capítulo presentaremos los conceptos básicos estructurantes¹ de la investigación y de los cuales se habla a lo largo de este trabajo.

Concepto Turismo: el INDEC², define al Turismo basado en el concepto desarrollado por la Organización Mundial del Turismo (OMT)³ -quien se encarga de promover el turismo de manera responsable, sustentable y de fácil acceso para todo habitante- de la siguiente manera:

El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y por otros motivos turísticos, siempre y cuando no sea desarrollar una actividad remunerada en el lugar visitado.⁴

Es decir, que turista es considerada toda aquella persona que sale de su lugar habitual de residencia y realiza un gasto turístico; y es en este mismo sentido que dicho organismo le da a este concepto, el que consideramos adecuado para el desarrollo de nuestro trabajo.

Turismo Receptivo: asimismo, el INDEC define como “*Turismo receptivo: el que realizan los no residentes, dentro de un país dado (en nuestro caso, el movimiento de los que residen fuera de Argentina hacia nuestro país).*”⁵

A diferencia de este concepto, consideramos al Turismo Receptivo tanto como el que realizan los no residentes del país, como el realizado por los propios argentinos hacia el Nordeste de Santa Fe; y en razón a este concepto, presentamos la siguiente figura que nos resultó oportuna:

¹ **Conceptos básicos estructurantes:** “conceptos claves fundamentales de una disciplina ligados al tema de estudio, de los cuales podemos decir que son las nociones madres que sostienen el edificio conceptual en que se apoya la investigación.” (LEBUS, Emilias; 2012, Pág. 132).

² **INDEC:** El Instituto Nacional de Estadística y Censos es el organismo público de carácter técnico, dependiente del Ministerio de Hacienda de la Nación, que ejerce la dirección superior de todas las actividades estadísticas oficiales que se realizan en el territorio de la República Argentina.

³ **OMT:** organismo a nivel internacional que depende de las Naciones Unidas.

⁴ INDEC, *Turismo, conceptos y definiciones*, Pág. 1

⁵ INDEC, *Qué es el Turismo*, Pág. 8.

Toda persona que se desplaza fuera de su entorno habitual								
Es...	MOTIVO...		LAPSO...		PERNOCTACIÓN...		RESIDENCIA...	
viajero	que no implique actividad remunerada	trabajo, razones políticas, diplomáticas, etc.	menor a un año	sin duración fija	al menos una noche	no pernocta	dentro del país	fuera del país
visitante	que no implique actividad remunerada		menor a un año		al menos una noche	no pernocta	dentro del país	fuera del país
otro viajero		trabajo, razones políticas, diplomáticas, etc.		sin duración fija	al menos una noche	no pernocta	dentro del país	fuera del país
excursionista	que no implique actividad remunerada		menor a un año			no pernocta	dentro del país	fuera del país
turista	que no implique actividad remunerada		menor a un año		al menos una noche		dentro del país	fuera del país
turista interno	que no implique actividad remunerada		menor a un año		al menos una noche		dentro del país	
turista internacional	que no implique actividad remunerada		menor a un año		al menos una noche			fuera del país

FIGURA N° 1: Clasificación Turismo Receptivo.
Fuente: INDEC. Qué es el Turismo, Pág. 7.

Turismo Emisivo: en este caso, consideramos pertinente tomar el concepto de la OMT el cual establece que el Turismo Emisor comprende “*las actividades realizadas por un visitante residente fuera del país de referencia, como parte de un viaje turístico emisor o de un viaje turístico interno.*”

Ecoturismo: siguiendo con la perspectiva de la OMT, Se define ecoturismo como “*Toda forma de turismo basado en la naturaleza en la que la motivación principal de los turistas sea la observación y apreciación de esa naturaleza o de las culturas tradicionales dominantes en las zonas naturales.*”

A esta definición, añadimos un fragmento de la definición de The International Ecotourism Society (TIES)⁶, la cual afirma que el Ecoturismo persigue como objetivo primordial el mejoramiento del bienestar de los habitantes locales además de la conservación de los recursos naturales.

Desarrollo Sostenible: la ONU⁷ define al Desarrollo Sostenible como “*desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades*”.

Asimismo, cabe resaltar que nuestra propia Ley Nacional N° 25.675 de Política Ambiental, en su Artículo N° 4, establece los Principios de Política Ambiental que toda ley debe tener en consideración a la hora de formularse, dentro de la cual encontramos el principio de la sustentabilidad definido como “*gestión apropiada del ambiente, de manera tal, que no comprometa las posibilidades de las generaciones presentes y futuras.*”

Es el sentido de esta palabra que tanto la ONU como nuestra legislación le da al Desarrollo Sostenible, el mismo que tomamos en consideración a la hora de elaborar el presente trabajo.

⁶ **TIES (Sociedad Internacional de Ecoturismo):** promueve el viaje responsable a las áreas naturales para conservar el medio ambiente y mejorar el bienestar de las personas locales.

⁷ **ONU (Organización de la Naciones Unidas):** es una organización internacional formada por 192 países independientes. Estos se reúnen libremente para trabajar juntos en favor de la paz y la seguridad de los pueblos, así como para luchar contra la pobreza y la injusticia en el mundo.

CAPÍTULO III: ESTUDIOS ANTECEDENTES SOBRE EL TEMA

3.1. Resumen

En el siguiente capítulo, comentamos las investigaciones más relevantes que hablan acerca de nuestro objeto de estudio en cuestión, que hemos hallado tras la búsqueda de bibliografía y a través del trabajo a campo realizado.

3.2. Antecedentes

En primer lugar, nos encontramos con Alejandro Giraudo⁸, un destacado biólogo a nivel internacional, Miembro del Comité Intersectorial de Manejo del Sitio Ramsar Jaaukanigás en representación del Instituto Nacional de Limnología⁹ (CONICET-UNL) del cual forma parte; quien desarrolló una *Guía del Jaaukanigás*, un trabajo del cual el Consejo Intersectorial de Manejo del Sitio Ramsar Jaaukanigás (CIM) es el principal artífice, y que representa hoy en día la publicación referente sobre el Jaaukanigás más consultada a la hora de hablar sobre este Sitio, pese a la desactualización en su contenido al tratarse de una investigación realizada en el año 2008.

Esta publicación sintetiza las características naturales, culturales, socioeconómicas y distintos aspectos de la conservación del Sitio Ramsar Jaaukanigás. Tal como lo expresa Giraudo (2008):

Este libro tiene por objetivo transmitir conocimientos esenciales sobre los extraordinarios recursos naturales y culturales del río Paraná y de Jaaukanigás, facilitando la integración de la sociedad desde docentes y educadores hasta pescadores, administradores, productores, fuerzas de control y toda la población en general, para transitar en conjunto el difícil camino de la conservación y manejo sostenible de nuestros recursos naturales, pilares ignorados de nuestras economías regionales. (Pág. 8).

En nuestro trabajo a diferencia de este libro, no sólo mostramos los recursos turísticos del Nordeste de nuestra provincia (dentro de ellos, el Sitio Ramsar Jaaukanigás) sin caer en un lenguaje técnico como aquel, sino también, se realiza una propuesta para

⁸ GIRAUDO, Alejandro R.; *Sitio Ramsar Jaaukanigás (Río Paraná, Santa Fe, Argentina), Biodiversidad, aspectos socioculturales y conservación*, 2° Edición; Clímax N°14, Asoc. Cienc. Nat. Litoral, Comité Intersectorial de Manejo del Sitio Ramsar Jaaukanigás; 2008.

⁹ (INALI) *Instituto Nacional de Limnología*⁹ (CONICET-UNL): nació como un acuerdo entre el CONICET y UNL, dedicado al estudio de los ecosistemas acuáticos continentales de Argentina, especialmente los vinculados al río Paraná y su cuenca, así como a la biodiversidad de invertebrados y vertebrados de la Región Neo-tropical.

que estos puedan ser aprovechados económicamente de un modo sustentable a fin de generar un beneficio para sus habitantes.

En segundo lugar, hacemos mención a la Tesina de Jéssica Masat (2013) realizada para obtener el título de Comunicadora Social en la Universidad Nacional de Rosario, que investigó sobre *el conocimiento público y visibilidad del Sitio Ramsar Jaaukanigás*, para determinar el grado de difusión y conocimiento social que tiene el mismo, con el fin realizar una propuesta de comunicación estratégica “...que promueva e impulse el conocimiento de este sitio en pos de generar un compromiso implícito de los habitantes de la región con respecto a los humedales, apuntando así, a una concientización que procure su conservación y uso racional.” (Pág. V)

En dicho trabajo, se pudo demostrar que diversas instituciones realizaron varios esfuerzos con el fin difundir este sitio, pero no se logró los resultados previstos debido a que estas instituciones trabajaron en forma aislada y antes de emprender dicha labor, no realizaron un diagnóstico y planificación para saber el público al cuál iba dirigida, y adaptar los objetivos y estrategias a sus características a fin de llegar a los resultados adecuados. Por consecuencia de ello, los habitantes no son conscientes de los valiosos recursos naturales con los que cuentan, hecho que revalida aún más nuestras hipótesis planteadas.

Nuestro trabajo, a diferencia de esta investigación, no sólo se centra en el grado de conocimiento de los habitantes del Sitio Ramsar Jaaukanigás, sino en la promoción de todos los valiosos recursos turísticos que posee nuestro Nordeste Santafesino.

Por otra parte, pudimos acceder a un documento interno que la misma Dirección de Turismo del Municipio de Reconquista nos proporcionó, que sintetiza los resultados de *Encuestas realizadas en el marco de la 82ª Exposición Rural Reconquista en el año 2016* en conjunto con Directivos de esta entidad, con el fin de recaudar información turística que sirva para conocer:

- el porcentaje de personas que visitaban la muestra que no eran de Reconquista;
- la frecuencia con la que viajaban dentro del país;
- sus preferencias a la hora de elegir el alojamiento para viajar.

Y dos puntos que consideramos más relevantes a los efectos de nuestro trabajo, y que fueron:

- si veían a la ciudad Reconquista como un potencial turístico y qué lugares de la zona les parecía atractivos; en la cual, la gran mayoría considera a Reconquista como una Ciudad Turística o con potencial de serlo;
- y que el principal atractivo turístico de nuestra región es el río.

Nuestro trabajo, complementa esta encuesta y además, no sólo se centra en el potencial turístico de Reconquista, sino el de todo el Nordeste de nuestra provincia en su conjunto.

CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA

4.1. Resumen

En este capítulo se presentarán las Unidades de Análisis, la conformación de la muestra, estrategias metodológicas, métodos de Investigación y Diseño empleados para llevar adelante nuestra investigación.

4.2. Unidades de Análisis (U.A.):

Esta investigación se centra en dos Unidades de Análisis conformadas de la siguiente manera:

➤ ***Sector Privado:***

- Agencias de Turismo,
- Hoteles,
- Emprendedores del Sector Turístico,
- Organizaciones sin Fin de Lucro orientadas al Turismo.
- Profesionales Destacados de nuestra región vinculados al área.

➤ ***Sector Público:***

- Representantes de la Gestión de Turismo de los gobiernos locales del área metropolitana.

4.3. Muestra

Se constituyó una muestra representativa de carácter intencional de nuestra área de estudio conformada por diversas Agencias, Hoteles, Instituciones, Dirigentes Políticos y Profesionales de la ciudad de Reconquista y Avellaneda:

➤ **Sector Privado:**

Agencias de Turismo:

- CHENNAI Viajes (Reconquista, Santa Fe),
- COOVAECO (Concesión U.A.A., Avellaneda, Santa Fe),
- ICHIMAYE Turismo (Reconquista, Santa Fe),
- Mónica Cracogna Viajes (Reconquista, Santa Fe),

- TRANSATLÁNTICA Viajes y Turismo (Franquicia, Reconquista, Santa Fe),
- VAN TOUR Viajes y Turismo (Reconquista, Santa Fe).

Hoteles:

- Grand Hotel (Reconquista, Santa Fe),
- Hotel Center (Reconquista, Santa Fe),
- Hotel Los Brunos Lodge & Golf (Avellaneda, Santa Fe),
- Hotel Los tilos (Reconquista, Santa Fe),
- Hotel Posada Los Brunos (Reconquista, Santa Fe),
- Ychoalay Caz (Reconquista, Santa Fe).

Cabe aclarar que algunos entrevistados eran propietarios de más de un hotel que conformaba la muestra, por lo tanto, respondía en forma general por sus hoteles.

En el ANEXO I se presentan fotografías de estos hoteles.

Emprendedores:

- Travesías E-Yará (Reconquista, Santa Fe).

Organizaciones sin Fin de Lucro:

- Asociación Civil Paraná Vivo (Reconquista, Santa Fe) (Concurso Argentino de Pesca del Surubí con Devolución).

Profesionales Destacados de nuestra región vinculados al área:

- Entrevista Geógrafa e Investigadora Científica de Avellaneda.
- Entrevista Ingeniero en Recursos Hídricos de Reconquista.

➤ **Sector Público:**

- Encargado Dirección de Turismo Municipalidad de Reconquista, Santa Fe.
- Encargado Área de Turismo Municipalidad de Avellaneda, Santa Fe.

4.4. Estrategias Metodológicas, Método de Investigación y Diseño

4.4.1. Estrategias Metodológicas, Técnicas de Investigación y Plan de Análisis

Con el desarrollo de este trabajo, se consultó diversas bibliografías relacionadas con: Turismo, Geografía, Marketing, Biología, Administración, Derecho; con el fin de desarrollar el marco conceptual a partir del cual se llevó a cabo el análisis e interpretación de los datos que se obtuvieron en esta investigación.

Una vez obtenido un mínimo de conocimiento teórico indagando la respectiva bibliografía, se procedió a realizar un cuestionario de preguntas para cada uno de los individuos que conforman la muestra seleccionada y que fueron entrevistados a fin de recaudar los datos necesarios. En total se realizaron 17 entrevistas: seis (6) entrevistas a propietarios de agencias de turismo de las ciudades de Reconquista y Avellaneda, cinco (5) entrevistas a propietarios de hoteles de Reconquista y Avellaneda, una (1) entrevista a un emprendedor de Reconquista, una (1) entrevista a un dirigente de una Organización sin Fin de Lucro, dos (2) entrevistas a dirigentes políticos de las ciudades de Reconquista y Avellaneda, y dos (2) entrevistas a profesionales destacados de Reconquista y Avellaneda vinculados al área.

Terminadas las entrevistas a las diversas agencias, hoteles y demás personas seleccionadas, para el análisis de la información obtenida en las entrevistas realizadas, se confeccionaron tablas de datos a modo de resumen y gráficos sectoriales.

En base a las tablas de datos y gráficos que se obtuvieron, se analizó si nuestra región posee recursos turísticos inexplorados y las razones por las cuales se da esta situación, se estableció el tipo de vínculo existente entre ambas partes (Sector Público y Privado); y por último se respondieron las hipótesis planteadas a lo largo de esta investigación.

A modo de validar nuestras conclusiones, hicimos la bajada empírica a través de un Análisis Económico-Financiero de un Emprendimiento de Ecoturismo, que ofrece el servicio de excursiones de pesca guiadas por profesionales, con alojamiento en cabañas propias situadas en zona de isla, más precisamente, en el Sitio Ramsar Humedal Jaaukanigás. Para ello, se elaboró un Proyecto de Inversión que tuvo por finalidad evaluar la rentabilidad de la adquisición de tres nuevas embarcaciones y la construcción de una

segunda cabaña a fin de ampliar la capacidad operativa y calidad del servicio, y en el que se mide la viabilidad económica-financiera del mismo mediante indicadores como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y Período de Recupero (RP), que permitieron evidenciar que dicha actividad permite cubrir la inversión, devolver los créditos tomado y además generar un excedente económico.

4.4.2. Método de Investigación

Esta investigación se basa en un método de abordaje sistémico, debido a que cada uno de los aspectos son tratados como un todo relacionado y no como partes aisladas, tal es el caso cuando se analizó la falta de promoción del turismo de la zona estudiada y el no aprovechamiento de la misma para su desarrollo social-económico; que no depende sólo de una determinada variable, sino que forma parte de un conjunto de cuestiones implícitas que se interrelacionan entre sí.

4.4.3. Diseño

El diseño de esta investigación es del tipo descriptivo que avanza hacia lo explicativo, ya que los objetivos planteados buscaron determinar la existencia de recursos turísticos que pueden ser aprovechados económicamente en nuestra región y con las dificultades que la misma se encuentra a la hora de desarrollar este sector, y entre otras razones, debido a que las respuestas a las problemáticas establecidas en la investigación fueron apareciendo a medida que se investigó el plano empírico.

CAPÍTULO V: ANÁLISIS DE LOS DATOS

5.1. Resumen

El siguiente capítulo habla sobre toda aquella información hallada a través de las diferentes bibliografías y del trabajo de campo realizado que sirve para contextualizar nuestra área de estudio –esto es, el Nordeste Santafesino- para comprender mejor, el análisis y resultados de las diferentes entrevistas realizadas, comentando en líneas generales, sus características geográficas, biológicas y culturales de esta área, el marco normativo que regula la actividad turística, entre otras.

5.2. Contextualización del Área de estudio

Antes de sumergirnos en el análisis de los datos que pudimos recaudar, es preciso realizar una contextualización de nuestra área objeto de estudio, explicando en forma breve, las características geográficas y culturales del Nordeste Santafesino, como así también las diferentes infraestructuras con las que cuenta: base aérea y vuelos comerciales, puerto comercial y deportivo, entre otros.

Santa Fe se extiende por más de 700 km, desde climas subtropicales en el norte hasta latitudes templadas en el sur, característica que la convierte en una provincia con una elevada biodiversidad donde se conjugan flora y fauna tanto de orígenes tropicales como templados. Santa Fe presenta cuatro características relevantes que influyen en la distribución de su biodiversidad: (1) la temperatura, que disminuye de norte a sur; (2) las lluvias, que van decreciendo desde el este hacia el oeste; (3) la influencia del río Paraná, que fluye desde áreas intertropicales, actuando como corredor biogeográfico para especies tropicales. (Arzamendia y Giraudo 2002, Giraudo y Arzamendia 2004, citados en Giraudo, 2008, Pág. 31)

La región Nordeste de la provincia de Santa Fe posee una enorme e inmensurable riqueza de flora y fauna autóctona, con características geográficas propias del Litoral¹⁰ Santafesino, en la cual se encuentran el Sitio Ramsar Humedal Jaaukanigás, la Cuña Boscosa y los Bajos Submeridionales, en su gran mayoría desconocidas por turistas tantos nacionales como de la propia región.

Su flora y fauna favorece en gran parte, al avistaje y fotografía, una de las actividades que se encuentra comprendida dentro del “Ecoturismo” y que viene creciendo a

¹⁰ **Litoral:** la región del Litoral comprende la zona del territorio argentino formada por Misiones, Corrientes y Entre Ríos (que forman la Mesopotamia argentina) y las zonas de Formosa, Chaco y Santa Fe que están cerca de los ríos Paraná y Paraguay. Esta región histórica y cultural está comprendida por las costas y zonas cercanas al Río Paraná, Río Paraguay, Río Uruguay y las islas del Delta del Paraná ubicadas en Entre Ríos y el norte de la Provincia de Buenos Aires.

nivel mundial; mientras que sus características geográficas como ser, la presencia de islas, arroyos y ríos, favorece al desarrollo de las diversas actividades recreativas acuáticas como ser, los paseos en botes náuticos, catamarán y kayak. En el ANEXO II y III se presentan algunas fotografías que reflejan la riqueza de la flora y fauna de nuestra región, gentileza del Señor Paul Ignacio, emprendedor de Travesías E-Yará.

Por su parte, Reconquista posee Aeródromo perteneciente a la III Brigada Aérea, con capacidad para vuelos transcontinentales que proporciona así una llegada rápida y cómoda, y un Puerto Comercial y Deportivo -ubicado a 12,5 Km de la ciudad sobre la Ruta Nacional A009- que ofrece una excelente base operativa para trasladarse, con cabinas ubicadas en diferentes sectores de una amplia zona de islas. Asimismo, dicho puerto cuenta con una Balsa que realiza viajes ininterrumpidos hacia la Ciudad de Goya (Corrientes).

Por otro lado, el Distrito Los Amores, situado en el Departamento Vera, cuenta con un tren que realiza un recorrido con destino final hacia la Ciudad de Resistencia; el mismo remonta desde varias décadas.

5.2.1. Ecorregiones de la Provincia de Santa Fe

En el siguiente punto, se describe en forma sintética, las Ecorregiones que conforman la Provincia de Santa Fe, entendiéndose por ecorregiones a un área geográfica que se distingue por sus características únicas en cuanto a su morfología (forma), geología (tierra), clima, suelos, hidrología, flora y fauna.

Santa Fe está constituida por cinco ecorregiones: Chacho Seco, Chaco Húmedo, Valle del Paraná, Espinal y Pampeana. A su vez, dentro de la ecorregión Chaco Húmedo, encontramos las sub-ecorregiones Cuña Boscosa y Bajos Submeridionales. (FIGURA N° 2)

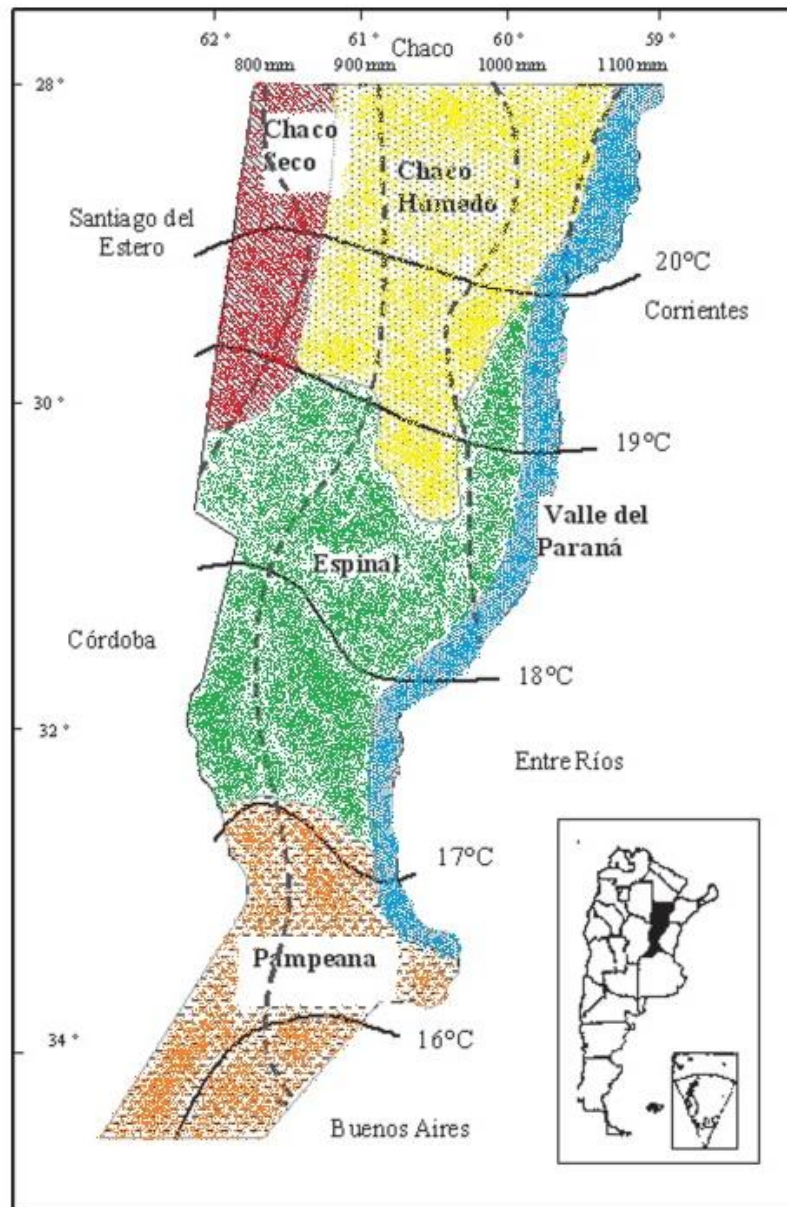


FIGURA N° 2: Ecorregiones de la Provincia de Santa Fe.

Fuente: GIRAUDO, Alejandro R.; Sitio Ramsar Jaaukanigás (Río Paraná, Santa Fe, Argentina), Biodiversidad, aspectos socioculturales y conservación, 2° Edición; Clímax N°14, Asoc. Cienc. Nat. Litoral, Comité Intersectorial de Manejo del Sitio Ramsar Jaaukanigás; 2008, Pág., 31.

1. **Chaco Seco:** se ubica al Noroeste de la Provincia, zona caracterizada por escasas precipitaciones, dominada por bosques como vegetación principal.
2. **Chaco Húmedo:** situada en el Nordeste y Centro-Norte de la provincia y con un régimen de lluvias mayor que el anterior. Su vegetación predominante son los bosques y pajonales de diversas especies.

Dentro de estas ecorregiones, se diferencian dos grandes formaciones arbóreas (o sub-ecorregiones):

- **La Cuña Boscosa:** comprendida, al Este por el Valle del Río Paraná y al Oeste por los Bajos Submeridionales. Predominan bosques (de allí su nombre).
 - **Los Bajos Submeridionales:** representan 2.000.000 de hectáreas enmarcadas al Oeste por el Chaco Seco, al Este por la Cuña Boscosa, con límite Sur que bordea el Río Salado. Su vegetación típica son sábanas y pajonales.
3. **Valle del Paraná:** comprendida por todas las zonas aledañas al lecho del Río Paraná, situada al Este de la Provincia, con un largo de 700 Km y un ancho de entre 15-60 Km. Predominan las islas y la vegetación de tipo subtropical.
 4. **Espinal:** se ubica en el centro de la provincia, donde predominan diversas especies arbóreas como el chañar, algarrobo entre otras. Esta ecorregión es una con las mayores transformaciones producto de la deforestación para uso agrícola-ganadero.
 5. **Pampeana:** se encuentra al sur de la provincia, con suelo fértil apto para la producción agrícola, donde predominan gramíneas y grandes espejos de agua.

5.2.2. La Cuenca Del Plata, el Río Paraná y el Humedal Jaaukanigás

5.2.2.1. La Cuenca Del Plata

Tal y como lo expresa Bonetto (1986), el Paraná, con sus 4.000 km de recorrido, es el segundo Río más extenso de Sudamérica y uno de los más importantes en el mundo (citado en Giraudó 2008). Este Río conforma, en conjunto con el Río Uruguay y Paraguay, la llamada Cuenca Del Plata o del Paraná, que abarca una superficie de alrededor de 3.100.000 Km² comprendidos en Argentina, Brasil, Bolivia y Paraguay.



FIGURA N° 3: Principales Ríos Cuenta del Plata.
Fuente: Google Imágenes.

Dentro del Río Paraná, se encuentra el Sitio Ramsar Humedal Jaaukanigás. Pero antes de comenzar a describirlo, es preciso aclarar qué es un área protegida. Tal como lo define la Ley Provincial N° 12.175 de Áreas Naturales Protegidas en su artículo 3:

Entiéndase por Áreas Naturales Protegidas a todo ambiente o territorio que, manteniendo su aspecto original sin alteraciones importantes provocadas por la actividad humana, esté sujeta a un manejo especial legalmente establecido y destinado a cumplir objetivos de conservación, protección y/o preservación de su flora, fauna, paisaje y demás componentes bióticos y abióticos de sus ecosistemas.

Así, dentro de un Área Natural Protegida podemos hallar varias categorías: Reservas Naturales o Científicas, Parques Provinciales/Nacionales, Monumento Naturales, Reserva Natural Manejada o Santuario, de Flora y Fauna, Paisaje Protegido, Reservas Naturales Culturales, Reservas Privadas de Uso Múltiple, y las Reservas Hídricas o Humedales (dentro del cual se enmarca el Jaaukanigás). Cabe aclarar que las áreas descritas con anterioridad, pueden ser declaradas a su vez dentro de Categorías Internacionales como Reservas de la Biósfera, Sitios de Patrimonio Mundial y Sitios Ramsar (humedales de importancia internacional).

Basándonos en Giraudo (2008), Santa Fe cuenta al momento de la publicación, con trece áreas protegidas a saber:

Cuadro 4.4.2. Áreas Naturales Protegidas de Santa Fe

Nombre del Área Protegida	Superficie (hectáreas)	Categoría de manejo	Dominio
Virá Pitá	615	Reserva Natural Estricta	Provincial
La Loca	2.169	Reserva Natural Estricta	Provincial
El Rico	2.660	Reserva Natural Estricta	Provincial
Cayastá	300	Parque Provincial	Provincial
DelMedio-LosCaballos	2.000	Parque Provincial	Provincial
Potrero 7b	2.000	Reserva Natural Manejada	Provincial
San Justo	20		Municipal
Balneario El Cristal	15		Municipal
La Salada	200		Municipal
Los Médanos	7		Municipal
Isla del Sol	330		Municipal
Esc. Granja Esperanza	70		Universitario
Jaaukanigás	492.000	Humedal (Sitio Ramsar)	Privado-Provincial

FIGURA N° 4: Áreas Naturales Protegidas de la Provincia de Santa Fe.

Fuente: GIRAUDO, Alejandro R.; Sitio Ramsar Jaaukanigás (Río Paraná, Santa Fe, Argentina), Biodiversidad, aspectos socioculturales y conservación, 2° Edición: Clímax N°14, Asoc. Cienc. Nat. Litoral, Comité Intersectorial de Manejo del Sitio Ramsar Jaaukanigás; 2008, Pág., 137.

Según la Convención Ramsar a nivel internacional -tratado intergubernamental firmado en 1971 en la ciudad de Ramsar (Irán) creado con la finalidad de conservar y preservar todos los humedales declarados por la misma de importancia a nivel mundial (Sitios Ramsar)- en la actualidad, en Argentina son 22 los Sitos Ramsar declarados por esta Convención, dentro de los cuales se encuentra nuestro Sitio Ramsar Humedal Jaaukanigás:

Cantidad de Sitios Ramsar de Argentina:

- Bahía de Samborombón (provincia de Buenos Aires),
- Bañados del Río Dulce y Laguna de Mar Chiquita (provincia de Córdoba),
- Delta Del Paraná (provincia de Santa Fe),
- Glaciar Vinciguerra y Turberas Asociadas (provincia de Tierra Del Fuego),
- Humedal Laguna Melincué (provincia de Santa Fe),
- Humedales Chaco (provincia de Chaco),
- Humedales de Península Valdés (provincia de Chubut),
- Jaaukanigás (provincia de Santa Fe),
- Laguna Blanca (provincia de Neuquén),
- Laguna de Llanquanelo (provincia de Mendoza),

- Laguna de Los Pozuelos (provincia de Jujuy),
- Lagunas Altoandina y Peneñas de Catamarca (provincia de Catamarca),
- Lagunas de Guanachache, Desaguadero y Del Bebedero (provincia de Mendoza y San Juan),
- Lagunas de Vilama (provincia de Jujuy),
- Lagunas y Esteros Del Iberá (provincia de Corrientes),
- Palmar Yatay (provincia de Entre Ríos),
- Parque Provincial El Tromen (provincia de Neuquén),
- Reserva Costa Atlántica de Tierra Del Fuego (provincia Tierra Del Fuego),
- Reserva Ecológica Costanera Sur (provincia de Buenos Aires),
- Reserva Natural Otamendi (provincia Buenos Aires),
- Reserva Provincial Laguna Brava (provincia La Rioja),
- Río Pilcomayo (provincia de Formosa).

Esta Convención define a los humedales como una:

[...] amplia variedad de hábitats tales como pantanos, turberas, llanuras de aluvión, ríos y lagos, o zonas costeras como marismas, manglares y praderas de pastos marinos, pero también arrecifes de coral y otras zonas marinas de una profundidad no superior a seis metros en marea baja, así como los humedales artificiales, tales como los estanques de tratamiento de aguas residuales y los embalses. (Citado en Giraudo, 2008, Pág. 14).

Los humedales son considerados los ecosistemas más productivos del mundo porque en ellos se generan una atractiva diversidad biológica a raíz de los recursos hídricos que ellos poseen, siempre y cuando permanezcan sus condiciones inalterables, cuestión que en la actualidad no se viene dando, dada la intervención del hombre en el medio.

5.2.2.2. El Humedal Jaaukanigás

A continuación, describiremos al Humedal Jaaukanigás (características geográficas, flora y fauna) y su función ecológica en la región. Para ello, renombramos nuevamente las palabras de Giraudo (2008), quien lo describe de la siguiente manera:

Jaaukanigás se ubica en el río Paraná (Departamento General Obligado, nordeste de Santa Fe, Argentina), y tiene una superficie aproximada de 492.000 hectáreas (FIGURA V), lo que lo ubica como uno de los Sitios Ramsar de mayor extensión en Argentina. Sus límites están constituidos por el paralelo 28° al Norte (límite entre Chaco y Santa Fe), las rutas 1 y 11 al Oeste, el Arroyo Malabrigo al Sur y el canal de navegación del Río Paraná al este (límite entre Corrientes y Santa Fe). Limita al Norte con el Sitio Ramsar Humedales Chaco, de 508.000 ha, comprendiendo entre ambos casi 1.000.000 de hectáreas del Río Paraná y su planicie de inundación bajo la categoría de Humedal de Importancia Internacional. El nombre “Jaaukanigás” fue propuesto por Carlos Echegoy, y constituye una voz abipón que significa “gente del agua”. Los abipones fueron los primeros habitantes en este sector... (Pág. 13).

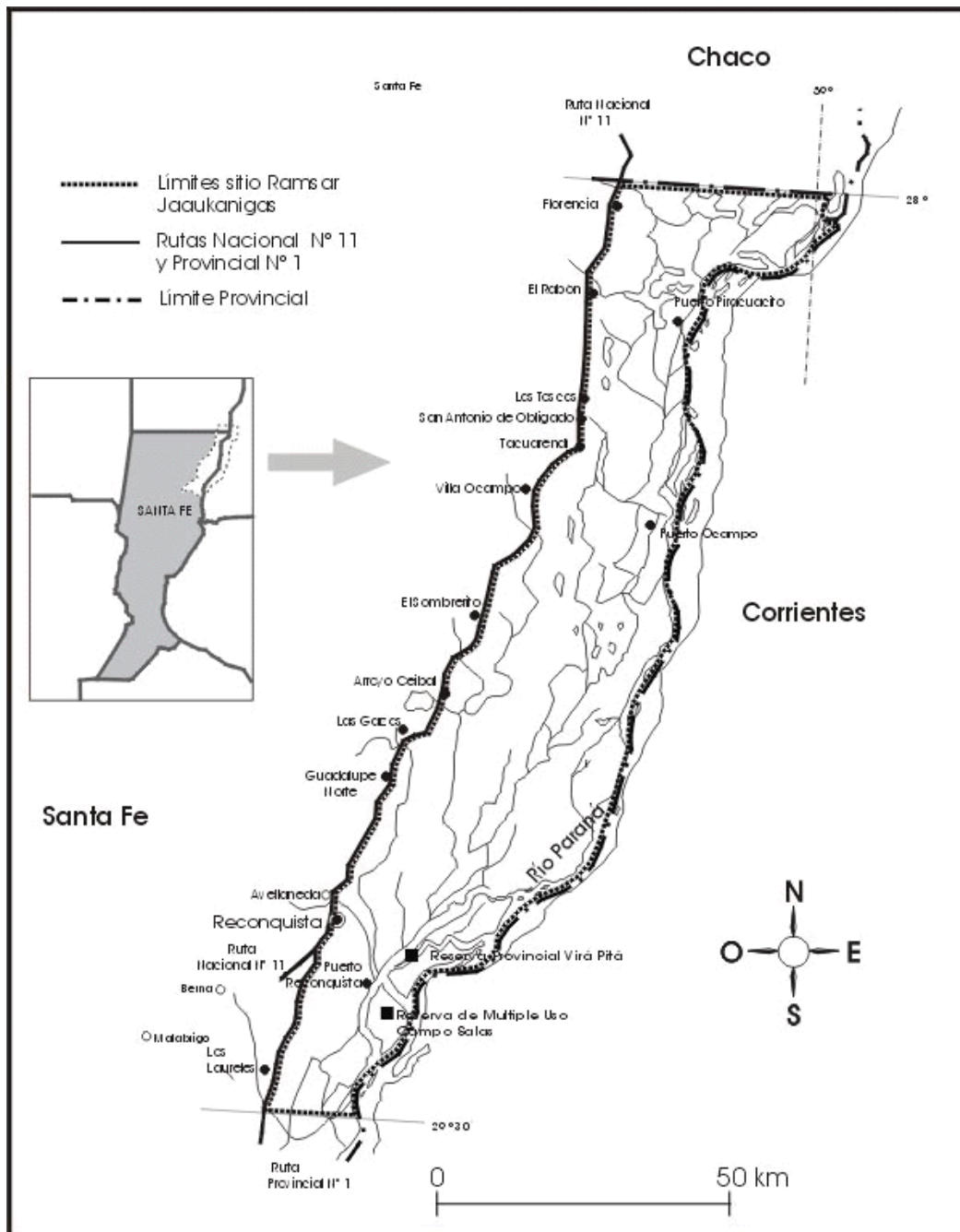


FIGURA N° 5: Sitio Ramsar Humedal Jaaukanigás

Fuente: GIRAUDO, Alejandro R.; Sitio Ramsar Jaaukanigás (Río Paraná, Santa Fe, Argentina), Biodiversidad, aspectos socioculturales y conservación, 2° Edición; clímax N°14, Asoc. Cienc. Nat. Litoral, Comité Intersectorial de Manejo del Sitio Ramsar Jaaukanigás; 2008, Pág., 12.

Más arriba hablamos de las funciones de un humedal en forma general, ahora bien, mencionaremos el papel que el Humedal Jaaukanigás ocupa en nuestra región.

En primer lugar, el mismo brinda la posibilidad de llevar adelante la pesca comercial y deportiva, la producción primaria y el turismo, favoreciendo de este modo, a la economía regional, formando parte de una fuente de subsistencia de los primeros pobladores de nuestra región, los abipones, antes de la llegada de los españoles. Esto explica el porqué de las pautas culturales de muchos isleños que se adaptaron a los ciclos naturales de crecientes y bajantes del Paraná.

Flora:

A fin de poner en manifiesto la riqueza de la región en biodiversidad, mencionaremos nuevamente los datos recaudados por Giraudo (2008), en donde expresa que en la provincia de Santa Fe, al momento de la publicación, se registraron 1969 especies vegetales, de las cuales, 882 (44,8%) se le asignan al Departamento General Obligado (171, es decir, el 8,7% del total de especies de la Provincia, son exclusivas a este departamento). (FIGURA N° 6) Así podemos encontrar dentro de estas especies, las más nombradas como algarrobos, aromos, camalotes, ceibos (nuestra flor Ícono Nacional), curupíes, timbós, espinas corona, eucaliptus, garabatos, guaraninás, guayabos, guayaibís, lapachos, molles, ñangapirís, paraísos, pinos, quebrachos, sauces, talas, tuscas, uñas de gato, diferentes especies de tunas, entre otras.

Cuadro 2.3.1. Algunas de las especies santafesinas que crecen exclusivamente en el área del Sitio

Nombre vernáculo	Nombre científico	Familia botánica	Forma de vida
Alecrín	<i>Holocalyx balansae</i> Micheli	Fabaceae	Árbol
Ambay	<i>Cecropia pachystachya</i> Trécul	Cecropiaceae	Árbol
Balcoca	<i>Aporosella chacoensis</i> (Morong) Speg.	Euphorbiaceae	Árbol
Cardo	<i>Pacourina edulis</i> Aubl.	Asteraceae	Hierba
Espina blanca	<i>Machaonia brasiliensis</i> (Hoffm. ex Humb.) Cham. & Schtdl.	Rubiaceae	Arbusto
Espinillo	<i>Acacia caven</i> (Molina) Molina var. <i>stenocarpa</i> (Speg.) Burkart ex Ciald.	Fabaceae	Arbusto o Árbol
Francisco Álvarez	<i>Banara arguta</i> Briq.	Flacourtiaceae	Árbol
Guayaibí amarillo	<i>Terminalia triflora</i> (Griseb.) Lillo	Combretaceae	Árbol
Maní de los indios	<i>Geoffroea spinosa</i> Jacq.	Fabaceae	Árbol
Palo jabón	<i>Sapindus saponaria</i> L.	Sapindaceae	Árbol
Payagua naranja	<i>Crateva tapia</i> L.	Capparaceae	Arbusto o árbol
Picanilla	<i>Guadua paraguayana</i> Döll	Poaceae	Caña
Tacuarazú	<i>Guadua angustifolia</i> Kunth	Poaceae	Caña
Tatané	<i>Chloroleucon tenuiflorum</i> (Benth.) Bameby & J.W. Grimes	Fabaceae	Árbol
Yerba de bugre	<i>Lonchocarpus fluvialis</i> (Lindm.) Fortunato & Palese	Fabaceae	Árbol
	<i>Justicia brasiliensis</i> Roth.	Acanthaceae	Arbusto
	<i>Piper amalago</i> L.	Piperaceae	Arbusto

FIGURA N° 6: Flora del Sitio Ramsar Humedal Jaaukanigás.

Fuente: GIRAUDO, Alejandro R.; Sitio Ramsar Jaaukanigás (Río Paraná, Santa Fe, Argentina), Biodiversidad, aspectos socioculturales y conservación, 2ª Edición; Clímax N°14, Asoc. Cienc. Nat. Litoral, Comité Intersectorial de Manejo del Sitio Ramsar Jaaukanigás; 2008, Pág., 35.

Este Sitio se caracteriza por tener los siguientes tipos de vegetación:

- **Bosques:** vegetación que se compone de especies arbóreas del tipo leñosas. Éstos pueden ser:
 - **Bosques hidrófilos:** se desarrolla en ambientes húmedos, próximos a cursos de agua importantes, ubicados en albardones costeros y sectores altos de islas. Constituye el hábitat para muchas especies animales dado la importante fuente de alimento que les provee. En este tipo de bosques podemos encontrar al “Timbó colorado” (*Enterolobium contortisiliquum*), “Timbó blanco” (*Albizia inundata*), “Yvirá-pytá” (*Peltophorum dubium*), “Ambay” (*Cecropiapachystachya*), “Espina colorada” (*Xylosma venosa*), entre otras.
 - **Bosques xerófilos:** predominan en el Oeste y Sur del Sitio, con gran cantidad de arbustos de todo tipo y matorrales difíciles de penetrar. Estos bosques fueron más afectados por el hombre en los últimos años, dado que posee madera de gran utilidad para la industria y establecimientos agropecuarios. En ella podemos encontrar al “Quebracho colorado” (*Schinopsis balansae*), “Guayacán” (*Caesalpinia paraguariensis*), “Algarrobo amarillo” (*Prosopis nigra* var. *ra-*

gonesei), “Chañar” (*Geoffroea decorticans*), “Espina corona” (*Gleditsia amorphoides*) y “Palo cruz” (*Tabebuia nodosa*), entre otras.

- **Palmares:** prevalecen gran cantidad de palmeras como el “Carandá” o “Caranday” (*Copernicia alba*) en los suelos deprimidos, inundables y por lo general salitrosos. También se utilizan para numerosas construcciones.
- **Arbustales:** tal como lo dice su nombre, en ella predominan arbustos altos y densos como el “Garabato” (*Acacia praecox*).
- **Cañaverales:** vegetación dominada por cañas altas y densas como la “Picanilla” (*Guadua paraguayana*) y el “Tacuarazú” (*Guadua angustifolia*), que se desarrollan en sectores altos alternada con los bosques hidrófilos. Los mismos son empleados en gran cantidad de construcciones rústicas locales.
- **Pastizales:** constituyen la base de sustento de la actividad ganadera del Sitio, ya que en ella dominan pastos bajos y densos.
- **Pajonales:** tal como su nombre hace referencia, está conformado por numerosas especies pajonales como el “Espartillo” (*Spartina spartinae*), los de “Paja brava” (*Panicum prionitis*) y los de “Paja amarilla” (*Sorghastrum setosum*).
- **Sábanas:** se presentan en suelos bajos, salinos e inundables. Su vegetación se caracteriza por el dominio de hierbas altas o bajas, con árboles o palmeras muy aislados. Prevalece en mayor medida las sábanas de “Carandá” con pajonales de “Espartillo” o de “Paja brava”.
- **Camalotales:** en ella predominan hierbas flotantes libres, como el “Camalote” (*Eichhornia crassipes* y *Eichhornia azurea*).
- **Canutillares:** vegetación integrada principalmente por gramíneas que se desarrollan en lugares bajos e inundables. Ofrece importante forraje de calidad para la actividad ganadera y fauna silvestre del Sitio. Se destacan los “Canutillos” o “Junquillos” (especies del género *Eleocharis*).
- **Hierbas palustres:** muy frecuentes en lugares bajos, inundables, como ser los “Carrizales” (*Panicum elephantipes*), “Juncales” (*Schoenoplectus californicus*), “Totorales” (*Typha dominguensis*).

Fauna:

➤ **Los Peces del Jaaukanigás:**

A continuación, mencionaremos las palabras del encargado del Área Turismo del Municipio de Avellaneda y del Centro de Visitantes del Jaaukanigás, quien nos expresa lo siguiente en relación a los peces del Jaaukanigás basado en información proporcionada por Girardo:

Jaaukanigás tiene 240 especies de peces, y en la Provincia hay 240 especies de peces registradas, o sea, que en Jaaukanigás se encuentra la totalidad de esas especies registradas! En la nación hay 450 especies registradas, por lo tanto, tenemos el 53% de las especies registradas del país, que es un número importantísimo!

Estos números reflejan por sí solos, la riqueza de peces de nuestro humedal. Dentro de ellos podemos encontrar a las especies más frecuentes como “Rayas” (*Potamotrygon motoro* y otras), “viejas del agua”, “cascarudos” y “limpiafondos”, de las Familias *Loricariidae* y *Callichthyidae*, “bagres”, “Amarillo” (*Pimelodus maculatus*), “Moncholo” (*Pimelodus albicans*), “Dorado” (*Salminus brasiliensis*), “Surubí” (*Pseudoplatystoma coruscans*), el “Rollizo o Surubí atigrado” (*Pseudoplatystoma fasciatum*), “Patí” (*Luciopimelodus pati*), “Mojarras”, tal como (*Astyanax fasciatus*, *Astyanax bimaculatus*, etc.), “Morena lola o Loloch” (*Lepidosiren paradoxa*), “Sábalo” (*Prochilodus lineatus*), “Pacú” (*Piaractus mesopotamicus*), “Pirañas o Palometas” (*Pygocentrus nattereri*, *Serrasalmus marginatus*, *Serrasalmus spilopleura* y otras), “Armado” (*Pterodoras granulosus*), “Armado chanco” (*Oxydoras kneri*), “Manguruyú” (*Paulicea luetkeni*), “Amarillo”, “Moncholo”, “Manduvé cuchara” (*Sorubim lima*), “Manduvé amarillo” (*Ageneiosus brevifilis*), “Pejerrey” (*Odontesthes bonariensis*), “Anguila” (*Synbranchus marmoratus*), “Corvina” (*Plagioscion ternetzi*).

➤ **Los anfibios del Jaaukanigás:**

Jaaukanigás posee 36 especies de anfibios de un total de 43 que posee la Provincia (83%); y a su vez, conforma el 21% de los anfibios del país (36 especies sobre 172). En esta categoría podemos encontrar gran variedad de ranas, sapos y cecilias.

➤ **Los Reptiles del Jaaukanigás:**

A través del material hallado de Girardo exhibido en el Centro de Visitantes del Jaaukanigás (Avellaneda), pudimos descubrir que el Jaaukanigás posee el 68% del total

de especies de reptiles registrados en la Provincia (55 especies de 81), y el 18% del total de especies a nivel nacional (55 especies de 313). A su vez, dentro de estas 55 especies del Jaaukanigás, 38 corresponden a serpientes y 9 a lagartos como la “Iguana” (*Tupinambis meriana*), cuatro especies de anfibios¹¹, dos especies de “Tortugas acuáticas” -una de ellas, (*Phrynops hilarii*)-, y dos especies de “Yacarés”: el “Negro” (*Caiman yacare*) y el “Overo” (*Caiman latirostris*).

➤ **Las Aves del Jaaukanigás:**

Nuestro Jaaukanigás posee 304 especies de aves de las 437 presentes en Santa Fe (70%) y el 30% de las registradas a nivel nacional (304 de 1000 especies). Estos datos indican la riqueza en avifauna que posee esta región no sólo a nivel provincial, sino también, a nivel nacional. Entre ellas podemos encontrar a la Brasita del Fuego, Calandria, Carancho, Cardenal, Carpintero, Chajá, Crespín, Cuervo, Espátula rosada, Flamenco, Garza blanca, Golondrina, Hornero, Ipacaá, Jilguero, Juan Soldado (Federal), Martín pescador, Ñandú, Picaflor, Pirincho, Pitowé (*vente veo*), Pollona, Reinamora, Sirirí Pampa, Tacuarita, Tero, Tijereta, Tordo, Tuyango, Urraca, Vieja del Monte, Zorzal.

➤ **Mamíferos del Jaaukanigás:**

Nuestro humedal posee 68 especies mamíferas sobre el total de 87 de la Provincia (78%), y a su vez, ocupa el 23% del total de especies registradas a nivel nacional (68 especies de 291). A continuación, presentaremos el siguiente listado de las especies más conocidas clasificadas de la siguiente manera:

- **Hervíboros:** Caballo, Carpincho, Ciervo del pantano, Cuis, Guazuncho, Jabalí, Liebre, Mono Carayá, Tapir, Venado de Las Pampas,
- **Carnívoros:** Aguará Guazú, Comadreja, Gato de Monte, Hurón, Nutria, Yagareté, Zorro de Monte.
- **Mirmecógo**¹²: Oso Hormiguero, Oso Melero.
- **Omnívoros:** Tatú Mulita (insectívoros y omnívoros necrófagos¹³).

¹¹ **Anfisbenas:** grupo de reptiles subterráneos con escamas rectangulares, que frecuentemente aparecen en los jardines y son confundidos con serpientes ciegas (Giraud, 2008, Pág. 63).

¹² **Mirmecófago:** animal que se alimenta exclusiva o mayoritariamente de hormigas y, con frecuencia, también de termitas (a pesar de que éstas no son hormigas).

¹³ La **Necrofagia** es el acto de comer la carne de un cadáver.

5.2.3. Características Socio – Culturales del Nordeste Santafesino

Es inevitable hablar de turismo sin hacer mención a la cultura e historia de un lugar, ambos factores juegan un rol importante y van de la mano en esta actividad; no se puede conocer en profundidad un lugar sin antes interiorizarse en su historia y características culturales; es decir, todo lugar geográfico es la sumatoria tanto de sus características geográficas como socio-históricas y culturales. Es por ello que a continuación se nombrarán diversos eventos y sitios de interés (o atractivos turísticos) que posee nuestra región y que se pueden bien acoplar al desarrollo del Ecoturismo en la región.

En cuanto a los *Atractivos Turísticos de la Región*, podemos mencionar los siguientes:

- Museo de Flor de Oro – Flor de Oro, Santa Fe.
- Museo Histórico Municipal de Reconquista – Reconquista, Santa Fe.
- Museo Arqueológico y Paleontológico – Reconquista, Santa Fe.
- Museo Municipal de Arte “Julio Pagano” – Reconquista, Santa Fe.
- Centro de Interpretación del Sitio Ramsar Jaaukanigás – Avellaneda, Santa Fe.
- Grupo Pro-Museo “Teniente Coronel Juan Pedro Jobson” – Vera, Santa Fe.
- Puerto Reconquista – Reconquista, Santa Fe.
- Pueblos Forestales locales: Villa Guillermina, Villa Ana, Tartagal, La Gallareta.
- Yugo Quebrado - Villa Guillermina, Santa Fe.
- Naturaleza Viva "Granja Agroecológica" - Guadalupe Norte, Santa Fe.
- Bajo Vénica – Avellaneda, Santa Fe.
- Diferentes Campings: Camping Municipal Reconquista, Camping Municipal Los Tatanés (Avellaneda), Arenas Blancas (Malabrigo), Complejo Laguna El Cristal (cerca de Calchaquí), Camping Brisol (Romang), Camping Pato Cuá (Las Toscas), Punta Sanvi (Villa Ocampo),
- Cementerios Indios situado en el Puerto Reconquista - Reconquista, Santa Fe.

- Producciones regionales como ser: producción avícola y porcina, viveros de la región, producción de miel, quintas de cítricos, Cabaña de Ciervos colorados, entre otras, situadas en las localidades aledañas de El Ricardito y El Arazá.

Cabe aclarar que esta zona posee enorme riqueza histórica relacionada a la gente del agua, y leyendas de las comunidades indígenas que habitaban el mismo como ser los Abipones; también los pueblos como Villa Ana, Villa Guillermina entre otros que fueron parte de “La Forestal” (FIGURA N° 7), y la misma ciudad de Avellaneda con su gloriosa época de oro del Algodón de la década de los '70 y '80 que se podría difundir.

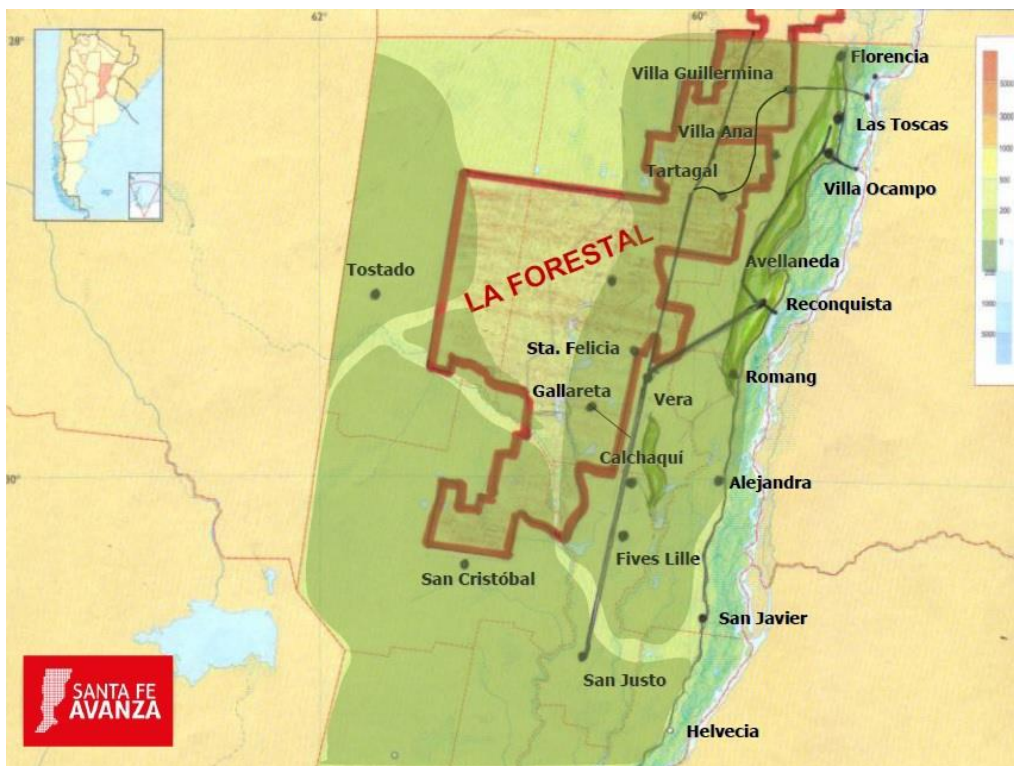


FIGURA N° 7: Mapa Pueblos Forestales de la Provincia de Santa Fe.

Fuente: CASTRO GERARDO, Presentación “Bosques Nativos”, 8° Encuentro Ateneos CARSE, Vera - Santa Fe, 2018, Pág. 3.

En relación a los *eventos de la región*, presentamos los más relevantes:

- Concurso Argentino de Pesca del Surubí con devolución – Mes de Octubre - Reconquista, Santa Fe.
- Exposición Rural de Reconquista - Meses de Julio-Agosto - Reconquista, Santa Fe.
- Fiesta Nacional del Algodón – Mes de Abril - Avellaneda, Santa Fe.

- Aniversario de la Ciudad de Avellaneda – Mes de enero – Avellaneda, Santa Fe.
- Concurso de Cosecha Fiesta del Algodón – Mes de Marzo – Paraje La Vertiente, Avellaneda, Santa Fe.
- Fiesta Patronal San José Obrero - Mes de Mayo – Paraje Avellaneda Oeste, Avellaneda, Santa Fe.
- Fiesta Patronal Maria Auxiliadora – Mes de Mayo – Moussy, Avellaneda, Santa Fe.
- Fiesta Regional de la Raviolada – Mes de Junio – La Vertiente, Avellaneda, Santa Fe.
- Fiesta del Salame – Mes de Julio -
- Fiesta Provincial del Sol – Mes de Enero – Romang, Santa Fe.
- Festival Regional Nuestro Canto – Mes de Enero – Moussy, Avellaneda, Santa Fe
- Fiesta de la Arena Blanca – Mes de Enero – Malabrigo, Santa Fe.
- Fiesta Provincial del Rio – Mes de Enero – Alejandra, Santa Fe.
- Baile de Campo – Mes de Enero – Avellaneda, Santa Fe.
- Triatlón Reconquista – Mes Febrero – Reconquista, Santa Fe.
- Fiesta Regional del Asado a la Estaca – Mes Febrero – Avellaneda, Santa Fe.
- Fiesta de los Humedales – Mes de Febrero - Villa Ocampo, Santa Fe.
- Baile de Carnaval – Mes de Marzo – Avellaneda, Santa Fe.
- Concurso de Pesca Variada Embarcada para Niños – Mes Septiembre - Reconquista, Santa Fe.
- Desafío Jauukanigas, Carrera de aventura 21 k y 10 k – Mes de Septiembre - Avellaneda, Santa Fe.
- Fiesta del Agricultor – Mes Septiembre – Avellaneda, Santa Fe.
- Encuentro de Jeep y 4x4 del Norte Santafesino – Mes de Octubre – Reconquista, Santa Fe.

- Fiesta Regional de la Cultura y del Trabajo – Mes de Octubre – La Sarita, General Obligado, Santa Fe.
- Moto Encuentro Los Templarios – Mes de Octubre – Avellaneda, Santa Fe.
- Fiesta Provincial de la Juventud – Mes Noviembre – San Javier, Santa Fe.
- Concurso de Pesa Variada con Devolución – Mes Noviembre – Las Toscas, Santa Fe.
- Fiesta Friulana – Mes de Noviembre – Avellaneda, Santa Fe.
- Fiesta Provincial San Javier – Mes Diciembre – San Javier, Santa Fe.
- Fiesta Provincial del Citrus – Mes de Junio – Malabrigo, Santa Fe.
- Fiesta Provincial Suiza – Mes de Julio- Agosto - Romang, Santa Fe.
- Fiesta Provincial del Locro – Mes de Junio - Margarita, Santa Fe.
- Fiesta del Quebracho – Mes Febrero – Villa Ana, Santa Fe.
- Carnavales de Reconquista – Mes de Febrero – Reconquista, Santa Fe.
- Festival Aero deportivo – Mes de Septiembre – Reconquista, Santa Fe.
- Corrida Internacional “Ciudad de Reconquista” – Mes de Abril – Reconquista, Santa Fe.
- Campeonato Argentino de Ciclismo de Pista Master - Mes de Septiembre – Reconquista, Santa Fe.
- Campeonatos de Fútbol/ Basquet/ Tenis.
- Campeonato de Motocross Enduro Interprovincial – Mes de Marzo – Reconquista, Santa Fe.
- Congreso de Profesionales, Abuelos, entre otras.
- Festival Internacional de Coros – Mes de Octubre – Avellaneda, Santa Fe.
- Festival Provincial de Teatro Vocacional – Mes de Septiembre – Avellaneda, Santa Fe.
- Festival del NEA Reconquista – Mes de Febrero – Reconquista, Santa Fe.
- San Jerónimo del Rey – Mes de Diciembre – Reconquista, Santa Fe.

Tal como se puede observar, nuestra región posee una enorme agenda de eventos que pueden aprovecharse para convocar a turistas a conocer la región.

En cuanto a este punto, la científica entrevistada realizó el siguiente aporte que consideramos importante mencionar:

Riqueza antropológica y arqueológica a mi criterio no muy bien estudiado... Las formas de vivir, las creencias, las culturas, las mitologías debería ser un contenido para plantearlo turísticamente. El arte culinario por ejemplo, que es muy distinto al de otras regiones, esos creo que serían los aspectos del Norte de Santa fe que podrían ser aprovechados turísticamente, además la parte del turismo cultural como el ciclo forestal, pueblos obrajeros eso es parte del turismo histórico – cultural, también se puede unir la diversidad de fiestas como la fiestas agrícolas de la región.

5.3. Marco Normativo del Turismo Nacional/Provincial y Medio Ambiente, Políticas de Promoción y Desarrollo del Turismo Nacionales y Provinciales:

En el siguiente punto se mencionan las leyes nacionales y provinciales que poseen mayor grado de vinculación con nuestra temática en cuestión –esto es, el ecoturismo-, como así también, las Políticas de Desarrollo Nacionales y Provinciales vinculados a la actividad turística. Cabe aclarar que éstas requieren de un análisis más profundo que se desvía de nuestro objeto de estudio y deberá ser analizado en estudios posteriores, dejando así abierta, posibles líneas futuras de investigación.

5.3.1. Marco Normativo/Político del Turismo Nacional/Provincial y Medio Ambiente

En cuanto a la Actividad Turismo:

➤ Ley Nacional N° 25.997 de Turismo:

Esta ley declara al Turismo de interés nacional al ser considerado una actividad socioeconómico, estratégica y esencial para el desarrollo del país. La misma tiene por objetivo:

...el fomento, el desarrollo, la promoción y la regulación de la actividad turística y del recurso turismo mediante la determinación de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad. (Art. 1°)

Por otra parte, establece los principios rectores de esta actividad, dentro de los cuales menciona la importancia del Turismo para el Desarrollo Social, Económico y Cultural en la revalorización de la identidad cultural de las comunidades, y al Desarrollo

Sustentable basado en tres ejes básicos: ambiente, sociedad y economía. Estos dos principios mencionados son en los que se basan el argumento de nuestro trabajo y propuesta para el desarrollo de la economía local.

Asimismo, en su ANEXO I, establece las actividades consideradas turísticas en base a la clasificación de la OMT.

En cuanto a la Conservación de los Recursos Naturales:

➤ **Ley Nacional N° 25.675 de Política Ambiental Nacional:**

Establece los objetivos mínimos que toda política ambiental nacional deberá cumplir como ser la conservación de los recursos ambientales, la promoción del mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos y el uso racional de los recursos naturales. Asimismo, establece los Principios Fundamentales de la Política Ambiental (Congruencia, De Prevención, Precautorio, De Equidad Intergeneracional); y establece a la Educación Ambiental como una de los instrumentos más importantes de la política y gestión ambiental (uno de los pilares sobre en el cual se basa nuestro trabajo).

➤ **Ley Nacional N° 13.273 de Defensa, Mejoramiento y Ampliación de Bosques:**

Como bien lo dice su nombre, persigue como objetivo, la defensa, mejoramiento y ampliación de bosques. La misma clasifica los bosques en protectores –aquellos que cumplen funciones de protección contra inundaciones, erosión del suelo, y sirven como defensa nacional-, permanentes (ejemplo, parques y reservas naturales), experimentales –en donde habitan especies indígenas que sirven para diversos estudios-, montes especiales –creados con el fin de proteger y ornamentar a los campos agrícolas/ganaderos, y de producción –aquellos que permiten su aprovechamiento económico de forma racional-; y establece la confección de un mapa forestal en base a esta clasificación. Asimismo, fija un aforo (precio) para explotar los bosques fiscales, que puede ser fijo, móvil y mixto, y aplica diversas sanciones (dentro de ellas, las multas) a quienes no cumplen con el plan de trabajo de la deforestación presentado (requisito principal) y aprobado por la autoridad de aplicación. Santa Fe se adhirió a esta ley mediante la Ley Provincial N° 3657 sancionada en el año 1950.

➤ **Ley Nacional N° 26.331 de Presupuestos Mínimos de Protección Ambiental de los Bosques Nativos:**

Tiene como objetivo el enriquecimiento, restauración, conservación y manejo sostenible de los bosques nativos. Realiza la clasificación de los Bosques Nativos en tres categorías: Categoría I (Roja) –aquellos que por su alto valor de conservación no pueden ser talados-, la Categoría II (Amarilla) –de mediano valor de conservación y pueden ser talados sólo con fines experimentales según el criterio de la jurisdicción-, y la Categoría III (Verde) que pueden ser talados pero sujetos a un Plan de Manejo Sostenible.

La provincia de Santa Fe, a través de la Ley 13.372 y su correspondiente Decreto Reglamentario 5242/14, aprueba el Mapa de Ordenamiento de los Bosques Nativos a fin de cumplimentar las disposiciones establecidas en la presente Ley Nacional de Bosques Nativos y la Ley Provincial N° 12.366, que prohíbe la tala de los Bosques Nativos de la Provincia; quedando conformado este Mapa del siguiente modo:

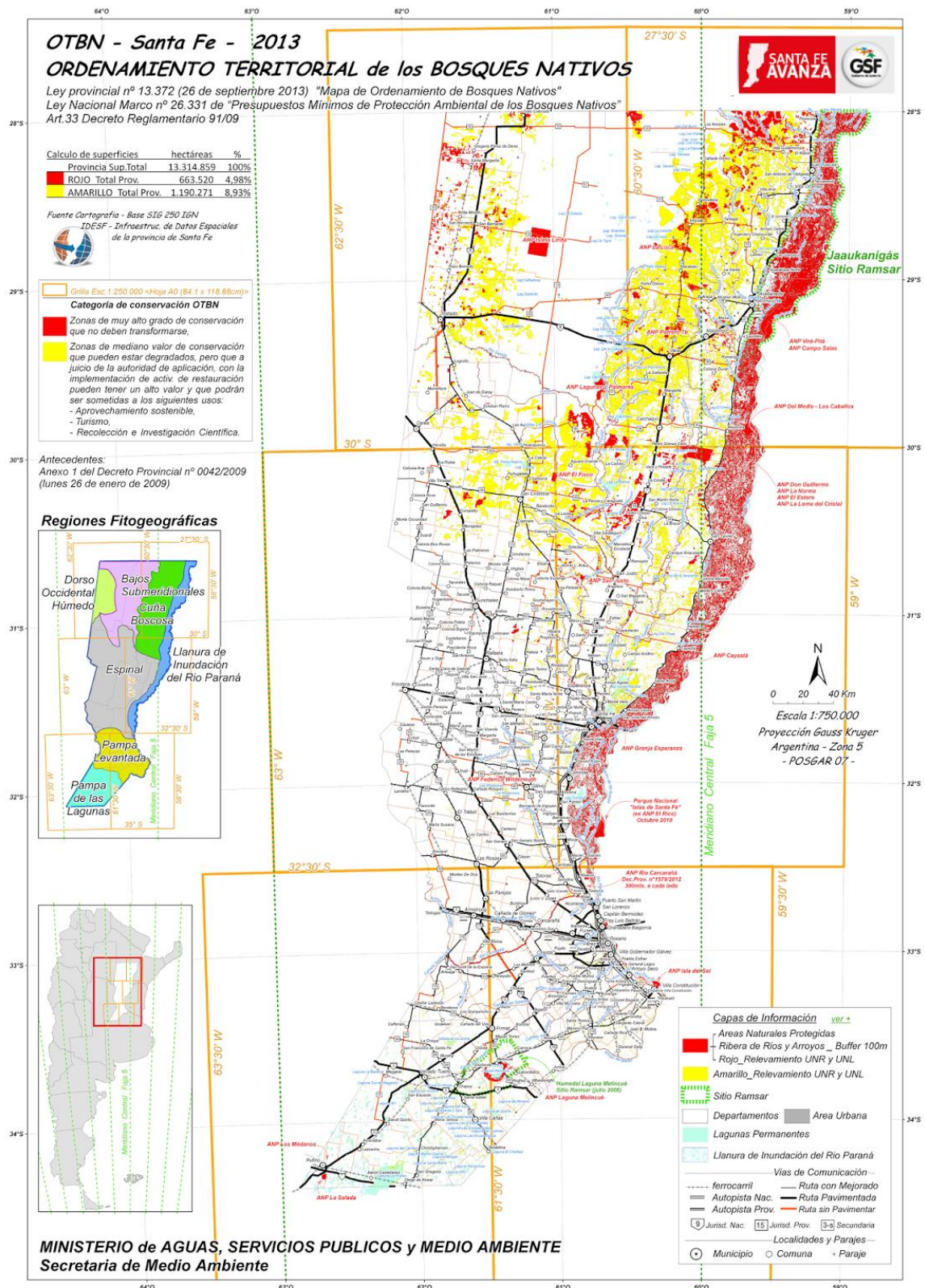


FIGURA N° 8: Mapa Ordenamiento Territorial de los Bosques Nativos de la Provincia de Santa Fe.
 Fuente: Google Imágenes.

Tal como ilustra este mapa, del total de hectáreas de la Provincia de Santa Fe (13.314.859), 4,98% corresponden a la Categoría Roja (663.520) 8,93% a la Categoría

Amarillo (1.190.271), y en el mismo, se puede observar que la Región Jaaukanigás representa gran parte de la proporción de la Categoría Roja.

➤ **Ley Nacional N° 22.351 de Parques Nacionales:**

Esta ley modifica las Leyes N° 18.594 y N° 20.161 en relación a los Parques Nacionales. La misma fue sancionada en 1980 y define a los Parques, Monumentos y Reservas Nacionales como:

[...] áreas del territorio de la República que por sus extraordinarias bellezas o riquezas en flora y fauna autóctona o en razón de un interés científico determinado, deban ser protegidas y conservadas para investigaciones científicas, educación y goce de las presentes y futuras generaciones, con ajuste a los requisitos de Seguridad Nacional. (Título I, Capítulo I, Art. 1°).

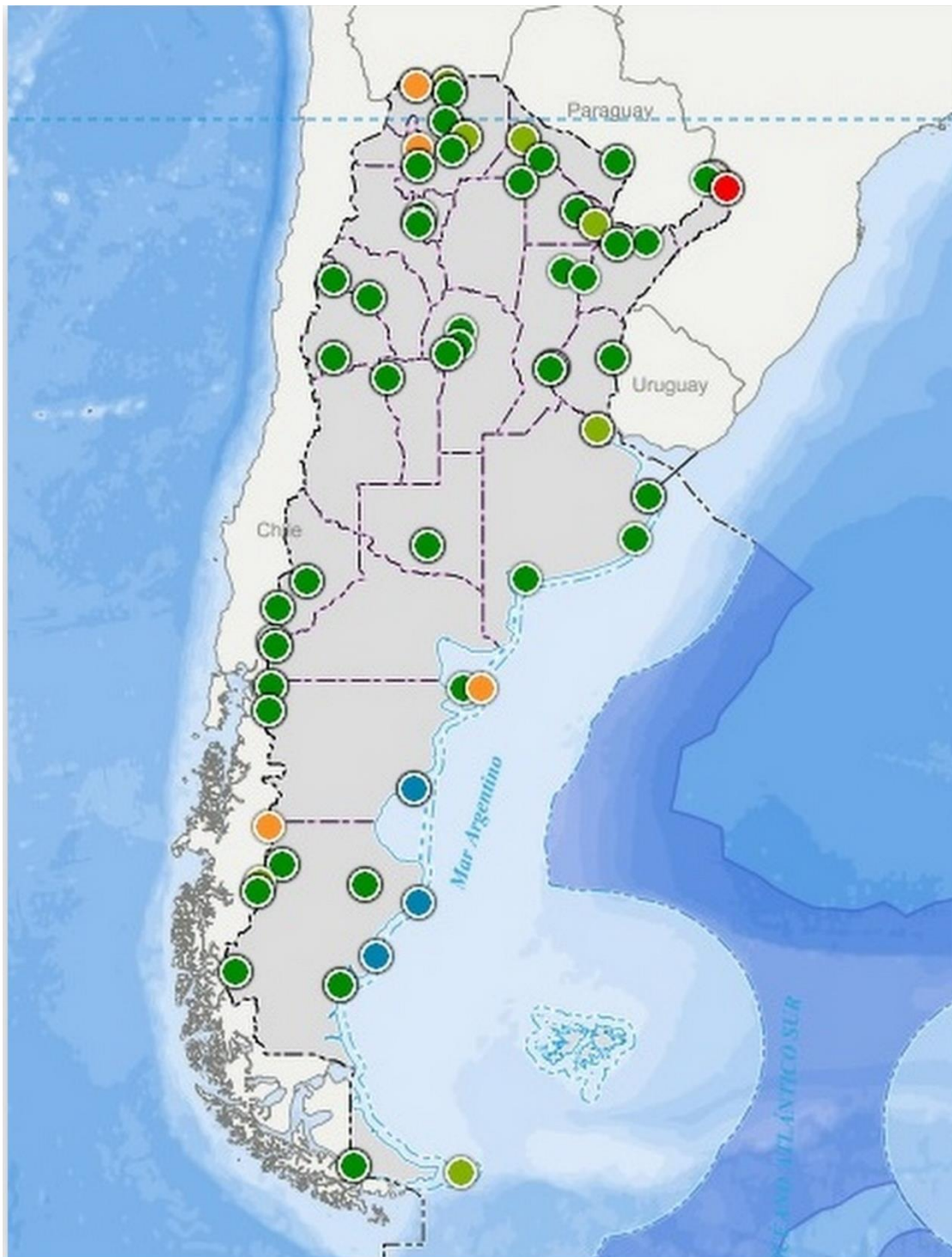
En la misma se establece que las tierras fiscales existentes en estas Áreas Protegidas son de Dominio Público Nacional, a excepción de las Reservas Naturales en las que la autoridad de aplicación las puede desafectar por algún motivo (Art. 2°). De igual forma la fauna silvestre autóctona (excluidos los peces) presentes en estas áreas, son propiedad del Estado Nacional (Art. 13). Asimismo, establece que la creación de nuevas Áreas Protegidas perteneciente a algún sitio de una provincia, para que la presente lo pueda declarar como tal, la autoridad provincial debe ceder al Estado Nacional su dominio y jurisdicción. (Art. 3°). Su autoridad de aplicación es la Administración de Parques Nacionales (Ente Autárquico) conformado por un Cuerpo de Guardabosques Nacionales quienes se encargan de hacer cumplir lo que la misma establece.

Para el caso de los Parques Nacionales, se prohíbe la enajenación y arrendamiento de sus tierras; la explotación minera; instalación de industrias; la explotación agropecuaria, forestal; la pesca comercial; la caza; la incorporación de fauna y flora no autóctona; la introducción de animales domésticos; la construcción de edificios, instalaciones o viviendas privadas; entre otras, salvo aquellas actividades en las que la autoridad de aplicación apruebe por razones esenciales. El Estado tendrá prioridad a la hora de adquirir áreas declaradas como Parques Nacionales en caso de que sus propietarios decidan venderlas.

Con respecto a los Monumentos Naturales, se prohíbe todo tipo de actividad; y en el caso de las Reservas Nacionales, se puede llevar a cabo ciertas actividades deportivas, comerciales e industriales, explotaciones agropecuarias, y asentamientos

humanos; previa autorización de la autoridad de aplicación. Además, dicha autoridad podrá autorizar la forestación y reforestación siempre y cuando se cumpla con lo establecido en la Ley 13.273 de Defensa, Mejoramiento y Ampliación de Bosques. En el caso de aquellos sujetos que no se acatan a lo que esta ley establece y realizan infracciones, ésta prevé sanciones como multas, suspensión o prohibición de determinadas actividades, y acciones judiciales sujetas al Código Procesal Civil y Comercial de la Nación en función a lo determinado por la Administración de Parques Nacionales.

A continuación presentamos las Áreas Naturales Protegidas de Argentina existentes a la fecha:



Referencias:

- Reserva Natural Educativa / Reserva de la Defensa / Reserva Natural / Reserva Nacional / Reserva Natural Silvestre
- Parque Nacional ● Monumento Natural ● Área Marina Protegida ● Reserva Natural Estricta
- Parque Interjurisdiccional Marino / Parque Interjurisdiccional Marino Costero

FIGURA N° 9: Mapa Áreas Protegidas Argentina

Fuente: Administración de Parques Nacionales Argentina.

(Fuente Original: Fuente: Sistemas de Información de Biodiversidad de Parques Nacionales (SIB)).

ÁREA PROTEGIDA: Parques Nacionales					
	PARQUE	SUPERFICIE (HA)	AÑO DE CREACIÓN	PROVINCIA	CATEGORIA INTERNACIONAL
1	Parque Nacional Campo de los Alisos	16177	1995	Tucuman	Sitio de Patrimonio Mundial
2	Parque Nacional Los Alerces	263000	1937	Chubut	Reserva de Biósfera, Sitio de Patrimonio Mundial
3	Parque Nacional Los Arrayanes	1840	1971	Neuquen	Reserva de Biósfera
4	Parque Nacional Baritú	72439	1974	Salta	Reserva de Biósfera
5	Parque Nacional Bosques Petrificados de Jaramillo	78543	1954	Santa Cruz	
6	Parque Nacional Calilegua	76306	1979	Jujuy	Reserva de Biósfera
7	Parque Nacional Los Cardones	65000	1996	Salta	
8	Parque Nacional Chaco	14981	1954	Chaco	
9	Parque Nacional Quebrada del Condorito	35393	1996	Cordoba	
10	Parque Nacional Copo	118119	2000	Santiago Del Estero	
11	Parque Nacional Los Glaciares	726927	1937	Santa Cruz	Sitio de Patrimonio Mundial
12	Parque Nacional Iguazú	67620	1934	Misiones	Sitio de Patrimonio Mundial
13	Parque Nacional Lanín	412003	1937	Neuquen	Reserva de Biósfera
14	Parque Nacional Laguna Blanca	11251	1940	Neuquen	Sitio RAMSAR
15	Parque Nacional Lihué Calel	32500	1976	La Pampa	
16	Parque Nacional El Leoncito	89706	2002	San Juan	
17	Parque Nacional Mburucuyá	17086	2001	Corrientes	
18	Parque Nacional Monte León	62169	2004	Santa Cruz	
19	Parque Nacional Nahuel Huapi	712160	1934	Rio Negro	Reserva de Biósfera
20	Parque Nacional El Palmar	8213	1966	Entre Ríos	Sitio RAMSAR
21	Parque Nacional Predelta	2608	1991	Entre Ríos	Sitio RAMSAR
22	Parque Nacional Río Pilcomayo	50417	1951	Formosa	Sitio RAMSAR
23	Parque Nacional Perito Moreno	127120	1937	Santa Cruz	
24	Parque Nacional Lago Puelo	27675	1937	Chubut	Reserva de Biósfera
25	Parque Nacional El Rey	44162	1948	Salta	
26	Parque Nacional San Guillermo	166000	1998	San Juan	Reserva de Biósfera, Sitio de Patrimonio Mundial
27	Parque Nacional Sierra de las Quijadas	73785	1991	San Luis	Sitio RAMSAR
28	Parque Nacional Talampaya	215000	1997	La Rioja	Sitio de Patrimonio Mundial
29	Parque Nacional Tierra del Fuego	68909	1960	Tierra Del Fuego	
30	Parque Nacional Campos del Tuyú	3040	2009	Buenos Aires	Sitio RAMSAR
31	Parque Nacional Islas de Santa Fé	4096	2010	Santa Fe	Sitio RAMSAR
32	Parque Nacional El Impenetrable	128000	2014	Chaco	
33	Parque Nacional Patagonia	53000	2014	Santa Cruz	
34	Parque Nacional Iberá (en formación)	155000	0	Corrientes	
35	Parque Nacional Aconquija (en formación)	61034	0	Tucuman	

FIGURA N° 10: Parques Nacionales Argentina.
Fuente: Sistemas de Información de Biodiversidad de Parques Nacionales (SIB).

ÁREA PROTEGIDA: Parque Interjurisdiccional Marino/Parque Interjurisdiccional Marino Costero					
	Parque	SUPERFICIE (HA)	AÑO DE CREACIÓN	PROVINCIA	CATEGORIA INTERNACIONAL
1	Parque Interjurisdiccional Marino Costero Patagonia Austral	104812	2009	Chubut	Reserva de Biósfera
2	Parque Interjurisdiccional Marino Makenke	68796	2012	Santa Cruz	
3	Parque Interjurisdiccional Marino Isla Pingüino	159526	2012	Santa Cruz	

FIGURA N° 11: Parque Interjurisdiccional Marino/Marino Costero Argentina.
Fuente: Sistemas de Información de Biodiversidad de Parques Nacionales (SIB).

ÁREA PROTEGIDA: Reserva Natural Educativa/Reserva de la Defensa/Reserva Natural/Reserva Nacional/Reserva Natural Silvestre					
	Reserva	SUPERFICIE (HA)	AÑO DE CREACIÓN	PROVINCIA	CATEGORIA INTERNACIONAL
1	Reserva Natural Educativa Colonia Benítez	8	1990	Chaco	
2	Reserva Natural Formosa	9005	1968	Formosa	Reserva de Biósfera
3	Reserva Nacional Pizarro	7837	2015	Salta	
4	Reserva Nacional El Nogalar de los Toldos	3275	2006	Salta	Reserva de Biósfera
5	Reserva Natural Otamendi	4088	1990	Buenos Aires	Sitio RAMSAR
6	Reserva Natural Silvestre El Rincón	15000	2016	Santa Cruz	
7	Reserva Natural Silvestre Isla de los Estados y Archipiélago de Año Nuevo	52736	2016	Tierra Del Fuego	

FIGURA N° 12: Reservas Argentina.
Fuente: Sistemas de Información de Biodiversidad de Parques Nacionales (SIB).

ÁREA PROTEGIDA: Reserva Natural Estricta					
	Reserva	SUPERFICIE (HA)	AÑO DE CREACIÓN	PROVINCIA	CATEGORIA INTERNACIONAL
1	Reserva Natural Estricta San Antonio	480	1990	Misiones	

FIGURA N° 13: Reserva Natural Estricta.
Fuente: Sistemas de Información de Biodiversidad de Parques Nacionales (SIB).

ÁREA PROTEGIDA: Monumento Natural				
Monumento Natural	SUPERFICIE (HA)	AÑO DE CREACIÓN	PROVINCIA	CATEGORIA INTERNACIONAL
1 Monumento Natural Laguna de los Pozuelos	16000	1980	Jujuy	Reserva de Biósfera, Sitio RAMSAR

FIGURA N° 14: Monumentos Nacionales Argentina.

Fuente: Sistemas de Información de Biodiversidad de Parques Nacionales (SIB).

Tal como se puede apreciar, nuestro Humedal Jaaukanigás, incluido a nivel internacional como Sitio Ramsar, no fue declarada al momento como un Área Protegida a Nivel Nacional.

➤ **Ley Provincial N° 22.351 de Áreas Naturales Protegidas:**

Sancionada en el año 2003 y en líneas generales es muy similar a lo establecido por la Ley Nacional N° 22.351 de Parques Nacionales comentada más arriba. La misma busca mantener en sus condiciones de origen los recursos naturales propios de la Provincia, incluyendo aquí, a los bancos genéticos y reguladores de ambientes; proteger los sitios que sirven como refugio y tránsito de otras especies migratorias en peligro de extinción, mantener la biodiversidad; conservar el patrimonio natural, cultural, arqueológico y paleontológico; promover investigaciones en estas áreas protegidas con el fin de desarrollar técnicas para su desarrollo sustentable y el cuidado ambiental; y la que más nos compete a nuestros fines, que los habitantes de las ciudades puedan disfrutar de la recreación en contacto con la naturaleza y facilitar el desarrollo del turismo ecológico (Art. 4°). Su autoridad de aplicación es la Secretaría de Estado de Medio Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Provincia, y su Cuerpo Provincial de Guardaparques es el encargado de su control (misma estructura que la Ley de Parques Nacionales).

Asimismo, esta ley clasifica a las Áreas Naturales en Categorías de Manejo (ejemplo: reservas, parques, monumentos) (Capítulo IV, Art. 20) (concepto de Áreas Naturales Protegidas de Santa Fe y Categorías de Manejo citadas en el punto 5.2.2.1.), y que a su vez éstas, son susceptibles de ser asignadas en otras categorías a nivel nacional e internacional; y establece que cada una de ellas debe elaborar y llevar adelante un Plan de Manejo.

Por otra parte, establece si la autoridad de aplicación declare alguna tierra como de interés general, está en todo su derecho de expropiar. De la misma manera, cuando una tierra fiscal se halle comprendida dentro de los límites de un Área Protegida, éstas deberán mantenerse dentro del patrimonio del Estado Provincial y se procederá a su expropiación o se realizará un convenio de uso para el ocupante legítimo.

Tal y como lo establece la Ley de Parques Nacionales, todo asentamiento humano en las Áreas Protegidas, quedará sujeto a la autoridad de aplicación, al igual que los inmuebles de propiedad privada, y en el caso de que los propietarios de estos inmuebles opten por enajenarlos, el Estado Provincial tendrá derecho preferente en su adquisición. Lo mismo sucede con la fauna silvestre que se encuentra dentro de estas áreas, la cual pertenece al dominio privado del Estado.

De igual manera que lo hace la Ley antes mencionada, prevé sanciones y acciones judiciales para todos aquellos que realicen infracciones, como ser: apercibimiento verbal o escrito, inhabilitación, prohibición de ingreso, expulsión, suspensión de otras formas de actividades, cancelación de permisos, decomiso de bienes muebles y semovientes, multas, y el reparo económico de los daños hechos.

Para finalizar, realiza el listado de todas las Áreas Naturales Protegidas al momento, las cuales ya fueron citadas ya en el Punto 5.2.2.1.

➤ **Ley Nacional N° 22.428 de Fomento a la Conservación de los Suelos:**

Esta Ley tiene por objetivo promover la acción privada y pública en pos de conservar y recuperar la capacidad productiva de los suelos. La misma beneficia la conformación de Consorcios de Conservación de Suelos por productores agropecuarios del distrito en cuestión, sean éstos, propietarios, arrendatarios o aparceros; en donde sus integrantes se comprometen a realizar un manejo racional de este recurso, y a través de los mismos, gocen de créditos y subsidios de la nación destinados a este fin.

➤ **Ley Nacional N° 25.688 de Gestión Ambiental de Aguas:**

Tiene como objetivo promover la preservación de las aguas, su aprovechamiento y uso racional; entendiéndose por agua a aquella que forma parte de diferentes cursos de agua ya sea naturales o artificiales, superficiales y subterráneas, y las contenidas en los acuíferos, ríos subterráneos y la atmósfera. De igual manera, establece la creación de Comités de Cuencas Hídricas a fin de asesorar a las autoridades competentes en la materia y colaborar en la gestión sustentable de las cuencas hídricas.

5.3.2. Políticas de Promoción y Desarrollo del Turismo Nacionales y Provinciales

➤ Plan Federal Estratégico Turismo Sustentable 2025 de la Nación (PFETS):

El Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS) fue un programa a nivel nacional que se lanzó en 2005 en el mandato del Presidente Néstor Kirchner para un horizonte 2006-2016, en el 2011 se actualiza por primera vez hasta el 2020, y en el 2014 se actualiza por segunda vez hasta el 2025. El mismo contempla una estrategia de Desarrollo Económico y Sustentable que aspira a convertir a la Argentina en un país turístico a través de diversas Políticas de Desarrollo equitativas con inclusión social, innovación y diversificación productiva, conservación del patrimonio turístico nacional y la integración regional. En él se integran las autoridades del turismo nacional, regional, provincial, el sector privado y el académico.

Los tres grandes objetivos establecidos por este plan fueron:

- **Ambientales:** implementar un modelo de desarrollo turístico en armonía con el medio ambiente.
- **Socioculturales:** lograr una mayor calidad de vida para los habitantes de la Argentina, garantizando el respeto a la cultura, la identidad y los valores de las comunidades.
- **Socioeconómicos:** propiciar la generación y distribución equilibrada de la renta turística interna y de los excedentes económicos generados por el turismo receptivo.

Para llevarlo adelante, se elaboró un mapa federal conformado por seis regiones turísticas: NOA, Buenos Aires, Patagonia, Córdoba, Litoral y Cuyo; en la cual cada una de estas regiones, se compromete a manejar su desarrollo turístico de manera integrada y sustentable. La división del país en estas regiones tuvo como finalidad establecer los puntos turísticos actuales y los potenciales, definiéndose de este modo, corredores turísticos según su valor cultural, geográfico o histórico.

Asimismo, se basa en el desarrollo y fortalecimiento de productos turísticos en aquellos espacios considerados como prioritarios y de gran potencial por el PFETS. Los mismos se organizan en tres categorías: Culturales (Turismo de la Fe, educativo e idiomático, gastronómico y del vino, fiestas populares), Naturaleza (Observación de Aves y Senderismo de largo recorrido), Combinados (Ruta 40, Turismo en el espacio rural de la

República Argentina, Turismo Náutico, cruceros de ultramar, fluviales y lacustres, de Bienestar, Sitios de Patrimonio Mundial). (FIGURA N° 15)

DESARROLLO DE PRODUCTOS	
Aplicación	
Turismo Rural Comunitario	Contribuye al fortalecimiento de la autogestión comunitaria del turismo para aportar al desarrollo local, sustentado en sus principios de reciprocidad, inclusión, participación y valoración del patrimonio natural y cultural; garantizando el respeto de los territorios y la identidad de pueblos originarios y comunidades campesinas. http://turismocomunitario.tur.ar/
Observación de Aves	Coordina y facilita acciones que contribuyan al desarrollo de la observación de aves como una actividad de interés turístico en destinos vinculados a áreas naturales protegidas (Parques Nacionales, provinciales, reservas, sitios Ramsar y otros con jerarquía internacional) promoviendo la conservación de los recursos naturales y la generación de empleo en la población local.
Turismo de la Fe	Planifica, coordina y facilita acciones que contribuyan en el desarrollo del Turismo de la Fe en la Argentina aportando a la consolidación de la oferta vinculada al producto.
Turismo Náutico	Acompaña técnicamente y promueve la puesta en valor y estructuración de productos vinculados a la modalidad de turismo náutico, en distintas áreas, zonas o corredores de Argentina, que tengan potencial para esta actividad.
Turismo Gastronómico	Expande el beneficio socioeconómico de la actividad turística, a través de la diversificación de la oferta con el Turismo Gastronómico, haciendo de éste un nuevo producto turístico motivador de viajes.
Turismo Educativo/ Idiomático	Planifica, coordina y facilita acciones que contribuyan con el desarrollo del Turismo idiomático en la Argentina, colaborando con la consolidación de la oferta turística vinculada al producto.
Gestión para el Desarrollo Turístico Sostenible en los Sitios de Patrimonio Mundial	Planifica, coordina y facilita acciones que contribuyan a la conservación y puesta en valor turística de los sitios de patrimonio mundial (actuales y potenciales) de la Argentina, procurando el desarrollo local en las comunidades vinculadas a los mismos.
Desarrollo del Turismo en Espacios Rurales de la República Argentina (Terra)	Define una estrategia a nivel país que permita la comprensión y el desarrollo del turismo en los espacios rurales en la República Argentina, con diseño ejecutivo general y propuestas operativas por segmento.

FIGURA N° 15: Productos Turísticos Desarrollados por el PFETS

Fuente: Plan Federal Estratégico Turismo Sustentable 2025 de la Nación (PFETS), actualización 2014. Pág. 73

Tal como se puede observar en esta tabla, aparece el turismo rural, observación de aves, turismo sostenible en los Sitios de Patrimonio Mundial, como las principales acciones sobre los cuales se cimenta este plan, ambas comprendidas dentro del ecoturismo.

➤ **Plan Estratégico de Turismo 2025 Santa Fe:**

Este plan fue presentado el 27 de septiembre de 2012, en el marco del Día Mundial del Turismo, y fue actualizado en varias ocasiones hasta llegar al Plan actual con un horizonte plasmado hasta el año 2025.

Dicho plan, al igual que lo hace el Nacional, se apoya en el desarrollo sostenible de los recursos turísticos y la integración regional, y para ello, divide a la provincia en ocho regiones potenciales de ser explotadas (Jaaukanigás, Corredor de la RP N° 1: El camino de la costa, Corredor de la RN N° 11 Ríos de historia y aventura, Sur, Cuña Boscosa y pueblos forestales, Circuitos productivos y pueblos rurales, Santa Fe Capital y Rosario), (FIGURA N° 16) para que cada una de ellas pueda aprovechar al máximo sus recursos y potenciarlos.



FIGURA N° 16: Mapa Regiones Turísticas Santa Fe
 Fuente: Plan Federal Estratégico Turismo 2025 Santa Fe, actualización 2014. Pág. 14

De igual modo, intervinieron para la confección del mismo, autoridades públicas de municipios y comunas, prestadores de servicios turísticos, sector legislativo e instituciones intermedias.

Asimismo, define Corredores Turísticos dentro de la Provincia a fin de limitar los recursos económicos para mejorar la infraestructura turística y poder desarrollar la oferta sobre los mismos. (FIGURA N° 17)

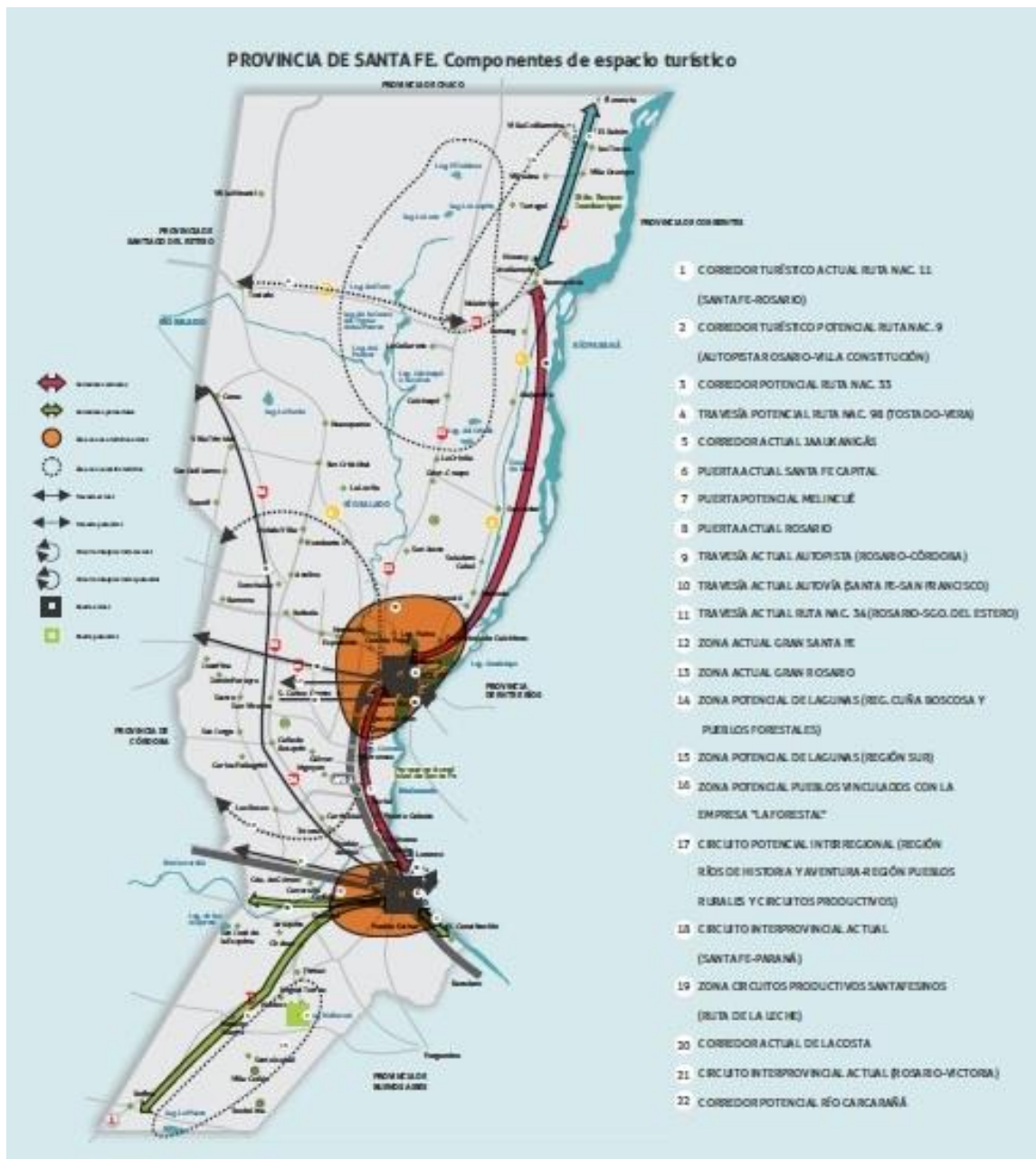


FIGURA N° 17: Mapa Corredores Turísticos Santa Fe
Fuente: Plan Federal Estratégico Turismo 2025 Santa Fe, actualización 2014. Pág. 54

Tal como se puede observar, en dicho mapa, se presenta al Jaukanigás dentro del Corredor Turístico N° 5, comprendido entre la Ruta Nacional N° 11, cuyas cabece- ras son las ciudades de Reconquista y de Florencia.

En líneas generales, dicho Plan persigue los siguientes objetivos:

- Consolidar las ocho regiones turísticas.
- Incrementar y profesionalizar áreas de turismo en municipios y comunas.

- Garantizar y promover un manejo responsable de los bienes patrimoniales turísticos naturales y culturales en la provincia de Santa Fe.
- Promover el desarrollo e implementación de un plan de marketing turístico.
- Apostar a la capacitación y formación de gestores públicos, privados e instituciones del sector turístico.
- Desarrollar un programa de inversiones turísticas de la Provincia.

Asimismo, establece acciones estratégicas para lograr estos objetivos para cada una de estas regiones, en la Cuña Boscosa por ejemplo, como estrategia proponen la confección de un Registro Regional de Fiestas Populares y la profesionalización de estos eventos, y explotar la cultura de esta región referente de la historia forestal.

5.3.2.1. Otros datos curiosos...

A continuación se describe en forma breve los *Organismos No Gubernamentales Nacionales e Internacionales relacionados a la temática en cuestión*, muchos de los cuales ya fueron mencionados a lo largo de este trabajo:

- *Convención Ramsar,*
- *CIM (Consejo Intersectorial de Manejo del Sitio Ramsar Jaaukanigás),*
- *AAETAV (Asociación Argentina de Ecoturismo y Turismo Aventura):* creada en el 2006. Tiene como misión:

“[...] promover el profesionalismo en la prestación de los servicios relacionados al Ecoturismo, Turismo Activo y Aventura, priorizando la Calidad, la Seguridad y el Desarrollo Sustentable; en cooperación con los diferentes actores involucrados: poder público, privado y del tercer sector, buscando incentivar la Conservación del Medio Ambiente, del Patrimonio Cultural y de las Comunidades Locales.”

- *Organización Mundial de Turismo (OMT),*
- *The International Ecotourism Society (TIES),*
- *Bird Life Internacional:* es una asociación mundial de organizaciones de conservación (ONG) que lucha por conservar las aves, sus hábitats y la biodiversidad mundial, y lograr la sostenibilidad en el uso de los recursos naturales. Actualmente posee 121 socios en todo el mundo. Sus raíces datan de 1922 con la creación del Consejo Internacional para la Conservación de Aves

(ICBP) en Reino Unido, cuando más tarde, en 1993, el ICBP condujo su transición a la Alianza BirdLife.

- ***Aves Argentina:*** es una Organización Nacional con 100 años de trabajo, miembro de BirdLife International, cuyo fin es proteger las aves silvestres y la naturaleza de Argentina a través de proyectos y acciones de conservación, investigación, educación y divulgación.
- ***Greenpeace Argentina:*** la misma se define como “*una organización mundial que trabaja para defender el medio ambiente, promover la paz y estimular a la gente para que cambie actitudes y comportamientos que ponen en riesgo a la naturaleza*”, y que, investigando, denunciando y confrontando a los delitos ambientales, desafía a quienes toman decisiones a que reconsideren sus posiciones y adopten nuevas ideas. Y respaldan soluciones económicamente viables y socialmente justas, que ofrecen esperanza para las generaciones presentes y futuras.

Se creó en 1978 bajo el espíritu “queremos paz y queremos que sea verde” a partir de la iniciativa de diferentes grupos de Estados Unidos, Canadá y Europa. En la actualidad es una de las organizaciones ambientalistas más importantes del mundo, cuya oficina central se encuentra en Amsterdam, Holanda y cuenta con oficinas en 41 países en todo el mundo.

Por otra parte, podemos mencionar las siguientes ***fechas claves vinculadas a nuestro objeto de estudio:***

- 27 de septiembre, declarado como día mundial del turismo por la OMT (Organización Mundial de Turismo),
- 2017, declaración Año Internacional del Turismo Sostenible por la ONU (Organización de las Naciones Unidas),
- 2 de Febrero “Día Mundial de los Humedales”, en conmemoración a la fecha en que se creó la Convención sobre los Humedales (2 de febrero de 1971) (Convención Ramsar).
- La ciudad de Malabrigo (departamento General Obligado, Santa Fe) fue declarada en el año 2013 una de tantas Ciudades Ecológica (o Sustentables)

dentro la provincia de Santa Fe por el Programa Internacional de Formación de la Red Argentina de Municipios frente al Cambio Climático (RAMCC). El mismo es uno de los municipios referentes en la lucha contra el cambio climático, desarrollando relevantes acciones gubernamentales en favor de éste. El RAMCC tiene como objetivos ejecutar proyectos o programas municipales, regionales o nacionales, relacionados con la mitigación y/o adaptación al cambio climático, a partir de la movilización de recursos locales, nacionales e internacionales.

- 24 de Abril de 2018: se incorpora al Sitio Ramsar Jaaukanigás dentro del Corredor Ecoturístico del Litoral en el marco de la 145° Asamblea del Consejo Federal de Turismo, que se desarrolló la Ciudad Autónoma de Buenos Aires durante Expoeventos 2018.

5.3.2.2. Jaaukanigás: el CIM y el Plan de Manejo de Turismo Sostenible Sitio Ramsar Jaaukanigás, y su inclusión dentro del Corredor Ecoturístico del Norte

Junto con la declaración de Sitio Ramsar Humedal Jaaukanigás en el año 2001 por la Convención Ramsar, se crea en el 2003, el Consejo Intersectorial de Manejo del Sitio Ramsar Jaaukanigás (CIM), un organismo multisectorial y multidisciplinario creado e integrado por la Secretaría de Medio Ambiente y Desarrollo Sustentable de Santa Fe (SEMADS), el Municipio de Reconquista, Avellaneda, Villa Ocampo y Las Toscas, el Instituto de Cultura Popular (INCUPO), la Facultad de Ciencias Agrarias de la UNL, el Instituto Nacional de Limnología (INALI), el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), la Facultad de Humanidades y Ciencias de la UNL, el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), entre otros; con la finalidad de elaborar un Plan de Manejo Sostenible para el Sitio Ramsar Jaaukanigás, según lo establecido por la Convención Ramsar. Tal y como se mencionó más arriba, el CIM es uno de los principales artífices de la Guía del Jaaukanigás desarrollada por Giraudo. Cabe aclarar que, desde el momento de esta publicación, no se ha vuelto a hacer un estudio en profundidad sobre este Sitio que la realizada por Giraudo a través de su guía, a lo cual los municipios locales atribuyen la responsabilidad de esta situación al Gobierno Provincial y Nacional. Es con la finalidad que lo originó, que en el año 2017, este Comité lanza el Plan de Manejo de Ecoturismo del Sitio Ramsar Jaaukanigás, que se co-

menzó a elaborar en el 2015 y contiene los lineamientos principales que todos los organismos privados y públicos y la sociedad en general, deben considerar a la hora de llevar adelante Planes de Desarrollo Turísticos dentro del Sitio o inversiones para explotarlo, a fin de lograr su conservación y manejo sostenible sin alterar sus características naturales (flora, fauna, aspectos hídricos) como así también, la calidad de vida de sus pobladores. Es de destacar las palabras del Encargado de la Dirección de Turismo de la Municipalidad de Reconquista quien comenta al respecto lo siguiente:

[...] hemos avanzado muchísimo, hace 10 años que estaba el comité y nunca se había elaborado el plan de turismo ni nada que respecte a esa industria. Es el primer comité que existe con todas estas instituciones intervinientes que ha hecho un plan de manejo sobre eso. Por ejemplo nos ponemos en plano, Iguazú no tiene un plan de manejo, y nosotros que somos un destino 6 veces menos desarrollado que Iguazú lo tenemos, eso quiere decir que nosotros nos estamos preparando por si en alguna vez existe gente que viene a invertir acá sabe cómo tratar al medio ambiente y que parámetros usar.

Asimismo, es importante comentar acerca de la problemática que se dio cuando a Nivel Nacional se estaba definiendo los espacios que conformarían el Corredor Ecoturístico del Norte (o del Litoral) dentro del Plan Belgrano¹⁴, en donde el Jaaukanigás no fue considerado al igual que el Paraná; no así con la Laguna Estrella de Formosa, el Impenetrable de Chaco, los Esteros del Iberá en Corrientes e Iguazú en Misiones; y como consecuencia, en conjunto con las diversas Comisiones de Turismo, gobiernos locales y el gobierno de la Provincia se elevó el reclamo a la Secretaría de Turismo de la Provincia como al COLISUR (Consejo Litoral de Turismo); acción cuyos resultados fueron favorables al lograr su inclusión en este corredor el 24 de abril del corriente año. Vale la pena aclarar que si bien la provincia de Santa Fe no está incluida dentro del Plan Belgrano (FIGURA N° 18), los gobiernos locales, consideraron que el Jaaukanigás no podía faltar dentro de este corredor dado su valor turístico de relevancia internacional. Además, la no inclusión de este Sitio en el Corredor, significaba, por un lado, menor partida presupuestaria, ya que uno de los objetivos de este Plan es desarrollar el turismo de las provincias que lo integran y para ellos, otorgar subsidios; y por el otro, menor

¹⁴ **Plan Belgrano:** Es un plan social, productivo y de infraestructura creado bajo el Decreto 12/2015 el 10 de diciembre de 2015, el mismo día que asume su mandato el presidente Ing. Mauricio Macri, orientado al crecimiento productivo y de infraestructura de las 10 provincias del Norte (Corrientes, Misiones, Chaco, Formosa, Jujuy, Salta, Catamarca, La Rioja, Tucumán, Santiago del Estero) que se vieron en mayor desventaja de las restantes a lo largo de la historia. Para llevar adelante su coordinación se crea la Unidad Plan Belgrano dependiente de la Jefatura de Gabinete de Ministros. El mismo tiene como objetivo desarrollar el aspecto social, la vivienda y el hábitat, potenciar la infraestructura, la logística y el transporte, fortalecer las economías regionales y el turismo de los pueblos del Norte y luchar contra el narcotráfico.

difusión y desarrollo; otras razones que motivaron a los gobiernos locales a elevar este reclamo.



FIGURA N° 18: Provincias que integran el Plan Belgrano.
Fuente: Unidad Plan Belgrano, Página Web Oficial Gobierno Nación Argentina.

En relación a este pedido de inclusión, el Encargado de la Dirección de Turismo del Municipio de Reconquista nos comentaba lo siguiente:

Este plan Belgrano lo que quiere desarrollar es un corredor eco turístico de cuatro atractivos del país, la laguna estrella de Formosa, el Impenetrable de Chaco, los Esteros del Ibera en Corrientes e Iguazú en Misiones, y nos dejaba afuera a la Región Jaaukanigás que es un destino turístico natural y queríamos hacer un corredor eco turístico y a Paraná, Entre Ríos que también quería ser incluido dentro de este plan. Que es lo que hicimos nosotros, nos juntamos como región, estos 4 municipios e hicimos un acta de elevación a la secretaria de turismo de la provincia y la secretaria de turismo de la provincia hizo un acta de elevación al Ministerio de Turismo de la Nación para que incluyan a la región del Jaaukanigás dentro del corredor, no estaba incluido, lo que nosotros hicimos como región nos sentimos separados, porque tenemos el mismo atractivo, hicimos las nota de elevación correspondiente para que nos incluyan dentro de este corredor eco turístico y bueno llegamos a la buena noticia por lo menos legislativa, de que han incluido a la región Jaaukanigás dentro de este plan estratégico de turismo que es para el litoral.

CAPÍTULO VI: APLICACIÓN PRÁCTICA

6.1. Resumen

El siguiente capítulo consiste en la aplicación práctica de la investigación cualitativa, que tiene por objetivo revalidar las conclusiones arribadas, a través de un Análisis Económico-Financiero de un Emprendimiento de Ecoturismo, que ofrece el servicio de excursiones de pesca guiadas por profesionales, con alojamiento en cabañas propias situadas en zona de isla, más precisamente, en el Sitio Ramsar Humedal Jaaukanigás. Para ello, se elaboró un Proyecto de Inversión¹⁵ que tuvo por finalidad evaluar la rentabilidad de la ampliación de la capacidad operativa del emprendimiento y calidad del servicio ofrecido (Proyecto de Ampliación) mediante la adquisición de 3 embarcaciones y la construcción de una segunda cabaña con tres habitaciones (FIGURA N° 20), en el que se mide la viabilidad económica-financiera del mismo mediante indicadores como el Valor Actual Neto (VAN)¹⁶, la Tasa Interna de Retorno (TIR)¹⁷ y Período de Recupero (RP)¹⁸; el Rendimiento del Proyecto Puro y del Inversionista (emprendedor), y su posterior Análisis de Sensibilidad para evaluar el grado de variabilidad del modelo ante el cambio en una de sus variables: el nivel de ingreso.

6.2. Planteo del caso

Nuestro caso consiste en un Emprendimiento de Ecoturismo posee una capacidad operativa máxima en salidas de 24 personas/día, incluyendo alquiler de equipos de pesca. Además cuenta con alojamiento en dos cabañas propias de una capacidad de 28 personas/día y que cuentan con todas las comodidades: comedor amplio con tv satelital, cocina con vajilla completa, habitaciones con baño privado instalado, agua caliente, aire acondicionado, ventiladores, freezer, ropa de cama, servicio de limpieza y muelle propio, situadas en zona de isla a 30 minutos de navegación desde el Puerto Reconquista y

¹⁵ **Proyecto de Inversión:** unidad de inversión tendiente a la solución de un problema. (Fuente: elaboración propia).

¹⁶ **VAN:** “Es el valor monetario resultante de restar la Inversión Inicial del Proyecto a la sumatoria de los valores actualizados de todos los flujos netos (VNA), considerando la TMAR (Tasa de Descuento o Tasa de Costo de Capital).” (MAGNAGO, Gustavo, Unid. 7, 2014, Pág. 16).

¹⁷ **TIR:** “Mide la rentabilidad como porcentaje... la máxima tasa exigible será aquella que haga que el VAN sea 0.” (SAPAG CHAIN, Nassir; 2007; Pág. 254).

¹⁸ **Periodo de Recupero de la Inversión (RP):** “Mide en cuánto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo del capital involucrado o TMAR... La forma de calcularlo es incorporar una fila de flujo descontado a la TMAR considerado, y sobre ésta calcular el acumulado... En el período en que se aprecia el cambio de signo, significa que se recupera la inversión.” (MAGNAGO, Gustavo, Unid. 7, 2014, Pág. 20).

a 200 metros del Río Paraná, sobre la misma orilla del brazo San Jerónimo, en donde se puede llegar con vehículo hasta el mismo lugar.

A continuación describiremos las dos cabañas con las que cuenta actualmente este emprendimiento. La cabaña N° 2 se construyó a principio del corriente año mediante el aporte de capital propio y fuentes externas, a fin de ampliar la capacidad de alojamiento, mientras que la otra fue construida en el año 2016. Ambas cabañas se encuentran operando al día de la fecha; y tienen un valor de tasación al 8 de junio de 2018 de \$2.682.000 conformados de la siguiente manera:

- Cabaña N° 1:

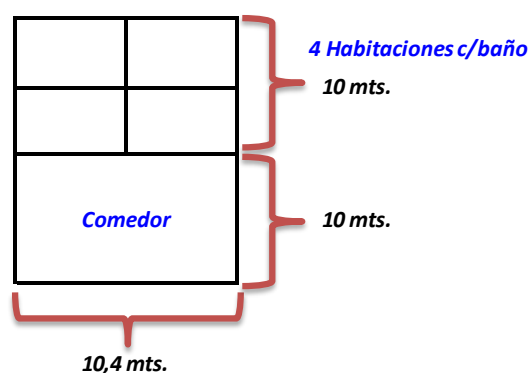


FIGURA N° 19: Croquis Cabaña N° 1.
Fuente: elaboración propia.

- Dimensiones: Superficie Cubierta 208 m² (Perímetro: 10,4 mts. ancho x 20 mts. largo),
- Descripción de la propiedad: 4 habitaciones cuádruples c/baño privado y un comedor, techo de madera zinc.
- Valor: \$1.768.000 (208 m² x \$8.500/m²: incluye mano obra + materiales),
- Año Construcción: 2016.
- Capacidad de alojamiento: 16 personas.

Esta cabaña posee un muelle flotante para el ingreso y salida al río.

- Cabaña N° 2:

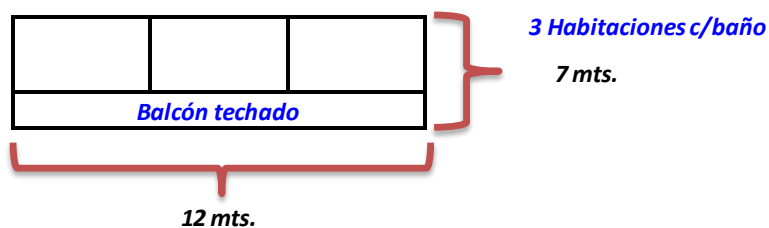


FIGURA N° 20: Croquis Cabaña N° 2.
Fuente: elaboración propia.

- Dimensiones: Superficie Cubierta 84 m^2 (Perímetro: 7 mts ancho x 12 mts. largo),
- Descripción de la propiedad: 3 habitaciones cuádruples c/baño privado (4 mts. ancho x 5 mts. largo), y un balcón techado (2 mts. ancho x 12 mts. largo), techo de madera zinc.
- Valor: \$714.000 ($84 \text{ m}^2 \times \$8.500/\text{m}^2$: incluye mano obra + materiales)
- Año Construcción: 2018.
- Capacidad de alojamiento: 12 personas

Ambas cabañas son de construcción mixta (madera y mampostería), y todas sus habitaciones son cuádruples.

En el ANEXO IV se muestran algunas imágenes del interior y exterior de estas cabañas.

- Pasarela Cabañas:

- Valor: \$200.000 (50 mts. x \$4.000/mts: incluye mano obra + materiales).
- Año construcción: 2018.

Esta pasarela se construyó junto con la Cabaña N° 2, y conecta la Cabaña N° 2 con el Comedor de la Cabaña N° 1.

Inversión Inicial:

A principio del corriente año, se adquirieron 3 lanchas para ampliar la capacidad operativa del Proyecto, por un monto total de \$1.951.770, conformado de la siguiente manera:

- 1 motor Yamaha 130 HP a 16.250 USD (USD BNA VTA. \$25,80 al 08/06/2018). (Yamaha Reconquista): \$419.250.
- 1 motor Yamaha 150 HP a 17.900 USD (USD BNA VTA. \$25,80 al 08/06/2018). (Yamaha Reconquista): \$461.820.
- 1 motor Yamaha 200 HP a 20.500 USD (USD BNA VTA. \$25,80 al 08/06/2018). (Yamaha Reconquista): \$528.900.
- 3 cascos Trucker open 620 a 7.000 USD c/u (USD BNA VTA. \$25,80 al 08/06/2018). (Yamaha Reconquista): \$180.600 c/u

Asimismo, se realizó al mismo tiempo, se construyó una segunda cabaña con tres habitaciones cuádruples, a fin de ampliar la capacidad de alojamiento y acompañar este aumento de la capacidad operativa del emprendimiento, que fue de \$1.013.731,82, desagregada de la siguiente forma:

- Valor de Construcción (material + mano de obra): \$714.000 (84 mts. x \$8.500/mts).
- Aberturas: \$40.000,
- Juego de baño y grifería: \$15.000,
- 1 Termo tanque 75 Lts.: \$8.731,82,
- 12 colchones: \$3.500 c/u (\$42.000 Total),
- 12 camas: \$12.000 c/u (\$144.000 Total),
- Ropa de cama: \$10.000 Total,
- 30 Viajes Acarreo material: \$40.000.

Al mismo tiempo que se construyó la Cabaña N° 2, se construyó una pasarela que conecta conecta la Cabaña N° 2 con el Comedor de la Cabaña N° 1, por un valor de \$200.000, conformados de la siguiente manera:

- Valor de Construcción (material + mano de obra): \$200.000 (50 mts. x \$4.000/mts).

Esto nos daría una Inversión Inicial Total de \$ 4.438.965,46.

Mercado Actual:

Su mercado actual se distribuye de la siguiente manera:

- Provincia de Córdoba: 50%,
- Provincia de Santa Fe: 20%,
- Provincia de Buenos Aires: 10%,
- Otras provincias como Tucumán, Salta, Catamarca, San Luis, Mendoza, Río Negro, Entre Ríos (Paraná), La Rioja; y muy rara vez, internacionales como brasileros y españoles: 20%.

El rango etario de sus consumidores está en 25-60, y en menor medida 6-15 años; la mayoría hombres, muy pocos vienen con su familia, suelen venir grupos de 4, 3 y en menor medida, de 2 personas.

La promoción del servicio se realiza a través de una fan page en Facebook, Instagram, Youtube, pagina web, notas periodísticas; poniéndose en contacto personas de diferentes partes del país.

El promedio es de 50 salidas/mes al año. A su vez, el promedio es de 2 días de pesca por persona y 1 día de estadía sin pesca, considerando en ambos casos, en base triple (tres personas por salida).

La tendencia de número de salidas se da de la siguiente manera:

- De agosto a octubre: entre 80-90 salidas Prom./Mes.
- De marzo a julio e inclusive noviembre: entre 35-70 salidas Prom./Mes
- De diciembre a febrero: entre 10-20 salidas Prom./Mes

Es aquí importante recalcar, que la Capacidad Operativa del emprendimiento viene dada por la cantidad de lanchas disponibles para hacer salidas de pesca, el alojamiento es un servicio complementario, pero a los fines de simplificar el análisis, en nuestro trabajo damos por supuesto que toda persona que pesca se aloja en las cabañas; la cual viene dado de la siguiente manera:

CAPACIDAD MÁXIMA OPERATIVA PROYECTO

	Cant.
Cant. Lanchas	8
Prom. Cant. Personas/lancha/Salida/día	3
Total Personas/lancha/Salidas/día	24
Total Personas/lancha/Salidas/mes	720

CAPACIDAD MÁXIMA ALOJAMIENTO CABAÑAS

	Cant. Personas
Cap. Alojamiento Total Max/día	28
Cap. Alojamiento Total Max/mes	840

FIGURA N° 21: Capacidad Operativa del Emprendimiento y de Alojamiento de las cabañas.
Fuente: elaboración propia.

El precio actual del servicio es \$9.000/día/hasta 3 personas, incluye: lancha con guía, carnada (6 docena de morenas y 3 de cascarudos) combustible (50 litros) alojamiento con desayuno y almuerzo (pescado marinado frito, ensaladas y postre). Cena (asado, chorizo, ensaladas, postre, etc.) y una bolsa de hielo de 10 kg/día/lancha. No incluye en este precio, las bebidas y equipos de pesca (reel), se cuenta con la posibilidad de alquilarlos a \$250/día/equipo, los accesorios se cobran aparte; mientras que la noche de estadía sin pesca es de \$1.500 en base triple (\$500/persona/noche) desayuno incluido (costo de la cena corren aparte), todo esto, cobrado al contado efectivo y/o transferencia bancaria.

A continuación, se detallan el total de bienes y deudas con los que cuenta el emprendimiento al 8 de Junio de 2018 para su posterior análisis:

a) ACTIVOS

a.1. ACTIVOS CORRIENTES

a.1.1. Caja y Bancos:

a.1.1.1. Caja: \$30.000

a.1.1.2. Banco: \$60.000

a.2. ACTIVO NO CORRIENTE

a.2.1. BIENES DE USO

a.2.1.1. Inmuebles:

- Cabañas: \$2.682.000

a.2.1.2. Instalaciones:

- 2 Smart TV Telefunken: 32'' y 49''. VN \$6.690,32 (32''), VN \$13.116,16 (49''), (Cotización Casa Electrodoméstico Dante Tanino Hogar, Reconquista – Santa Fe al 08/06/2018)
- 4 Termotanques Longvie: 3 de 40 Lts. y 1 de 75 Lts. VN \$6.350,96 c/u (40 Lts.), VN \$8.731,82 (75 Lts.) (Cotización Casa Electrodoméstico “*Dante Tanino Hogar*”, Reconquista – Santa Fe al 08/06/2018)
- 9 ventiladores de techo Lumer: \$1.597,91 c/u. (Cotización Casa Electrodoméstico “*Dante Tanino Hogar*”, Reconquista – Santa Fe al 08/06/2018)

a.2.1.3. Muebles y Útiles:

- Electrodomésticos:
 - 4 Freezer Gafa: VN \$11.851,69 c/u (Precio Ctdo. Efectivo con 25% Desc. Por pago Ctdo. (Cotización Casa Electrodoméstico “*Dante Tanino Hogar*”, Reconquista – Santa Fe al 08/06/2018)
 - 1 heladera Briket: VN \$10.354,39 (Precio Ctdo. Efectivo con 25% Desc. Por pago Ctdo). (Cotización "Casa Electrodoméstico “*Dante Tanino Hogar*”, Reconquista – Santa Fe al 08/06/2018)
 - 6 Ventiladores de pie TF Mana Diet: VN \$2.118,62 c/u. (Cotización Casa Electrodoméstico “*Dante Tanino Hogar*”, Reconquista – Santa Fe al 08/06/2018)
 - 2 Cocinas Volcán: VN \$9.418,86 (Cotización Casa Electrodoméstico “*Dante Tanino Hogar*”, Reconquista – Santa Fe al 08/06/2018)

(Todas las cotizaciones fueron realizadas al Precio Contado Efectivo con 25% Descuento Por pago Contado.)

a.2.1.4. Rodados:

- 2 Vehículos: 1 Renault Master 2.3. DCI Furgon L1H1 C/AA Mod. 2015, Año adquisición 2018: \$569.000,00 (Cotización Rodado Mod. 2015 a 8 de Junio 2018 Concesionaria “*Tu Auto*”, Reconquista – Santa Fe). 1 Voltwagen Amarok

2.0 4x2 Trendline 0Km Mod. 2012, Año adquisición 2015: \$380.000,00 (Cotización Rodado Mod. 2012 a 8 de Junio 2018 Concesionaria “Tu Auto”, Reconquista – Santa Fe). (Ver Cotización de Rodados en ANEXO V)

a.2.1.5. Otros Bienes de Uso:

- 8 lanchas (motor + casco):
 - 5 motores Yamaha 115 HP a 14.260 USD (USD BNA VTA. \$25,80 al 08/06/2018). (Cotización “*Motores Yamaha Oficial*”, Reconquista – Santa Fe, al 08/06/2018)
 - 1 motor Yamaha 130 HP a 16.250 USD (USD BNA VTA. \$25,80 al 08/06/2018). (Cotización “*Motores Yamaha Oficial*”, Reconquista – Santa Fe, al 08/06/2018)
 - 1 motor Yamaha 150 HP a 17.900 USD (USD BNA VTA. \$25,80 al 08/06/2018). (Cotización “*Motores Yamaha Oficial*”, Reconquista – Santa Fe, al 08/06/2018)
 - 1 motor Yamaha 200 HP a 20.500 USD (USD BNA VTA. \$25,80 al 08/06/2018). (Cotización “*Motores Yamaha Oficial*”, Reconquista – Santa Fe, al 08/06/2018)
 - 8 cascos Trucker open 620 a 7.000 USD c/u (USD BNA VTA. \$25,80 al 08/06/2018). (Cotización “*Motores Yamaha Oficial*”, Reconquista – Santa Fe, al 08/06/2018)
- 2 trailer lancha a 1.300 USD c/u (USD BNA VTA. \$25,80 al 08/06/2018). (Cotización “*Motores Yamaha Oficial*”, Reconquista – Santa Fe, al 08/06/2018).
- 6 Grupos Electrógenos Gama: 3 de 2.500 Watt de \$9.100 VN c/u, 2 de 5.500 Watt de \$18.000 VN c/u, 1 de 6.500 Watt de \$21.000 VN. Tomando como base un dólar Vta. BNA a \$25,50 al 08/06/2018. (Cotización “*Pighin Daniel Venta-Servicio y Asesoramiento*”, Reconquista – Santa Fe, al 08/06/2018).
- Cisterna combustible 1.000 Lts.: \$12.500. (Cotización “*Sandro Braidot Maquinarias*”, Reconquista – Santa Fe, al 08/06/2018).

En el ANEXO VIII se detalla la vida útil, año de adquisición y reemplazo de cada bien.

b) PASIVO

b.1. PASIVO CORRIENTE: No posee.

b.2. PASIVO NO CORRIENTE: (> 1 año)

b.2.1. Deudas Financieras:

- Crédito otorgado por la Asociación para el Desarrollo Regional (A.D.R.) (Tomado Enero 2018):
 - Monto: \$200.000
 - Plazo: 4 años
 - Tasa: 18% Nominal Anual Fija
 - Cuotas: 42 mensuales
 - Sistema de amortización¹⁹: Francés

- Crédito otorgado por la Mutual Romang Fútbol Club Suc. Reconquista (Tomado Enero 2018):
 - Monto: \$100.000
 - Plazo: 3 años
 - Tasa: 34% Nominal Anual Fija
 - Período de gracia: No
 - Cuotas: Mensuales
 - Sistema de amortización: Francés

Cabe aclarar que el Valor Actual de todas las cabañas fueron tasadas a valor de mercado por una Corredora Inmobiliaria Matriculada N° 0494 en el Colegio de Corredores Inmobiliarios (CCI) Santa Fe, en función a los m² construidos, ubicación del terreno y tipo de construcción de cabañas. Para los demás bienes, se tomó como Valor a Nuevo de los bienes el que arrojó el mercado al 8 de junio del corriente año.

Tratamiento particular tuvieron los rodados, los cuales fueron adquiridos usados, y se tomó como valor para su amortización la cotización de ese modelo de rodado usado

¹⁹ **Sistema de Amortización:** "Proceso de cancelación de una deuda y sus intereses por medio de pagos periódicos." (ZAMBRANO, Armando M.; México, 2006; Pág 195)

al 8 de Junio 2018 de la Concesionaria “*Tu Auto*”, Reconquista – Santa Fe, basada en las cotizaciones de la Concesionaria Oficial y la Revista Info Auto (Guía Oficial de Precios de Autos) a esa fecha; y al momento de su venta, fue considerado el 50% de este valor, y su posterior reemplazo fue por el valor de un 0 Km cotizado por la misma concesionaria a la misma fecha; los cuales fueron de \$895.000 para el Furgón Renault Master, y de \$655.000 para la Camioneta Volkswagen Amarok.

Tal y como se puede observar, dicho emprendedor no posee deudas corrientes y sus únicas deudas a largo plazo representan el Crédito tomado en Enero del presente año. Para el cálculo de la amortización de éstos créditos, se considera la Tasa Efectiva²⁰; que deriva de convertir la Tasa Nominal²¹ a una Efectiva; ya que dicha tasa representa costo financiero real a la hora de devolver el crédito otorgado por cualquier entidad financiera. Dicha tasa, esta también utilizada para calcular la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento del proyecto (TMAR). A modo de simplificar su cálculo, no son considerados el IVA sobre intereses, el seguro de vida ni gastos prendarios.

Asimismo, este emprendimiento presenta a la fecha los siguientes Costos Variables²² y de Estructura²³, y personal abocado a cada actividad que hace al servicio ofrecido:

PERSONAL

- Fijo (pago mensual):
 - 1 Encargado cabaña: atención al cliente, limpieza y coordinación general,
 - 1 Cuidador cabaña: limpieza del predio y mantenimiento de las cabañas,
 - 3 Guías de pesca.
- Variable (pago por salida):

²⁰ **Tasa Efectiva:** “Es la tasa que realmente ocurre en una operación financiera, esta tasa tiene en cuenta la reinversión de intereses o capitalización...” (Blog Curso Básico de Finanzas).

²¹ **Tasa Nominal:** “Es la tasa de interés referencial de una operación financiera, en muchos casos no es la tasa que realmente ocurre. Esta tasa no implica la reinversión de los intereses o capitalización...” (Blog Curso Básico de Finanzas).

²² **Costos Variables:** “...el costo representa los recursos económicos que han sido, deben o deberían sacrificarse para alcanzar cierto objetivo, independientemente de la forma de medición –o cálculo del valor- de los mismos.” (RUDI, Enrique; 2012, Pág. 2.). “Son denominados costos variables aquellos cuya variación es una función directa del volumen de producción (o de ventas, en su caso).” (YARDIN, Amaro; 1973)

²³ **Costos Estructura:** “... considerados como costos del período, es decir, costos en los cuales la empresa incurre por el mero hecho del transcurso del tiempo, con total prescindencia de los volúmenes de producción o venta.” (YARDIN, Amaro; 1973)

➤ 3 Guías de pesca

La utilización de Mano de Obra Variable, está supeditada al número de salidas que la empresa debe afrontar a lo largo del mes. Como situación promedio, se considera la contratación de tres guías de pesca, que trabajan en los meses de demanda media y alta. La relación de utilización de mano de obra variable y fija se da de la siguiente manera:

<i>Demanda Salidas</i>	<i>Rango</i>	<i>% M.O. Fija</i>	<i>% M.O. Variable</i>
Meses alta demanda	80-90	60%	40%
Meses demanda media	35-70	70%	30%
Meses baja demanda	10-20	100%	0%

FIGURA N° 22: Esquema Ocupación Mano de Obra.
Fuente: elaboración propia.

COSTOS ESTRUCTURA:

- 1 Encargado cabaña fijo: \$12.000/mes c/u,
- Guías de pesca fijos: \$14.000/mes c/u.,
- Cuidado cabaña: \$4.000/mes,
- Mantenimiento lanchas: \$60.000/año,
- Alquiler guardería: \$15.000/mes,
- Aranceles y Seguros embarcaciones: \$1.200/año/embarcación,
- Seguros vehículos: \$1.900/mes en total,
- Patentes vehículos: \$3.000/bimestral en total,
- Seguros trabajadores (Fijos+ Variables): \$150/mes/persona,
- Costo Monotributo 4 personas Categoría A (mínimo): \$1.007,41/mes/persona.
- Costo Monotributo 1 persona Categoría E: \$1.994,63/mes/persona
- Combustible camioneta: 300 Lts. nafta/mes
- Combustible grupo electrógeno: 150 lts. nafta/mensual.

Tanto el costo de combustible de la camioneta y del grupo electrógeno son considerados dentro del costos de estructura, ya que el emprendedor, tiene fijado determi-

nado nivel de consumo en el que debe incurrir más allá de su demanda (no están vinculados en forma directa a la variable “cantidad de turistas”).

El emprendimiento es de tipo familiar, no constituido bajo una figura societaria, y ambos integrantes desarrollan la actividad bajo el “Régimen Simplificado”, dado que sus niveles de ingresos, aún no justifica su inscripción en el “Régimen General”; y por lo tanto, su aporte en Impuestos a las Ganancias e IVA está supeditado al pago de su cuota mensual. Asimismo, otras de las razones por las cuales no se justifica cambiar de régimen, es que en esta actividad, la mayoría de los consumidores del servicio no requieren factura, y por lo tanto, no es necesario compensar o descargar IVA. Esto hace que a varios emprendimientos de este tipo le sea mucho más dificultoso conseguir financiamiento, dado que una de las principales variables que indican si un emprendimiento va a permitir devolver el crédito son las ventas, y por lo tanto, se exige el nivel de facturación; razón por la cual, mucho de ellos no son calificados como “Sujeto Crediticio” ante una entidad bancaria. A lo largo de este proyecto, consideramos que dicha situación no se va a revertir y que el mismo podrá seguir operando bajo el “Régimen Simplificado” sin problema alguno, y por lo tanto, consideramos 0% Tasa Impuesto a las Ganancia.

COSTOS VARIABLES:

- Guías de pesca variables: \$1.300/día
- Combustible lancha: 50 Lts./Salidas a \$24,60 Lt. (3.500-6.000 Lts. Combustible/mes a \$24,60 Lt.)
- Costo comida: desayuno y cena: \$250/día/cena/persona s/bebida (desayuno, almuerzo y cena),
- Carnadas morena: \$900/salida (\$150/docena morenas),
- Carnadas cascarudos: \$150/salida (\$50/docena cascarudo),

Cabe aclarar, que para aquellos costos fijos anuales, los mismos fueron prorrateados en forma mensual en el Año 0.

Para poder actualizar los saldos del Flujo de Fondos²⁴ correspondientes a cada año y traerlos al “Año 0”, se utilizó la Tasa de Descuento –representada por la sumatoria entre la Tasa Mínima de Rendimiento Aceptable (TMAR) y la Prima por Riesgo de la actividad (Ver fórmula ANEXO X, Punto 1.6.).

En nuestro caso, el Costo Promedio Ponderado del Capital (o TMAR), surge de la combinación entre:

- a) El Costo Del Capital Propio (tomando como Tasa Libre de Riesgo País²⁵ del 8% y Expectativa inflacionaria²⁶ del 0%),
- b) Y el Costo del Capital Externo (Financiamiento), considerando aquí, los actuales créditos de la A.D.R. y la Mutual Romang tomados en enero 2018.

Se toma como Tasa Libre Riesgo País, la conformada del Rendimiento Bonos USA al 8/06/2018 del 2,95% más 476 puntos al 08/06/2018 (4,76%) Riesgo País Argentina según J.P. Morgan. Lo cual nos arrojó una tasa del 7,71% Libre Riesgo Argentina 2018; redondeando, nos queda una Tasa Libre Riesgo País 2018 del 8%. No se incluye aquí, una ponderación del riesgo del Sector u actividad, ya que no existen indicadores representativos; razón por la cual, se realizó un Análisis de Sensibilidad para evaluar el grado de respuesta del modelo ante diferentes cambios en algunas variables. Aquí es de vital importancia aclarar que a la hora de calcular el Costo Del Capital Propio, no se considera el efecto inflacionario a fin de unificar criterios, ya que tanto las proyecciones de ingresos y egresos fueron realizadas sin ser considerarlo. Es por esta misma razón, que para el caso del financiamiento externo, se consideró la Tasa Real Anual²⁷, derivada de descontar a la Tasa Efectiva Anual, la Tasa de Expectativa Inflacionaria 2018 del

²⁴ **Flujo de Fondos:** “Es la proyección en el tiempo de los montos de ingresos, egresos e inversiones.” (MAGNAGO, Gustavo, Unid. 6, 2014, Pág. 4).

²⁵ **Tasa Libre de Riesgo País:** “Como su propio nombre nos indica, una tasa libre de riesgo es aquella rentabilidad obtenida por invertir en un activo que está considerado como libre de riesgo... Como norma general se utiliza el interés que pagan por los Bonos del Estado USA, puesto que estos activos cumplen perfectamente las condiciones anteriormente descritas.” (Inflación, Spanish Oxford Living Dictionaries)

²⁶ **Expectativa Inflacionaria:** “Esto significa que aparece inflación simplemente por la perspectiva subjetiva de lo que puede suceder en el futuro.” Y por inflación entendemos a “Proceso económico provocado por el desequilibrio existente entre la producción y la demanda; causa una subida continuada de los precios de la mayor parte de los productos y servicios, y una pérdida del valor del dinero para poder adquirirlos o hacer uso de ellos.” (Inflación estructural, Wikipedia)

²⁷ **Tasa Real Anual:** “Es la tasa de interés nominal de la cual se ha descontado el efecto de la inflación...” (Cálculo de Tasa de Interés Real, Visión de Inversión).

28% Anual, basados en la última inflación esperada para el 2018 a Mayo del corriente año informada por el BCRA en base al REM²⁸.

Y por otra parte, a esta Tasa de Descuento, se le realiza un ajuste por el riesgo de la actividad, en la cual se le suma a la TMAR, una Tasa de una Prima por Riesgo (p). Esta tasa, la hallamos en base al registro de las alturas hidrométricas del Río Paraná, altura Reconquista, brazo San Jerónimo de enero 2015 a Junio 2018 (42 meses en total), de la Prefectura Naval Argentina, Prefectura de Zona Paraná Superior y Paraguay - Prefectura Reconquista Jurisdicción Km. 969 al 866, ubicada en el Puerto Comercial y Deportivo Reconquista. Se tomó dicho período, dado que según este organismo, el mismo es más que suficiente para ser considerado representativo por los picos de crecimiento que tuvo el Río en los últimos tres años y medios.

Del total de alturas relevadas a lo largo de estos 42 meses (Ver ANEXO IX), deducimos que sólo 5 meses (enero-mayo 2016) sobrepasan los Niveles de Alerta (5,10 metros) y Nivel de Evacuación (5,30 metros) de la Estación Reconquista (Figura N° XX); es decir, representan una tasa de riesgo por inundación del 12% del lapso de tiempo analizado (5/42 meses= 12%); que dividida por el total de 5 años de horizonte de evaluación de nuestro proyecto, nos arroja una tasa de riesgo de la actividad en promedio de 2,4% anual.

²⁸ **REM:** “El Relevamiento de Expectativas de Mercado (REM) que lleva adelante el Banco Central de la República Argentina (BCRA) consiste en un seguimiento sistemático de los principales pronósticos macroeconómicos de corto y mediano plazo que habitualmente realizan analistas especializados, locales y extranjeros, sobre la evolución de variables seleccionadas de la economía argentina. Se relevan las expectativas sobre los precios minoristas, la tasa de política monetaria del BCRA, el tipo de cambio nominal, la actividad económica y el resultado primario del sector público nacional no financiero.” (BCRA; 2018, Pág. 2).

Historial de Alturas Hidrométricas de la Cuenca del Paraná



FIGURA N° 23: Alturas Hidrométricas Estación Reconquista: Nivel de Alerta y Evacuación.

Fuente: Universidad Nacional del Litoral (UNL) – Facultad de Ingeniería en Ciencias Hídricas (FICH), Centro de Información Meteorológicas (CIM).

Optamos por este criterio de cálculo de la tasa de riesgo de la actividad, dado que por información fehaciente obtenida por el Área de Turismo del Municipio de Reconquista y la Dirección de Turismo de la Provincia, no existe una Tasa de Riesgo General aplicable a la actividad turística; y a que uno de los principales riesgos para el desarrollo de esta actividad es el riesgo climático, derivado de las pronunciadas crecidas del río sobre el cual se encuentran localizadas las cabañas.

En esta ocasión, nos apoyamos en lo dicho por SAPAG CHAIN, Nassir y Reinaldo (2008) en relación a la dificultad a la hora de hallar la tasa de riesgo de determinada actividad para evaluar la rentabilidad de los proyectos:

Una forma de ajustar los flujos de caja consiste en hacerlo mediante correcciones en la tasa de descuento. A mayor riesgo, mayor debe ser la tasa para castigar la rentabilidad del proyecto. De esta manera, un proyecto rentable evaluado en función de una tasa libre de riesgo puede resultar no rentable si se descuenta a una tasa ajustada. El principal problema de este método es determinar la tasa de descuento apropiada para cada proyecto. [...] (Pág. 379).

Asimismo, tomamos el testimonio del propietario de las tierras de las cabañas cedidas en comodato, el cual nos comenta que el área donde se sitúan las mismas, no sufre inundación por el siguiente motivo:

La isla San Jerónimo fue objeto de modificación allá por la década del 60, donde se interpretó que se podía cortar la isla para poder, valga la redundancia, acortar el ca-

mino a Goya. Se trajo una gigantesca draga que en ese trabajo fue extrayendo arena y depositándola sobre la isla, lo que generó una cadena de alturas fácilmente detectables en cualquier imagen satelital, como por ejemplo el Google Earth; y en la zona específica donde se desarrolla este proyecto, hay una altura muy grande, razón por la cual nunca sufrió inundación desde entonces; de acuerdo a las mediciones hechas con Google Earth necesitaría 2 metros por arriba del área de inundación del Puerto Reconquista que cubija la Sub-Prefectura para poder inundar esa parte; esto nos lleva a pensar que aunque se hallan sufrido inundaciones debido a la crecida de este río, y eso pueda determinar el factor de riesgo relativo de este proyecto, este fenómeno no interrumpe su objetivo final, por el contrario, resulta de mayor atractivo para la observación de la fauna, ya que se logra detectar de manera más fácil animales como carpincho, yacarés, y los monos que se encuentran en los árboles en esas áreas protegidas de inundación.

Esto nos lleva a decir, que la Tasa de Riesgo considerada para la actividad, resulta más que suficiente para evaluar la viabilidad de este proyecto.

Continuando con la descripción de nuestro caso en cuestión, y tal como se mencionó arriba, el horizonte evaluación del Proyecto de Inversión es de 5 años, considerado como período de evaluación frecuente para este tipo de análisis y como lapso de tiempo determinante para analizar si dicho proyecto es viable económicamente o no.

A los fines de este trabajo, las etapa de Estudio de Viabilidad Comercial, Técnica, Organizacional, Legal, Ambiental, Impositiva, y Social son omitidos y se dan por entendido que ya han sido superadas.

El capital de trabajo²⁹ se determinará mediante el sistema de Déficit Máximo Acumulado³⁰, por ser considerado más exacto.

Asimismo, para tal fin, se considera como valor de Desecho o Salvamento del Proyecto³¹, el Valor de Desecho Contable (o Residual)³² sumado al final de la vida útil del Proyecto; y como Inversión Inicial, se consideran todos aquellos egresos que representan una inversión en activos para ampliar la capacidad operativa actual del proyecto más la Inversión en Capital de trabajo requerido para cubrir los costos, mientras la acti-

²⁹ **Capital de Trabajo:** “Es el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que comience a funcionar una empresa.” (MAGNAGO, Gustavo, Unid. 5, 2014, Pág. 6).

³⁰ **Déficit Máximo Acumulado:** “...determina el capital de trabajo en función del máximo déficit que se produce entre la ocurrencia de los egresos y los ingresos.” (MAGNAGO, Gustavo, Unid. 5, 2014, Pág. 17).

³¹ **Valor de Desecho o Salvamento del Proyecto:** “Representa el valor que tendría el negocio en el momento en que se decide cortar el periodo de evaluación.” (MAGNAGO, Gustavo, Unid. 5, 2014, Pág. 56).

³² **Valor de Desecho Contable o (Residual):** “El Valor Contable (o Valor Libro) de un Activo, corresponde al valor de adquisición, menos la depreciación acumulada a la fecha de su cálculo.” (MAGNAGO, Gustavo, Unid. 5, 2014, Pág. 57).

vidad genere un excedente considerable. Los datos de la Inversión Inicial fueron brindados por el emprendedor. A su vez, es necesario aclarar aquí, que el terreno sobre el cual se construyeron las cabañas fue concedido en comodato; razón por la cual la inversión en el terreno para hacer esta ampliación no fue considerada; y por lo tanto, el valor del terreno en este caso es irrelevante.

Se considera además, la Inversión por Reposición de los activos que se va dando a medida que llegan al final de su vida útil estimada durante el período de evaluación y los ingresos por la venta de dicho activos. En nuestro caso, se dan únicamente el reemplazo de 5 bienes durante ese lapso de años: 2 grupos electrógenos, el cisterna de combustible y los dos rodados; de los cuales, sólo se considera que se podría generar un rédito económico con la venta de los rodados (más arriba se explicó el tratamiento particular que se le dieron a los rodados para su valor de adquisición, reposición e ingreso por venta). A su vez, se toma para cada bien reemplazado el valor a Nuevo del bien al momento de la evaluación de todos los bienes para su evaluación (8 de junio), haciendo el supuesto de que dicho valor se mantiene constante a la hora de adquirirlos y no varía en los próximos años.

Asimismo, se utilizó el Método de Depreciación³³ de Activos de la Línea Recta –esto es, el cociente entre el Valor a Nuevo del bien y su vida útil expresadas en cantidad de años-, por ser considerado de convención general aceptado su uso. Se amortiza los bienes por el año de compra o alta completa y no de baja. Para la mayoría de los bienes, se tomó como vida útil, lo establecido en el Decreto N° 873/1997 de AFIP; sin embargo, para aquellos casos que requerían un tratamiento particular dadas sus características, se determinó una vida útil estimativa, como es el caso de las cabañas construidas de madera, en donde esta resolución estipula una vida útil de 50 años para una vivienda tipo de construcción, y éstas de madera, se estima una vida útil de 30 años cada una, y para el caso de la pasarela se toma una vida útil de 10 años con mantenimiento constante. Para el caso de los rodados usados, se amortizaron por el año de vida útil estimada completa (según RES AFIP) al ser incorporados.

En nuestro proyecto, es preciso recordar que las depreciaciones sólo son utilizadas para hallar el Valor de Salvamento o Residual del proyecto y a fines ilustrativos del

³³ **Depreciación:** representa la pérdida en valor del bien por su uso expresado en unidades monetarias. (Fuente: Elaboración Propia).

cálculo del Flujo de Fondo, ya que el emprendedor, al ser una persona monotributista, no tributa Impuesto a las Ganancias, y por tanto, no necesita deducir las amortizaciones antes de aplicar la tasa de este impuesto.

6.3. Análisis FODA Emprendimiento Ecoturístico

Antes de exponer los resultados que arrojó el Proyecto de Inversión, se realizó un Análisis FODA³⁴ a fin de profundizar el estudio del caso. Dicho análisis puede ser resumido en líneas generales, mediante la siguiente matriz:



FIGURA N° 24: Matriz F.O.D.A.
Fuente: elaboración propia.

Fortalezas:

- Pioneros del rubro en la zona (baja competencia).
- Capacidad de salidas de pesca de 720/personas/mes con embarcaciones propias, y alojamiento para 840 personas/mes en cabañas situadas en el Sitio Ramsar Humedal Jaaukanigás, a 30 minutos de navegación desde el Puerto Comercial y Deportivo de Reconquista hacia las cabañas, y a 200 metros del Río Paraná, y

³⁴ Análisis F.O.D.A.: “...es una herramienta de planificación estratégica, diseñada para realizar un análisis interno (Fortalezas y Debilidades) y externo (Oportunidades y Amenazas) en la empresa. Desde este punto de vista la palabra FODA es una sigla creada a partir de cada letra inicial de los términos mencionados anteriormente.” (FODA: Matriz o Análisis FODA – Una herramienta esencial para el estudio de la empresa, Análisis FODA)

sobre la misma orilla del brazo San Jerónimo, en donde se puede llegar con vehículo hasta el mismo lugar.

- Rodados propios para el trabajo y traslados de turistas.
- Utilización de las redes sociales y página web para realizar promoción.
- Programación de actividades recreativas nocturnas dentro de la ciudad de Reconquista.
- Personal capacitado para el desempeño de la actividad.

Debilidades:

- Dificultad para acceso al crédito bancario.
- Dificultad para el acarreo de materiales para mejoras y construcción.
- Dificultad para fijar un precio acorde al incremento de los costos.
- Falta planificación actividades en conjunto con las familias (tanto para hombres, como para mujeres y niños).
- Terrenos de cabañas en comodato.

Oportunidades:

- Vuelos de cabotaje con base aérea en la ciudad de Reconquista.
- Gran riqueza de especies de fauna y flora en la zona.
- Atractivo turístico de la región que viene dado por su riqueza paisajística, características históricas y culturales.
- Gran cantidad de eventos deportivos y musicales.
- Creciente tendencia de la búsqueda de actividades recreativas en contacto con la naturaleza.

Amenazas:

- Informalidad de la actividad que dificulta el acceso al crédito.
- Informalidad en los guías de pesca.
- Aumento del combustible, uno de los principales insumos.

- Falta de concientización y sensibilización ciudadana con respecto al potencial turístico de nuestros recursos naturales.
- Baja capacidad hotelera y calidad gastronómica.
- Falta de educación ambiental para cuidado del medio.
- Falta de políticas de promoción en conjunto con Sector Público-Privado de los recursos turísticos de la región, y posicionar a nuestro Norte como un destino turístico.
- Falta de un marco institucional que apoye la actividad.
- Contaminación de industrias cercanas.
- Corriente del Niño que genera áreas inundadas, en ciertas épocas del año. (Crecientes del río pronunciadas).
- Bajadas del Río pronunciadas.
- Mal tiempo que impiden concretar la salida al Río.

6.4. Resultados Proyecto del Inversión

A continuación, presentamos los resultados que arrojó el Proyecto de Inversión en la siguiente tabla del Flujo de Fondo resumido del emprendimiento (ver tabla de cálculos ANEXO VIII), y los resultados de los indicadores antes mencionados:

Flujo Fondo Resumido Proyecto de Inversión							
		Año 0 (Dic 2017)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos			\$ 6.352.500,00	\$ 6.352.500,00	\$ 6.352.500,00	\$ 6.352.500,00	\$ 6.352.500,00
Egresos			\$ -5.125.710,38	\$ -5.109.226,79	\$ -5.087.664,13	\$ -5.068.485,40	\$ -5.062.066,99
Rtdo. antes Imp.			\$ 1.226.789,62	\$ 1.243.273,21	\$ 1.264.835,87	\$ 1.284.014,60	\$ 1.290.433,01
Imp. Gan.	0%		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Rtdo. Después Imp.			\$ 1.226.789,62	\$ 1.243.273,21	\$ 1.264.835,87	\$ 1.284.014,60	\$ 1.290.433,01
Inversiones y Financiamiento		\$ -4.174.568,49	\$ 941.417,78	\$ 167.434,18	\$ 813.371,52	\$ 829.799,04	\$ 3.809.460,25
Flujo Fondo Proyectado		\$ -4.174.568,49	\$ 2.168.207,39	\$ 1.410.707,39	\$ 2.078.207,39	\$ 2.113.813,64	\$ 5.099.893,26
Flujo Fondo Proyectado Acum.		\$ -4.174.568,49	\$ -2.006.361,10	\$ -595.653,71	\$ 1.482.553,68	\$ 3.596.367,32	\$ 8.696.260,59

Flujo Fondo Actualizado	\$ 1.975.127,53	\$ 1.329.350,81	\$ 1.570.984,33	\$ 1.456.846,01	\$ 3.378.172,15
Flujo Fondo Acum. Act.	\$ -2.199.440,96	\$ -870.090,14	\$ 700.894,18	\$ 2.157.740,19	\$ 5.535.912,34



Tasa (f)	9,78%
VAN	\$ 5.196.931,84
TIR	44,30%
VNA/Año	\$ 1.039.386,37
VNA/Mes	\$ 86.615,53

La Inversión Inicial se recupera
entre el Año 2 y 3

TABLA N° 1: Flujo de Fondo Resumido Proyecto de Inversión del Emprendimiento.
Fuente: elaboración propia.

Tal como podemos observar, este emprendimiento es económicamente viable por las siguientes razones:

- $VAN > 0$: Por lo tanto, no sólo permite devolver la Inversión Inicial, sino también, genera un excedente. (VAN \$5.196.931,84). Esto permite generar un excedente en promedio de \$1.039.386,37/año, lo cual arroja el valor de \$86.615,53/mes.
- $TIR > \text{Tasa Descuento } (f)$: La rentabilidad que arroja el proyecto (44,30% TIR), está muy por encima de la exigida (9,78% Tasa Descuento (f)).
- RP: La Inversión Inicial se recupera entre el Año 2 y 3.

Por tanto, estos resultados revalidan nuestra afirmación en tanto que los emprendimientos de este tipo no sólo nos reivindicán y posicionan como lugar turístico tanto a Nivel Provincial como Nacional, sino que también, permite el desarrollo económico local al resultar una alternativa de inversión rentable.

6.5. Rentabilidad Operativa del Proyecto y Rentabilidad del Inversionista

En el siguiente punto, se analiza la Rentabilidad del Proyecto y del Inversionista:

Tasa (f)	9,78%
----------	-------

Flujo Fondo Resumido Proyecto de Inversión							VAN	TIR	
	Año 0 (Dic 2017)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5			
Flujo Fondo proyectado	\$ -4.174.568,49	\$ 2.168.207,39	\$ 1.410.707,39	\$ 2.078.207,39	\$ 2.113.813,64	\$ 5.099.893,26	\$ 5.196.931,84	44,30%	← Rendimiento Proyecto Puro
Financiamiento (Efecto deuda ADR)	\$ 200.000,00	\$ -70.500,00	\$ -70.500,00	\$ -70.500,00	\$ -70.500,00	\$ -			
Financiamiento (Efecto deuda MRFC)	\$ 100.000,00	\$ -53.606,25	\$ -53.606,25	\$ -53.606,25	\$ -	\$ -			
Flujo del Inversionista	\$ -3.874.568,49	\$ 2.044.101,14	\$ 1.286.601,14	\$ 1.954.101,14	\$ 2.043.313,64	\$ 5.099.893,26			

TABLA N° 2: Rendimiento del Proyecto Puro y Rendimiento del Inversionista.
Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar, el Rendimiento del Inversionista (45,65%) es mayor que el Rendimiento del Proyecto Puro (44,30%); esto se debe en parte, al “efecto apalancamiento”, el cual hizo al inversor elevar su rentabilidad propia, financiando parte de su proyecto con fuentes externas; y destinar esos recursos, en una actividad extra, que le genere inclusive, mayor rendimiento.

6.6. Análisis de Sensibilidad

Una vez concluido el Proyecto de Inversión, se procedió a la realización de un análisis de sensibilidad con tres escenarios: la situación normal (planteo inicial del caso), el escenario optimista y el pesimista; a modo de visualizar en nivel de variabilidad o sensibilidad de los principales indicadores (VAN, TIR y RP) del modelo frente al cambio de una de las variables principales: números de salidas de mandadas. A continuación, describimos cada escenario:

- Situación Normal (situación base): representa el planteo inicial del caso. El número de demanda se mantiene constante a lo largo de todos los años, y por lo tanto; sus CV y CE también lo hacen de igual modo.
- Situación Optimista: se considera un 5% de incremento acumulativo anual del ingreso a partir del Año 2 (Año 1 se mantiene igual que el planteo base) derivado el aumento del consumo de servicio basándose en la mejora de la calidad del mismo, ampliación de la capacidad de alojamiento, mayor difusión y personal especializados, etc.; y por tanto, los CV aumentan en la misma proporción. Asimismo, se espera un incremento de 2,5% de los costos de estructura por año asociado al incremento en las tareas y actividades relacionadas con el proyecto; dichos costos se consideran que no aumentan en la misma proporción que lo hacen los costos variables, ya que sólo hay ciertos costos que podrían verse incrementados al aumentar el nivel de actividades, como ser: el costo de combustible de la camioneta y combustible del grupo electrógeno.
- Situación Pesimista: se considera una disminución del 5% acumulativo anual del ingreso a partir del Año 2 (Año 1 se mantiene igual que el planteo base) derivado de una baja del consumo de servicio; y por tanto, una disminución de los CV en la misma proporción, no así, con los costos de

estructura que se mantienen constantes como en el planteo base todos los años.

A continuación, se presenta la siguiente tabla resumida que muestra la variación de los indicadores VAN y TIR, frente a los diferentes escenarios planteados:

Simulación Proyecto de Inversión

Indicador	Situación Base	Escenario Optimista	Escenario Pesimista
Tasa (f)	9,78%	9,78%	9,78%
VAN	\$ 5.196.931,84	\$ 6.210.784,28	\$ 4.088.598,06
TIR	44,30%	48,84%	38,76%
VNA/Año	\$ 1.039.386,37	\$ 1.242.156,86	\$ 817.719,61
VNA/Mes	\$ 86.615,53	\$ 103.513,07	\$ 68.143,30

TABLA N° 3: Análisis Comparativo de los indicadores VAN y TIR frente a los diferentes escenarios.
Fuente: Elaboración propia.

Tal como se puede observar, el modelo responde muy bien ante la variabilidad del nivel de Ingreso o Demanda del Servicio, en más, tanto en el escenario optimista como pesimista, se logra recuperar la Inversión Inicial entre año 2 y 3 al igual que en la situación base (o planteo inicial). Y los tres casos, arrojan óptimos valores del VAN y TIR.

CAPÍTULO VII: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

7.1. Resumen

En el siguiente capítulo, se hace mención a los resultados que arrojaron las diversas entrevistas realizadas a los individuos que conformaron la muestra, estos son, propietarios de hoteles y Agencias de Turismo local, y personas claves de la Gestión Pública Local.

7.2. Resultados Entrevistas

7.2.1. Agencias de Turismo

Comenzamos hablando sobre los hallazgos que arrojaron las entrevistas realizadas a los propietarios de las Agencias de Turismo Local y personal de las mismas.

Una de las primeras preguntas que les fue efectuada (ANEXO VII) fue si ***realizan turismo receptivo en la región***, a la cual, el 83% de los entrevistados responden que no se lleva a cabo, y sólo el 17% restante asegura haber realizado turismo receptivo en alguna ocasión, tal y como se puede observar en el siguiente gráfico:



FIGURA N° 25: Desarrollo de Turismo Receptivo por parte de Agencias de Turismo Locales.
Fuente: elaboración propia.

Lo que podemos interpretar del siguiente cuadro es que en la región el turismo receptivo no se encuentra explotado y que es un futuro potencial para desarrollar la economía regional.

En relación a aquellas ***agencias que sí realizaron en alguna ocasión turismo receptivo***, se les consultó sobre el lugar de procedencia y tamaño del grupo de visitan-

tes, pero no supieron dar respuesta a esta pregunta, salvo cuando se indagó el motivo de visita de estas personas y comentan que fue por capacitación.

Por otra parte, entre las **razones por las cuales estas agencias no realizan turismo receptivo** se encuentra en mayor medida la falta de infraestructura y mercado local no desarrollado. (FIGURA N° 26)

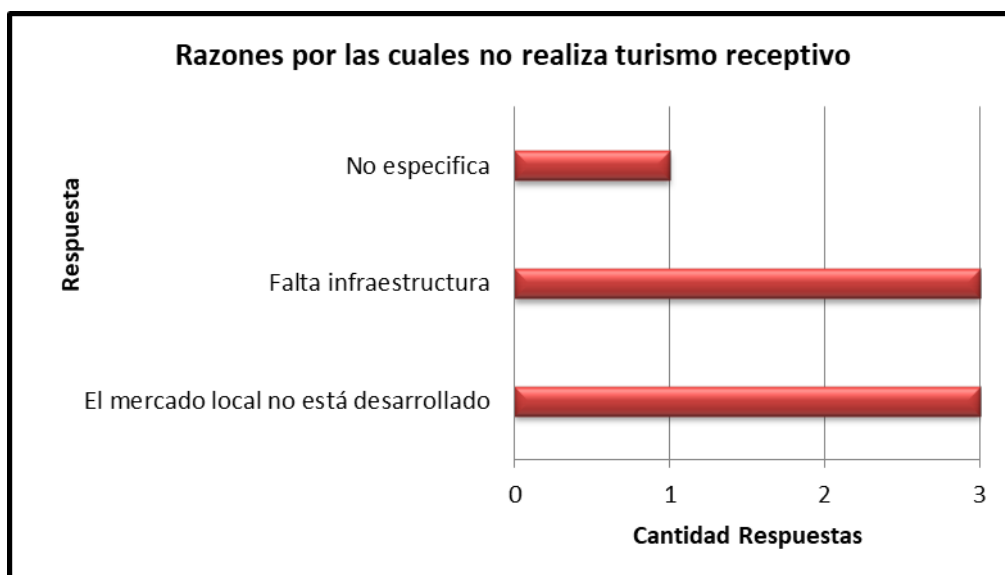


FIGURA N° 26: Razones por las cuales las Agencias no realizan turismo receptivo.
Fuente: elaboración propia.

La mayoría coincide en que ***falta inversión en infraestructura*** como ser: rutas, mayores accesos, iluminación, mayor desarrollo del Puerto Deportivo y Comercial Reconquista, más plazas hoteleras, mayores emprendimientos turísticos como cabañas en el río, falta de señalización, entre otras; acompañado a esto, la ***falta de desarrollo del mercado local***, es decir, falta una estructura integrada entre gobernantes, hoteleros, agencias, empresas de transporte, gastronómicas, habitantes y diversas partes que se verían beneficiadas con este tipo de actividad.

Frente a estas respuestas, se les consultó si estaban **interesados en llevar adelante el turismo receptivo**, a lo cual el 67% demostró interés en realizarlo, mientras que el 33% restante no. (FIGURA N° 27)



FIGURA N° 27: Interés de las agencias por realizar turismo receptivo.
Fuente: elaboración propia.

Cabe resaltar, que, dentro de las respuestas no favorables, las razones que dieron estos entrevistados para justificar su falta de interés, fue que no confían o no pueden visibilizar realmente el potencial que tiene la región por ofrecer, o no confían en el trabajo integrado entre el Sector Privado, Público e Institucional.

Asimismo, se indaga si consideran que **en nuestra región existen recursos turísticos que no están siendo explotados**, de los cuales el 100% arriba a la conclusión de que actualmente no están siendo aprovechados. (FIGURA N° 28)



FIGURA N° 28: Valoración de los recursos turísticos de la región por parte de las agencias.
Fuente: elaboración propia.

Con esto podemos apreciar que, si bien algunas agencias expresaron no estar interesadas en realizar turismo receptivo, son conscientes de que existen valiosos recursos turísticos en nuestra región, pero no se sienten motivados a armar un paquete turístico y explotarlo dado que consideran que para ello falta mucha inversión en infraestructura y mayor compromiso de los dirigentes políticos.

Asimismo, otra cuestión importante que pudimos apreciar es que la ciudad de Reconquista, tanto como la región, son potenciales destinos turísticos a explotar, desarrollando empleo y crecimiento económico en base a esta actividad.

De dichos recursos turísticos inexplorados actualmente en nuestra región, los más nombrados fueron en primer lugar, el *Sitio Ramsar Humedal Jaaukanigás*, segundo, el *Puerto Reconquista*, y tercero, la *Zona de Islas no enmarcadas en el Jaaukanigás*. (FIGURA N° 29)

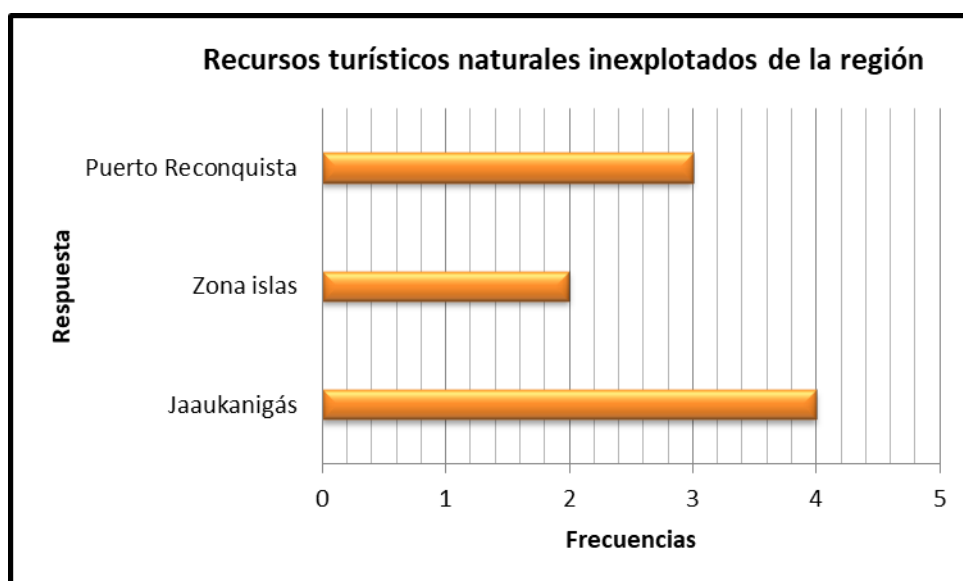


FIGURA N° 29: Recursos Turísticos Inexplorados en la región según Agencias.
Fuente: elaboración propia.

En este punto, la mayoría destaca la relevancia del Humedal Jaaukanigás no sólo en el Norte de Nuestra Provincia, sino también, a nivel internacional y su falta de promoción.

Por otra parte, otra de las preguntas realizadas, y que consideramos de mayor relevancia, fue cómo pensaban que se puede desarrollar el turismo local, siendo la más nombrada “*inversión en infraestructura*”, siguiéndole, la de “*generando consciencia*”, luego, con igual grado de ponderación “*la acción gubernamental*” y “*generando ofer-*

ta y promoción turística”, y en último lugar, *“facilitando información”*. (FIGURA N° 30)

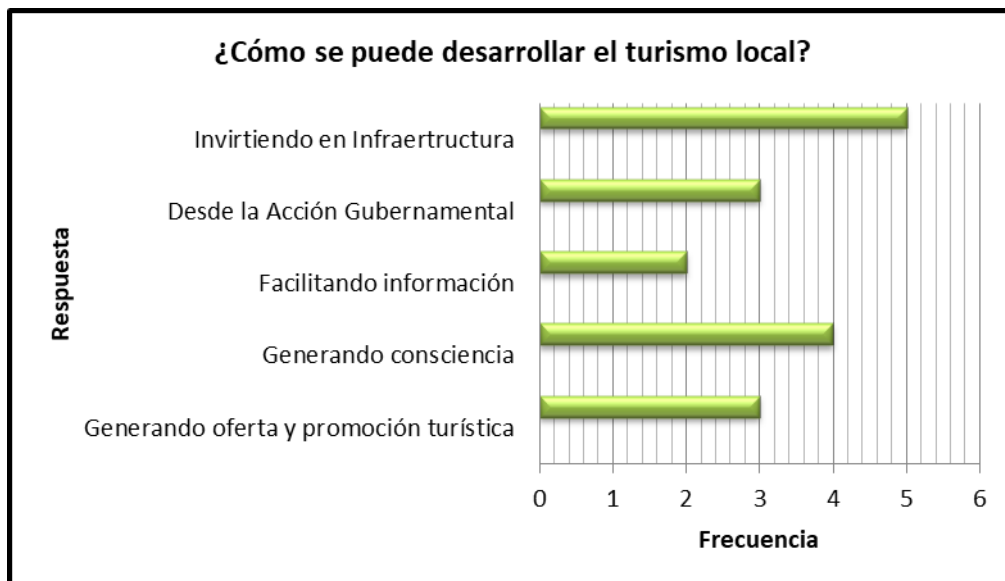


FIGURA N° 30: Alternativas para desarrollar el turismo local según Agencias.
Fuente: elaboración propia.

- Por *“falta de infraestructura”*, se incluyen aquí los aspectos mencionados con anterioridad.
- En cuanto a *“la acción gubernamental”* hacían referencia en la predisposición a la hora de trabajar en conjunto con los privados, gestionar fondos públicos, capacitar tanto a los diversos sectores participantes del turismo local como a los mismos ciudadanos, generar una mayor investigación en el área a fin de generar información fehaciente.
- Por *“facilitando información”* entendían generar información de nuestros valiosos recursos turísticos, los emprendimientos, y difundirla en los diversos eventos nacionales e internacionales, entre otras.
- Con *“generar consciencia”* resaltaban la importancia del cuidado y preservación de nuestros recursos naturales. Asimismo, realizar actividades que creen el hábito conservacionista de la sociedad.
- Por último, *“generando oferta y promoción turística”* entienden que primero para convocar a turistas, hay que tener un paquete concreto armado para ofrecer; pero para ello, es fundamental que todos nuestros habitantes visualicen el potencial turístico que esta área tiene.

De igual manera, aprovechamos la ocasión para consultarles si **consideraban que el gobierno local impulsa el desarrollo del turismo**, a lo cual, el 67% responde que muy poco, el 17% no supo responder tal pregunta, mientras que el 16% restante afirma que no se realizan acciones para promover el turismo local. (FIGURA N° 31)

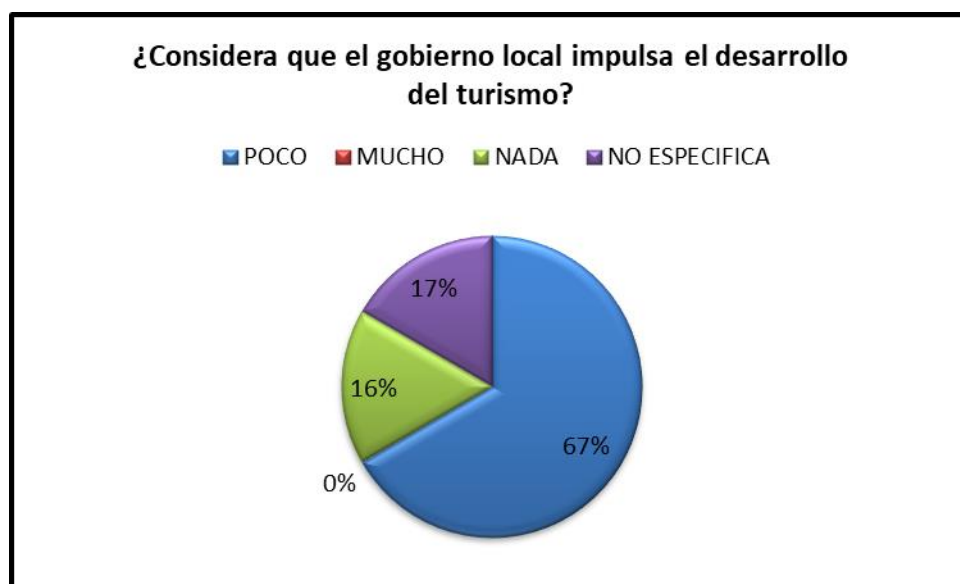


FIGURA N° 31: Ponderación de la acción gubernamental en pos de desarrollo del turismo local según Agencias.
Fuente: elaboración propia.

7.2.2. Hoteles

En el siguiente punto mencionamos los aspectos más relevantes de las entrevistas a los propietarios de los hoteles de mayor trayectoria de la Ciudad de Reconquista y Avellaneda.

El primer aspecto consultado es **con qué tipo de contingentes trabajaban**, de los cuales, las respuestas que más fueron mencionadas en igual proporción fueron: ***turistas nacionales y ejecutivo***; y en menor medida, ***turistas internacionales***. (FIGURA N° 32)

Aquí es importante hacer la distinción entre un turista y un ejecutivo; siguiendo la definición de turista de la OMT expuesta con anterioridad, toda persona que sale de su lugar de residencia habitual y genera un gasto es considerado turista, para este caso, si bien el “ejecutivo” podría ser considerado como turista, hacemos la salvedad y lo incluimos en forma separada considerando a aquel que sólo llega a la región con un motivo laboral o de negocios, para distinguir a aquel que viene a la región por alguna otra razón.

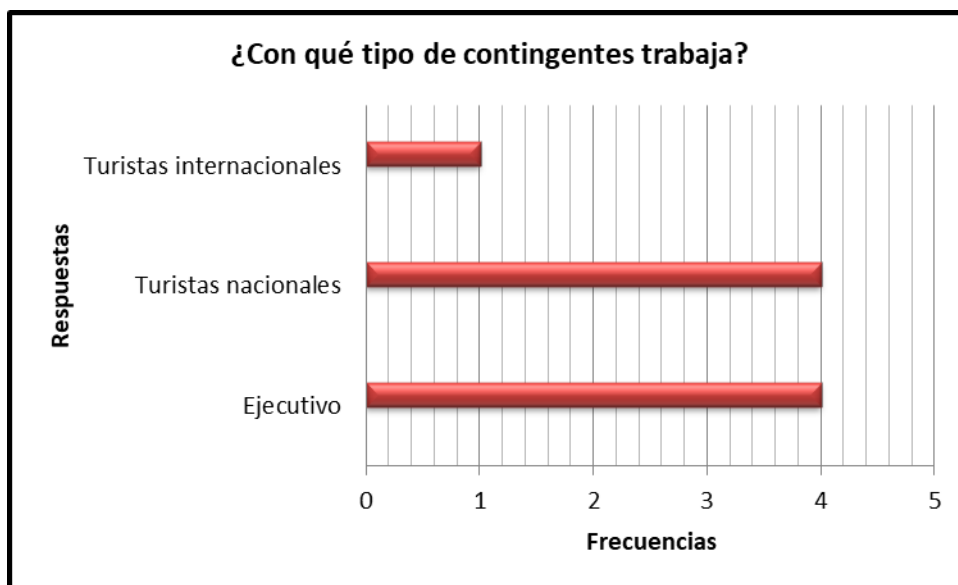


FIGURA N° 32: Clases de contingentes que reciben los hoteles locales.
Fuente: elaboración propia.

Esto nos quiere decir que el fuerte de la clientela de nuestros hoteles trabaja con un tipo de contingente ejecutivo y con turistas de origen nacional; esto se debe a las características de nuestra región cuya economía se sostiene gran parte por las diversas fábricas e industrias destacadas a nivel nacional e internacional dentro de las cuales podemos mencionar a: Vicentin S.A.I.C., FRIAR S.A., Algodonera Avellaneda S.A., Curtiembre ALAL, COL – VEN S.A., Buyatti S.A.I.C.A., Proyección Electroluz S.A., DOLBI S.A., Unión Agrícola de Avellaneda Cooperativa Limitada.; entre otras (turismo ejecutivo). Es este tipo de contingente el que le da movimiento de lunes a viernes a estos hoteles; mientras que la ocupación decae los fines de semana y feriados ya que las personas migran hacia otros destinos turísticos posicionados, brecha que en gran parte se vio cubierta con la generación de nuevos eventos masivos culturales y deportivos dentro de la ciudad (turismo de eventos). Esto nos lleva a decir que falta promoción del turismo local ligado al disfrute de nuestros recursos naturales, y al armado de un paquete turístico para darlos a conocer.

Para el caso de aquellos hoteles que en alguna circunstancia recibieron contingentes de otros lugares (tanto nacionales como internacionales o ejecutivo), se les consultó sobre el **tamaño del grupo que conformaba el contingente**, de los cuales, la mitad responde que fueron pocos los integrantes, mientras que la mitad restante no recuerda el tamaño. (FIGURA N° 33)

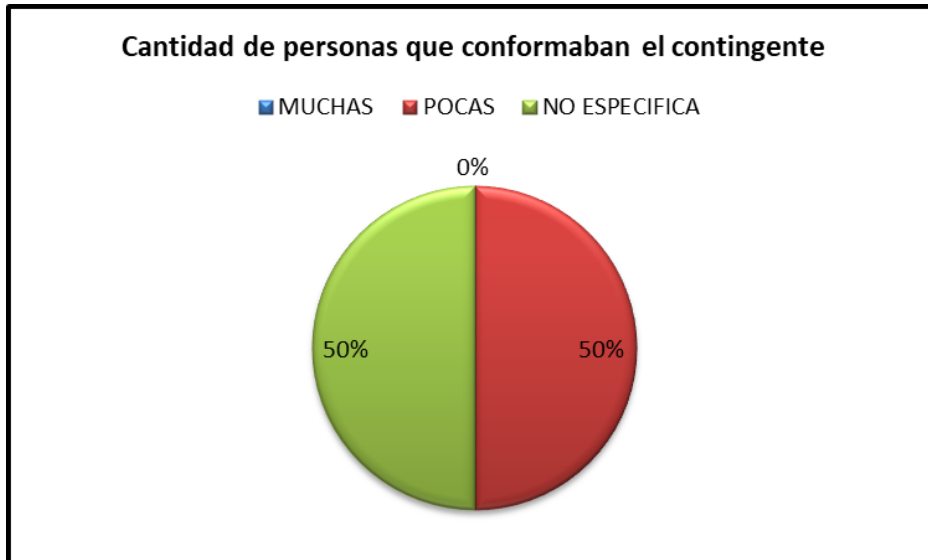


FIGURA N° 33: Tamaño del grupo de turista que en alguna oportunidad se alojó en los hoteles locales.
Fuente: elaboración propia.

Y en cuanto al ***motivo de la visita de estos contingentes***, la mayoría expresa que fue por ***eventos culturales o masivos***, como ser: la Exposición Rural Reconquista, Congreso de abuelos y profesionales (Reconquista), Encuentro de Jeeps y motoqueros (Reconquista); eventos deportivos como: Concurso Argentino de Pesca del Surubí con devolución (Reconquista), Shows de Vuelo en Aeroclub Avellaneda, Corrida Reconquista, Ciclismo, Campeonatos de Fútbol/basquet, Competencia Enduro. En igual proporción al anterior, fueron los ***motivos laborales y de negocios*** vinculados a nuestras industrias, fábricas y comercios; y en menor proporción, se dieron otros motivos como, por ejemplo, ***visitas a algún familiar que reside en nuestra región, o lugar de paso hacia otro destino***. (FIGURA N° 34)

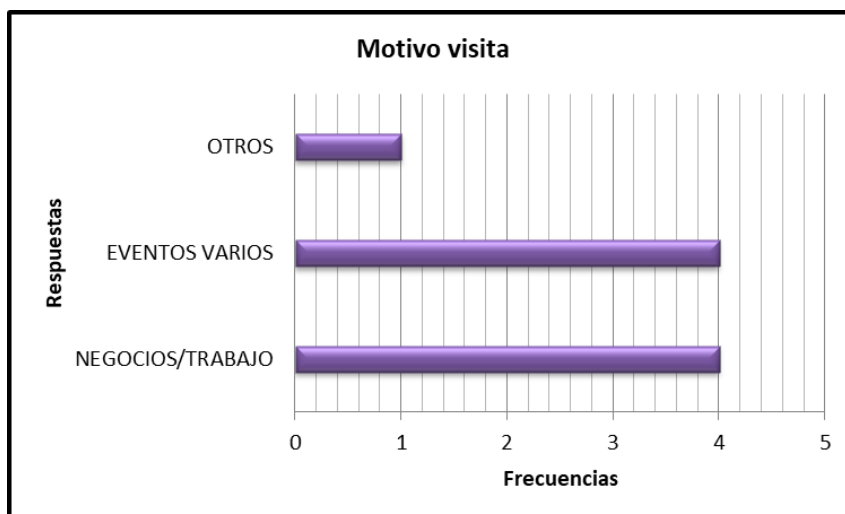


FIGURA N° 34: Motivo visita de los contingentes de hoteles locales.
Fuente: elaboración propia.

Tal como se expresó más arriba, mediante la creación de nuevos eventos masivos dentro de la ciudad los hoteles lograron elevar el porcentaje de ocupación de las plazas hoteleras durante el fin de semana, no se debe olvidar que hay ciertos eventos nacionales que colapsan la capacidad hotelera de la región en su totalidad y que les significa un trabajo de organización con antelación, y estos son, nuestro Concurso Nacional de Pesca del Surubí con Devolución y la Exposición Rural Reconquista, en donde no sólo llegan a la ciudad personas de otras provincia, sino también, de otros países limítrofes.

Seguida a esta pregunta, se consultó si **tienen armado algún paquete turístico a ofrecer a la región**, a lo cual el 100% de los entrevistados responde que no, pero se está trabajando en ello en forma conjunta con la Comisión de Turismo. (FIGURA N° 35)

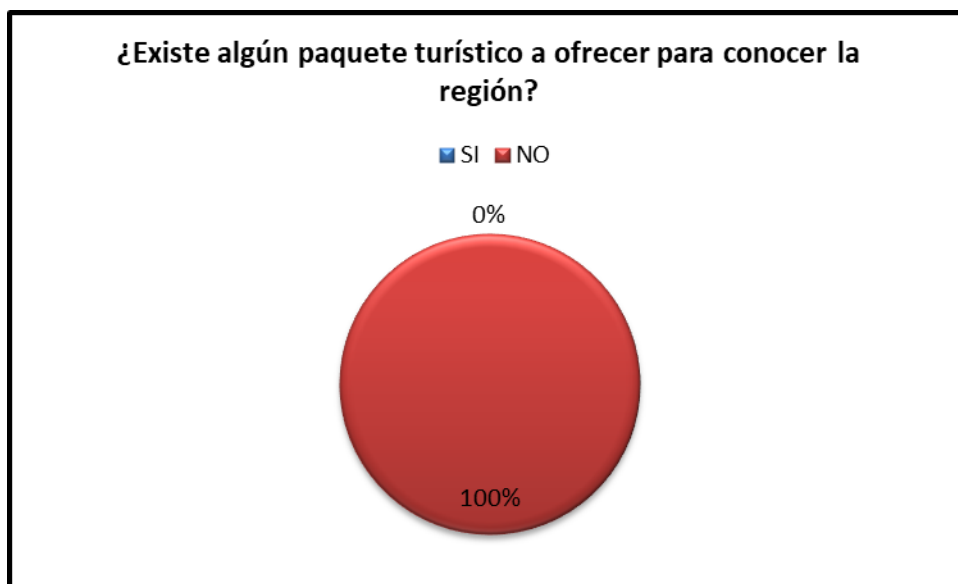


FIGURA N° 35: Inexistencia de paquete turístico para ofertar por parte de hoteles.
Fuente: elaboración propia.

En relación a la pregunta anterior, los propietarios de los hoteles hacen una auto-crítica y reconocen que les falta trabajar bastante en este aspecto, sobre todo, deben capacitarse y estar a la vanguardia de la última tecnología a nivel internacional para recibir a este tipo de contingente; y además, preparar a la ciudad y que nuestros habitantes tomen conciencia que Reconquista es una ciudad turística, para de este modo, poder guiar a un turista llegado el momento cuando les hagan alguna consulta. Asimismo, al igual que las agencias, sostienen que para desarrollar el turismo local, las diversas partes que se ven vinculados en forma directa con este tipo de actividad —esto es, hoteleros, agen-

cias de turismo, gastronómicos, gobierno local, estaciones de combustible, entre otras, deben trabajar en forma conjunta.

Otro punto (no menos relevante) que se indagó fue si consideraban que existen **recursos turísticos naturales inexplorados en la región**, en la cual el 100% coincide en que existen valiosos recursos que no están siendo aprovechados, tal como sucedió en el caso de las agencias. Es decir, que tanto hoteleros como agencias (Sector Privado) sostienen que la región tiene mucho por ofrecer en materia turística. (FIGURA N° 36)

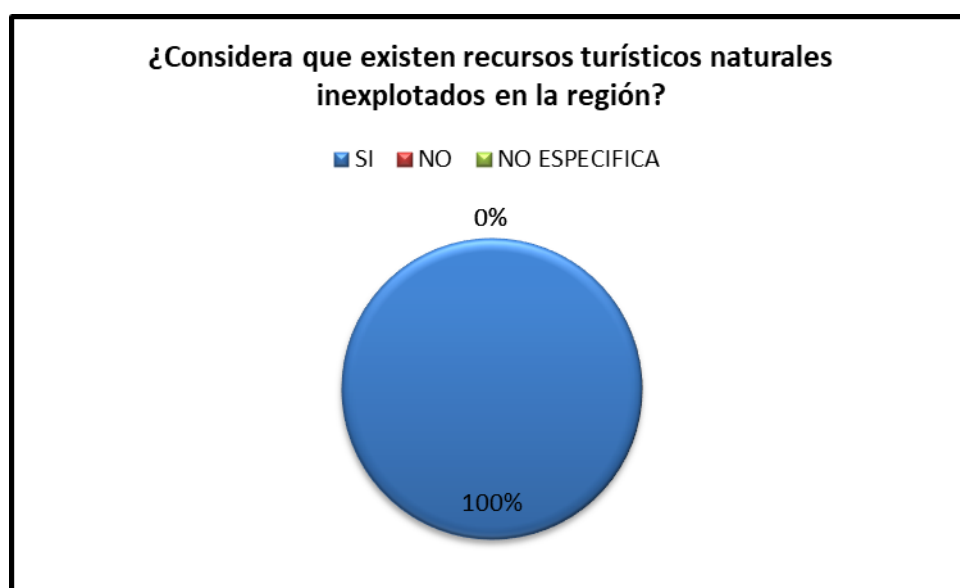


FIGURA N° 36: Existencia de Recursos Turísticos Naturales Inexplorados de la región.
Fuente: elaboración propia.

Frente a esta consulta, los empresarios consideran que la región tiene mucho por ofrecer, pero que realmente los locales no logran tomar dimensión de ello, y asimismo, éstos nos cuentan experiencias vividas en donde en varias ocasiones, las personas que vienen de afuera y nunca habían visitado el lugar, se quedaron encantados por la riqueza paisajística que posee nuestro Nordeste Santafesino.

Resultados parecidos se obtuvieron en las Encuestas que la Dirección de Turismo de la Municipalidad de Reconquista realizó en el Exposición Rural Reconquista del año 2016, en donde el 28% de los encuestados consideraban a la Ciudad de Reconquista como una ciudad turística, y el 56% con posibilidad de serlo, mientras que los otros 16% restantes no la veía de este modo.

Igual postura adopta en relación a este punto, la investigadora científica y geógrafa de la ciudad de Avellaneda entrevistada:

Esos recursos turísticos que nosotros lo llamamos recursos, o los convertimos en recursos, o algo que viene de la naturaleza lo devenimos en recursos en la medida que es conocido y es entonces valorado. [...] Desde ese punto de vista, algo no es recurso porque simplemente está en la naturaleza, sino que es recurso cuando el hombre o el ser humano organizado lo aprecia, en el sentido de darle valor y entonces genera el conocimiento y las acciones tecnológicas y los medios necesarios (gestión pública, administración,) para aprovecharlos, por ello digo que en este sentido hay recursos que no son aprovechados o insuficientemente aprovechados. Todo lo que hace al Sitio Ramsar Jaaukanigás que han estudiado, hay numerosos recursos que se pueden poner en valor.

Cuando se les pregunta sobre los lugares naturales de la región que consideraban que se podían explotar turísticamente y que en la actualidad no estaban siendo aprovechados plenamente, mencionan al *Puerto Deportivo y Comercial de Reconquista*, el *Sitio Ramsar Humedal Jaaukanigás* y toda la *zona de islas no incluida en el Jaaukanigás*, tal como lo hicieron las agencias. (FIGURA N° 37) Pero a diferencia de estas últimas, el lugar más mencionado fue el Puerto Reconquista (lugar más citado por agencias: Jaaukanigás), y luego en igual nivel de ponderación, el Jaaukanigás y la zona de islas.

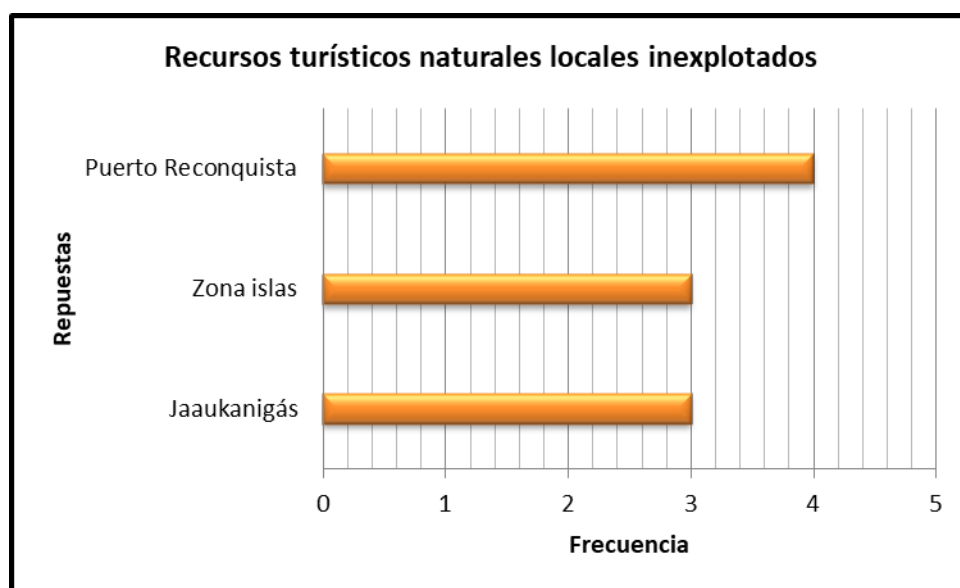


FIGURA N° 37: Recursos Turísticos Inexplorados en la región según hoteles.
Fuente: elaboración propia.

Respuestas similares se obtuvieron también en la Encuestas que la Dirección de Turismo de la Municipalidad de Reconquista realizó en el Exposición Rural Reconquista del año 2016 en donde el 84% sostiene que el atractivo turístico de la zona es el Río, el 12% los eventos y el 4% el campo.

En relación a este punto, el Ingeniero en Recursos Hídrico entrevistado, hizo igual hincapié en el Puerto Deportivo y Comercial de Reconquista al igual que los hoteleros:

[...] el elemento principal que puede generar atractivo o para la zona es el río y todo su ambiente; es decir, no es el cauce propiamente dicho, sino es el cauce y su valle de inundación que tiene aproximadamente un ancho de 40 km, donde está el cauce y los albardones, y todos sus ambientes asociados. Ese es un ambiente muy interesante, para la gente que vive tierra adentro, Córdoba, Santiago del Estero, el río es un elemento convocante para nosotros como la montaña lo es para ellos. Si estuviéramos en Vera, el elemento paisajístico de mayor atracción es el bosque, pero no sustantivo como lo puede llegar a ser el río Paraná, que es un elemento muy fuerte para explotar. Si comparamos los desarrollos aguas arriba y aguas abajo, por ejemplo, San Javier o Romang, vemos que hay un gran déficit en el entorno Reconquista-Avellaneda, no hay oferta que podría haber de acuerdo a la potencialidad.

Posteriormente, se indaga sobre ***cómo pensaban que se puede desarrollar el turismo local***. Frente a esta pregunta, y de igual manera, se mencionan los mismos puntos críticos que las agencias: ***inversión en infraestructura, desde la acción gubernamental, facilitando información, generando consciencia, generando oferta y promoción turística***; siendo las más nombradas “*generando consciencia*”, “*oferta y promoción turística*”, recordando que el punto más nombrado por las agencias fue “*invirtiendo en infraestructura*”. Por su parte, el punto menos nombrado fue “*desde la acción gubernamental*” caso contrario de como sucedió con las agencias, donde este punto se encuentra entre uno de los más nombrados. (FIGURA N° 38)

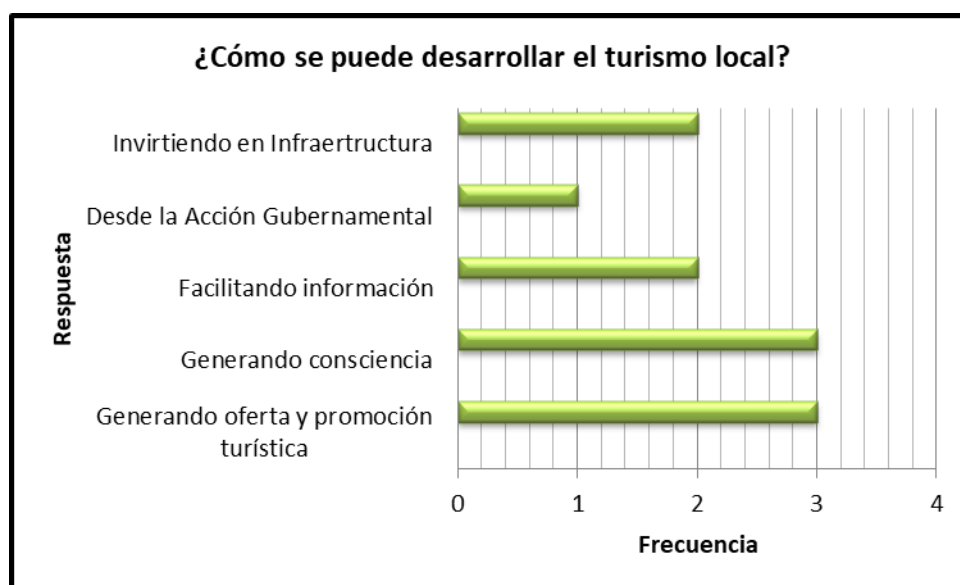


FIGURA N° 38: Alternativas para desarrollar el turismo local según hoteles.
Fuente: elaboración propia.

Sin embargo, nuestra científica entrevistada, sostiene que ambos puntos son importantes a la hora de desarrollar el turismo local:

[...] en nuestra región no está instalada la conciencia turística, es decir para un espacio sea aprovechado turísticamente es necesario crear una conciencia turística, o sea de valoración de esos elementos que brinda la naturaleza que pueden ser naturales o culturales, cuando se da esa valoración, puedo decir tengo un recurso turístico, porque además existe una intencionalidad explícita de ponerlo en valor, surge el conocimiento necesario para destacar cuáles son sus cualidades o atractividad que tienen esos recursos, y a su vez se generan las acciones necesarias, la gestión pública y privada, pero la que tiene que definir las políticas turísticas es la pública, en tanto no hayan gobernantes que valoren los recursos que tenemos, también es una cuestión cultural de creer que lo de afuera es mejor y no tenemos nada para dar. [...] Hay tres componentes básicos para poner en valor turísticamente, una es la cultura local que valore lo que la naturaleza o lo que la cultura ha generado históricamente en ese lugar, la infraestructura como los caminos y también la hotelería, y por último la comida. Como trasladarnos, dónde alojarnos, qué comemos, qué observar y qué hacer. Y otra cosa fundamental y básica es la cultura de la hospitalidad, eso no está instalado en nuestra región, la receptividad hacia los turistas como existen en otras provincias turísticas. O sea se tiene que tomar conciencia de que hay otras formas de obtener recursos además de la agricultura y ganadería.

Mientras que el Ingeniero en Recursos Hídricos, hace especial hincapié en la *“inversión en infraestructura”* y la *“generación de consciencia”* para desarrollar el turismo particularmente en el Puerto Reconquista:

En el Puerto Reconquista, se cuenta con los atributos naturales, hay una estructura de acceso muy interesante, pero no se cuenta con el equipamiento y desarrollo necesario, y más que la tradición de ir a pescar y la Pesca del Surubí no hay otra cosa. Por lo pronto, la tarea inmediata es mejorar el hábitat, las condiciones sociales bajas del Puerto le quitan atractivo turístico. Otra cuestión sería ampliar en las instalaciones de parque náutico. Entre el 60% de las lanchas de Reconquista-Avellaneda están alojadas en las casas de sus dueños o tiradas en el Puerto. [...] No habrá habido la pizca como para motivar. La gente va, hace el paseo tradicional y no presta tanta atención a la naturaleza. Falta cartografía para generar conciencia e interés.

Del mismo modo que las agencias, se les pregunta si ***consideraban que el municipio impulsa el desarrollo del turismo local***, pero a diferencia de aquellas, el 50% sostuvo que se hace muy poco, mientras que la otra mitad restante no supo dar una respuesta concreta. (FIGURA N° 39)

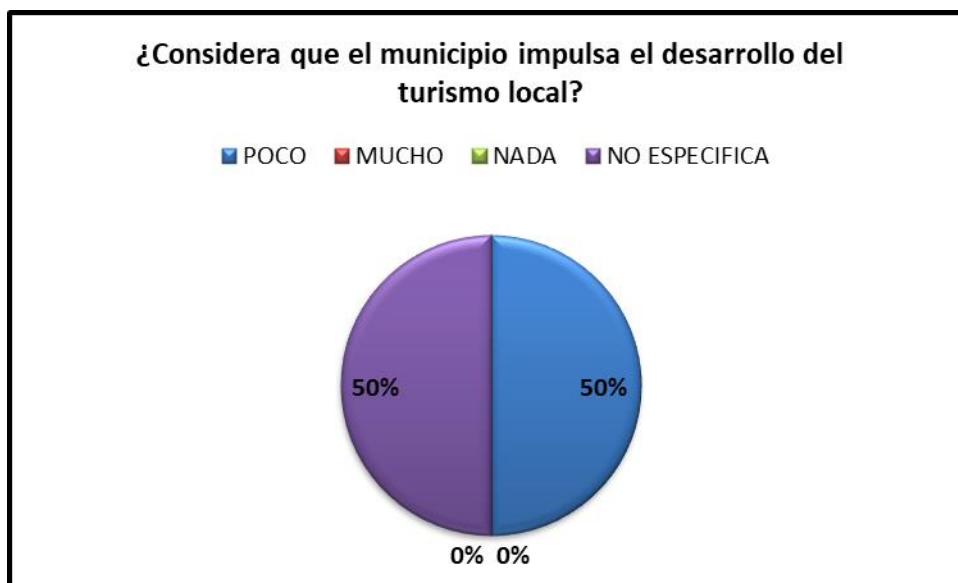


FIGURA N° 39: Ponderación de la acción gubernamental en pos de desarrollo del turismo local según hoteles.
Fuente: elaboración propia.

Como dato curioso, podemos apreciar que las agencias consideran que el gobierno local hace muy pocos esfuerzos para desarrollar el turismo en mayor medida (67%) a comparación con los hoteles que sólo la mitad de los entrevistados (50%) da ésta misma respuesta. De ello pudimos deducir, que con la creación de la Comisión de Turismo de Reconquista con el actual gobierno (conformada por hoteleros, agencias de turismo, empresas de transporte, gastronómicos), los hoteles tienen mayor grado de vinculación con el Sector Público y se están emprendiendo mayores acciones en pos del desarrollo del Turismo Local a comparación de las gestiones anteriores, hecho que se vio reflejado a la hora de reclamar que se incluya a la Región Jaaukanigás dentro del Corredor Turístico del Norte, trabajo que se realizó en conjunto con los gobiernos de las localidades que se encuentran involucradas con este sitio y la Comisión de Turismo de Reconquista de la que los mismos hoteleros de la ciudad forman parte.

Asimismo, esta diferencia de visión de la gestión de los gobiernos locales en cuanto al turismo, se debe a que los hoteles realizan una autocrítica y reconocen de que si el turismo local no está hoy en día posicionado como corresponde, ellos tienen igual responsabilidad que el Sector Público ya que para lograr esto, ambos deben trabajar en forma conjunta, y en los últimos tiempos están enfocando su energía para tratar de reparar esa falencia; mientras que las agencias se desligan gran parte de esta responsabilidad y se la atribuyen a los dirigentes políticos. Es importante resaltar que los propietarios de

hoteles comentan que en este último tiempo tuvieron y tienen bastante acompañamiento por parte del gobierno local.

Es de destacar, además, los esfuerzos que en los últimos años han hecho los actuales gobiernos de Reconquista y Avellaneda en impulsar la creación de Comisiones de Turismo para impulsar su desarrollo, trabajo que indica que el Turismo comienza a ubicarse dentro de las primeras prioridades dentro de la agenda pública de nuestros gobernantes locales, y cuyos resultados se verán plasmados en el largo plazo. Es decir, se dio la conexión entre la parte privada y pública, una de las condiciones que era necesario que se dé para lograr este objetivo.

Asimismo, se reconoce la iniciativa de ambos municipios en comenzar a recaudar información o estadísticas de turismo que sirvan para analizar la evolución del desarrollo del mismo, los esfuerzos del Municipio de Reconquista en crear una “identidad turística”, en el Municipio de Avellaneda al practicar el turismo rural con las diversas escuelas del medio y en desarrollar el Centro de Visitantes del Sitio Ramsar Jaaukanigás³⁵ con el fin de darle mayor difusión. Asimismo, se destaca el Municipio de Reconquista y Avellaneda en la generación y organización de diversos eventos culturales y deportivos a fin de lograr mayor movimiento turístico los fines de semanas, de las cuales se ven beneficiados en forma directa los hoteles; al Municipio de Avellaneda por representar a la Región Jaaukanigás en la FIT (Feria Internacional de Turismo) realizada del 28-31 de Octubre de 2017 en Bs. As.

Otra cuestión importante de resaltar, es que tanto agencias como hoteles, nos comentan que Villa Ocampo y Las Toscas, sus municipios poseen Secretarías de Turismo y la Dirección de Turismo no se encuentra dentro de la Secretaría de Producción como sucede con los Municipios de Reconquista y Avellaneda; esto implica por un lado, la limitante con la que nuestros dirigentes se encuentran a la hora de encarar acciones que ayuden a desarrollar el turismo local, y que viene dado por el escaso presupuesto con el que cuentan para llevarlo adelante, y como consecuencia de ello, se deben gestionar fondos para varias actividades turísticas mediante la Secretaría de Deporte de los mismos municipios y por el otro, la relevancia que le dan al turismo en la ciudad. Asimismo, hacían referencia a la importancia de que las políticas destinadas a desarrollar el

³⁵ Inaugurado el 4 de Febrero de 2015 en el marco del Día Internacional de los humedales y funciona en la estación de ómnibus de la ciudad de Avellaneda.

turismo local se continúen a lo largo de los años sin que afecte los cambios en la sucesión de gobiernos.

En relación a este punto, cuando se le consulta a la científica entrevistada los motivos por los cuales consideraba la falta de conocimiento concreto de nuestra riqueza paisajística, y en particular, el Sitio Ramsar Humedal Jaaukanigás, que demostraron tener algunos propietarios de agencias de turismo y hoteleros, nos expresó lo siguiente que consideramos de vital importancia mencionar:

Y porque falta información, difusión, tampoco los chicos de edad escolar lo conocen, falta más trabajo en las escuelas, más difusión de los medios masivos. La información es clave, o sea también hay para que surjan emprendedores, ahí entra de lleno el rol del Estado Local Provincial, en medio de ellos debiera haber una entidad que se encargue de planificar y coordinar estas actividades. La gestión tiene que promover estas cosas y para eso falta información y difusión, es paradójico que en el mundo de las TICS, por ejemplo que no exista suficiente información. Y por el otro lado, no hay coordinación de actividades entre ciudades en la región, esas son las actividades que no ocurren en espacios donde el turismo tiene un desarrollo significativo.

Asimismo, y en cuanto a acción gubernamental en pos del desarrollo turístico local, el Ingeniero en Recursos Hídricos entrevistado sostiene lo siguiente:

Tiene que haber gente profesional que pueda guiar el proceso para no caer en la prueba y error, la disponibilidad de recurso recreativo está, lo que está faltando es gente que tenga la habilidad y capacidad para encarar proyectos de gestión, y eso tiene que surgir entre el público-privado. El esparcimiento de ambas ciudades (Reconquista-Avellaneda) es muy pobre, hay mucha gente recreándose en ambientes que no son tan competitivos como el fluvio-lacustre del Puerto. [...] Avellaneda el paseo rural está muy bien, pero sobre el ambiente fluvio-lacustre nadie desarrolló nada. En Romang ya hay 6-7 complejos, después de San Javier al Sur está minado de complejos; entonces te das cuenta que acá nadie emprendió y no sé por qué y hay dos municipios mucho más potentes que Romang y San Javier.

De la misma manera, se les consulta a los hoteles si trabajan con agencias de turismo, a lo cual el 50% dio una respuesta afirmativa, 25% fue negativa, mientras que el otro 25% no especifica. (FIGURA N° 40)

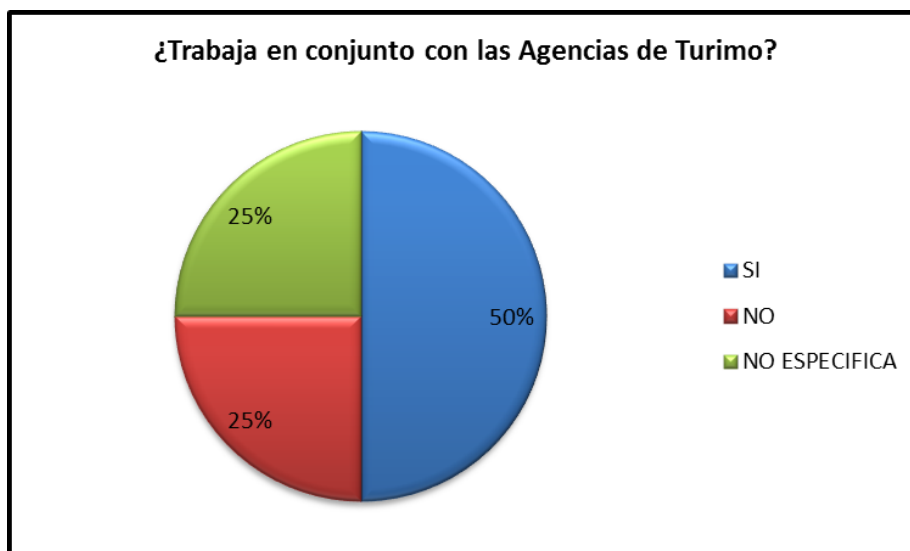


FIGURA N° 40: trabajo en conjunto entre Agencias de Turismo y Hoteles locales.
Fuente: elaboración propia.

En el caso de aquellos que dieron una respuesta afirmativa y a fin de conocer el grado de vinculación de estos hoteles con otros participantes del sector local, se les consultó si **trabajaban con agencias locales**, a lo cual sólo el 50% respondió que sí, mientras que la otra mitad restante aseguró que trabaja con agencia de turismo que no son locales. (FIGURA N° 41)

Cabe aclarar que por agencias locales incluimos a aquellas cuyos puntos de venta se encuentran operando en nuestra región, es decir, con esto consideramos que las franquicias de agencias nacionales/internacionales que se encuentran operando en la localidad de Reconquista, también están englobadas en esta categoría.



FIGURA N° 41: Tipo de agencias con las que trabajan los hoteles locales.
Fuente: elaboración propia.

Esto denota cierto grado de trabajo integrado entre nuestros hoteles y agencias locales, vínculo que consideramos que se comenzó a dar con la creación de las Comisiones de Turismo y se verá más fortalecido una vez que se comience a desarrollar el turismo receptivo en la región.

Por otra parte, dentro de las tantas entrevistas que se realizaron (ANEXO VII) y a través de las diversas investigaciones en el medio mediante contactos claves, hallamos varios emprendimientos activos que ya se encuentran realizando Eco-Turismo en la zona –más precisamente, en la localidad de Reconquista-, como ser Náutica Reconquista -que realiza paseos en botes náuticos y pesca deportiva-, Travesías E-Yará – que consiste en un grupo que realiza travesías en kayak por los bajos del Jaaukanigás- Costa Norte –un emprendimiento ubicado a orillas del brazo San Jerónimo (Río Paraná) que brinda un autoservicio para los visitantes-, Parador De Nos –también ubicado a orillas del brazo San Jerónimo (Río Paraná), brinda cursos de canotaje y kayak-. Asimismo, nos encontramos con el Municipio de Avellaneda que realiza Turismo Rural -una de las ramas del Ecoturismo y que puede ser muy bien aprovechada también en nuestra región dado la predominancia de establecimientos agropecuarios- con un circuito de recorrido por diversos establecimientos rurales pertenecientes al distrito titulado “Sabores de Mi Tierra” (ANEXO VI). Asimismo, también nos enteramos de una agencia de turismo de esta misma ciudad que realiza Turismo Rural.

7.3. Propuesta superadora a los problemas planteados: el Ecoturismo como Alternativa de Desarrollo Económico y Social Local

Frente a lo evidenciado a lo largo de las entrevistas con los diversos individuos que conformaron la muestra, y dado que nuestro Nordeste Santafesino posee un enorme potencial turístico y que actualmente no está siendo aprovechado en su plenitud: riqueza de especies de fauna y flora en la zona, de especies arbóreas autóctonas, paisajística, entre otros; podríamos bien presentar al Ecoturismo como una alternativa para el Desarrollo Económico y Social de la Región, muy poco desarrollado en el medio.

De este modo y dada las características naturales propias de nuestra región, se podría realizar actividades como pesca deportiva, paseos en botes, safari fotográfico, senderismo por rutas predeterminadas, cabalgatas, paseos en mountain bike, travesías en kayak, tiro con arco en la naturaleza con animales de cartón-piedra, acampada en la zo-

na de islas y montes, excursiones turísticas por la zona, excursiones nocturnas, jornadas gastronómicas con recetas tradicionales y visitas a restaurantes típicos, clases de danzas tradicionales, entre otras. Asimismo, no debemos olvidar que en nuestro Nordeste Santafesino se concentran numerosas unidades productivas agropecuarias, y esto nos permitiría también explotar el Turismo Rural.

Esta propuesta se podría dirigir tanto a Consumidores locales como para Turistas Provinciales, Nacionales y Extranjeros, hombres/mujeres, jóvenes/mayores, familias, grupos de amigos/trabajo, amantes de la naturaleza/aficionados del avistaje, fotografía de la fauna, deportistas, estudiantes, que desean pasar días agradables, en total armonía con la naturaleza. Su mercado objetivo estaría conformado por habitantes de la región, y a futuro se espera que trabajando en forma integrada con los gobiernos, hoteles y agencias de turismo locales, esta actividad tenga una mayor repercusión y esto permita participar del mercado nacional tanto con turistas de diferentes partes del país, como de países extranjeros. (FIGURA N° 42)



FIGURA N° 42: Ilustración del Mercado de Ecoturismo regional.
Fuente: elaboración propia.



FIGURA N° 43: Ilustración del Mercado Potencial de Ecoturismo regional.
Fuente: Google Imágenes.

Un rol fundamental cumplirían aquí los gobiernos locales y provinciales en la promoción y difusión de esta área de gran potencial turístico; y en este aspecto, consideramos pertinente mencionar al Encargado del Área turismo del municipio de Avellaneda, nos comenta que aún no se ha podido insertar esta temática en las escuelas secundarias, un punto importante para lograr la concientización y su difusión; y al Presidente de la Asociación Civil Paraná Vivo, quien realiza una fuerte crítica hacia la Provincia, quien sólo promocionó al alfajor santafesino y el chop en la Feria Internacional de Turismo (FIT) llevada a cabo en Buenos Aires, en lugar de promocionar el Concurso Nacional de Pesca del Surubí con Devolución y nuestro Jaaukanigás; ambos, puntos importantes a analizar a la hora de pensar en forma seria en desarrollar y promocionar nuestro turismo.

Asimismo, se estima que en un futuro no muy lejano, una de las actividades que crecerá en mayor medida dentro del ecoturismo en nuestra región –dadas sus características naturales- lo será el avistaje y fotografía de la flora y fauna y las travesías en kayak.

Los beneficios de llevar adelante esta propuesta son inmensurables, no sólo dinamizará la economía regional como hoteles, gastronomía, transporte, comercio; sino también, difundirá nuestra cultura e historia, como así también, lograr una mayor conciencia del cuidado del medio ambiente por parte de toda la ciudadanía e industrias locales (educación ambiental que la misma Ley Nacional N° 25.675 lo establece), disminución de la tala de bosques nativos, entre otras.

Claro está, que para poder llevarla a cabo, es necesario coordinar el Sector Público con el Privado para de este modo, desarrollar infraestructura que posibilite materializarlo, generar mayor información y difusión de estos lugares turísticos, generar una oferta turística en concreto, conseguir fondos provinciales y nacionales para invertir; como así también, concientizar a la sociedad civil –nuestros ciudadanos- sobre el potencial de los recursos turísticos que poseemos y la importancia de preservarlos, y preparar a la sociedad para recibir contingentes turistas.

El ecoturismo notoriamente viene creciendo a nivel mundial, por lo tanto, nuestra región no sólo estaría aprovechando sus recursos naturales sino también, anticipándose a lo que en un futuro será una tendencia.

CONCLUSIONES

Como conclusión a este trabajo de investigación, hemos arribado en primera instancia, que en nuestra región existen recursos turísticos naturales que no están siendo explotados, como consecuencia de la falta de una infraestructura adecuada para desarrollarlo; y esto se debe a varios factores, entre ellos, la falta de incentivo en la gestión de los municipios para potenciarlo; pero a su vez, éstos no cuentan con el suficiente apoyo económico y político tanto a nivel provincial como nacional para llevarlo adelante, cuestión que representa un desafío mayor para sus dirigentes.

Dada las características naturales de nuestro Nordeste Santafesino descriptas a lo largo de este trabajo, el Ecoturismo puede cumplir un rol importante a la hora de ayudar al Desarrollo Económico y Social de la región; estando dispuesto el Sector Privado a invertir recursos y esfuerzos en pos de desarrollarlo, ya que están convencidos de la oportunidad que ello representa. Para ello, es fundamental que se genere una dinámica de trabajo integrado entre los diferentes actores públicos y privados, y la sociedad misma, para generar una oferta turística real y lograr una mayor difusión de la Identidad Turística del Jaaukanigás. Es a través de este tipo de turismo de experiencia y aventura, que nos estamos anticipando a lo que será una tendencia a nivel mundial en un futuro inmediato.

A su vez, estos actores deben reunir esfuerzos en forma conjunta para llevar adelante investigaciones sobre este Sitio de importancia internacional, como de los restantes recursos turísticos con los que contamos; para de este modo, generar mayor información y distribuirla tanto en nuestro medio, como en los distintos eventos nacionales e internacionales, y para que los mismos hoteles, agencias de turismo y gastronómicos la puedan promocionar, generando así, una mayor demanda.

Por otra parte, consideramos que nuestra región cuenta con suficientes recursos turísticos por explotar y que podrían bien ser el sustento económico de muchas personas desempleadas o que desean emprender o especializarse en la rama del ecoturismo, tal y como se pudo apreciar en los resultados que arrojó el análisis del emprendimiento de cabañas analizado, en donde todos los indicadores como el VAN, TIR y RP; arrojaron muy buenos valores, aún en un planteo de una disminución de los ingresos por una baja en la demanda del servicio. Es aquí la importancia de generar conciencia entre

nuestros habitantes de que la misma es una zona turística y de este modo, transmitir esta convicción al resto de la sociedad para atraer turistas y crear fuentes de trabajo.

Para finalizar, queremos plasmar lo que este trabajo nos dejó a nivel personal y profesional. A nivel profesional, podemos decir que sin contar con los conocimientos previos del área en cuestión (turismo), desarrollamos un trabajo que cumplió con nuestras amplias expectativas; cuestión que nos demostró a nosotras mismas, de que, como Licenciadas en Administración Rural, estamos capacitadas para desarrollarnos en diferentes ámbitos, y porque no, a la Gestión Pública Local. Asimismo, a través del trabajo de campo realizado con este fin, nos pudimos acercar a Sectores de la sociedad con los que carecíamos de algún vínculo.

A nivel personal, éste nos demostró que en equipo se puede lograr un trabajo enriquecido por el aporte de diferentes perspectivas; y a su vez, nos permitió derribar los miedos de concluir una etapa importante en nuestras vidas. Pero la lección más importante que nos dejó, es que pese a nuestras demandantes funciones laborales, pudimos concluir con este trabajo en tiempo y forma, lo cual, nos lleva a dar la razón a Albert Einstein, quien sostuvo que *“Hay una fuerza motriz más poderosa que la del vapor, la eléctrica y la atómica: la fuerza de la voluntad.”*

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA CITADA:

LIBROS/DOCUMENTOS:

Acta Registro Medición Altura de Ríos, Prefectura Naval Argentina, Prefectura de Zona Paraná Superior y Paraguay - Prefectura Reconquista Jurisdicción Km. 969 al 866, libro N° 02, Folio 56 al 97. Documento interno no publicado.

Área de Turismo, Secretaria de Producción Municipalidad de Avellaneda, *Programa Descubrí Avellaneda (Gestión Turística Local)*. Documento interno no publicado.

CASTRO GERARDO, Presentación “*Bosques Nativos*”, 8° Encuentro Ateneos CARS-FE, Vera - Santa Fe, 2018; Pág. 3.

GIRAUDO, Alejandro R.; *Sitio Ramsar Jaaukanigás (Río Paraná, Santa Fe, Argentina), Biodiversidad, aspectos socioculturales y conservación*, 2° Edición; Climax N°14, Asoc. Cienc. Nat. Litoral, Comité Intersectorial de Manejo del Sitio Ramsar Jaaukanigás; 2008. (Pág. 8, 12, 13, 14, 31, 35, 137). En: <http://redaf.org.ar/wp-content/uploads/2008/02/Manual-Sitio-Ramsar-Jaaukanig%C3%A1s-2008-Biodiversidad-Cultura-y-Conservaci%C3%B3n-del-r%C3%ADo-Paran%C3%A1-.pdf> (Verificado: 04/02/19)

INDEC, *Qué es el Turismo*; Pág. 7, 8. En: <https://www.indec.gov.ar/ftp/cuadros/economia/turismo.pdf>. (Verificado: 04/02/19)

INDEC, *Turismo, conceptos y definiciones*; Pág. 1. En: https://www.indec.gov.ar/ftp/cuadros/economia/turismo_cyd.pdf. (Verificado: 04/02/19)

LEBUS, Emilias; *Cómo generar un proyecto de tesis*; Ediciones AVI S.R.L. para la Fundación para el Desarrollo de las Ciencias Jurídicas; Rosario, Santa Fe - Argentina, 2012, Pág. 132.

MAGNAGO GUSTAVO; “*Unidad 5, Inversiones, Costos y Beneficios del Proyecto*”, Licenciatura en Administración Rural, Universidad Tecnológica Nacional, Facultad Regional Reconquista; Reconquista, 2014, Pág. 4, 6, 17, 43, 56, 57.

MAGNAGO GUSTAVO; “*Unidad 6, Análisis económico, financiero del proyecto*”, Licenciatura en Administración Rural, Universidad Tecnológica Nacional, Facultad Regional Reconquista; Reconquista, 2014, Pág. 4.

MAGNAGO Gustavo; “*Unidad 7, Evaluación del Proyecto*”, Licenciatura en Administración Rural, Universidad Tecnológica Nacional, Facultad Regional Reconquista; Reconquista, 2014, Pág. 16, 20.

MASAT JÉSICA, *Sitio Ramsar Jaaukanigás: Conocimiento público, Visibilidad y Apropiación Cultural*; Tesina de Grado Licenciatura en Comunicación Social, UNR – Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales; Rosario – Santa Fe, 2013; Pág. V. En: <https://es.scribd.com/document/188431742/Tesina-Jesica-Masat-Sitio-Ramsar-Jaaukanigas> (Verificado: 04/02/19)

OTROS:

Plan Estratégico de Turismo 2025 Santa Fe; Pág. 14, 54. En: <https://www.santafe.gov.ar/index.php/web/content/download/217561/1130441/file/Plan%20estrat%C3%A9gico%20de%20Turismo%202025.pdf> (Verificado: 04/02/19)

Plan Federal Estratégico Turismo Sustentable 2025 de la Nación (PFETS), actualización 2014. En: <https://www.mininterior.gov.ar/planificacion/pdf/Plan-Federal-Estrategico-Turismo-Sustentable-2025.pdf> (Verificado: 04/02/19)

RUDI ENRIQUE, Apuntes Cátedra Administración de Costos: “*Unidad 2, Conceptos Principales de Costos*”, Licenciatura en Administración Rural, Universidad Tecnológica Nacional, Facultad Regional Reconquista; Reconquista, 2012, Pág. 2.

SAPAG CHAIN, Nassir y Reinaldo; Preparación y evaluación de proyectos; Quinta Edición; Mc Graw Hill Interamericana S.A.; Bogotá – Colombia, 2008; Pág. 379

SAPAG CHAIN, Nassir; *Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación*; Pearson Prentice Hall; México, 2007; Pág. 254.

YARDIN AMARO; Presentación “*Un aporte metodológico para la distinción de costos fijos, variables, directos e indirectos*”, 1º Congreso Nacional de Ciencias de la Administración, Julio 1973.

ZAMBRANO, Armando M.; *Matemáticas Financieras*, Alfaomega Grupo Editor S.A., Segunda Edición, México, 2006; Pág 195.

PÁGINAS WEBS:

- “*Historial de Alturas Hidrométricas de la Cuenca del Paraná*”, Universidad Nacional del Litoral (UNL) – Facultad de Ingeniería en Ciencias Hídricas (FICH), Centro de Información Meteorológicas (CIM). En: <http://fich.unl.edu.ar/cim/alturas-rio-parana-historico/180> (Verificado: 04/02/19)
- AAETAV (Asociación Argentina de Ecoturismo y Turismo Aventura). En: <http://www.aaetav.org.ar/site/content/la-asociacion> (Verificado: 04/02/19)
- Administración de Parques Nacionales Argentina. En: <https://www.parquesnacionales.gob.ar/> (Verificado: 04/02/19)
- Cálculo de Tasa de Interés Real. En: <http://www.visiondeinversion.com/?p=936> (Verificado: 04/02/19)
- Curso Básico de Finanzas. En: <https://finanzas101.wordpress.com/2010/08/16/matematica-financiera-iii-tasas-de-interes/> (Verificado: 04/02/19)
- FODA: Matriz o Análisis FODA – Una herramienta esencial para el estudio de la empresa. En: <http://www.analisisfoda.com/> (Verificado: 04/02/19)
- Greenpeace, *Sobre Nosotros*. En: <http://www.greenpeace.org/argentina/es/sobre-nosotros/> (Verificado: 04/02/19)
- INALI, *Perfil*. En: <http://www.inali.santafe-conicet.gov.ar/objetivos.html> (Verificado: 04/02/19)

- INDEC. En: <https://www.indec.gov.ar/el-indec.asp> (Verificado: 04/02/19)
- Inflación estructural. En: https://es.wikipedia.org/wiki/Inflaci%C3%B3n_estructural. (Verificado: 04/02/19)
- Inflación. En: <https://es.oxforddictionaries.com/definicion/inflacion>. (Verificado: 04/02/19)
- Ley Nacional N° 22.351 de Parques Nacionales. En: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/16299/texact.htm> (Verificado: 04/02/19)
- Ley Nacional N° 25.997 de Turismo. En: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/100000-104999/102724/norma.htm> (Verificado: 04/02/19)
- Ley Provincial N° 22.351 de Áreas Naturales Protegidas. En: <https://www.santafe.gov.ar/normativa/getFile.php?id=223696&item=108644&cod=e059df4c2cf8707576d8b76f9ad7a622> (Verificado: 04/02/19)
- Mirmecófago. <https://es.wikipedia.org/wiki/Mirmec%C3%B3fago> (Verificado: 04/02/19)
- Necrofagia. En: <https://es.wikipedia.org/wiki/Necrofagia> (Verificado: 04/02/19)
- Qué es la Tasa Libre de Riesgo y Cómo se calcula. En: <https://fondos.com/tasa-libre-de-riesgo/> (Verificado: 04/02/19)
- Región del Litoral (Argentina) [https://es.wikipedia.org/wiki/Regi%C3%B3n_del_Litoral_\(Argentina\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Regi%C3%B3n_del_Litoral_(Argentina)) (Verificado: 04/02/19)
- Resultados del Relevamiento de Expectativas de Mercado (REM) Mayo 2018, BCRA; Pág. 2. En: <http://www.bcra.gov.ar/Pdfs/PublicacionesEstadisticas/REM180531%20Resultados%20web.pdf> (Verificado: 04/02/19)

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA:

LIBROS/DOCUMENTOS:

- GIRAUDO, Alejandro R.; *Plan de Manejo de Ecoturismo del Sitio Ramsar Jaaukanigás*; Comité Intersectorial de Manejo del Sitio Ramsar Jaaukanigás; 2017.
- LEBUS, Emilas Darlene C.; *Matrices de Datos*, Curso Metodología de la Investigación, institución; lugar; 2004.
- LEBUS, Emilas Darlene C.; *Sobre citas y normas de citado bibliográfico*; Material de Cátedra: Seminario de Investigación, Licenciatura en Ciencias de La Información, Universidad Nacional del Nordeste – Facultad de Humanidades; Resistencia - Chaco, 2016.
- Normas para citación y elaboración de bibliografía*, Revista de Humanidades Médicas & Estudios Sociales de la Ciencia y la Tecnología. En:

- <https://issuu.com/eajournal/docs/ea-normas-para-citacion-bibliografia> (Verificado: 04/02/19)
- OMT, *Entender el Turismo, Glosario Básico*. En: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico#Turismo%20emisor> (Verificado: 04/02/19)
- ONU, *Desarrollo Sostenible, Antecedentes*; En: <http://www.un.org/es/ga/president/65/issues/sustdev.shtml> (Verificado: 04/02/19)
- Para citar con APA (American Psychological Association). En: http://myprojectiab.weebly.com/uploads/1/4/1/2/14123073/para_citar_con_apa.pdf (Verificado: 04/02/19)
- Resultados del Relevamiento de Expectativas de Mercado (REM) Mayo 2018, BCRA. En: <http://www.bkra.gov.ar/Pdfs/PublicacionesEstadisticas/REM180531%20Resultados%20web.pdf> (Verificado: 04/02/19)
- SAPAG CHAIN, Nassir; *Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación*; Pearson Prentice Hall; México, 2007.
- Sistema de Información de Biodiversidad de Parques Nacionales (SIB): *Áreas Protegidas Argentina*. En: <https://www.sib.gov.ar/#!/areas-protegidas> (Verificado: 04/02/19)
- Tablas y figuras. En: http://www.anpad.org.br/diversos/apa/apa_tabelas_figuras_esp.pdf (Verificado: 04/02/19)
- TIES, Definición y Principios del Ecoturismo. En: <http://www.ecotourism.org/book/definicion-y-principios-del-ecoturismo> (Verificado: 04/02/19)
- TORRES Silvia, GONZÁLES BONORINO Adina, VAVILOVA Irina, Colaboradores: RODRÍGUEZ Daniela P., VITORGAN Silvia; *La Cita y Referencia Bibliográfica: Guía basada en las normas APA*, 3ª edición, rev. y ampl.; Biblioteca Central Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES); Buenos Aires, 2013. En: <https://www.uces.edu.ar/biblioteca/citas-bibliograficas-APA-2012.pdf> (Verificado: 04/02/19)
- Unidad Plan Belgrano, *¿De dónde partimos?* En: <https://www.argentina.gob.ar/planbelgrano/dedondepartimos> (Verificado: 04/02/19)
- Universidad ORT Uruguay, Instituto de Educación; Ejemplos de citas en el texto y referencias según Normas APA, Documento 309; Lugar, 2013. En: <http://www.ort.edu.uy/ie/pdf/ejemplosdecitacionapa.pdf> (Verificado: 04/02/19)
- Universidad Panamericana; *Citas y Referencias bibliográficas: una guía rápida del Estilo APA*. En: <http://www.upana.edu.gt/wp-content/uploads/2015/07/citarefe123.pdf> (Verificado: 04/02/19)
- ZAMBRANO, Armando M.; *Matemáticas Financieras*, Alfaomega Grupo Editor S.A., Segunda Edición, México, 2006.

AUDIOS/VISUALES:

Plan Federal Estratégico Turismo Sustentable 2025 de la Nación (PFETS). En: <http://www.youtube.com/watch?v=spuADwahBxE> (Verificado: 04/02/19)

OTROS:

Decreto 12/2015. En: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/255000-259999/256605/norma.htm> (Verificado: 04/02/19)

Decreto 5242/14 Reglamentario Ley Provincial 13.372 de Ordenamiento Territorial de los Bosques Nativos de la Provincia de Santa Fe. En: <https://www.santafe.gob.ar/index.php/web/content/download/216277/1123159/file/Decreto%205242.pdf> (Verificado: 04/02/19)

Decreto N° 873/1997 de AFIP. En: http://biblioteca.afip.gob.ar/dcp/DEC_C_000873_1997_09_01 (Verificado: 04/02/19)

Dirección de Turismo, Secretaria de Producción, Turismo y Medio Ambiente de la Municipalidad de Reconquista (2016), *Encuesta de Turismo en 82° Exposición Rural Reconquista*. Documento interno no publicado.

GIRAUDO Alejandro, Curriculum Vitae. En: <http://unl.academia.edu/AlejandroGiraud/CurriculumVitae> (Verificado: 04/02/19)

Ley Nacional N° 13.273 de Defensa, Mejoramiento y Ampliación de Bosques. En: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/30000-34999/30713/norma.htm> (Verificado: 04/02/19)

Ley Nacional N° 22.428 de Fomento a la Conservación de los Suelos. En: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/40000-44999/40021/norma.htm> (Verificado: 04/02/19)

Ley Nacional N° 25.675 de Política Ambiental Nacional. En: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/75000-79999/79980/norma.htm> (Verificado: 04/02/19)

Ley Nacional N° 25.688 de Gestión Ambiental de Aguas. En: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/80000-84999/81032/norma.htm> (Verificado: 04/02/19)

Ley Nacional N° 26.331 de Presupuestos Mínimos de Protección Ambiental de los Bosques Nativos. En: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/135000-139999/136125/norma.htm> (Verificado: 04/02/19)

Ley Provincial 12.703 de Veda de Pesca. En: <https://www.santafe.gov.ar/normativa/getFile.php?id=224214&item=109171&cod=f70c92c5c4194c7103e971ab6ab839b0> (Verificado: 04/02/19)

Ley Provincial 13.372 Mapa de Ordenamiento de Bosques Nativos. En: <https://www.santafe.gov.ar/normativa/getFile.php?id=228325&item=109836&cod=57bbd28c7b452d42781ebf69816e0ab6> (Verificado: 04/02/19)

Ley Provincial 3657 de adhesión a la Ley Nacional 13.273 de Defensa de la Riqueza Forestal. En: <http://normasambientales.com/ver-norma-ley-3657-adhesin-a-la-ley-nacional-13273-de-defensa-de-la-riqueza-forestal-679.html> (Verificado: 04/02/19)

Ley Provincial N° 12366. En: <https://www.santafe.gov.ar/normativa/getFile.php?id=227755&item=108835&od=ec506a5f7b7344878e74d2e3dbe5461b> .(Verificado: 04/02/19)

VILCHEZ GONZÁLEZ, Nieves M; “*Enseñanza de la Geometría con Utilización de Recursos Multimedia, Aplicación a la Primera Etapa de Educación Básica*”; Universitat Rovira, 2007. En: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8928/INDICEDETABLASGRAFI-COS.pdf?sequence=24> (Verificado: 04/02/19)

PÁGINAS WEBS:

- ¿Cómo citar con normas APA?. En: <http://normasapa.com/citas/> (Verificado: 04/02/19)
- Acerca de BirdLife International: *¿Quién es BirdLife International?* En: <http://www.birdlife.org/worldwide/partnership/about-birdlife> (Verificado: 04/02/19)
- Animales en peligro de Extinción: El carpincho. En: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/3/34/El_carpincho.pdf (Verificado: 04/02/19)
- Argentina-Riesgo País (Embi+ elaborado por JP Morgan). En: <http://www.ambito.com/economia/mercados/riesgo-pais/info/?id=2> (Verificado: 04/02/19)
- Aves Argentinas, *Quiénes Somos*. En: <http://www.avesargentinas.org.ar/qui%C3%A9nes-somos-0>. (Verificado: 04/02/19)
- Bono de Estados Unidos a 10 años. En: <https://datosmacro.expansion.com/bono/usa> (Verificado: 04/02/19)
- Citar y referenciar entrevista, comunicación personal o e-mail según las normas APA. En: <http://normasapa.com/citar-una-entrevista-segun-las-normas-apa/> (Verificado: 04/02/19)
- CIUN (Centro de Información de las Naciones Unidas), *¿Qué es la ONU?* En: <http://www.cinu.mx/onu/onu/> (Verificado: 04/02/19)
- *Conoce qué es una ecorregión?* En: <http://www.elpopular.pe/series/escolar/2013-03-14-conoce-que-es-una-ecorregion> (Verificado: 04/02/19)
- Día Mundial del Turismo, 27 de septiembre. En: <http://www.un.org/es/events/tourismday/background.shtml> (Verificado: 04/02/19)
- Greenpeace, *Nuestra Historia*. En: <http://www.greenpeace.org/argentina/es/sobre-nosotros/Nuestra-Historia/> (Verificado: 04/02/19)

- <http://ciesnaciasnatur.blogspot.com.ar/2011/10/vertebrados-peces-anfibios-reptiles.html> (Verificado: 04/02/19)
- http://platea.pntic.mec.es/dgarcia/c0506/tif1web06/clasificacion_de_los_animales_.htm (Verificado: 04/02/19)
- <http://santuarioaves.blogspot.com.ar/2015/09/gallineta-comun-o-polla-de-agua.html> (Verificado: 04/02/19)
- http://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/06/160531_economia_potencial_economico_avistamiento_aves>If (Verificado: 04/02/19)
- http://www.ecored.com.mx/portalesp/pagina/z_16_Turismo_Sustentable.php (Verificado: 04/02/19)
- http://www.ecored.com.mx/portalesp/pagina/z_16_Turismo_Sustentable.php (Verificado: 04/02/19)
- <http://www.eltimbo.com/eltimbo.html> (Verificado: 04/02/19)
- <http://www.expoknews.com/promover-el-desarrollo-turistico-sostenible/> (Verificado: 04/02/19)
- <http://www.expoknews.com/promover-el-desarrollo-turistico-sostenible/> (Verificado: 04/02/19)
- <http://www.freebirds.com.ar/497.htm> (Verificado: 04/02/19)
- <http://www.losbrunos.com.ar/Paginas/Lodge.html> (Verificado: 04/02/19)
- <http://www.malabrigo.gob.ar/?q=content/amado-zorzon-se-reunio-con-miembros-la-union-europea> (Verificado: 04/02/19)
- <http://www.revistaohlala.com/2037778-el-avistaje-de-pajaros-se-vuelve-tendencia> (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Alouatta_caraya (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Amblyramphus_holosericeus (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Aramides_ypecaha (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Ardea_alba (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Blastocerus_dichotomus (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Caiman_latirostris (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Caiman_yacare (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Caracara_plancus (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Cavia_aperea_pamparum (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Cerdocyon_thous (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Ciconia_maguari (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Coragyps_atratus (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Coryphospingus_cucullatus (Verificado: 04/02/19)

- https://es.wikipedia.org/wiki/Cyanocompsa_brissonii (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Cyanocorax_chrysops (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Chauna_torquata (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Chlorostilbon_aureoventris (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Chlorostilbon_aureoventris (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Chrysocyon_brachyurus (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Dasypus_hybridus (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Dendrocygna_viduata (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Didelphis_albiventris (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Dolichotis_patagonum (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Dolichotis_patagonum (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Furnarius_rufus (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Guira_guira (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Hirundo_rustica (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Hirundo_rustica (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Mazama_gouazoubira (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Megaceryle_torquata (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Mimus_saturninus (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Molothrus_bonariensis (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Mustela_putorius_furo (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Myocastor_coypus (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Myrmecophaga_tridactyla (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Nyctibius_griseus (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Ozotoceros_bezoarticus (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Paroaria_coronata (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Phoenicopterus_chilensis (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Phrynops_hilarii (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Pitangus_sulphuratus (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Platalea_ajaja (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Rhea_americana (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Sicalis_flaveola (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Sus_scrofa (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Tamandua_tetradactyla (Verificado: 04/02/19)

- https://es.wikipedia.org/wiki/Tapera_naevia (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Tapirus_terrestris (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Troglodytes_aedon (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Turdus_rufiventris (Verificado: 04/02/19)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Tyrannus_savana (Verificado: 04/02/19)
- https://rsis.ramsar.org/ris-search?page=2&f%5B0%5D=regionCountry_en_ss%3AArgentina&pagetab=1 (Verificado: 04/02/19)
- https://www.clarin.com/viajes/observacion-aves-levanta-vuelo_0_SkfdZhQovme.html (Verificado: 04/02/19)
- <https://www.flickr.com/photos/96797555@N03/31179778630> (Verificado: 04/02/198)
- <https://www.mundoreptil.com/showthread.php?t=386> (Verificado: 04/02/19)
- <https://www.paradais-sphynx.com/animales/zoologia/alimentacion-animales.htm> (Verificado: 04/02/19)
- <https://www.portaleducativo.net/segundo-basico/121/Clasificacion-de-los-animales-alimentacion> (Verificado: 04/02/19)
- <https://www.spanish.cl/ciencias-naturales/animales-vertebrados.htm> (Verificado: 04/02/19)
- La Nación. *Nuevo plan federal de turismo sustentable*. En: <http://www.lanacion.com.ar/715935-nuevo-plan-federal-de-turismo-sustentable> (Verificado: 04/02/19)
- Los informes privados que recibe el BCRA elevaron la expectativa de inflación para este año a 27,1 por ciento. En: <https://www.infobae.com/economia/2018/06/04/los-informes-privados-que-recibe-el-bcra-elevaron-la-expectativa-de-inflacion-para-este-ano-a-271-por-ciento/> (Verificado: 04/02/19)
- Normas APA 2016 – Edición 6. En: <http://normasapa.com/normas-apa-2016-cuestiones-mas-frecuentes/> (Verificado: 04/02/19)
- Nuestra historia: *BirdLife - la organización internacional de conservación más antigua del mundo*. En: <http://www.birdlife.org/worldwide/partnership/our-history> (Verificado: 04/02/19)
- OMT, *Acerca de la OMT*. En: <http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt> (Verificado: 04/02/19)
- OMT, *Ecoturismo y áreas protegidas*. En: <http://sdt.unwto.org/es/content/ecoturismo-y-areas-protegidas> (Verificado: 04/02/19)
- Paralelo 28: Sitio Ramsar Jaaukanigás en el Corredor Ecoturístico del Litoral. En: <http://www.paralelo28.com.ar/2018/04/27/sitio-ramsar-jaaukanigas-en-el-corredor-ecoturistico-del-litoral/> (Verificado: 04/02/19)

- Pirayú Excursiones. En: <http://pescapirayu.com/cabanas/> (Verificado: 04/02/19)
- RAMCC, *Qué es el RAMCC?* En: <http://www.ramcc.net/es> (Verificado: 04/02/19)
- RAMSAR, *Día Mundial de los Humedales.* En: <https://www.ramsar.org/es/actividad/dia-mundial-de-los-humedales> (Verificado: 04/02/19)
- Santa Fe Turismo, *Eventos.* En: <http://www.calendariosantafe.com/eventos.html> (Verificado: 04/02/19)
- Sobre RAMCC. En: <http://www.ramcc.net/es/pages/view/1/sobre-ramcc> (Verificado: 04/02/19)
- Unidad Plan Belgrano, *¿Qué es el Plan Belgrano?* En: <https://www.argentina.gob.ar/planbelgrano/queeselplanbelgrano> (Verificado: 04/02/19)
- Unidad Plan Belgrano, *Qué estamos haciendo?.* En: <https://www.argentina.gob.ar/planbelgrano/queestamoshaciendo> (Verificado: 04/02/19)

ANEXO I: Imágenes hoteles entrevistados

En el siguiente anexo se muestran algunas fotografías del interior y exterior de los hoteles que conformaron la muestra de nuestro trabajo.

Grand Hotel (Reconquista, Santa Fe):



FIGURA N° 1: Vista Exterior Grand Hotel, Reconquista, Santa Fe.
Fuente: Google Imágenes.



FIGURA N° 2: Vista Interior Grand Hotel, Reconquista, Santa Fe.
Fuente: Google Imágenes.

Hotel Center (Reconquista, Santa Fe):

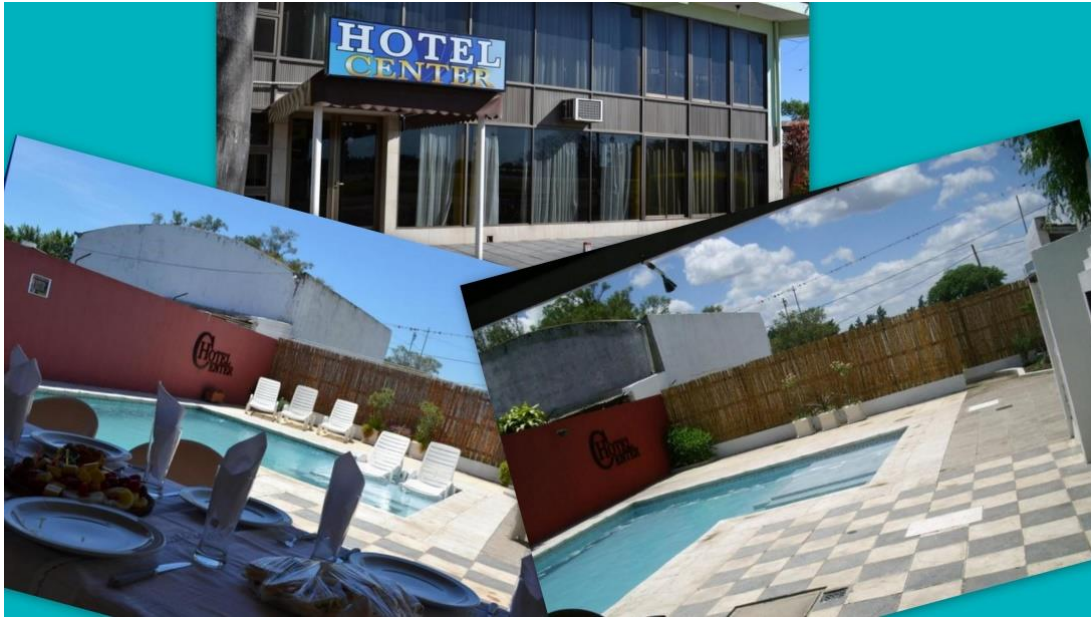


FIGURA N° 3: Vista Exterior Hotel Center, Reconquista.
Fuente: Google Imágenes.

Hotel Los Brunos Lodge & Golf (Avellaneda, Santa Fe):



FIGURA N° 4: Vista Exterior Los Brunos Lodge & Golf, Avellaneda, Santa Fe.
Fuente: Google Imágenes.



FIGURA N° 5: Vista Interior Los Brunos Lodge & Golf, Avellaneda, Santa Fe.
Fuente: Google Imágenes.

Hotel Los tilos (Reconquista, Santa Fe):



FIGURA N° 6: Hotel Los Tilos, Reconquista, Santa Fe.
Fuente: Google Imágenes.

Hotel Posada Los Brunos (Reconquista, Santa Fe):



FIGURA N° 7: Vista Exterior Hotel Posadas Los Brunos, Reconquista, Santa Fe.
Fuente: Google Imágenes.



FIGURA N° 8: Vista Interior Hotel Posadas Los Brunos, Reconquista, Santa Fe.
Fuente: Google Imágenes.

Ychoalay Caz (Reconquista, Santa Fe):

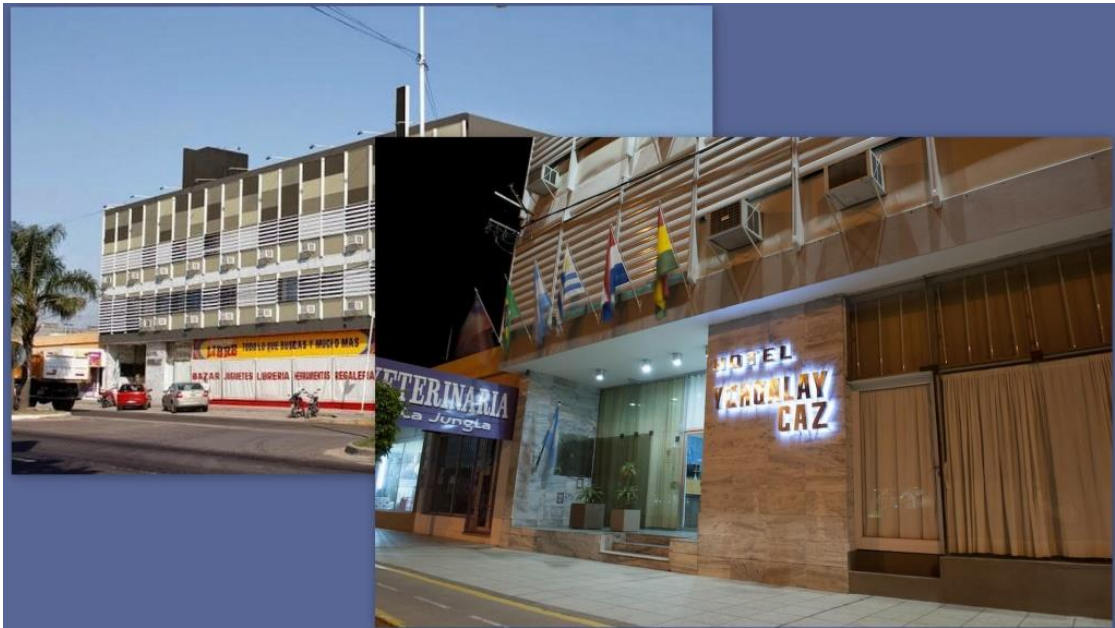


FIGURA N° 9: Vista Exterior Hotel Ychoalay Caz, Reconquista, Santa Fe.
Fuente: Google Imágenes.

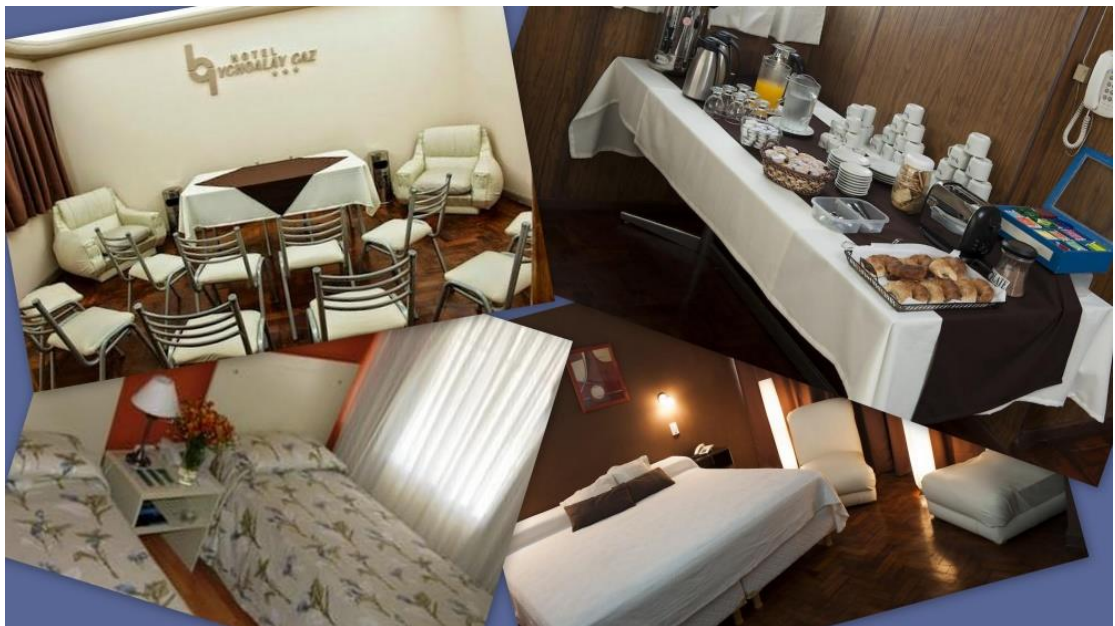


FIGURA N° 10: Vista Interior Hotel Ychoalay Caz, Reconquista, Santa Fe.
Fuente: Google Imágenes.

ANEXO II: Imágenes fauna del Jaaukanigás

1. Aves:

- Brasita del Fuego (*Coryphospingus cucullatus*)



FIGURA N° 1: Brasita del Fuego.
Fuente: Google Imágenes.

- Calandria (*Mimus saturninus*):



FIGURA N° 2: Calandria.
Fuente: Google Imágenes.

- Carancho (*Caracara plancus*):



FIGURA N° 3: Carancho.
Fuente: Google Imágenes.

- Cardenal (*Paroaria coronata*):



FIGURA N° 4: Cardenal.
Fuente: Google Imágenes.

- Carpintero (*Campephilus leucopogon*):



FIGURA N° 5: Carpintero.
Fuente: Google Imágenes.

- Chajá (*Chauna torquata*):



FIGURA N° 6: Chajá.
Fuente: Google Imágenes.

- Crespín (*Tapera naevia*):



FIGURA N° 7: Crespín.
Fuente: Google Imágenes.

- Cuervo (*Coragyps atratus*):



FIGURA N° 8: Cuervo.
Fuente: Google Imágenes.

- Espátula rosada (*Platalea*):



FIGURA N° 9: Espátula Rosada.
Fuente: Google Imágenes.

- **Flamenco** (*Phoenicopterus chilensis*):



FIGURA N° 10: Flamenco.
Fuente: Google Imágenes.

- **Garza blanca** (*Ardea alba*):



FIGURA N° 11: Garza Blanca.
Fuente: Google Imágenes.

- **Golondrina** (*Hirundo rústica*):



FIGURA N° 12: Golondrina.
Fuente: Google Imágenes.

- **Hornero** (*Funarius rufus*):



FIGURA N° 13: Hornero.
Fuente: Google Imágenes.

- ***Ipacaá*** (*Aramides Ypecaha*):



FIGURA N° 14: Ipacaá.
Fuente: Google Imágenes.

- ***Jilguero*** (*Sicalis Flaveola*):



FIGURA N° 15: Jilguero.
Fuente: Google Imágenes.

- **Juan Soldado o Federal** (*Amblyramphus holosericeus*):



FIGURA N° 16: Juan Soldado.
Fuente: Google Imágenes.

- **Martín pescador** (*Megaceryle torquata*):



FIGURA N° 17: Martin Pescador.
Fuente: Google Imágenes.

- **Ñandú** (*Rhea americana*):



FIGURA N° 18: Ñandú.
Fuente: Google Imágenes.

- **Picaflor** (*Chlorostilbon aureoventris*):



FIGURA N° 19: Picaflor.
Fuente: Google Imágenes.

- **Pirincho:** (*Guira guira*):



FIGURA N° 20: Pirincho.
Fuente: Google Imágenes.

- **Pitowé o vente veo** (*Pitangus sulphuratus*):



FIGURA N° 21: Pitawé.
Fuente: Google Imágenes.

- **Pollona** (*Gallinula chloropus*):



FIGURA N° 22: Pollona.
Fuente: Google Imágenes.

- **Reinamora** (*Cyanocopsa brissonii*):



FIGURA N° 23: Reinamora.
Fuente: Google Imágenes.

- **Sirirí Pampa** (*Dendrocygna viduata*):

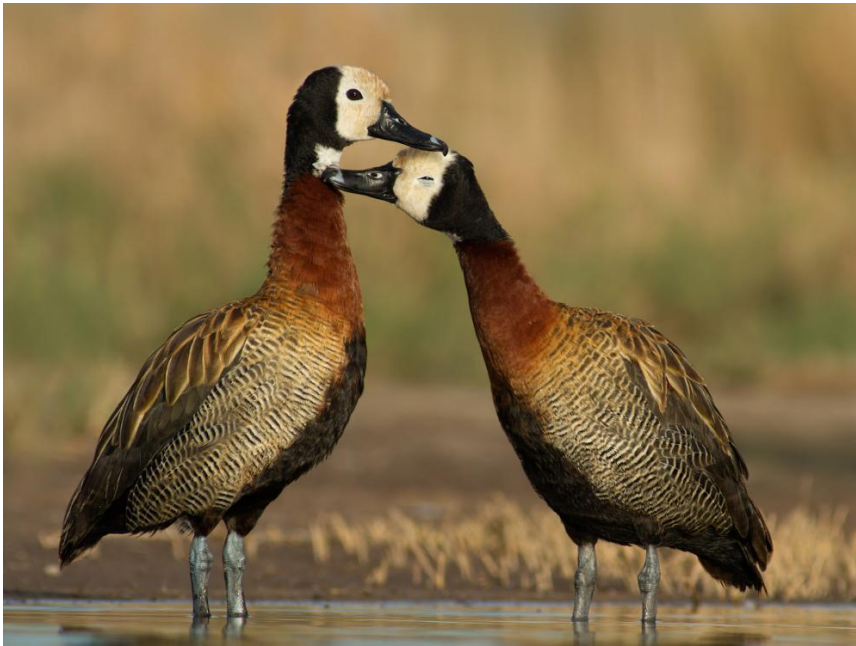


FIGURA N° 24: Sirirí Pampa.
Fuente: Google Imágenes.

- **Tacuarita** (*Troglodytes aedon*):



FIGURA N° 25: Tacuarita.
Fuente: Google Imágenes.

- **Tero** (*Vanellus chilensis*):



FIGURA N° 26: Tero.
Fuente: Google Imágenes.

- **Tijereta** (*Tyrannus savana*):



FIGURA N° 27: Tijereta.
Fuente: Google Imágenes.

- **Tordo** (*Molothrus bonariensis*):



FIGURA N° 28: Tordo Negro.
Fuente: Google Imágenes.

- **Tuyango** (*Ciconia maguari*):



FIGURA N° 29: Tuyango, Fotografía: Mario Paul Ignacio.
Fuente: Google Imágenes.

- **Urraca** (*Cyanocorax chrysops*):



FIGURA N° 30: Urraca.
Fuente: Google Imágenes.

- **Vieja del monte** (*Nyctibius griseus*):



FIGURA N° 31: Vieja del monte.
Fuente: Google Imágenes.

- **Zorzal** (*Turdus rufiventris*):



FIGURA N° 32: Zorzal.
Fuente: Google Imágenes.

2. Mamíferos:

➤ Hervíboros:

- *Carpincho (Hydrochoerus hydrochaeris):*



FIGURA N° 33: Carpincho.
Fuente: Google Imágenes.

- *Ciervo del pantano (Blastocerus dichotomus):*



FIGURA N° 34: Ciervo del Pantano.
Fuente: Google Imágenes.

- Cuis (*Cavia aperea*):



FIGURA N° 35: Cuis.
Fuente: Google Imágenes.

- Guazuncho (*Mazama gouazoubira*):



FIGURA N° 36: Guazuncho.
Fuente: Google Imágenes.

- Jabalí (*Sus scrofa*):



FIGURA N° 37: Jabalí.
Fuente: Google Imágenes.

- Liebre (*Dolichotis patagonum*):



FIGURA N° 38: Liebre Criolla.
Fuente: Google Imágenes.

- Mono Carayá (*Alouatta caraya*):



FIGURA N° 39: Carayá.
Fuente: Google Imágenes.

- Tapir (*Tapirus terrestris*):



FIGURA N° 40: Tapir.
Fuente: Google Imágenes.

- Venado de Las Pampas (*Ozotoceros bezoarticus*):



FIGURA N° 41: Venado de Las Pampas.
Fuente: Google Imágenes.

➤ Carnívoros:

- Aguará Guazú (*Chrysocyon brachyurus*):



FIGURA N° 42: Aguará Guazú.
Fuente: Google Imágenes.

- Comadreja (*Didelphis albiventris*):



FIGURA N° 43: Comadreja.
Fuente: Google Imágenes.

- Hurón (*Mustela putorius furo*):



FIGURA N° 44: Hurón.
Fuente: Google Imágenes.

- Nutria (*Myocastor coypus*):



FIGURA N° 45: Nutria.
Fuente: Google Imágenes.

- Zorro de Monte (*Cerdocyon thous*):



FIGURA N° 46: Zorro de Monte.
Fuente: Google Imágenes.

➤ Mirmecógo³⁶:

- Oso Hormiguero (*Myrmecophaga tridactyla*):



FIGURA N° 47: Oso hormiguero.
Fuente: Google Imágenes.

³⁶ Un mirmecófago es un animal que se alimenta exclusiva o mayoritariamente de hormigas y, con frecuencia, también de termitas (a pesar de que éstas no son hormigas).

- Oso Melero (*Tamandua tetradactyla*):



FIGURA N° 48: Oso melero.
Fuente: Google Imágenes.

➤ Omnívoros:

- Tatú Mulita (insectívoros y omnívoros necrófagos³⁷) (*Dasypus hybridus*):



FIGURA N° 49: Tatú Mulita.
Fuente: Google Imágenes.

³⁷ La necrofagia es el acto de comer la carne de un cadáver.

3. Reptiles:

- Iguana (*Tupinambis marinae*):



FIGURA N° 50: Iguana Overa.
Fuente: Google Imágenes.

- Tortugas (*Phrynops hilarii*)



FIGURA N° 51: Tortuga.
Fuente: Google Imágenes.

- Yacaré Negro (*Caiman yacaré*):



FIGURA N° 52: Yacaré Negro.
Fuente: Google Imágenes.

- Yacaré Overo (*Caiman latirostris*):



FIGURA N° 53: Yacaré Overo
Fuente: Google Imágenes.

ANEXO III: Imágenes paisajes de la región

Puerto Reconquista



FIGURA N° 1: Puente Aguilar – Puerto Reconquista.
Fotografía: Paul Ignacio.



FIGURA N° 2: Puente Aguilar – Puerto Reconquista.
Fotografía: Paul Ignacio.



FIGURA N° 3: Puente Aguirre – Puerto Reconquista.
Fotografía: Paul Ignacio.



FIGURA N° 4: Puente Aguirre – Puerto Reconquista.
Fotografía: Paul Ignacio.



FIGURA N° 5: Puerto Reconquista.
Fotografía: Paul Ignacio.



FIGURA N° 6: Puerto Reconquista.
Fotografía: Paul Ignacio.



FIGURA N° 7: Puerto Reconquista.
Fotografía: Paul Ignacio.



FIGURA N° 8: Puerto Reconquista.
Fotografía: Paul Ignacio.



FIGURA N° 9: Balsa Reconquista – Goya (Vista: Puerto Reconquista).
Fotografía: Paul Ignacio.



FIGURA N° 10: Camino desde Reconquista a Goya desde la balsa
Fotografía: Paul Ignacio.



FIGURA N° 11: Isla 4 frente a Puerto Reconquista.
Fotografía: Paul Ignacio.



FIGURA N° 12: Correntoso - Puerto Reconquista.
Fotografía: Paul Ignacio.



FIGURA N° 13: Vista del Puerto Reconquista en época de inundación.
Fotografía: Paul Ignacio.

El Palmita



FIGURA N° 14: El Palmita, Reconquista.
Fotografía: Paul Ignacio.



FIGURA N° 15: El Palmita, Reconquista.
Fotografía: Paul Ignacio.



FIGURA N° 16: El Palmita, Reconquista.
Fotografía: Paul Ignacio.

Rio San Javier

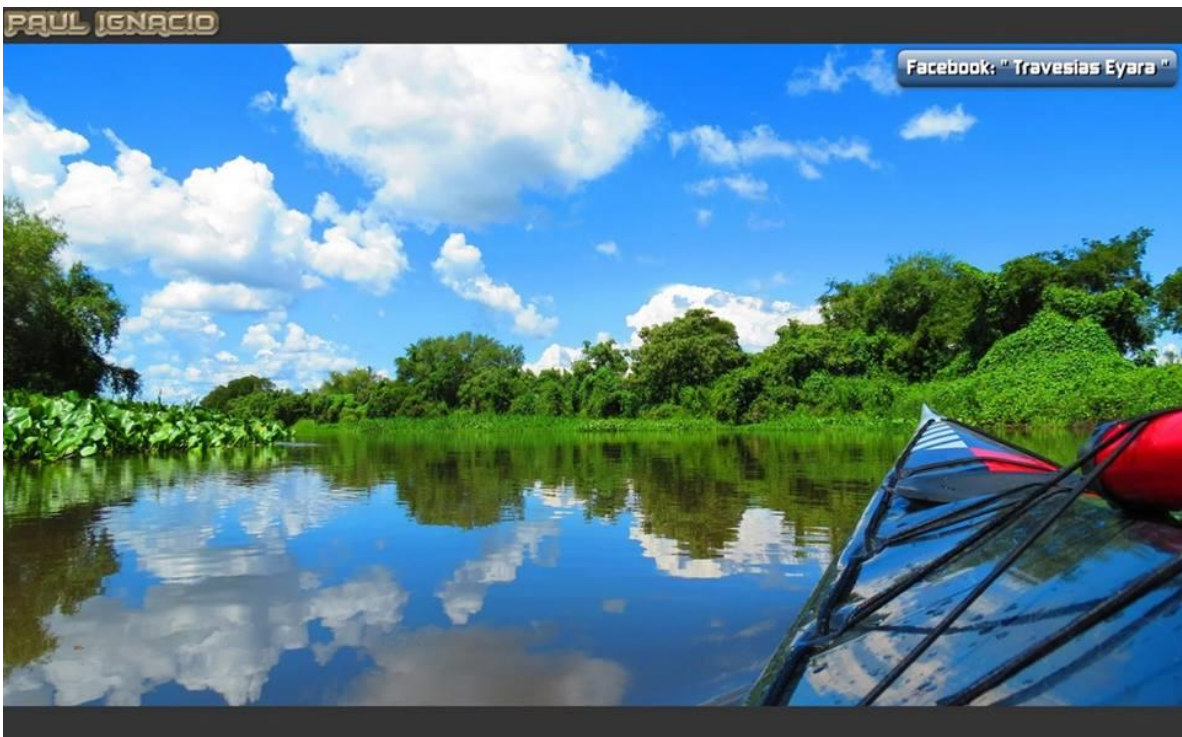


FIGURA N° 17: Travesía de Reconquista a Avellaneda desde Las Tres Bocas (Rio San Javier).
Fotografía: Paul Ignacio.

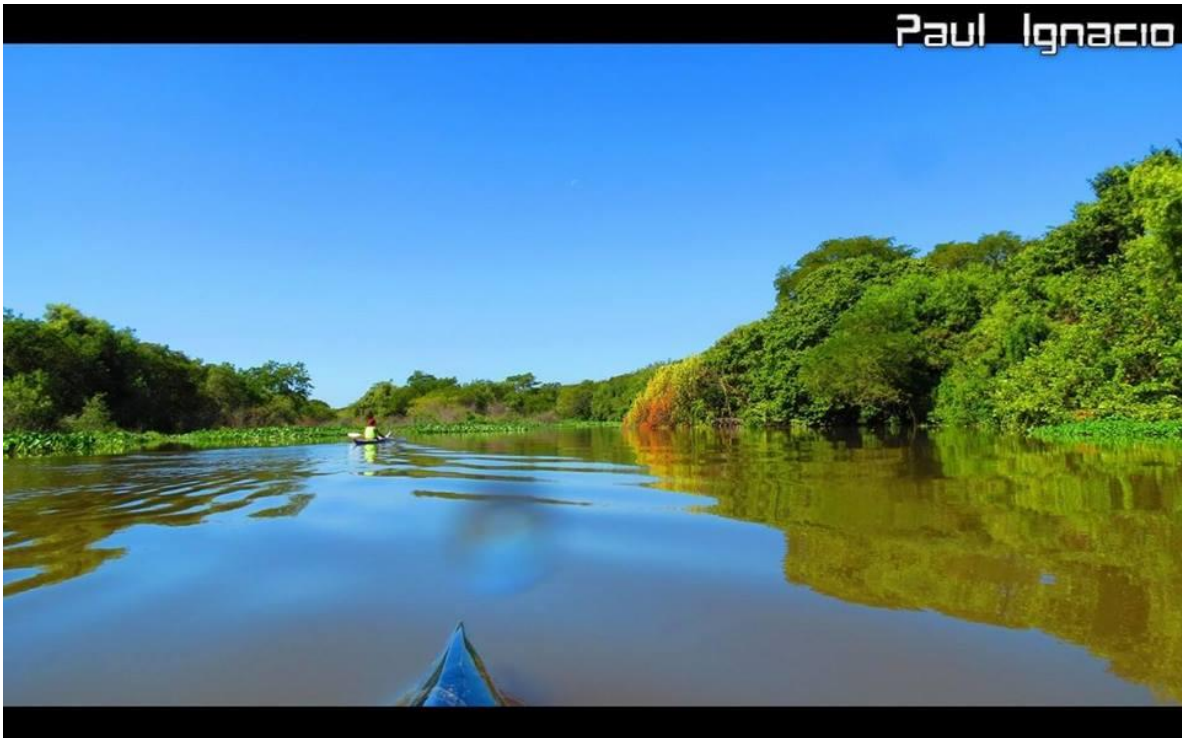


FIGURA N° 18: Travesía de Reconquista a Avellaneda desde Las Tres Bocas (Rio San Javier).
Fotografía: Paul Ignacio.



FIGURA N° 19: Travesía Reconquista a Romang (Rio San Javier).
Fotografía: Paul Ignacio.



FIGURA N° 20: Travesía ida de Reconquista a las Tres Bocas por el Rio San Javier.
Fotografía: Paul Ignacio.

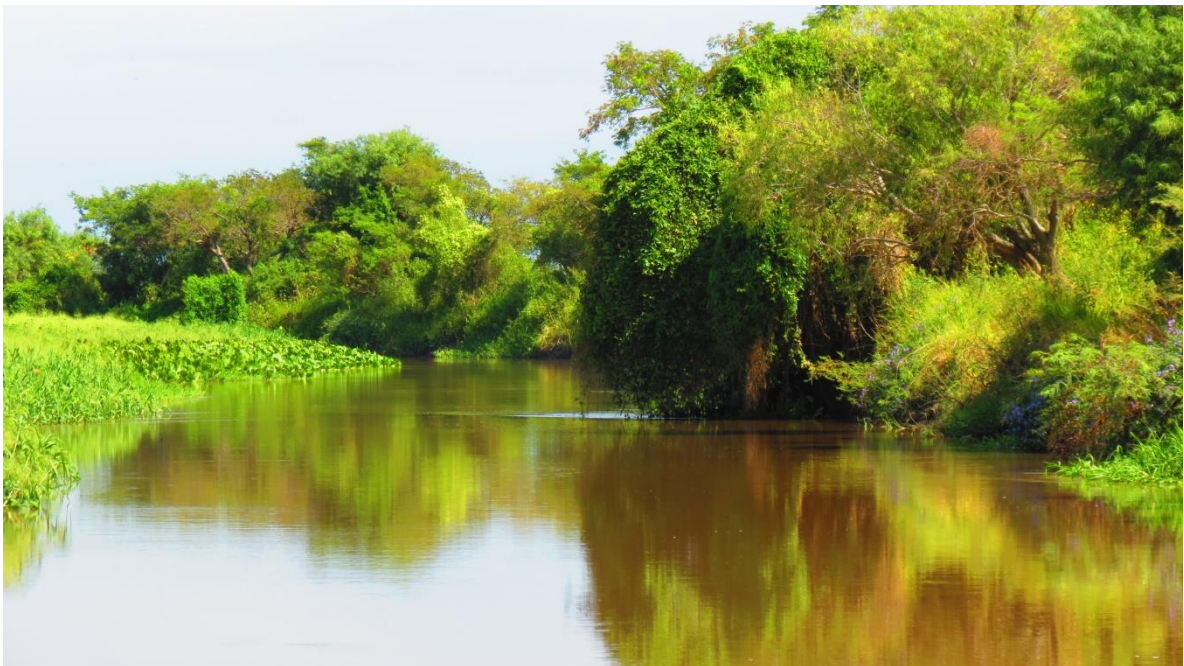


FIGURA N° 21: Parador Las Tres Bocas (Rio San Javier).
Fotografía: Paul Ignacio.

Arroyo Malabrigo



FIGURA N° 22: Arroyo Malabrigo.
Fotografía: Paul Ignacio.

Avellaneda



FIGURA N° 23: Camping El Sitram.
Fotografía: Paul Ignacio.

Bajos Submeridionales



FIGURA N° 24: Bajos Submeridionales – Caminos rurales.
Fotografía: Paul Ignacio.

Las Toscas



FIGURA N° 25: El Palometa – Las Toscas.
Fotografía: Paul Ignacio.

ANEXO IV: Imágenes cabañas analizadas



FIGURA N° 1: Cabaña N°2.

Con una superficie cubierta de 84 mts², esta cabaña se compone de 3 habitaciones con ingreso individual, termotanque, galería techada de espacio común y baño privado.

Fotografía: Pablo Ovando.



FIGURA N° 2: Pasarela.

Ésta comienza desde el Río uniendo el muelle, comedor y las cabañas de alojamiento, permitiendo un cómodo desplazamiento para los visitantes sin mayores inconvenientes.

Fotografía: Pablo Ovando.



FIGURA N° 3: Cabaña N° 2.
Vista desde la pasarela.
Fotografía: Pablo Ovando.



FIGURA N° 4: Comedor Cabaña N° 1.
Su superficie es de 104 mts², posee cocina c/ barra, parrilla, instalaciones de TV, mesa de billar/pool para entretenimiento de los visitantes. Posee excelente iluminación natural por la disposición de sus ventanales en los que se puede apreciar la flora silvestre de la zona.
Fotografía: Pablo Ovando.



FIGURA N° 5: Cabaña N° 2.

Los dormitorios cuentan con muy buena iluminación, poseen cama, ropa de cama, vanitory y baño privado o en suite.

Fotografía: Pablo Ovando.



FIGURA N° 6: Cabaña N°2.

Baño privado o en suite.

Fotografía: Pablo Ovando.



FIGURA N° 7: Casco trucker Open 620 con motor Yamaha 200 HP en muelle Reconquista.
Fotografía: Pablo Ovando.



FIGURA N° 8: Motor Yamaha 200 HP.
Fotografía: Pablo Ovando.



FIGURA N° 9: Visitantes pescadores a punto de largar desde el Muelle Reconquista.
Fotografía: Pablo Ovando.



FIGURA N° 10: Visitantes arribando al muelle de la Cabaña N° 1 en zona de islas.
Fotografía: Pablo Ovando.

ANEXO V: Presupuesto Concesionaria “Tu Auto” Reconquista



PRESUPUESTO

Bv. H. Yrigoyen N° 953 (3560) Reconquista – Santa Fe. Teléfonos: 03482 – 15630301/1522077

Reconquista, Junio de 2018

VOLKSWAGEN AMAROK 2.0 4X2 STARLINE Año 2012	\$ 380.000.-
VOLKSWAGEN AMAROK 2.0 4X2 TRENDLINE 0Km	\$ 655.000.-
RENAULT MASTER 2.3 DCI FURGON L1H1 C/AA Año 2015	\$ 569.000.-
RENAULT MASTER 2.3 DCI FURGON L1H1 C/AA 0 Km	\$ 895.000.-

NOTA:

Los precios cotizados de 0 km de CONCESIONARIA OFICIAL y los usados obtenidos de revista INFOAUTO.-

ANEXO VI: Oferta Turística de Avellaneda

- ***Circuito de Turismo Rural Sabores de mi Tierra:*** un paseo que permite descubrir sabores característicos y disfrutar de la tranquilidad del campo. Chacinados con la receta de los nonos, maní, miel, dulces y mermeladas, son algunos de los productos típicos que ofrece el recorrido. La visita a un museo de campo y la posibilidad de almorzar en un antiguo almacén de ramos generales con recetas caseras, conforman una opción muy atractiva para los visitantes.

Propuesta de Recorrido

Duración 4,5 hs. (Sujeto a condiciones climáticas).

- Visita a Museo de Flor de Oro. Paseo en carro y a caballo, visita a sector maquinarias agrícolas y casa antigua.
- Establecimiento Nonna Dora: Visita a vivero Florihortícola. Recibimiento y degustación de panificados caseros típicos.
- Establecimiento apícola el Guayacán. Sala de extracción de miel. Degustación.
- Establecimiento Don Raúl. Maní y garrapiñada. Degustación.

+ OPCIONAL: CENA O ALMUERZO TÍPICO EN COMEDOR TEMÁTICO IL NONNO.

Además- Visita a puesto de venta EL ALMACEN. Productos típicos caseros locales y provinciales.

- ***Descubrí Jaaukanigás:*** la imponente belleza del Río Paraná y su valle de inundación, se ve reflejada en la zona de los Palmares del Bajo Vénica, con esteros, bañados y una amplia zona de palmares. Paseos de ecoturismo, safaris fotográficos y actividades deportivas, son algunos de los atractivos que invitan a disfrutar en familia. El Centro de Visitantes del Sitio Ramsar Jaaukanigás, es un punto de referencia para aprender y disfrutar la belleza de este lugar.

Propuesta de recorrido:

Duración 4 hs. (Sujeto a estado de caminos y condiciones climáticas).

- Visita a Centro de Visitantes del Sitio Ramsar Jaaukanigás.

- Recorrido zona del Bajo Vénica, ingreso a la altura del Club Defensores de la Costa.
- (Incluye seguro, guía de sitio y botella de agua individual).
- + OPCIONAL: CENA O ALMUERZO EN TAL TEI - COMEDOR DEL CLUB DEFENSORES DE LA COSTA.
- ***Circuito Histórico Cultural:*** un recorrido por la historia y el patrimonio local, a través de la visita al monumento a la ciudad de Avellaneda, la plaza central y su Iglesia, además del centro cultural, donde se encuentra el museo municipal, el auditorio-cine y la sala de exposición de arte.

Propuesta de Recorrido:

Duración 2,5 hs.

Monumento de la ciudad - Plaza - Iglesia Centro Cultural.

- ***Otras Opciones de visita:***
 - Visita a parque industrial. Incubadora de empresas. Gratuito + Guía Municipal. Duración 1,5 hs.
 - Centro de Visitantes Jaaukanigás. Gratuito + Guía Municipal. Duración 1 hs.
 - Cine 3D Luna de Avellaneda. (Tiene costo promocional a arreglar con proveedor).

ANEXO VII: Entrevistas realizadas

1.1. Agencias de Turismo

Entrevista Agencia 1:

- 1) *Investigador:* ¿Realizan turismo receptivo?

Entrevistado: No! En esta agencia hacemos turismo emisivo!

- 2) *Investigador:* ¿cuáles son los motivos por los cuales no lo realizan? ¿Estarían interesados en hacer turismo receptivo?

- 3) *Entrevistado:* en un futuro no muy largo sí, porque tal como se lo está trabajando con la Comisión de Turismo, la idea es tener un paquetito armado para la ciudad y demás, por ejemplo, con la pesca, o que podamos ofrecer algo acá de la ciudad. No va a ser el fuerte de la agencia, pero sí!

- 4) *Investigador:* en cuanto al turismo emisivo: ¿con qué destinos están trabajando?

Entrevistado: nosotros trabajamos absolutamente todos a nivel nacional e internacional!

- 5) *Investigador:* ¿qué es lo que sacan ustedes de la Comisión de Turismo?

Entrevistado: la Comisión de Turismo se formó ya hace dos años. La Comisión de Turismo pertenece al Centro Industrial y Comercial de Reconquista, y dentro de la Comisión de Turismo hay varios prestadores de servicios turísticos: hoteleros, gastronómicos, agencias de viajes; la idea de la Comisión es poder armar, producir y hacer cosas en conjunto.

- 6) *Investigador:* ¿cómo piensan que se podría desarrollar el turismo local? Generando más ofertas turísticas? Generando más conciencia? Facilitando información? O desde la acción gubernamental?

Entrevistado: es todo un conjunto de lo que dijiste, que se está analizando para poder trabajarlo junto con la Comisión; pero básicamente sí, en primer medida es conseguir una identidad, para que los ciudadanos conozcan todo lo que hay acá; armar paquetes y salir a ofertar y que la gente también conozca lo que se puede conocer acá tanto en lo privado como en lo público.

- 7) *Investigador:* ¿consideran que en la región existen recursos turísticos que no están siendo aprovechados?

Entrevistado: sí, nosotros estamos dentro del Sitio Ramsar Jaaukanigás que es un Sitio Ramsar a nivel mundial, imaginate la amplitud, la magnitud que tenemos y que mucha gente no lo sabe y es lo que más tenemos que explotar en forma sustentable! Esa es una de las cosas principales en las que hay que empezar a trabajar, fomentar, darle uso y ofrecerlo!

- 8) *Investigador:* ¿hicieron algún tipo de análisis para ver de qué manera se verían beneficiados haciendo turismo receptivo?

Sí, en cuanto a nivel regional, en la Provincia de Santa Fe, hay un Master Plan planificado para la región Jaaukanigás y General Obligado en sí; ahí ya está estudiado todo lo que se puede ofrecer pero queda en ejecutarlo.

9) *Investigador*: ¿qué lugares de recreación consideran que le falta acá para los fines de semana?

Entrevistado: y hay muchas cosas que todavía se tienen que sumar a la infraestructura turística, por ejemplo, en el puerto, esa es una materia pendiente importantísima para la ciudad, la señalética, más información turísticas, tener más plazas hoteleras, concientizar un poco más al tema gastronómico, a los visitantes.. queda muchas cosas por hacer!

10) *Investigador*: ¿cuál es el objetivo inicial por el que decidieron formar parte de la Comisión de Turismo?

Entrevistado: ese es uno de los fundamentos por la cual nosotros estamos trabajando en conjunto!

11) *Investigador*: y además de la Comisión de Turismo, ustedes, al no hacer turismo receptivo, no están trabajando con los hoteles de acá! No?

Entrevistado: estamos trabajando para idear eso, para tener un paquete para ofrecer!

12) *Investigador*: y a eso lo ven a un horizonte lejano?

Entrevistado: no, en un futuro inmediato seguro, eso es probable que lo empecemos a comercializar, porque ya está armado, sólo falta comercializarlo, difundirlo, promocionarlo un poco más!

13) *Investigador*: ¿quisiera agregar algo más en cuento a la infraestructura?

Entrevistado: y acá en cuanto a aerolíneas, desde que llegó Avianca a Reconquista es un boom, fue muy positivo en todos los aspectos, y esa es una herramienta que nos ayuda a poder acrecentar el turismo, hace que incremente los visitantes y las conexiones sean más inmediatas!

14) *Investigador*: en cuanto al gobierno local, ¿considerás que existe interés por desarrollar el turismo local en comparación con el pasado?

Entrevistado: yo creo que todo depende del gobierno de turno, acá el turismo pertenece a la Secretaría de Producción, es un Área, y tiene una sola dirección, está a cargo de una sola persona que es Matías Bournissent. Yo creo que si no se amplía ese espacio, si no existe personas que se comprometan y que se pueda trabajar en forma conjunta con la parte cultural-deportiva, no hay todavía una conciencia de parte gubernamental en ese aspecto; por eso es un apéndice de la Secretaría de Producción donde el turismo hoy en día tendría que tener más relevancia dentro de la Municipalidad! Por ejemplo, en la ciudad de Las Toscas, no pertenece al Área de Producción, sea abrió y se hizo una Secretaría de Turismo! O sea, teniendo una Secretaría de Turismo, entran más personas, otras mentes, se puede trabajar con gente idónea, entonces tiene que ver mucho con eso! Yo creo que acá en esta ciudad el turismo va de la mano con el partido político de turno, no hay algo que siga, que continúe, por ejemplo, como en el caso de Avellaneda que es el mismo partido desde hace mucho tiempo y siempre están favoreciendo y trabajando sobre eso!

15) *Investigador*: o sea, ¿usted considera que Avellaneda en ese sentido está mejor desarrollada?

Entrevistado: en este aspecto está más organizado porque tiene un mismo mandato y también pertenece al Área de Producción, pero están trabajando también con fondos internacionales, no sólo con fondos nacionales y provinciales! Y también hay que contemplar de que la provincia de Santa Fe no destina tampoco tantos fondos para lo que es turismo, ni para lo que es Reconquistas u otras ciudades del Norte, siempre están más a favor de otras ciudades del Sur como Santa Fe, Rosario.

16) *Investigador:* ¿Y ustedes trabajan en conexión con otras agencia de otros lugares que no sean de la región?

Entrevistado: no!

17) *Investigador:* ¿en el caso de hacer turismo receptivo, ustedes tienen pensado trabajarlo con otras agencias?

Entrevistado: Sí, justamente al ofrecer los paquetes la idea es eso, esa es una ganancia, las agencias vamos a tener esa intención comercial! La idea es traer visitantes internacionales y que sean promovidos, ofrecidos y vendidos por las agencias, como si fuésemos receptivos también!

18) *Investigador:* ¿ustedes hoy en día se están preparando para eso? ¿Se encuentran capacitados si llega un turista para mostrarle todo lo que tenemos?

Entrevistado: no, actualmente no se cuenta con un combo de eso! Con algo participativo, en conjunto sí!

19) *Investigador:* sí, el turismo receptivo acá es todo un tema, porque falta mucho por hacer! Todos los hoteles que entrevistamos dijeron que trabajan más con clientes ejecutivos que turistas!

Entrevistado: sí, acá actualmente es una ciudad de tránsito, los hoteles están de lunes a viernes, y los fines de semana hay una estadística, hay un estudio que ten han dicho los hoteleros, que no hay ocupación, excepto que haya algún evento, entonces eso es algo a estudiar, porqué y cómo fomentamos y hacemos para que... Dentro de todo, estos dos años que lleva el gobierno ha colmado más o menos el tema de las plazas hoteleras por la cantidad de eventos que se han realizado y se vienen realizando; ahí le encontraron una beta a eso! Así que es amplio, al igual que la Pesca del Surubí que hace que se congregue o se haga un turismo masivo e internacional también, un evento que se podría decir que ya es internacional! Pero bueno, nos queda mucho trabajo para hacer!

Nosotros hicimos una encuesta en la Exposición Rural Reconquista el año pasado y le preguntamos a la gente qué opinión general merecía la muestra y se lo pasamos luego a Matías! Con la Comisión nosotros hemos hecho varias encuestas en el Enduro también que se le hizo a los pilotos!

Entrevista Agencia 2:

1) *Investigador:* ¿hacen turismo receptivo ustedes?

Entrevistado: No por ahora! Nosotros somos muy nuevos, tenemos sólo un año y medio, y Reconquista no es un punto turístico muy relevante en el país, entonces arrancamos con el turismo emisivo, pero no quita que más adelante se pueda hacer algo. Se abrió como agencia emisiva, porque cuando abris una agencia de viaje optás si vas a hacer emisivo, receptivo o las dos cosas; y la verdad que hay más ofertas para hacer viajes emisivos que receptivos porque todavía no está preparado el mercado como para hacerlo. En primer lugar, tienen que estar más organizados los recursos para que uno como agencia los promocióne, nosotros no podemos traer gente al puerto deportivo si no está preparado para traer a otras personas y hacer turismo aventura, pesca; la hotelería incluso... no hay un paquete turístico receptivo que la agencia lo pueda comercializar; entonces, faltaría el armado de un producto turístico, porque las agencias somos las que lo comercializamos, podemos preparar un paquete turístico pero hacen faltas guías de turismo que te lleven a hacer un city-tour, hace falta bastante infraestructura!

2) *Investigador:* ¿conforman la Comisión de Turismo?

Entrevistado: Sí! Tratamos de a poco impulsar, ir haciendo lo que se pueda, colaborar con la Pesca del Surubí que es un punto de referencia importante de turismo acá en la zona.

3) *Investigador:* ¿cuál es el objetivo por el cual ustedes decidieron incorporarse?

Entrevistado: como Comisión tenés un peso para traer capacitaciones, por ejemplo, para el personal hotelero y en general, que esa es la base para desarrollar el turismo local; con la Comisión se hace mucho eso, se bajan muchas capacitaciones de Nación, de Provincia, se invita a la gente que participe... No sólo en turismo, en marketing, en salud, en lo que sea, todo está entrelazado!

4) *Investigador:* ¿Cómo piensan ustedes que se puede desarrollar el turismo local? Generando más ofertas turísticas? Generando más conciencia? Facilitando la información? Desde la acción gubernamental local?

Entrevistado: Sí, obviamente, siempre en conjunto con las acciones de la Municipalidad, del Gobierno, es fundamental!, incluso eso se está haciendo, el Rally que estuvo hace poco acá en el Camping, darle más difusión a los eventos que ya están instalados, y ampliar un poco y que no sea sólo un destino de fin de semana, como lo son la Expo Rural o la Pesca del Surubí; la Expo Rural es más Comercial y la Pesca más turístico, de entretenimiento, pero es sólo sábado y domingo.

También crear un poco más de conciencia y que la gente conozca los recursos que hay, porque hay!, pero no hay nada armado! Falta infraestructura, más que hotelería no hay prácticamente otra cosa, no hay una oficina de turismo bien puesta y gente que conozca realmente todo lo que hay! Hay información turística, pero está todo como muy suelto! No hay un circuito turístico armado con lo que se podría hacer, no hay un programa para lanzarlo e ir a la FIT (Feria Internacional de Turismo) que se hace en Buenos Aires y presento a Reconquista como una Sede Turística además de la Pesca! No hay folletería, está todo muy suelto, uno puede transmitir lo que se dice del boca a boca pero no hay armado un buen proyecto!; y eso es lo que hace falta, armar un buen proyecto en conjunto con el Gobierno sin dudas!

- 5) *Investigador*: ¿sienten que hay apoyo por parte del Gobierno en tema turismo? ¿Hubo avances en este aspecto?

Entrevistado: Yo no te puedo dar referencia de como era antes porque hace poco que se abrió esta agencia y nos unimos a la Comisión de Turismo, pero estos dos años que se arrancó con la Comisión hubo mucho apoyo, nos escuchan, nos reciben; por ahí lo que no hay mucho es presupuesto, pero por ahí en todas las áreas me parece que es lo que hace falta!, pero por lo menos ahora hay un interés que antes no había! Antes había una intención de formar una Comisión, hoy por hoy se pudo lograr algo más formal con Presidente, Vice-Presidente, Secretaría; ir a los medios y comunicar... Todavía está todo muy frío, falta un montón, pero por lo menos ya vamos encaminados!

- 6) *Investigador*: en el caso de decidir arrancar a trabajar en turismo receptivo, ¿ustedes ya están ideando qué ofrecer? ¿Hicieron un análisis para ver de qué manera se podrían ver beneficiado trabajando con este tipo de turismo?

Entrevistado: sí! La Comisión la integran hoteles, agencias, guías de pesca regularizados, entre otros; y la idea es armar un paquete/producto turístico en común a todo!, no es que yo vendo por mi parte, y otra agencia por el otro! Armar un producto en conjunto que incluya varias opciones de fin de semana de pesca, fin de semana de ecoturismo, de turismo rural, y que venga ya con hotelería, que venga ya con su guía, con la persona que lo transporta y lo va a recibir, agregar la parte aérea, que ahora por ahí tenemos más comunicación con Buenos Aires para traer gente de otros lados, y eso comercializar a través de las agencias! Son cosas que no son tan fáciles porque con la parte de pesca, es más difícil con un solo guía normalizado, es un guía que tiene todo el año ocupado, entonces para armar un paquete hay que organizar que él tenga cierta fecha del año libre... con la hotelería no habría problema porque ellos inclusive están dispuesto a ofrecer un mejor precio por el turismo local, y una vez que esté armado se lo difunde, eso es lo más fácil!

- 7) *Investigador*: ¿a eso ustedes lo ven en un horizonte lejano o inmediato?

Entrevistado: no, es cuestión de ponerle ganas entre todos nosotros y nada más! No sabemos si va a funcionar, puede tener mucha llegada o no, es una zona que tiene mucho potencial!

- 8) *Investigador*: eso es algo que le iba a consultar, ¿si usted considera que en esta zona existen recursos turísticos que no están siendo aprovechados?

Entrevistado: y toda esta zona del Norte, no sólo de Santa Fe, son zonas de islas, de turismo, que incluso en la parte de Corrientes y Chaco hay muchos extranjeros que vienen a hacer pesca exótica, pero es todo más privado, ahí no participa los Municipios, las diversas Cámara de Turismo vinculadas; no está promocionada esta parte del País; pero así como se promociona la Patagonia, se impulsa en Nordeste, Noroeste, toda la zona del país tiene potencial, la parte del Sitio Ramsar, los humedales más importantes declarados... En los operadores mayoristas el Norte no está incluido dentro del paquete, sólo se promociona la Patagonia entera, Salta, Jujuy, pero son provincias que ya tienen armado un producto turístico pero hace años ya, también habrán empezado así!, y es la zona más floja del país!

- 9) *Investigador*: en cuanto a turismo emisor, ¿con qué destinos están trabajando actualmente?

Entrevistado: de todos lados, mayormente al exterior, Brasil, Caribe, Europa. Tratamos de vender Argentina también pero todo en aéreo.

10) *Investigador:* ¿también trabajan con operadores?

Entrevistado: igual, el mismo funcionamiento que todas las agencias, operadores de Santa Fe más que nada.

11) *Investigador:* ¿qué lugares de recreación considera que le hacen falta para la región?

Entrevistado: yo considero que impulsaron bastante los eventos en las plazas, los shows musicales; me parece que es una oferta que antes no existía; hacer obras de teatros más seguidas, también está el show del cielo abierto... Local, local me parece que hay cosas para hacer, no tan seguidas pero me parece que hay! Por ahí habría que hacerlas un poco más ordenados, pero hay!

Entrevista Agencia 3:

- 1) *Investigador:* ¿Ah recibido o recibe en la agencia contingentes de turistas? ¿Hacen turismo receptivo?

Entrevistado: No, no estamos haciendo receptivo, solo emisivo. Hacemos programas nuestros, propios, salidas grupales, nacionales, internacionales, pero si hay consultas para un turismo de afuera, lo organizo con la gente del puerto, para hacer algún ecoturismo por las islas de caza, de pesca., hacen estadías en la isla, pero yo no lo hago. O sea busco servicios de terceros.

- 2) *Investigador:* ¿Cuál es el motivo por el cual no lo hace? ¿ Por qué no está desarrollado en la zona?

Entrevistado: No, no tengo la infraestructura suficiente como para brindar ese servicio, entonces tengo que depender de terceros, de lanchas de casillas, de un guía de isla, dependo todo de terceros.

- 3) *Investigador:* ¿Cómo pensás que se puede desarrollar el turismo local?

Entrevistado: Primero hay que preparar a la gente porque en la zona hay lugares muy lindos para conocer, pero no está explotado, creo que hay que preparar un poco la gente para que sea un guía local con base histórica, porque también tenemos cosas ricas acá, el museo histórico, el museo de los descubrimientos arqueológicos, hay muchas cosas para ver, y por ahí la gente no le da mucha importancia y el valor que le da la gente de afuera. Nosotros locales no le damos ese valor, pero a la gente que viene de afuera le gusta mucho descubrir todo eso. La gente no está mentalmente preparada para hacer una visita guiada o determinar puntos de interés que a la gente le gustaría hacer.

Me acuerdo una vez mi hermano en Avellaneda, cuando era profesor de ciencias sociales en el profesorado él había hecho un circuito histórico en Avellaneda, el recorrido que hicieron los inmigrantes, donde se asentaron por primera vez, donde se trasladaron y son todas cosas que gusta a la gente saber un poco más del pasado. Lo que pasa que no hay un guía, no hay personas capacitadas para hacer eso, yo creo que primero hay tener un guía que sea historiador, que pueda brindar todo ese servicio o los conocimientos de los puntos que van a visitar.

- 4) *Investigador:* ¿Qué recursos consideras que no están siendo explotados acá en la región y en reconquista?

Entrevistado: La verdad que yo desconozco mucho el tema de los guías, de la isla y todo eso, porque tengo mi hija que es alérgica a las picaduras de bicho así que trato de evitar todo eso que sea naturaleza, entonces no conozco mucho lo que es la parte de la isla. Lo que si hice es el paseo en balsa desde Reconquista a Goya y me pareció fantástico, porque tenés toda una costa rivereña hermosa donde ves yacarés, los monos trepándose y es precioso, es un trayecto muy lindo con una vegetación y unas casas muy hermosas, y ese viaje no lo hace nadie. La verdad que es un viaje re lindo y yo pienso que hay muchos lugares como el estero de los amores y todo eso a la gente le gusta muchísimo.

- 5) *Investigador:* ¿Existe algún paquete en la agencia que tenga circuito por la ciudad?

Entrevistado: No, no lo tengo.

- 6) *Investigador*: ¿Qué actividades de recreación considera que le hace falta a reconquista, la región, la zona?

Entrevistado: Yo tengo entendido que por lo general la gente que hace algo de turismo, hace también naturaleza, fotografía en exposiciones, hay un poco de todo pero eso no está explotado, no hay un lugar donde vos decís, me voy a caminar al monte a ver la fauna, no hay quien te lleve, quien conozca la fauna de la zona, eso también. Lo ideal es hacer un circuito rural o de naturaleza pura pero viendo fauna y flora de la región. No está explotado y nadie quiere trabajar sin cobrar, hoy el ad honorem no existe más o por voluntad propia o porque le guste la naturaleza, Si lo haces quieren cobrar, no hay más el voluntariado como era en nuestra época, como recién nos iniciamos era un voluntariado más que otra cosa.

- 7) *Investigador*: ¿Qué opinas del turismo rural?

Entrevistado: Me encanta. Hay un circuito rural que lo hace un agencia en Avellaneda, no sé si lo siguen haciendo, que era los sábados a la tarde recorrían los mini emprendimientos del campo, la fabricación de dulces, los chacinados, los quesos saborizados, las aceitunas el maní, el garrapiñado, los panes casero, la elaboración de panes, todo eso hacían un recorrido. Iban a todas las localidades a visitar y son familias las que le gustan estas cosas.

Entrevista Agencia 4:

1) *Investigador:* ¿qué tipo de servicios brindan actualmente?

Entrevistado: nosotros ofrecemos viajes a diferentes partes del mundo. El año pasado se organizó un viaje de estudio a los E.E.U.U., este tipo de viajes lo organiza COOVAECO y después invita a las diferentes cooperativas, que a su vez éstas invitan a sus socios que están interesados en ir; hay viajes que son netamente agrícolas y otros que tienen visitas a feedlots, a campos de cría; en este viaje, fueron a varios feedlots desde 5.000 cabezas a 20.000 y ahí le enseñan todo el sistema que ellos manejan.

2) *Investigador:* ¿entonces es un viaje de estudio más que nada para los socios?

Entrevistado: Sí, o para cualquier persona que le interese! Nosotros nos enfocamos más en los socios porque están más vinculados con las cooperativas o a la gente que esté más vinculado con nosotros y le interese este tipo de viaje. Esto se lanza a todo el país, COOVAECO trabaja con todas las Cooperativas y a su vez, la U.A.A. tiene sucursales en Chaco, Santiago del Estero, entonces se lo brinda para los socios de todo el país, y a parte, para gente que le interese que por ahí no esté vinculada a la Cooperativa. Además, estos viajes incluyen cierto viaje de placer, uno o dos días.

Nosotros funcionamos igual que cualquier otra agencia, ofrecemos viajes de placer armamos y a su vez, ofrecemos los viajes técnicos para capacitar a los socios y empresas, que es lo que nos diferencia de las otras agencias. Pero tenemos todo tipo de viajes, cruceros, paquetes Brasil, Caribe, Europa... incluso este año tuvimos una salida grupal, de 56 personas a Europa.

3) *Investigador:* en cuanto al turismo local, ¿ustedes traen gente a conocer la región?

Entrevistado: en realidad, a eso más que nada lo hace COOVAECO Rosario; nosotros hacemos un poco de turismo receptivo, pero nos especializamos muy poco acá en eso!, más que nada Rosario, nosotros le damos sólo una mano con los hoteles, pero más que eso no!

4) *Investigador:* ¿y en qué oportunidades por ejemplo?

Entrevistado: Este año hubo un grupo pero no me acuerdo la fecha!

5) *Investigador:* ¿y a qué vinieron? ¿A visitar la región o por algún evento en especial?

Entrevistado: Hicieron visitas a diferentes campos ganaderos/agrícolas.

6) *Investigador:* ¿ustedes están interesados en hacer turismo receptivo en un futuro?

Entrevistado: y en realidad como nosotros canalizamos todo por COOVAECO Rosario, no lo hemos considerado, pero si por ahí alguien tiene un propuesta o proyecto por ejemplo, de cabañas en la isla, nosotros estamos abierto a escuchar, y se lo ofrece a COOVAECO Rosario, que tienen su gente de turismo receptivo y se lo puede ofrecer!

7) *Investigador:* COOVAECO Rosario sería el operador mayorista?

Entrevistado: No!, las dos somos agencias!

8) *Investigador:* y además de Rosario, ¿hay alguna otra agencia en otro lugar?

Entrevistado: Sí!, Córdoba y Buenos Aires, pero Rosario es nuestra Casa Central, se canaliza todo en Rosario.

9) *Investigador:* ¿todo socio de la U.A.A. hace un aporte a COOVAECO?

Entrevistado: no, cualquier persona en particular puede contratar nuestros servicios, sólo que los socios tienen otros beneficios que por ahí las demás personas no tienen; en ocasiones se le hacen más cuotas y se le debita de su cuenta, algunos terminan de pagar, la mayoría de la gente tiene que pagar todo viaje un mes antes de la estadía.

Yo considero que la zona está capacitada para hacer algún tipo de proyecto, yo creo que hay mercado para explotar acá!

10) *Investigador:* Ustedes al estar muy vinculado con los productores podrían explotar lo que sería el turismo rural, tiene más facilidad para coordinar visitas a diferentes establecimientos!

Entrevistado: Bueno, nosotros turismo rural hacemos! Por ejemplo, el año pasado se hizo un viaje a visitar todos los campos ganaderos de Paraguay, también a Brasil; y bueno, acá los grupos de las juventudes recorren Rosario y esos lugares. También se organizaron viajes técnicos a China, la India, Alemania, Bélgica, entre otros lugares.

11) *Investigador:* Ustedes, ¿con qué destinos están trabajando?

Entrevistado: Con diversos destinos, pero en gran medida Brasil, Caribe... No trabajamos mucho con lo nacional, porque nuestras salidas no son desde acá, son de Santa Fe o Rosario.

12) *Investigador:* ¿tienen conexión con otras agencias de acá? ¿Trabajan en algún proyecto en comun?

Entrevistado: No!

13) *Investigador:* ¿tampoco integran algún tipo de Comisión de Turismo?

Entrevistado: No! No, a parte no sé qué beneficios nos traería a nosotros pertenecer a la Comisión... Y como nosotros canalizamos casi todo con COOVAECO Rosario...

14) *Investigador:* quizás faltaría demostrarle a COOVAECO Rosario el mercado potencial que tendría acá y cómo lo podrían explotar! No?

Entrevistado: Sí, en realidad ellos ya lo saben porque han venido varias veces acá! Además hay mucha gente acá que es agrícola y ganadera, además tenemos el puerto... también visitas a campo... Por ahí hay personas que viven en otros lugares, otras realidades, y vos los traes acá y se sorprenden de tantos extranjeros! Por ahí van de casa, de pesca, eso en otros lugares no siempre lo tienen.

15) *Investigador:* en cuanto al turismo local, ustedes, ¿consideran que los municipios promueven el desarrollo del mismo?

Entrevistado: la verdad no sabría que decirte! Yo creo que se hace, pero falta mucha infraestructura, mucha educación, muchas cosas; pero yo creo que algunas cosas se van haciendo pero lleva su tiempo.

Entrevista Agencia 5:

- 1) *Investigador:* ¿Ha recibido o recibe contingentes turistas? ¿Hacen turismo receptivo?

Entrevistado: No, no hacemos turismo receptivo.

- 2) *Investigador:* ¿Por qué?

Entrevistado: Porque no creo que la zona este desarrollada todavía como para traer contingentes a la zona. No creo que tengamos desarrollo en la zona para hacer eso.

- 3) *Investigador:* ¿Cómo crees que se puede desarrollar el turismo local?

Entrevistado: Con inversión privada, adecuando, viendo los fuertes de la zona en cuanto a turismo y desarrollándolo pero siempre de manera privada, nada público porque no funciona el turismo público.

- 4) *Investigador:* Desde el municipio, ¿cómo es el apoyo o la articulación con el gobierno sobre turismo?

Entrevistado: Y yo creo que el municipio intenta desarrollar algunos aspectos del turismo, ellos organizan lo que es las comparsas, la pesca del surubí, es un turismo que es dos días al año, no es que es un turismo desarrollado para mantener una línea de clientes o de pasajeros durante el año. Fíjate tenés dos o tres días al año, la pesca de surubí y también es una vez al año que ahora se está haciendo lo del rally, pero no es algo sostenido en el tiempo, es un año y no sabes si se hace el próximo, salvo la pesca. Por eso no creo que lo que sea estatal sirva para un desarrollo sostenido del turismo en la zona.

- 5) *Investigador:* ¿Qué recursos pensás que no están siendo explotados en la región?

Entrevistado: Todo lo que sea natural, nosotros tenemos acá un río espectacular con hermosas islas, zonas para visitar, todo lo que sea turismo natural. Tenemos el sitio jaaukanigas pero no hay un desarrollo, los únicos que intentan desarrollar es lo público pero mi concepto es que lo público siempre funciona a tiraje a pocos presupuesto, todo a que muy a la fuerza y un turismo bueno sostenido en el tiempo necesita de mucha inversión de una y no estar así a las pujas.

- 6) *Investigador:* En la agencia, existe algún paquete que haga algún recorrido por la zona?

Entrevistado: No, no se ofrece, nosotros solo hacemos turismo emisivo, no recibimos nada.

Entrevista Agencia 6:

1) *Investigador:* ¿realizan turismo receptivo?

Entrevistado: nosotros no hacemos turismo receptivo, sí contratamos directamente operadores, el operador sería un mayorista, un intermediario entre el hotel y nosotros, y ellos sí trabajan con el receptivo; las casas mayores están en Rosario, Santa Fe, Córdoba, Buenos Aires.

2) *Investigador:* en cuanto al turismo emisivo, ¿con qué destinos están trabajando?

Entrevistado: y lo que más se vende es Brasil y el Caribe, y también Europa, pero ese sería el fuerte! Pero armamos diversos destinos!

3) *Investigador:* ¿ustedes tienen pensado traer turistas a conocer la región?

Entrevistado: No!

4) *Investigador:* ¿ustedes integran la Comisión de Turismo?

Entrevistado: No! Lo que pasa que nosotros no trabajamos con el turismo local, no tenemos bus, porque nosotros hacemos viajes individuales, porque tampoco trabajamos mucho con viajes grupales para el exterior u algún otro lugar pero siempre con algún operador de algún otro lado!

5) *Investigador:* ¿ustedes están al tanto de la Comisión de turismo?

Entrevistado: sí, estamos al tanto pero no formamos parte!

6) *Investigador:* ¿cómo piensan que se podría desarrollar el turismo local? Creando más oferta turística, generando más conciencia, facilitando la información, desde la acción gubernamental?

Entrevistado: yo creo que es un poco de todo pero más de la última! Para mí también falta infraestructura, hay que invertir más, en el puerto por ejemplo, el Camping Municipal, que esté en mejores condiciones! Falta inversión y promocionar, porque vos siempre ves en los grandes operadores cuando ofrecen los destinos del Norte del país, nunca figura el Norte de Santa Fe!

7) *Investigador:* ¿o sea que ustedes consideran que existen recurso turísticos en la región que se podrían explotar?

Entrevistado: yo creo que sí, por ejemplo, el Jaaukanigás, en Villa Ocampo hay un proyecto también para explotar el puerto y hacer ecoturismo, pero eso quedó en nada! Hay lugares que por ejemplo vos pagás y te llevan a pescar, en este lugar no se hace eso, no existe el guía de pesca!

8) *Investigador:* ¿considerás que en la región hace falta más lugares de recreación para los fines de semana, no sólo para turistas de afuera sino también para personas locales? Por ejemplo, que las personas locales puedan elegir hacer kayak, cabalgatas, zafarí fotográfico, entre otras cosas...

Entrevistado: Yo soy de Villa Ocampo y por eso te hablo de Ocampo! En Ocampo por ejemplo, no hay nada de esa parte turística, ni siquiera hay plazas para que las personas vayan el fin de semana! Pero acá si hay para hacer kayak, pero cabalgata no!

- 9) *Investigador:* ¿ustedes en algún momento hicieron un análisis de cómo se beneficiarían trayendo turistas de afuera acá?

Entrevistado: No! Nunca se habló del tema! Lo que pasa que esto empezó como un hobby del turismo, pero siempre nos dedicamos al turismo internacional o nacional!

- 10) *Investigadores:* ustedes al trabajar con los operadores, ¿tienen ya esa conexión establecida para el caso que decidan traer a turistas de afuera a conocer la región?

Entrevistado: no, porque no hay opciones! Porque hoteles acá muchas opciones no hay, y los hoteles que hay tampoco están equipados para que se queden tantos días o las actividades que ofrecerles, es complicado! La gente está acostumbrada a ir a un hotel y quiere que tenga todos los servicios: comedor, pileta, gimnasio, quiere todo ahí y en el momento!

- 11) *Investigador:* yo en lo personal considero que acá hay mucho por ofrecer, pero para eso primero nosotros mismos tenemos que conocer lo que tenemos, porque hay mucha gente de la región que ni siquiera sabe lo que es el Jaaukanigás!

Entrevistado: la verdad que no, no se promociona tampoco eso! Falta mucha publicidad, propaganda! No hay mucho interés en hacerlo, no sólo desde el Municipio, sino también desde algún privado que tenga la intención de explotar eso! Por ahí lo que se podría hacer para dar a conocer el Jaaukanigás, que las escuelas vayan y hagan visitas al lugar así se informan; por ahí las agencias que tienen colectivos, trafics, se podrían encargar de hacer esas excursiones, porque nosotros tampoco contamos con los recursos suficientes para hacerlo!

1.2. Hoteles

Entrevista Propietario Hotel 1:

- 1) *Investigador:* ¿hacen turismo receptivo?

Entrevistado: muy poco, la hotelería que nosotros hacemos es más ejecutiva que turística; turismo receptivo es ínfimo, no existe, esa es la realidad!

- 2) *Investigador:* ¿qué actividades o lugares de recreación considera que le hace falta a la región?

Entrevistado: Reconquista tiene una hotelería muy ejecutiva o comercial producto de las industrias y comercios que hay, por lo general la hotelería trabaja muy bien de martes a viernes y con una gran caída en la ocupación de lo que tiene que ver con el fin de semana, que a veces alcanza el lunes también.

Para poder hacer un diagnóstico de lo que tenemos turísticamente y lo que nos falta, primero tenemos que reconocer lo que existe, nosotros formamos parte de una Comisión de Turismo a nivel local, y reconocemos lo que está existente, tratamos de tomar conciencia de lo que existe para poder potenciarlo y vemos lo que faltaría o podría complementarse, creemos muy acertada la acción del municipio de apoyar todos los eventos y fiesta como por ejemplo, El Concurso Argentino de Pesca del Surubí, la Exposición Rural, la Estudiantina Olímpica, la Corrida Reconquista; que si bien son eventos culturales, siempre van de la mano del turismo, cultura y turismo van muy de la mano en muchas cosas. Vimos muy positivo el Rally Provincial que se hizo acá en Reconquista, eso genera un dinamismo en la economía y se ocupa plaza de hotel, se ocupa combustible, se ocupa remicerías, gastronomía, mueve todo lo que es el circuito económico de la ciudad.

En lo que creemos que nos hace falta, creo que tenemos que hacernos una autocrítica nosotros los reconquistenses, por ejemplo, explotar el puerto, explotar toda la zona de islas que nosotros tenemos, toda la Ruta 1 con pueblos más pequeños que nosotros, tienen cabañas, tiene un montón de oferta gastronómica sobre el río que nosotros no la tenemos o es muy escasa o falta modernizar. Pese a ello, tenemos que reconocer también que estamos a 12-15 km del puerto lo cual cuesta llevar la gente, pero si vos te vas un domingo a la tarde o a la siesta ves que entran más de 3.000 autos al puerto que están paseando, tomando mate y comiendo bizcochos y que no encuentran otra oferta turística en el lugar. Y lo que se puede hacer copiar lo que funciona en otros lugares, hay una Cooperativa en Avellaneda que está haciendo circuitos de turismo en un colectivo como la onda hop-on hop-off que se ven en las grandes ciudades, Reconquista y Avellaneda tiene esa posibilidad. También felicitar a los chicos del jaukanigás que hacen excursiones con kayak (Travesías E-yará) que la verdad que potencia mucho lo que es la parte turística y hay gente que viene de afuera, de localidades vecinas, a pasar un día y estamos viendo también la manera de acoplarlo con la hotelería. El Show de aviones del otro día, que si bien es de Avellaneda, no sé si es regional o no, pero trajo una cantidad de gente y movió un circuito turístico importante porque mucha gente pudo disfrutar de un vuelo, pudo hacer cosas interesantes. Hay un montón de cosas para hacer, yo pienso que también hay que aportar al automovilismo zonal.

Hablando de vuelos, formamos parte de una Comisión Local, que es la que solventa o subsidia el vuelo que hace Reconquista - Buenos Aires, nosotros creemos que pa-

ra que exista un turismo receptivo, es importante una conexión aérea, no sólo vía terrestre, sino aérea, la portuaria es por ahí un poco más difícil, porque no la tenemos en este momento, y se necesita mucha infraestructura! Reconquista cuenta con la ventaja de que tenemos una base militar, el aeropuerto está capacitado para recibir aviones de gran porte. Otra cosa que tenemos a favor, es que tenemos tres vuelos semanales ida y vuelta y eso es una ventaja, porque en lo personal, creo que hay un tipo de ciudad con vuelo y otro tipo de ciudad sin vuelo, me parece que Reconquista ingresa a esa elite de ciudades que tiene conexión aérea.

Lo que sí pienso que queda pendiente el desarrollo del Puerto Reconquista, me parece que es muy importante, tanto en la parte comercial – social, como la parte que tenga que ver con la carga – descarga de productos, porque me parece que lo que va a desarrollar toda esta etapa del Plan Belgrano, va a ser también que si bien el Plan Belgrano en su primer inicio no está proyectado que pase por Reconquista, hace muy poco estuvimos en un seminario la semana pasada, 15 días estuvimos en Resistencia, en el Seminario del Nea, solicitándole al Jefe del proyecto, que haga un ramal y venga hasta Reconquista hacia el puerto, que se proyecte esto de aquí a un par de años, como para que también nosotros tengamos nuestra salida comercial al río, que siempre la hemos tenido, y por razones de infraestructura no la tenemos.

- 3) *Investigador*: ¿cómo se puede desarrollar el turismo local? ¿Generando más oferta turística, generando más conciencia, facilitando la información, desde la acción gubernamental local?

Entrevistado: nosotros armamos una Comisión de Turismo donde están representados hoteleros, gastronómicos, agencias de viajes, hay guías de pesca, otras Cooperativas, taxistas... La idea es movilizar un poco y concientizar con lo que tiene que ver con turismo, el turista no es fiel, el turista busca siempre nuevos destinos, entonces tenemos que convencerlo para que venga una vez, y convencerlo para que vuelva a venir; muy pocos turistas repiten el destino, pero si vos atendés bien a ese turista, tenés una alta posibilidad de que te recomiende bien, o que vuelva a venir, entonces nosotros trabajamos un poco en eso, y me parece que ahí es donde se entrelaza y va de la mano con cultura, porque tenemos que hacer cultura que queremos ser un ciudad turística y esa cultura se hace en las escuelas, con los chicos, con todo el mundo; o sea, que te pregunten: “che! Adónde hay un hotel?, Acá, a dos cuadras!.. Adónde hay un comedor? Acá!” Tener esa noción de dónde podemos atender ciertas demandas que requiere el turismo...

- 4) *Investigador*: ¿ha recibido/recibe contingentes turistas? En caso de ser afirmativa, ¿cómo se conformaba ese contingente?

Entrevistado: hasta hace 15 días hubo ciclismo, que también trajo muchos ciclistas a la ciudad, nosotros creemos y confiamos que los eventos en la ciudad tienen un doble efecto: económico y promocionan a Reconquista como un destino turístico! Santa Fe empezó a hablar hace muy poco de turismo, era una provincia que no explotaba el turismo, que no tenía casino, que no tenía desarrollo para sustentar el turismo! Hoy Santa Fe empezó a hablar de turismo y empezó a incorporarse! En Rosario por ejemplo, se hace un turismo de congresos, o sea, la hotelería rosarina entendió que los fines de semana no tiene actividad –que es lo similar que está pasando acá en Reconquista- entonces empezó a explotar la realización de congresos en los fines de semana, y vos te vas un sábado a Rosario un fin de semana y te querés alojar en un hotel y no hay habitación, querés ir a comer y están repleto los come-

dores, entonces entendieron que por ahí venía la mano! Entonces, lo fundamental para mí es aprovechar y explotar los eventos que ya tenemos, porque crearlos de cero cuesta mucho! La pesca trae su gente, la rural trae su gente, también lo que tiene que ver con clubes de fútbol, cuando vienen acá a jugar delegaciones de básquet y fútbol; por lo general son colectivos y son más fáciles de organizar la logística, pero es más difícil conformarlos porque vos sabés que tienen que volver a venir, entonces, por ahí requiere una atención mayor!

- 5) *Investigador*: la gente que viene a la pesca, ¿son siempre las mismas o son caras nuevas?

Entrevistado: por lo general, de todo un poco! O sea, tenemos gente que viene siempre y que ya elige sus hoteles, y de ahí no se mueven porque ya es un ritual para ellos venir todos los años, y a veces tenemos gente nueva! Nosotros lo que solemos hacer con varias instituciones es promociones, con la Pesca del Surubí tenemos un paquete hotelero que en todos los hoteles de Reconquista vale lo mismo y lo pueden pagar hasta en tres cuotas, entonces el pescador, a esa inscripción, le acopla el costo del hotel y ya tiene todo el paquete cerrado; la organización del concurso se encarga de la venta directa y nos pasa el nombre de los vouchers con los nombres de la gente. La verdad que en ese sentido hemos logrado una afinidad y este año hemos podido vender 25 paquetes hoteleros a parte de esa gente que espera a último momento o quiere tratar directamente con el hotel; pero sí le damos el beneficio a 25 equipos, que sería entre 80-100 pescadores que ya tienen solucionado su hotelería en la ciudad.

- 6) *Investigador*: ¿ahora ya tienen todo cubierto? Con reservas?

Entrevistado: ya está todo reservado!

- 7) *Investigador*: si hoy en día llegan contingentes turistas que quieren conocer la región, ¿ustedes se encuentran capacitados y preparados para mostrarle todo lo que tenemos?

Entrevistado: es muy buena la pregunta que hacés! Somos muy autocríticos los hoteleros en eso, me parece que no estamos preparados; que somos uno de los lugares de recepción por naturaleza! Porque vos cuando te hospedás, qué es lo primero que hacés? Buscás un hotel, empezás a googlear un poquito y a decir: “este hotel me gusta, este otro no!” Y es tu casa prácticamente en el otro lugar, vos llegás a tu casa, pero no conocés la ciudad; y me parece que tenemos que hacer hincapié, foco en eso! En capacitarnos, y en poder vender a la ciudad en el buen sentido de la palabra, poder recomendarla; me parece que viene del lado de la recomendación, recomendar lugares. Esa es un poco la idea por la cual empezamos a trabajar en la Comisión de Turismo de la Ciudad de Reconquista y de ahí devinieron muchas soluciones, o por ejemplo, los chicos estos del colectivo, que es una solución para nosotros, porque nosotros los llamábamos, pactábamos un precio y ellos los llevaban a recorrer la ciudad, le muestran, le van contando la historia. Tenemos guías turísticos también que van contando un poco; o sea que por ese lado viene un poco la Comisión, pero vamos por más! Estamos desarrollando también una aplicación de celular que se llama “mi celu me guía”, que está a cargo de un chico de la Comisión, en donde vos te bajás la aplicación y te bajás a tu farmacia, policía, hoteles, toda la gastronomía de la ciudad.. y ahora él está trabajando con todo lo que tiene que ver la parte

tridimensional, y tratando de vender la ciudad a la palma de la mano, como se usa ahora, con los celulares!

- 8) *Investigador*: ¿Qué opinión merece para usted la situación que se dio hace poco de que la Nación pensaba excluir al Sitio Ramsar Jaaukanigás del Corredor Turístico y al Municipio de Reconquista junto con otras personas y representantes del gobierno de la provincia hicieron un reclamo y lograron incluir a este sitio dentro del Corredor?

Entrevistado: A mí me toca participar de una institución a nivel nacional y voy cada quince días a Buenos Aires, y a veces las decisiones se toman en Buenos Aires en una oficina, en un subsuelo, encerrados de la realidad del país en general, con cierto horario con apuros, no digo que esté bien, ni que esté mal, lo que quiero decir es que tenemos que ser autocríticos, yo soy siempre autocrítico; si nos están excluyendo es por algo, es porque nosotros no estamos haciendo la fuerza, porque así como vos me comentás, después nos quejamos cuando metimos la nota de que fue incluido nuevamente, a mí me parece que no hay mejor interés que el propio, o sea que si nosotros no vemos el interés en eso, no lo puede ver alguien por fuera! Si nosotros no valoramos lo que tenemos, no lo va a valorar alguien que no lo conoce! Entonces ese es el espíritu que le queremos dar a la Comisión, de estar unidos, de pelear todos juntos, de debatir una idea, y de llevar esa propuesta a nivel nacional. Me parece muy acertada la decisión que se tomó después de replantear y de volver a reincorporar el Sitio, porque la verdad que es hermoso, es único y a nosotros los reconquistenses y a toda la región, porque tiene que ver con toda la región, no sólo a nosotros nos beneficiaría mucho, yo diría que a todo el Norte de la Provincia de Santa Fe.

- 9) *Investigador*: veo que usted hace mucho hincapié en el trabajo integrado entre los distintos participantes del rubro para lograr desarrollar el turismo local! ¿Puede ser?

Entrevistado: a mí en lo personal y la comparto con todos los pares de la Comisión, a mí me parece que los privados siempre tenemos que articular con la parte pública, y la manera más prolija de articular con la parte pública es a través de una institución, por eso formamos la Comisión de Turismo para poder articular con lo público! Que mal hablaría de mí si yo en forma particular articulo con la Municipalidad ciertos beneficios dejando de lado a mis colegas! En cambio si yo me junto con mis colegas en una Comisión, lo puedo debatir, puedo ampliar mis ideas, podemos discutir, porque puedo estar equivocado o ellos pueden estar equivocados, pero llegar a un punto de unidad, y ese punto de unidad articularlo con la parte pública me parece que eso habla de un enriquecimiento y un valor institucional importante, y de esa manera que podemos llegar a convocar o traer más público a la Ciudad de Reconquista; obviamente tenemos la suerte o un Gobierno saludable que nos apoya y está pendiente de lo que nosotros hacemos, pero hay gente, o hay ciudades que no tienen esa solución o esa buena predisposición por la parte gubernamental; y en ese caso yo recomiendo que se junten todos los hoteleros, porque son como los chicos, cuantos más se juntan, más ruido hacen, más llama la atención de los demás! Y no soy partidario del lobby negativo, sino hacer cosas común, en positivo, construir algo en pro-actividad y sólo ese ruido va a llegar a oídos del gobierno o de las instituciones intermedias, se van a querer sumar, como todo proyecto exitoso que la gente se quiere sumar, contagia! Me parece que viene por ese lado!

10) *Investigador*: Desde la acción gubernamental dirigida al turismo local, ¿qué cambios considerás que hubo en relación al pasado y que se espera en un futuro?

Entrevistado: yo desde hace 14 años que estoy en este rubro, y estoy entre la generación antigua y la generación de los neo-jóvenes; tiene dos patas la respuesta, primero te tengo que hablar del público consumidor, que la verdad que en estos 14 años, a mí en lo personal me parece tan poco, siento que hice tan poco en estos catorce años, y sin embargo el público cambió demasiado, desde decirte que no había tarjeta de débito, que sólo había tarjeta de crédito con una máquina que no era electrónica, las reservas se hacían por teléfono y hoy tenés la posibilidad de hacer reserva en nuestro hotel por whatsapp, por booking, por páginas webs; tenemos desarrolladas aplicaciones en el celular para que vos reserves los hoteles; o sea, hoy el público, el consumidor, quiere tener todo al alcance de su mano y eso ha cambiado el mundo de una manera muy dinámica; yo me acuerdo que reservaba un hotel por recomendación e iba y me encontraba con la realidad allá, hoy la gente vé las críticas del hotel por internet, y eso es buenísimo, más allá de que sufrimos, porque nosotros tenemos que exigirnos más, es buenísimo porque si te ponés del lado del consumidor, el consumidor tiene un panorama más amplio, y me parece que ahí es donde estamos atrasados en materia tecnológica, nosotros tenemos que empezar a dar soluciones, porque si no Reconquista se va a quedar lejos o cualquier ciudad se va a quedar lejos de los potenciales que ofrece el turismo receptivo; me parece muy acertado lo de la aplicación “mi celu me guía”, en lo personal, soy muy amante de la tecnología, tengo las páginas webs, tengo las aplicaciones de ambos hoteles en el celular, o sea, me parece que por ahí viene la mano para poder interactuar; antes vos preguntabas un precio y decidías vos si querías aceptar o no, hoy el cliente busca mucho, tenés que interactuar, tenés que saber venderte; antes era pasar el precio y decir las comodidades que tenía y listo! Hoy tenés que convencerlo al cliente, saber cerrar la venta! Por ello tenemos que capacitar también a la gente que está detrás del mostrador, la recepcionista, la misma mucama tiene que saber vender la habitación! Nosotros en ambos hoteles estamos haciendo cursos de inglés y francés con el personal, que también ayuda! Me parece que es un trabajo de hormiga pero que a lo largo va ir trayendo su fruto! En lo personal, a mí me encanta capacitarme en hotelería y he ido a un montón de ferias nacionales, internacionales, y la verdad que vemos nosotros, que no estamos en el cara a cara con el cliente y después nos cuesta transmitir ese mensaje al recepcionista, a la mucama, y la verdad que es difícil también porque como es un negocio de 24hs., en ningún momento podemos cortar para capacitarnos, o sea, que es un problema el tema de la capacitación, y me parece que ahí es donde tenemos que trabajar y ahí es donde tienen que intervenir los medios digitales o las nuevas tecnologías, que nuestros empleados, que nuestro personal, que nuestro equipo de trabajo pueda capacitarse en su casa, leyendo libros, con capacitaciones on-line, porque cuesta encontrar el momento físico y exacto para capacitar a todo un público! Te hablo en la experiencia, porque en un montón de oportunidades hemos traído capacitadores, y nos morimos por querer mandar a todo el personal y no podemos, entonces tenemos que hacer dos – tres jornadas a veces, porque los turnos son tres y como para que todos puedan cumplir! Pero es cuestión de encontrarle la vuelta y me parece súper importante que el personal también esté capacitado!

11) *Investigador*: ¿usted tiene un hotel también en Vera?

Entrevistado: sí, ese hotel el titular y gerente es mi papá!

12) *Investigador*: ¿se manejan de la misma manera que lo hacen acá?

Entrevistado: sí, se maneja de la misma manera; es como una mini-cadena, trabajamos en conjunto, hay clientes que tiene que hacer la noche en Reconquista, pero tienen que visitar de día Vera, entonces se van una mañana a Vera, y vuelven 18-19hs., y en la siesta, le damos la posibilidad de que puedan hacer siesta allá al mismo precio, o sea, pagando la habitación acá, hacen siesta allá, pueden desayunar allá o al revés, muchas veces pasa que por cuestiones de que se están yendo o que tienen que hacer cosas en Vera, paran en Vera, y le damos la posibilidad de que se suministren acá un desayuno, el lobby, nosotros tenemos acá cafetería y té de cortesía 24hs., el diario, conexión a internet, conexión de Wi-fi. Inclusive gente que tiene que tomarse un vuelo tiene un leiche house, que tiene que irse más tarde y tiene la posibilidad de esperar acá o en la habitación sin cargo, por el solo hecho de que nosotros estamos apoyando el vuelo de la ciudad. Muchas cosas que se hacen en conjunto y esperamos que sigan sirviendo! Tenemos 20% de descuento en nuestros hoteles presentando el ticket del vuelo, o sea, cualquier pasajero que está viniendo de Bs. As., viene y paga un 20% menos el alojamiento.

13) *Investigador*: para cerrar, ¿nos podrías comentar un poco sobre las instalaciones que poseen? El promedio de la tarifa...

Entrevistado: entre los dos hoteles tenemos 55 habitaciones, son 33 acá y 22 allá; tenemos alrededor de 160 plazas entre los dos hoteles (la cantidad de personas que entran en cada habitación). La tarifa nuestra es en promedio es \$720 la habitación single, \$850 la habitación single confort (que es con la cama más grande, la cama King side) y \$1.200 la habitación doble; después tenemos habitación triple y cuádruple, pero lo que más se maneja es habitación single y doble. Ninguno de los dos hoteles por el momento tiene pileta, sí tenemos proyectado una construcción en uno de ellos, pero tenemos convenio con Platense Porvenir y el Club Adelante por las piletas, tenemos convenios con gimnasios locales, porque el hotel no tiene tampoco gimnasio, tenemos convenios con fuente de diversión, como por ejemplo, Strike, Cine Recite. Las entradas al cine y bowling son gratuitas, pool, hasta vouchers de comidas.

14) *Investigador*: el turismo ejecutivo, que es el que usted mencionó que es con el que trabaja mayormente, ¿hace uso de estos servicios adicionales que ofrecen?

Entrevistado: muy poco! Y mi gran duda en lo personal es si nosotros erramos en no saberlo ofrecerlo correctamente, o si ellos tienen tiempos muy acotados que no permiten a veces disfrutarlos, y prefieren descansar para estar óptimo que pasarse una siesta en la pileta lo cual lo va agotar un poco más; pero eso es algo que sinceramente lo estoy estudiando, porque se ocupa, no se ocupa tanto, nosotros lo tenemos como un servicio adicional y nos interesa que crezca también por ese lado! Una habitación de hotel contratada acá tiene servicio de desayuno continental incluido, todo lo que tiene un nivel de tres estrella superior, cama King side, Split, televisores LCD 34 pulgadas, Wi-fi total en todo el edificio con 10 megas, servicio de diario en la habitación, transporte al aeropuerto gratuito, cafetería, té, lobby-bar gratuito, o sea, cualquier cliente que ingrese, incluso cualquier persona que no quiera ingresar al hotel, que viene a visitar a algún contingente, puede sentarse y tomar un café, es de cortesía; queremos armar un spa en este hotel, armar una pileta con hidro, cama solar, en el otro hotel queremos proyectar una pileta para el año que viene. O sea, eso es un poco de los servicios de lo que tenemos, y de lo que va a

venir, cocheras cubiertas para todos los vehículos, tenemos dársenas de estacionamiento para vehículos y para colectivo, cuando hay delegaciones que el colectivo es difícil de ubicarlo, nosotros hacemos que suba la dársena nuestra en toda el largo, en nuestra dársena entran dos colectivos y en el otro entra uno, o sea, que tranquilamente podemos ocupar la capacidad total del hotel, 120 plazas, dos colectivos que es lo que tiene más o menos este hotel, y 60 plazas, un colectivo, que es lo que tiene aquél; o sea, que tranquilamente podemos llenar el hotel con esos dos y tenemos el estacionamiento para los vehículos. También tenemos salón de conferencia.

Entrevista Propietaria Hotel 2 y Pdte. Comisión Turismo Reconquista

- 1) *Investigador:* ¿Qué actividades o lugares de recreación considera que le hace falta a la región o la zona para pasar los fines de semana, porque las personas elijen irse afuera y no quedarse en la ciudad?

Entrevistado: Bueno, en realidad falta mucho lo que es infraestructura hotelera al lado del rio, pienso yo que es el factor primordial por el cual mucha gente no elige venir a Reconquista. Una buena propuesta de restoranes también que puede ser al lado del rio y después un poco de infraestructura de lo que sea la parte publica estamos re desconectados, si bien ahora tenemos una avión pero nada más que hay tres veces por semana y es un avión muy chico y después la parte vial también no tenemos un puente que nos una a Corrientes, que nos quedaría a un paso digamos, que la gente del otro lado venga sino que tiene que hacer 600 o 700 kilómetros si bien estamos dentro de una vía internacional como es la ruta 11 muy importante donde recibimos muchos clientes o muchos turistas que son de Brasil, o la gente de salta, o del sur de país lo cual el tema es que nos usan únicamente de paso porque si bien tenemos varios hoteles, tenemos restoranes, ese tipo de infraestructura, no tenemos al lado del rio buenas instalaciones, como sabrás tenemos en este momento un puerto deportivo que hace 10 años que se lo ha hecho y después no se ha invertido más en nada digamos, tenemos solamente un pedacito de costanera para poder caminar, unos techitos para poder estar sentado y eso es lo único que se hizo, yo considero que falta.

Pero bueno, miremos la parte positiva tenemos muchos recursos naturales que son muy potables, de hecho tenemos el sitio Ramsar Jaaukanigas que es espectacular, donde bueno tenemos un espejo de agua como el Paraná, que la gente que viene de afuera, todos los extranjeros que vienen de afuera quedan asombrados por la inmensidad del Rio, y bueno después otra cosa que falta mucho es la concientización de la ciudadanía, sobre todo de la zona, para que entienda lo que es el turismo y la importancia que tiene el turismo de como una industria, como recursos económicos como para obtener recursos.

- 2) *Investigador:* ¿Cómo cree que se puede desarrollar el turismo local?

Entrevistado: Bueno en realidad hay, ya existen varios circuitos para poder hacer acá en reconquista, el tema es que por ahí falta un poco más de promoción, porque tenemos muchos chicos que hicieron el tema de guía turístico que inclusive en este último congreso que hubo de abuelos que fue la semana pasada se los ha contratado a todos para acompañar a los abuelos para hacer los circuitos turísticos que hay acá en Reconquista para llevarlos al puerto, para recorrer digamos la zona o sea que hay que promocionar, hay varios circuitos: tenemos el circuito histórico donde están los museos.

- 3) *Investigador:* ¿Me podría comentar de qué se tratan los circuitos?

Entrevistado: Los circuitos que tenemos son, la parte histórica que es los puntos de los diferentes museos que hay acá en Reconquista, el arqueológico, el municipal que está en la Estación y después tenés todos los que son los monumentos que se conocen acá en Reconquista donde se hace una parada en cada uno explicando la historia y después también los establecimientos, como pueden ser la casa de Gasparini que es un hito acá en Reconquista donde se les para se les muestra, se les explica la arquitectura, un poco la historia, se hace la recorrida por las distintas iglesias

que tenemos que son capillas hay alguna que son como la catedral, y es un poquito todo lo que digamos tenemos acá en reconquista y otra cosa que es nuevo que se está implementando es el colectivo ecoturismo que se llama, es un colectivo que esta partido a la mitad que no tiene techo, ahora creo que ya tiene la habilitación municipal para poder empezar a funcionar y bueno ahora que empieza la época linda yo creo que va a tener salidas los fines de semana desde la plaza y va a tener un circuito también en Reconquista, inclusive circuitos para ir a avellaneda y hasta el puerto.

4) *Investigador:* ¿Quién está a cargo?

Entrevistado: La empresa creo que de un señor, me parece Nardelli es el dueño.

5) *Investigador:* ¿De la ciudad de Reconquista o Avellaneda?

Entrevistado: De acá, de Reconquista!

6) *Investigador:* Hablábamos de los recursos que tiene la zona para explotar, ¿cuál crees que no están siendo explotados ahora y que se podrían explotar con más intensidad? Por ejemplo el Jaaukanigas, travesías en kayak, etc.

Entrevistado: Tenés los chicos, los guías de pesca que te ofrecen el servicio, la posibilidad del que no tenga lancha, hacer uso del Rio, pero bueno es todavía costoso, un grupo de cuatro o cinco alquilen un guía de pesca para que los lleve a pasear, es un costo alto todavía, debería ser un servicio que sea más económico para que la gente normal, de menos recursos o nivel medio pueda acceder. Bueno otra cosa que vos podes poner es algo negativo es la llegada al puerto, estamos a 15 kilómetros, si vos no contás con un medio de transporte no podes hacerlo, me entendés? Y el transporte público también es muy escaso, hay una sola empresa que va por hora no es que hay un fluido contante pero bueno son cosas para ir mejorando.

7) *Investigador:* Me comentó que recibió el fin de semana pasado un grupo de abuelos, ¿qué tipo de contingentes turistas reciben acá en el hotel?

Entrevistado: En el hotel se recibe para hacer por ejemplo este año y el año pasado, abogados, odontólogos, ingenieros y abuelos que hacen los congresos, por ejemplo el año pasado los médicos hicieron uno en el que vino mucha gente de tres o cuatro noches donde hacen el congreso y a la vez se le contrata algún servicio para ir al Rio, que no todos lo quieren por eso no todos lo pagan. Y después mucha gente que viene hacer deportes, todos los eventos como la corrida, el torneo de futbol infantil, que vienen los padres, entonces vos lo podes captar para hacer algún tipo de turismo, muchos piensan que es ir a recorrer lugares pero porque no podes organizarles para ir a jugar al bowling, una noche como hacen en España “Madrid de Noche” o “Madrid de tapas”, entonces salís a recorrer los diferentes bares de Reconquista, que acá en reconquista tenemos muchos bares.

8) *Investigador:* ¿Tiene algún convenio, algo programado para ofrecer?

Entrevistado: No, no, yo te explico yo estoy trabajando dentro de la Comisión de Turismo del Centro Industrial y Comercial que somos privados nada más, hace un año y unos meses que empezamos a funcionar. Pero nos cuesta horrores juntar a los privados para que se sumen y nos digan que es lo que se puede ofrecer, entendés porque nadie le pide que den nada gratis porque somos privados, o sea nadie pretende que nos den gratis las cosas, pero bueno para ponernos todos de acuerdo, recién ahora con los hoteleros estamos poniéndonos de acuerdo respecto de las tarifas

para hacer los eventos esas cosas que logramos, pero porque estamos comprometidos con la comisión digamos, hay algunos que ni van, ni les interesa, le pedimos los precios no nos dan, o sea es complicado! Y más cuando, que se yo no sé si son celos o que es lo que es, porque al final la idea es que sea un derrame, un día te puedo tocar a vos, otro a mí, pero bueno hay mucha gente que es sensible para trabajarla, y nos cuesta horrores como te decía invitarlos a participar, la gente de Strike, Pagano, que se yo, Che-roga, todos los negocios que están involucrados en turismo, como para decir, este año hicimos 3 capacitaciones y no pasamos el cupo de 8 o 10 personas y somos 5 de la comisión y 3 de afuera, o empleados míos que yo les pago para que vayan a las capacitaciones y no entiendo porque. Se ve que no lo ven digo yo, que es el negocio turístico, pero bueno... Por ahí lo importante es que hay muchas cosas por hacer pero se necesita el compromiso de los actores privados para poder hacerlo porque si no, por ejemplo un paquete turístico es decir, por ahí mucho lo que piensa es la gente que venga de afuera a Reconquista, pero porque no hacer un turismo con la gente local o con la gente de Avellaneda que venga a Reconquista, no precisamente tiene que dormir o tiene que consumir un hotel o un restorán para ser turista digamos, porque no puede venir, dar una vueltita en el colectivo, jugar una linda línea de bowling y se termina, o sea esa es otra forma de turismo. Hay miles de opciones el tema es que todos estamos intentando hacer diferentes opciones pero bueno para poder promocionarlo las radios te exigen plata. Todo significa recursos y nosotros no lo tenemos.

- 9) *Investigador:* Hablamos de los contingentes como lo abuelos el fin de semana, ¿De qué lugares vienen?

Entrevistado: Tenemos gente de Mendoza, de Santiago del Estero, vino una delegación de La Pampa, generalmente estas delegaciones vienen a pasar en Reconquista 2 o 3 días, porque tienen algún congreso, pero también después nosotros tenemos contingentes que paran una noche en el hotel para después continuar viaje. De ahí tenemos de la Rioja, Mendoza que hacen mil kilómetros en un día y duermen esa noche y después tipo 8 de la mañana salen por ejemplo a las Cataratas, o Brasil y le queda más o menos de paso la ciudad. Que esos son más complicados armarles algún evento para que se queden pero que tampoco es imposible, es cuestión de más de sentarse y organizarlo con esas empresas, por ejemplo tienen de estas un día en Reconquista que puedes ofrecerle, ir al río, organizarle un almuerzo de campo con una linda arboleda, un buen asado, que canten chámame que es algo de la zona, hay muchas opciones, el tema es que hay que organizarlo para venderlo.

- 10) *Investigador:* ¿En el hotel trabajan con agencias de turismo?

Entrevistado: Si, nosotros trabajamos con un montón, sobre todo de las ciudades más grandes como Buenos Aires, Rosario y Córdoba que automáticamente las empresas grandes contratan a través de las agencias de viaje el alojamiento, por ejemplo transatlántica, el corte inglés, turismo cabal, muchas agencias que nos compran directamente a nosotros el alojamiento y ellos después se lo ven a las empresas. Y después con todos los motores de reserva que hay en internet se trabaja: tripadvisor, Booking, Despegar.com, hay varios, otro es ruta cero es de argentina del automóvil club, no se conoce no tiene mucha publicidad.

- 11) *Investigador:* ¿Con qué capacidad cuenta en el hotel? ¿Qué comodidades tiene?

Entrevistado: Nosotros tenemos 120 plazas, 60 habitaciones.

Nosotros no tenemos acá dentro del establecimiento ni el gimnasio ni la pileta no tenemos espacio físico para tenerlo pero si tenemos un convenio con el tenis club donde ellos nos ofrecen, los clientes pueden usar el gimnasio de forma gratuita a través de un voucher y la pileta tanto en verano como en invierno porque es cubierta y hasta unos meses teníamos un spa, que era una pieza un sector donde hacíamos masajes, dejo de trabajar la chica se fue a vivir a otro lado, tengo el gabinete pero no tengo personal ,que en estos momentos estoy buscando. Pero tenemos el restorán, un sector que es para conferencias que tenemos la pantalla más el proyecto y unos paneles para cerrar, acá se hacen desayunos o almuerzos de trabajo, cena privada, presentación de productos, o la usan para vender zapatos, ropa de temporada.

12) *Investigador*: Independiente de contratar el hotel, ¿uno puede venir a desayunar o almorzar?

Entrevistado: Si está abierto al público el bar de desayuno como almuerzo, por ejemplo las chicas de natura cada 2 o 3 meses cuando sacan promociones contratan únicamente la sala de conferencias. Hasta 30 personas entran en la sala de conferencias, sonido, pantalla y proyector.

13) *Investigador*: ¿Cómo se cobra el servicio?

Entrevistado: Nosotros tenemos, la tarifa es diaria, con desayuno incluido, cochera, gimnasio y pileta incluida en la tarifa. No esta implementado la media pensión o pensión completa.

14) *Investigador*: ¿Qué importe tienen las tarifas?

Entrevistado: Tenés desde las singles que van en \$890 más o menos entre \$1200 y \$1400 las dobles. La diferencia está entre los estándares y superiores es que una tienen caja fuerte, frigo bar y las camas King. Las estándares no tienen caja fuerte, frigo bar ni cama King.

15) *Investigador*: ¿Cómo ve el desarrollo del turismo en el futuro estando en la comisión?

Entrevistado: Hay mucho para hacer, se está empezando a trabajar. Lo bueno es que a nivel privado hace más o menos un año que se pudo formar la comisión de turismo que depende del centro industrial y comercial, pero como comentaba antes nos cuesta horrores juntar a los privados que se sumen al proyecto para poder generar lo que es la actividad turista real por parte del gobierno municipal, este chico Matías Bournisset está trabajando con nosotros en la comisión de turismo así que es más fácil poder llegar y poder plantear los inconvenientes y además colaboran muchísimo con respecto a las capacitaciones. Nosotros dependemos de la CAME (Cámara argentina de comercio de la pequeña y mediana empresa) y ellos nos bancan mucho respecto de las capacitaciones, como comentaba antes hicimos mucha difusión de las capacitaciones pero es imposible juntar personas. No sé si es que no la ven o no les interesa. Pero bueno hay mucho por hacer.

Con la Comisión estamos abocados a lo que es la pesca del surubí, porque colaboramos también con el Municipio con la organización de la pesca porque es un evento turístico muy importante para la zona, colaboramos con la organización del patio de comidas para ese día, que ya el año pasado habíamos hecho lo mismo y estuvo muy buena fue una intervención muy buena. Así que este año nos animamos y volvimos hacerla.

16) *Investigador*: ¿Hace cuánto se dedica al rubro?

Entrevistado: Hace 27 años!

17) *Investigador*: ¿Usted ve un cambio en el sentido del pensamiento de los dirigentes políticos en acciones gubernamentales?

Entrevistado: No como debería hacerlo porque no hay recursos, no hay decisión política para hacerlo, pero por ejemplo hace 4 o 5 años atrás se bajaron programas de Nación a la Provincia de Santa Fe y la Provincia junto con el municipio organizaron varios cursos que son capacitaciones para los hoteles, para todo lo que sea de la parte turística, el primer curso que se hizo fue el SIGO, que es un sistema integral para todos lo que sean proyectos turístico donde hubo la incipiente participación de muchos privados, nosotros tenemos a vista el cartel de que aprobamos el curso y este año se hizo un curso que se llama Directrices medio ambientales de turismo, como uno hotel o el restorán puede colaborar con el medio ambiente, y también si vos hubieses visto empezamos 20 y el ultimo día éramos 5. Estuvo muy interesante, muy bueno si vos decís que es lo que puede hacer el hotel, podés hacer mucho por el medio ambiente, desde cuidar el agua, usando productos que sean biodegradables, pidiendo a los clientes que en vez de cambiarle la toalla todos los días se las cambies cada día por medio entonces vos ahorrás el agua, son todas directrices que vos podés implementar como mínimo para colaborar con medio ambiente, pero bueno eso es formular un proyecto para presentar y te van evaluando que es lo que pudiste implementar y que no y te dan una calificación. Que también son cosas positivas porque uno puede empezar hablar de un municipio amigable con el medio ambiente, por lo tanto estas cosas son las que van vendiendo al largo plazo y para tener una imagen como municipio y como ciudad también.

Entrevista Hotel 3

- 1) *Investigador:* ¿Qué actividades o lugares de recreación cree que le falta a la región los fines de semana?

Entrevistado: Reconquista, a la gente que viene de afuera le gusta porque hay muchas cosas que capaz la gente que vive acá no las ve, pero acá hay mucha vida nocturna que en muchas ciudades no hay!, pero sí falta infraestructura y también inversionistas o gente que quiera trabajar en turismo, eso está faltando también! No hay muchos que apuestan al turismo porque no lo ven como un negocio!

- 2) *Investigador:* ¿Cuándo habla de infraestructura a que se refiere?

Entrevistado: Alguien que ponga un lugar donde se pueda poner una cabaña, lugares donde vos puedas ir alquilar una cabaña acá no hay! Después, lo que a mi criterio le corresponde al Estado, caminos, en el puerto la costanera que no está terminada, cosas así! Por ahí está el privado para hacer alguna inversión quiere que la actividad le devuelva la inversión y ganar, por ahí el Estado no lo apoya en el sentido que le facilite el camino para que haga la inversión, por ahí al contrario se pone socio del privado y quiere ganar más que el privado!, o sea, hablando en inversiones para infraestructura, el que tiene que ganar es el privado, es que da laburo y el Estado no tendría que pensar en ganancias, tendría que pensar en seguir desarrollando!

- 3) *Investigador:* ¿Cómo se puede desarrollar el turismo local, generando más oferta turística, generando más conciencia, facilitando la información, de la acción gubernamental local?

Entrevistado: Tienen que participar los dos, parte del gobierno y la parte privada y también la concientización porque también no hay gente que lo ve a reconquista como un lugar turístico, el único que lo ve como un lugar turístico es el que viene de afuera y a veces se va desilusionado porque los mismo locales no lo vemos como un lugar turístico, pero es una ciudad linda, la gente que viene de afuera dice eso! Pero el turismo es algo que lo empezaron a ver como un negocio ahora, yo tomo como ejemplo Tailandia, es un país que apostó todo al turismo y es un país muy pobre y hace 5 años no lo veías por ningún lado!, hoy es uno de los destino turísticos que le buscaron la vuelta con los costos, los lugares y están saliendo de la miseria con el turismo, y hay otros países que se están viniendo para atrás, se durmieron en los laureles! Pero nosotros acá tenemos!, lo principal acá que tenemos que aprovechar es la fauna, el río todo lo que son las islas, porque hay gente que le encanta, acá vienen muchos pescadores y hay pocos guías, por ahí falta formalizar más el trabajo y menos todavía hay que te hagan factura, que tengan seguro todo eso! Yo estoy en la Comisión de Turismo del Centro Industrial y Comercial también.

No estamos bien parados, pero para que arranque eso, la parte gubernamental, tiene que dar facilidades para que el privado haga su negocio y de laburo, dos cosas importantes. Se mueven los comedores, se mueven los hoteles... no contaminas nada, es algo que no tenés ningún desgaste!

- 4) *Investigador:* ¿Cómo están organizados para la pesca del surubí?

Entrevistado: Tenemos reservas, todos los hoteles! Tengo unas piezas que se las doy a la Comisión, tengo reservas hechas y te reservás piezas para clientes que vienen siempre, pero están todo cubierto! Pero a reconquista para esa fecha le faltan lugares en hoteles!

- 5) *Investigador*: En cuanto al gobierno local ¿cómo ve las acciones que se llevan adelante en relación al turismo? ¿Hay progreso?

Entrevistado: Yo lo veo trancado, se va haciendo muy despacito, tendría que moverse más ágil! De por si el gobierno municipal, es flexible todo, el problema es el gobierno provincial y nacional, no existimos para ellos! No puede ser que no tengamos una autopista, una autovía, mejores ingresos, obras que le corresponden a la provincia, el dragado del río. Esta todo frenado y somos poquitos todavía, va creciendo la cantidad de gente y algún día nos meterán en obras, algo que mejore, el turista quiere ver desarrollo, estamos trancados por el gobierno provincial! El turista quiere ver iluminación, un buen puerto, obras, las rutas, comercio, está muy concentrado también no tenés un centro grande tenés un centro chiquito, y hay otras ciudades con la misma capacidad de habitantes y tienen otro centro, una ciudad media exótica reconquista.

- 6) *Investigador*: ¿Usted ha recibido o recibe contingentes turistas?

Entrevistado: Si yo recibo, a veces vienen de grupos de Tucumán, viene a pescar de Córdoba de rosario, de buenos aires, a veces viene un grupo de pescadores de 4, 6 u 8. O son las menos un colectivo de 20 personas, la mayoría a pescar. Pero después el porcentaje más grande son de viajantes, los que vienen a vender. En realidad el hotel labura bien en la semana que el fin de semana. Los feriados si no hay algún evento, está vacío el hotel; los hoteles que se benefician son los hoteles que están en ciudades turísticas, como Córdoba, Mar del Plata, Salta, Río Hondo, las Cataratas... Eso es lo que esta flojo!

- 7) *Investigador*: ¿Ustedes trabajan con alguna agencia de turismo?

Entrevistado: Hay dos o tres que tenemos de Buenos Aires que nos mandan gente, hay algunas de turismo y otras que gestionan el alojamiento.

- 8) *Investigador*: ¿Trabajan con booking o despegar?

Entrevistado: No con eso no!, si tenemos una página! Pero ahora no, en eso estamos verdes!, nos falta un montón de cosas!

- 9) *Investigador*: ¿Ustedes tienen alguna actividad programada para algún turista que quiera conocer la región?

Entrevistado: Nosotros como hoteleros no tenemos eso, vienen turistas acá y los mando a lugares, trato de buscarle la vuelta como para que vean algo agradable, un buen comedor, ir al río, ir al centro, lo guamos, pero el turista es poco frecuente, los viajantes que vienen siempre se conocen todo!

- 10) *Investigador*: ¿Con que capacidad cuenta y con qué comodidades?

Entrevistado: Tengo 33 habitaciones, capacidad para 100 personas, 100 camas, tenemos pileta, tenemos estacionamiento, departamentos y un salón. No tengo agua corriente, de mala calidad, no hay cloacas, el teléfono, la señal del Wi-Fi es mala. En el centro el servicio debe ser mejor que acá que estamos lejos, tiene sus pro y sus contras, algunos eligen quedarse acá por el tema del estacionamiento en el centro, vienen alguno que no quieren que nadie los vea, y cosas así!

- 11) *Investigador*: ¿tiene servicio de comedor?

Entrevistado: Si tenemos comedor de lunes a jueves que comen, los fines de semana no tenemos, porque a veces no hay gente!

12) *Investigador:* ¿Tienen convenio con algún gimnasio?

Entrevistado: No, no tenemos, mandamos a unos conocido nuestros, Pileta tenemos nosotros, con quincho!

Entrevista Hotel 4

- 15) *Investigador*: Bueno, nosotras estamos haciendo una tesis de ecoturismo y a continuación y le vamos hacer unas preguntas para conocer un poco con qué tipo de turismo trabajan y que piensan sobre el ecoturismo.

Entrevistado: Ahora, estamos haciendo una capacitación del Ministerio de la Nación, por medio de la Secretaría de Turismo relacionada al cuidado del agua, de la energía... por eso en el hotel se trata de disminuir los lavados, por ejemplo, si tenés un cliente, no cambiarle la sábana y toallas todos los días, si el cliente te la deja adentro de la bañera es porque quiere que se la cambien, sino te la cuelgan en la percha... Qué beneficios tenemos nosotros a la hora de hacer esta capacitación? Ellos te publicitan, te promocionan!

- 16) *Investigador*: introduciéndonos ya en la entrevista, una de las primeras preguntas es: ¿qué consideran ustedes que le hace falta a la región en materia de turismo?

Entrevistado: Reconquista no tiene un lugar de playa, se destaca más por ser una ciudad industrial, hay mucho movimiento industrial acá, eso es lo que más se mueve en la zona, lo que es turismo muy poco, si hay gente que viene a pasar un fin de semana es porque viene con su familia, no hay un lugar para ir a pasar un fin de semana sacando el puerto, que para algunos puede quedar lejos! Acá no tenés playa, no tenés un lugar como turismo, entonces la gente opta por irse a otro lugar! Es muy difícil presentar a Reconquista como una ciudad turística, salvo visitar los pueblos aledaños que tienen mucha historia, como por ejemplo, los pueblos forestales, como Villa Ana, Flor de Oro. También he escuchado que Avellaneda hace tours abocados al turismo rural.

- 17) *Investigadores*: ¿qué tipo de personas reciben?

Entrevistador: recibimos a turistas sólo en caso de eventos, pero más que nada, viajantes que vienen a visitar empresas, visitantes médicos que visitan farmacias y demás que quedan toda la semana y vienen dos o tres veces por mes, también vienen personas que vienen a visitar a sus familiares y se quedan toda la semana y optan por los apart que tenemos, que es como estar en tu casa, porque tenés una cocina comedor, el bañito y la habitación, con todos los servicios, garaje privado, parrillero, y ellos entran y salen cuando quieren, y está bueno porque eso se vé poco en esta zona! Este mes vino gente de E.E.U.U. que vinieron a visitar a sus familias, y así como esos casos, muchos otros; vinieron rusos a trabajar y se quedaron como 20 días, que eran de la empresa SECO que está trabajando en la nueva planta transformadora que instalaron en Villa Ocampo; después también los del acueducto, proveedores de todo tipo! Y aparte de este hotel y del apart, tenemos el salón de eventos –el lodge- que es una casa quinta con una atención más personalizada, es todo verde y tenés paz total porque está alejado de todo, está por la Ruta 31. Esa quinta en su momento fue como una reserva, que tenía ñandúes y chivos; además tiene cancha de golf. Allá no tiene mucho movimiento porque no hay mucho movimiento al estar alejado de la ciudad, porque la gente busca estar cerca de la ciudad porque ahí trabaja.

18) *Investigador*: ¿cómo piensa que se puede desarrollar el turismo local? Con ofertas turísticas, acciones del municipio o gobierno provincial, generando conciencia?

Entrevistado: ahora están trabajando mucho con eso, se vé que están trabajando porque estamos haciendo esta capacitación en conjunto con los hoteleros, que están queriendo mover un poquito más el turismo en la zona, y yo creo que lo principal es la difusión de los medios, y la historia, mostrar lo que tenemos y qué podemos llegar a ofrecer, con respecto al Jaaukanigás, y los pueblos aledaños.

19) *Investigador*: me hablabas del Jaaukanigás, ¿qué recursos piensan que no están siendo explotados turísticamente en la zona?

Entrevistado: el Jaaukanigás sería uno! Después otra cosa acá es la Pesca del Surubí, que se enfocan mucho en eso acá! Yo no sé qué puede ofrecer Reconquista a parte del Jaaukanigás que es muy lindo y que sé que hay personas de acá que hacen excursiones con kayak, pero no sé qué Reconquista te puedo ofrecer, yo sé que Reconquista se destaca como ciudad industrial/comercial, ese es el fuerte de Reconquista! Yo creo que algo que va a bajar muchísimo movimiento a la zona es el desvío de la ruta!

20) *Investigador*: ¿recibe contingentes turistas?

Entrevistado: Sí, de todos tipos, tenemos desde familiares, empresas que traen contingentes completos, los que vienen a torneos de fútbol, de tenis, encuentros de abuelos; gente que viaja de Paraguay, Uruguay, Brasil, motoqueros, personas que están viajando y toman como punto medio de parada, y la ubicación es ideal porque están en el cruce de la ruta! Después también viene un español que tiene parientes acá, era de acá pero ahora está en Australia!

21) *Investigador*: ¿o sea que ustedes hacen turismo receptivo?

Entrevistado: Sí, totalmente! Es mucho el turismo familiar que hay!

22) *Investigador*: ¿y en la pesca cómo les fue?

Entrevistado: en la pesca muy bien! Estuvieron todas nuestras instalaciones ocupadas por las personas que participaban del concurso! Hará un año que arrancó el movimiento de lunes a domingo, porque antes el movimiento fuerte era de lunes a jueves, ahora últimamente hay mucho más movimiento los fines de semana! Los eventos que se están desarrollando, los torneos de fútbol, las corridas, partidos de tenis entre otros, eso está cubriendo mucho!

23) *Investigador*: ¿hay alguna época del año en la que ustedes trabajan mejor?

Entrevistado: Toda las épocas del año! Diciembre ni hablar! En vacaciones a full! De enero a enero, todo el año! Son gente que viene a trabajar, gente que está de paso, gente que viene de vacaciones!

24) *Investigador*: ¿ustedes tienen armado algún paquete de actividades para los turistas que vienen de afuera y quieren conocer la ciudad?

Entrevistado: No! Que es lo que yo le sugerí en algunas ocasiones al municipio, que si tienen alguno que nos traigan y nosotros lo ofrecemos!

25) *Investigador*: ¿ustedes trabajan con otras agencias de afuera para promocionar el hotel además de utilizar las diferentes páginas de internet para promocionarlo?

Entrevistado: No, eso no! Sí trabajamos con las diferentes páginas como Booking, Trivago, Despegar.com, Tripadvisor, google maps...

26) *Investigador:* ¿qué capacidad tiene el hotel?

Entrevistado: acá en la posada 26 habitaciones, 4 habitaciones en el lodge, y los 12 aparts! Acá tenemos habitaciones cuádruples, triples, dobles; servicio de chochera, aire acondicionado, calefacción, pileta, sala de spa, gimnasio...

1.3. Emprendedores

Entrevista Emprendedor Travesías E-Yará

- 1) *Investigador:* ¿nos podría comentar los conocimientos que tiene sobre el Jaaukanigás? ¿Qué información tenés actual? Si hay una participación de la Municipalidad... Si hay algún tipo de desarrollo... Qué actividades hay existentes más allá de Travesías E-Yará?

Entrevistado: sí, por ejemplo, lo que nosotros estamos haciendo es a través de travesías E-Yará, a través de andar en Kayak fue mi interpretación del Jaaukanigás, porque inclusive hasta me contaba pronunciar el nombre; por ejemplo, yo vengo de Corrientes donde el ícono de la naturaleza es el Iberá entre otros, pero el Iberá digamos, es el que resuena a nivel internacional, no así con el Jaaukanigás, que cuando yo comencé en el 2010, Jaaukanigás no se conocía; yo no sabía ni escribir Jaaukanigás, hasta el día de hoy lo encuentro escrito de diferentes manera en diferentes lugares. Entonces es como que marketinísticamente hablando, Jaaukanigás es complicado para inclusive googlearlo, desde el hecho que no se sabe pronunciar! Fui aprendiendo a través de David Franco que me fue enseñando algunas cosas del Jaaukanigás porque él trabajaba en Turismo.

Salió el proyecto de hacer Travesías E-Yará junto con un par de amigos y ahí empezamos a recorrer el sitio entre 5-6 amigos decíamos: “bueno, vamos a llevar gente al río porque está bueno compartir esto, mirá la cantidad de fauna y flora que hay en la zona!”, y la estrategia de ubicación de Reconquista, de llegar con asfalto hasta el puerto y desde el puerto salir tanto desde un río grande como desde un río chico, por una corriente en contra o a favor hacia el destino que vos elijas, más lagunas alrededor, estás a pocos kilómetros a la redonda, representado la cantidad de cosas que hay en el Jaaukanigás! O sea, también está la parte de islas y también la parte de de ríos internos de inundación dentro de la isla! O sea, que en diferentes épocas del año, tenés el panorama en 20 Km a la redonda, una muestras gratis de lo que es el Jaaukanigás!

Empezamos a investigar, y empezamos a hacer cursos con Carlos Etchegoyen, el del museo, y ahí empezamos a hacer cursos de guías del Jaaukanigás; hay un curso que se hace anualmente al que los fotógrafos amateurs asisten, la gente que trabaja en turismo, gente que viene de diferentes escuelas, directores de escuelas, personas interesadas, te dan un certificado, son varios guías; lo organiza Carlos Etchegoyen que convoca a diferentes exponentes de diferentes rubros: científicos, paleontólogos, antropólogos, escritos y hay un montón de cosas; el Gobierno Provincial y Local avalan el Certificado. Salió la idea de llevar a las personas al museo vivo, y no que quede la muestra solamente con las muestras de vasijas y la poca información que podés llegar a recaudar cuando pasás por el museo, y depende los guías que vos tenés es corto con respecto a lo que vos podés vivir en el Jaaukanigás con un museo vivo por ejemplo! De hecho, nosotros encontramos restos de vasijas en el lugar donde nosotros acampamos! También tenemos un lugar que se llama “Cementerio Índio” (Camino al Puerto) mal conocido con ese nombre, porque en realidad es una tierra sagrada para los abipones, donde habitaban los abipones y enterraban a sus muertos; de hecho, se consideró sagrado porque muertos de gran importancia estaban ahí, por la posición que estaban enterrados, o era un cacique o era un chamán... en esta zona estaban los abipones y mocovíes, y había tres clases de abipones: los

hombres del agua, los cazados y los sedentarios. Y es una tierra bastante alta y la inundación no llega ahí, llega muy rara vez cuando está bastante alto! Bueno, después empezamos a recorrer el Jaaukanigás con las diferentes travesías, desde Las Toscas, desde el Puerto Piracuacito por el Paraná, entrando en el Arroyo Minelli llegando hasta Las Toscas, donde vos tenés 4 curvas hermosas, tenés Ríos en Galería, porque se cierra toda la parte de arriba, es un saucedal hermoso, en donde ciertas épocas del año es como que largan sus semillitas, y a la tarde que es justamente cuando las larga, hay como una pluma de semillitas que son como plumitas que van cayendo despacito en el Río, y a la tarde, entra el sol entre los sauces, entonces las plumitas, es como que se ilumina y se apaga, es como unas luces que van cayendo y se arma una alfombra en el río de esa plumitas; eso lo recorrimos en la quietud del kayak, eso no se puede recorrer en lancha, o sea, lo podés hacer, pero eso no lo vas a disfrutar ni a gancho con el ruido del motor, nada que ver con el ruido del motor! Crearía una contaminación ambiental con el ruido del motor, porque si por ejemplo en humo espanta a las abejas, el ruido del motor también espanta a otras especies, o sea, que para mí la contaminación auditiva, habría que verla; yo creo que en algún momentos, ciertos lugares, van a tener que restringir el acceso de lanchas! Cuando vos te vas en un kayak y adelante te vas con una lancha de apoyo y sentís el olor a combustible y el ruido, no lo disfrutás tanto como cuando te vas sin lancha de apoyo y sin ruido. Resumiendo, hicimos Puerto Piracuacito, Las Toscas, dormimos en Las Toscas en el Pato Cuá, y después del Pato Cuá, a Villa Ocampo. En ese lugar, cabe destacar que la Secretaría de Turismo de ambas ciudades, y también estaba El Rabón, nos atendieron de lujo, se preocupan en serio de la difusión del Sitio Ramsar Jaaukanigás! Pero en serio, invierten! Acá no se maneja muy bien el turismo, porque no cuentan con presupuesto propio! En cambio la Secretaría de Deporte sí cuenta con recursos propios! Nosotros tenemos que gestionar un montón de cosas por Secretaría de Deporte y Recreación!

2) *Investigador*: ¿Cómo Travesías E-Yará?

Entrevistado: Como Travesías E-Yará! Nos dieron mucha mano, pero estaban limitados por la acción! Muchas veces quisimos formarnos como Cooperativa, pero son muy engorrosos, dan muchas vueltas para formar una Cooperativa! Creo que debe tener ciertos papeles, pero se podría hacer mucho más fácil; y eso depende de políticas, y realmente necesitamos! Hay un montón de proyectos y a nosotros se nos ocurrió 20.000 proyectos, pero nosotros no vivimos de las travesías, cada uno su trabajo, a esto lo hacemos por hobby, y hay gente que se aprovecha de que hay otras personas que hacen esto por hobby y toman esas ideas para presentar un proyecto y sacar plata y después nunca más lo hacen al proyecto! De ahí viene un poco la actitud mezquina de no compartir ciertas cosas, es como ofensivo también si se quiere, el que vos tenga todas las ideas, y otro las utilice y no las lleve a cabo, que las utilice, pero que las lleve a cabo, no que saque provecho para sí mismo, que lo comparta con la gente! Y por ese lado viene cierto recelo y bronca y dicen: “no, porque acá no se puede, no te dan bola!”; pero es mentira, te dan bola en ciertos aspectos, es muy engorroso conseguir el dinero, porque no hay aportes o no se sabe del aporte, o no llega el aporte a quienes están haciendo las cosas o no llega eso de “mirá, che!, ustedes Travesías E-Yará pueden hacer esto, tienen éste recurso!” Porque nosotros no estamos necesitando vivir de esto, esto lo hacemos por hobby!

Y después por ejemplo, en la Pesca del Surubí, cuando estuvo el negro marino, lo tomó en serio, lo tomó en forma empresarial, de ahí es que se levanta la Pesca del

Surubí, y vió la oportunidad, porque es un visionario este tipo, por ejemplo; nosotros estábamos acampando en la isla de enfrente para ver la largada, al año siguiente nos invita a formar parte de la Comisión organizadora de la Pesca del Surubí y entramos en el Área de Ecología, y entramos como Travesías E-Yará ampliando lo que es el rubro de atracciones turísticas en la zona para la Pesca del Surubí e inventando un factor ecológico a algo que si se quiere decir, contaminante! Porque una Pesca del Surubí no le sale gratis al río, ni a las especies, ni a nadie! Tiene su costo, pero hay que hacerlo en forma progresiva, imponer, protestar, poner un cartel de “Basta ya con esto!” es imposible, imposible parar la Pesca del Surubí pero sí ampliando lo que es la oferta turística en Eco-Turismo, si podés inclusive integrar las familias cuando un Concurso del Surubí por ahí se ve manchado por el alcoholismo, la prostitución, la trata de personas y otras cosas que no vienen al caso, pero que las hay, las hay! Entonces Travesías E-Yará junto con la Secretaría de Eco-Turismo de la Pesca del Surubí, que estaba en ese entonces a cargo Ana María Cainelli –la hermana de “Pilinchi”, uno de los tres presidentes de la Comisión de la Pesca-, ella es la que está en conexión con la Comisión Ramsar Jaaukanigás a Nivel Internacional.

Hace cuatro años que venimos con el Concurso de Fotos y la Pesca del Surubí y la verdad que nos dan todo el apoyo, en más, yo creo que si nos surgen otras ideas nos van apoyar porque les dá a ellos una muy buena imagen positiva; no sólo a nivel ecológico, porque no solamente hacemos un concurso fotográfico de la zona de las islas con todas sus especies, donde mucha gente nos da una mano que son isleros o propietarios de las casas de las islas, por ejemplo, “Juanchi” Capozzolo. Después por ejemplo, le damos a los pescadores, por lancha, una bolsa de residuo en la cual tienen que traer la basura que la producen! Muchos ya la empezaron a traer y tomar conciencia que en la Pesca del Surubí ya se hace eso y por cada bolsa que traen se le dan tickets para sorteos, de los más variados! Y la gente que es de la zona, nosotros nos encargamos de buscar los premios, y eso premios, salen de las casas locales: Copetti, Chemes, Dante Tanino... Y bueno, entre nosotros también, sorteamos blanqueamiento dental, de todo! Service de moto, taller de chapa y pintura, cena en Strike y en Cine... Y también nos dan los trofeos del primero, segundo y tercer puesto del concurso fotográfico para entregar! Después de las lanchas, el tema de la basura, en un momento determinado nos juntamos con la gente que hace el Encuentro de Jeeps, con Ariel Sandrigo, y salimos camino al puerto por el correntoso a limpiar la basura, increíble la cantidad de basura que encontramos! Pero porque falta conciencia en la gente y educación! Hoy las personas van al puerto y no tienen un lugar donde dejar la basura, ni la conciencia de volver a traerla! Entonces van pescadores y un montón de gente, pero políticas que se encargue de concientizar no hay! Una idea que se me ocurre es hacer una entrada camino al corrientoso, que la veo muy factible de hacerla porque es muy barata y en esa bienvenida decir: “traé tu basura, depositala acá!” y poner un container ahí, pero a nadie se le ocurre! Yo soy dentista, no estoy en la Secretaría de Medioambiente o Deporte, pero es una idea tonta, muy batata de hacerla, queda muy bien ante el público y crea conciencia! O sea, si ellos van y se movilizan por el voto, yo creo que da una imagen positiva para que lo voten, por ejemplo! Si se movilizan por el medio ambiente, una de las mejores ideas que pueden tener! Por qué? Porque es barato! Porque no necesitás empleados para llevar, estás creando conciencia gratis! Inclusive la gente del puerto la puede hacer y le das trabajo a la gente del puerto!

3) *Investigador*: ¿Cómo surge lo de E-Yará?

Entrevistado: la idea fue surgiendo entre amigos, uno tira una propuesta, el otro tira un apoyo, el otro tira otra idea, el otro tira un formato y después lo corrige y va viendo qué es lo mejor y quedan los que tienen ganas, y los que tenían ganas éramos dos-tres, y después pensamos la factibilidad de hacerlo con esa cantidad de personas y no alcanzaba, entonces sumamos cinco y ahí empezamos a darle formato a Travesías E-Yará y con reuniones principalmente con la Secretaría de Deporte, después con la Secretaría de Turismo para ver qué se podía hacer, hablamos con el Intendente, con Prefectura, con los seguros... y después para darle el marco legal también con el tema de Cooperativas, hicimos el curso de Cooperativas, hicimos el curso de Normas SIGO, que son Normas a Nivel Nacional que imparten cursos para profesionalizar las empresas, entonces estaban todos los que brindaban servicios: hotelería, comida... un montón de gente! Y nosotros en ese momento estábamos por Club Casa y Pesca, en ese momento había en E-Yará gente que estaba en la Comisión Directiva del Club Casa y Pesca, entonces vos íbas a esos cursos y te enterabas de un montón de cosas y herramientas para profesionalizar tu rubro, pero llegamos a tal punto donde no calificamos como Club Casa y Pesca, pero como empresa E-Yará nos hacía falta formalizar!

Nosotros teníamos los kayaks para arrancar y para alquilar también, y en principio empezamos a difundirlo a través de invitaciones personales, después hicimos una página en Facebook y eran dos pasajeros que se pusieron en un piragua y éramos cinco guías alrededor diciéndole como remar y sacándole fotos. Esa fue nuestra primera experiencia, hicimos una torta frita en el lugar y estuvo muy copado porque amasaron ellos en el lugar, compartimos, nos sacamos fotos, nos reímos, hablamos del Jaaukanigás... y le empezamos a dar forma, porque ahí fueron surgiendo en terreno todas las ideas. Primero fueron dos, después fueron tres, después fueron cinco, hasta que un día llegaron “Las Mamis Voley” y cuando terminó ese recorrido nos dimos cuenta que subimos un escalón más! Y este grupo tenía algunos problemas internos, y por eso son tan importantes estas actividades, porque no sólo tienen de ecoturismo, sino también de desarrollo personal, integración, desestrés, hacés mucho cable al agua, y además el río tiene mucha analogías con la vida: hay que aprovechar los vientos y corrientes a favor, y cuando tenés corriente en contra, remar contra la corriente, después de una curva nunca sabés con lo que te vas a encontrar, vos no ves la llegada pero sabes que hay una meta, pero sin embargo sabés el camino, te enfocás... hay un montón de analogías! Lo mismo lo vimos en “Las Mamis Voley”! Por casualidad, ubicamos a dos personas que no se llevaban dentro del equipo y tenían que lograr llegar, y se entendieron por el afán de ganar, tenían un objetivo en común, dentro de otro ámbito no se llevaban, pero acá que se desentendieron de la competencia, entendieron que podían divertirse y daban mejores resultados juntos y lo mismo después lo trasladaron al vóley y solucionaron un montón de cosas!

Nosotros hicimos alrededor de 50 travesías, y a lo largo de las 50 travesías nos dimos cuenta que fuimos plasmando los sueños! En esas 50 travesías conocimos más de 700 personas con sus diferencias, gente de todas las clases y de todas las edades. Nos dimos cuenta que las personas después de las travesías se iban mejor de lo que volvieron, lo veíamos con el antes y después en las fotos en el rostro de las personas. También hemos visto la conexión entre padres e hijos, por ejemplo, de ida le hacías andar a padre e hijo en un piragua y no coordinaban, entonces intercambia-

mos los hijos con otros padres y se terminaron las discusiones, llegaban a destino, se trataban bien; había una reinterpretación de las relaciones y de celos, los hijos veían como su papá coordinaba mejor las acciones con otro y viceversa; y a la vuelta cada para se volvió junto con su hijo y se trataban mejor, además de que ya volvían con más experiencia arriba del kayak, ya se conocían entre todos, y se venían reconciliando con sus roles, era personal, y el hijo abrazando al padre... todo eso pasa en la naturaleza! Lo que nos deja esto es muy poco, son comisiones chicas, yo no vivo de esto, pero me gusta, conocés mucha gente y te entusiasma las ganas del otro de ir al río, le ponen nombre al kayak, toda una significación! Hay una chica que tenía problemas psicológicos y decidió pagar para hacer las travesías en lugar de pagar a una psicóloga y logró superar su inconveniente!

Cuando nosotros hicimos las primeras travesías, hacíamos una ronda y cada cual se presentaba y contaba lo quien era y a lo que se dedicaba; y ahí en conjunto realizamos una idea que se nos había ocurrido en un principio de hacer un Plan de Superación Personal con E-Yará, entonces hicimos ese Plan y en una salida enseñamos yoga, en otra meditación y en otra charlas sobre la resistencia al aprendizaje.

- 4) *Investigador:* ¿qué pensás sobre la acción gubernamental para promover y desarrollar el turismo local?

Entrevistado: proyectos hay muchos, y hace falta que los que están al frente de esa área, sean quienes se encarguen de formular el proyecto y defenderlo para conseguir financiamiento. Yo hago esto por hobby, y las personas no van a dejar de trabajar para hacer algo que no le deja plata porque tienen que pagar sus cuentas. Además, se trata de que el proyecto pueda tener continuidad en el tiempo, que yo le puede dejar esto a mis hijos y otra persona pueda continuar con el proyecto, o que otras personas puedas emprender lo mismo.

1.4. Organizaciones sin Fin de Lucro

Entrevista Pdte. Comisión Asociación Civil Paraná Vivo (Concurso Argentino de Pesca del Surubí con Devolución)

- 1) *Investigador:* ¿Hace cuántos años se formó? ¿Cómo fueron sus inicios? ¿Con qué objetivos se formó?

Entrevistado: el Concurso cumplió treinta años, o sea que hace aproximadamente 30 años que comenzó esto, yo estoy hace 10-12 años. Fue un grupo de personas: “Cacho” Zorzón, Medina, el óptico Sellares, el “Chaco” Valtcheef... un grupo de personas que en Goya habían echo un Concurso del Surubí y la gente de acá de Reconquista, dijeron: “tenemos que hacer un concurso nosotros también” y así se empezó el primer Concurso de Pesca del Surubí, tiene que ser 32-33 años atrás, porque nosotros cumplimos 30 Ediciones, pero hubo algunos años que por distintas causas no se llevó a cabo el Concurso! Tiene que haber sido en el '60 y algo... Hace 30 años no era esto, era un simple concurso, fue un grupo de emprendedores, las dos municipalidades, Don Carlos Fabrisín en ese entonces en el '80 y algo, porque el primer gobierno democrático habrá sido en '83, así que habrá sido en el '84, '85, '86 que empezó esto!, junto con el intendente de Avellaneda Don Delqui Scarpín, porque el concurso es auspiciado por los dos municipios, nada más que nos dan a nosotros –que nos llamamos Asociación Civil Paraná Vivo, para que organice-, a raíz de que la administración municipal para hacer cualquier cosa tiene que regirse por la ley de contabilidad municipal y los tiempos de esos son larguísimos, entonces contratan una entidad privada que somos nosotros sin fines de lucro, que está creada hace unos cuantos años y somos lo que organizamos todo. Al transcurrir el tiempo, el Concurso fue creciendo siempre manejado por las dos municipalidades, llegamos a tener hace 10 años atrás, 480 embarcaciones, fue un Concurso importante, y 500 embarcaciones, 3 personas cada uno, el movimiento que eso generaba era bastante importante! En un momento, la Dirección de Turismo de la Nación que nos daban siempre algún aporte para organizar esto, dijo: “señores no hay más pesca extractiva, si ustedes quieren seguir teniendo aporte van a tener que hacer un Concurso con devolución!”, e hicimos eso y fuimos el primer Concurso del Norte con Pesca y devolución, porque los concurso de este tipo se hacen más al Sur, en la Patagonia, con la trucha y el salmón, no se dá con este tipo de pescado de río. Lo hicimos y bajamos de 480 lanchas incriptas a 180-160, prácticamente nadie quería pescar con devolución, pero fuimos pioneros en eso, fue un buen comienzo, hoy prácticamente no hay Concurso que no sea con devolución, salvo del de la palometa o alguno de esos pescados que no sirven, pero la mayoría de los concursos son todos con devolución, salvo la variada! Fuimos el primer Concurso que se jugó, y después se dio el boom de la ecología, el medio ambiente, de cuidar los recursos, eso fue haciendo que hoy nosotros hayamos tenido 650 lanchas y Goya como 1.000 el año pasado también con pesca y devolución!

- 2) *Investigador:* ¿Qué hacen ustedes para preservar/conservar o aumentar los ejemplares de la especie del Surubí que se encuentra en disminución?

Entrevistado: y nosotros, los fundamentos de nuestra Asociación Civil es esa, de cuidar los recursos que tenemos. Y cómo podés cuidar los recursos que tenemos? Mandando un guarda parque, un guarda fauna, un cuidador y ver quién está pescando con maya! La pesca deportiva, la pesca de que vos sacás un pescadito, no

influye!, obviamente, nosotros tenemos en la región nuestra anotadas alrededor de 6.000 embarcaciones, si esas 6.000 embarcaciones desde Malabrigo hasta Villa Ocampo salen todos los fines de semana al río en distintos lugares, y en cada una de las lanchas hay 2-3 pescadores, son 18.000 pescadores que están tirando el anuelo, si cada uno de esos saca un pescadito, estamos colando al río, pero aparte a eso le sumamos los pescadores que van con maya, y no respetan absolutamente nada... hoy 31 de Octubre empezó justamente la beda del Surubí por tres meses, porque es ahora en noviembre, enero el período de desobe, pero vos vas al río y seguro vas a ver a gente que está con las mayas sacando pescados que sabe que están prohibidos! Obviamente, no sé cuántos kilómetros de río hay, no sé cómo hacés para controlar eso, tenés que tener un prefecturiano cada kilómetro del río controlando de día y de noche; o sea, que es bastante complejo si no apelamos a la responsabilidad individual de cada persona, porque que yo vaya a pescar pescados no hace a la cosa, que saque 10 surubís ahora en época de desobe, esos surubís de un metro que están llenos de huevos que son los que son los reproductores, eso sí hace daño! Que vos saques una palometa, una boga, un pescadito, no hace nada! Pero es muy difícil el tema del controles y no lo podemos hacer ni como Asociación, es un problema de la Secretaría de Medio Ambiente de la provincia, alguien tiene que controlar eso! A parte hay otro problema, está permitida la exportación de sábalo, que es el alimento del surubí y hay lugares donde se exportan sábalos muy chicos, no hay control provincial ni nacional, en más, creo que se avala que exporten porque eso cuesta muy bien en el exterior! Desde Santa Fe para acá es la zona donde más hay sábalo, y un sábalo acá para comer, si vos lo sacás en el puerto, en el puerto hay combustible de las lanchas y de las embarcaciones que dejan en el barro, y cuando chupa el barro, y tiene ese gusto de combustible que es distinto que lo sacás del Paraná grande o de algún otro lugar que no tiene mucho movimiento. Contralador, nosotros, salvo apelar en distintas charlas, que sean cuidadosos con el río, hacemos campaña por whatsapp, por facebook “cuida el pescado, devolvélo!”; pero no alcanzo con eso!

- 3) *Investigador:* Cuando ustedes habla de las embarcaciones comerciales, ¿ahí incluye también a la gente del puerto?

Entrevistado: el pescador del puerto es un pobre tipo que no tiene ni para comer, y va y pesca un surubí y le dan muy poco, cinco pesos por kilo de pescado, el tipo se levanta con frío, con calor, con mosquito, con viento, pesca, trae un hermoso surubí de 10 kilos y le dan \$20 pesos por ese surubí, después ese surubí en la góndola lo vende a ciento y pico de peso!, pero el pobre pescador comercial le dan eso, al pescador, después está también el acopiador, que es el que le da \$5 y después le termina vendiendo todas esas piezas con un valor muy superior a lo que le paga!, pero los pescadores comerciales son esos, es un tipo que sale con una canoa, remo, pero sale con una red y engancha una cantidad determinada de surubís y si le queremos echar la culpa a los pescadores comerciales nuestro, en Rosario por ejemplo, siempre se ven fotos de surubís chiquitos de la playa La Florida, y ese surubí que vos sacaste cuando lo cocinás te queda 20 gramos de carne!

- 4) *Investigador:* ¿vienen también embarcaciones de otros lugares a pescar acá?

Entrevistado: No! Desconozco, no creo que vengan, van a pescar en su zona!

- 5) *Investigador*: En todo caso, una solución a eso, sería generar otras fuentes de trabajo para que esas personas se puedan solventar no?

Entrevistado: Totalmente! ¿Qué hace ese pescador que recibe \$5 por kilo de pescado ahora del primero de noviembre al 31 de enero? No puede pescar porque está prohibido, no tiene que comer! Y hay algunos subsidios por ahí que pone el gobierno, el asunto es que hoy hay 100 pescadores comerciales inscriptos, llega el momento de la veda y van 500 a reclamar el subsidio, es complicado! No creo que el subsidio sea la solución, la solución sería reconvertirlo, entonces ese chico que es pescador comercial, y que le pagan una miseria por su trabajo, y el gobierno eso hace, los capacita para que sean guías de pesca; hoy tiene que haber 5-6 empresas que se dedican a hacer guías de pesca, pero cada guía de pesca pone la lancha, lo cual tenés que tener plata, tienen el guía, el combustible, la caña... pero el tipo que viene a pescar, pago 2.000-3.000 pesos por día para tirar la línea y sacar un pescado.

- 6) *Investigador*: ¿tiene el nombre de esas empresas que usted menciona?

Entrevistado: Sí, son las casas de pesca! Pirayú es una, hay un chico de Comizzo que tiene ese tipo de empresa, Federico Rufanach, son guías de pesca! Te llevan, te hacen pescar, te hacen la comida, por ahí te consiguen una casilla para pasar el día. Probablemente haya otros, pero tienen dos-tres lanchas cada uno, alquilan y buena plata se hacen! Y por ahí “Juan Pérez” que era desocupado o que perdió un trabajo, hizo un curso y hoy ganan linda plata!, no sé si habrá lugar para 300 pescadores comerciales, pero es una falencia de nuestro Gobierno Provincial. El Fin de Semana fue la Feria Internacional de Turismo en Buenos Aires y estuvo presente la provincia, y lo que promocionó en el lugar fue el alfajor santafesino y el chop, eso es el turismo en la provincia de Santa Fe, y el tema de esto que se moviliza con la pesca -no sólo este Concurso que es el más grande de la Provincia-, Romang, Alejandra, Elvecia, Cayastá, toda la línea costera, tienen cantidad de casillas y hay gente que va y paga y si hay esas cabañas, eso es turismo, es hotelería, es comida, es lancha, es combustible y la provincia parece que no toma dimensión eso! Estuvo el gobernador en nuestro concurso este año, en la última noche de entrega de premios, y él dio un pequeño discurso y saludos y dijo algunas cuestiones con respecto al turismo, pero en Santa Fe parece que la pesca no existe! Vos hablás en Corrientes y todo el mundo habla del Dorado, acá en Goya van 1.000 lanchas, después que se inscriben 1.000 lanchas, hay que darles de comer a todos esos pescadores de lanchas que son 3.000 personas, más la otra gente, cuando se hace la entrega de premios a la siesta! Dónde le das de comer acá en Reconquista si nosotros llegásemos a tener 1.000 lanchas? Conseguimos gracias a Dios años el angar de la Brigada Aérea que nos presta, sino el Club Adelante nos queda chico! En Goya (Corrientes) hicieron un tinglado que pagó el gobierno provincial y ahí tienen un gran salón de usos múltiples para la Pesca del Surubí u otros eventos, y nosotros eso desde la Asociación no lo podemos hacer, nosotros el año pasado sacamos \$200.000, y qué podemos hacer con eso? Acá nosotros tenemos que cortar en 650 embarcaciones porque no hay más camas, no hay más lugares que comer, hay que hacer todo un movimiento, pero ese es un movimiento que tiene que hacer el empresariado, el gobierno, nos lo piden a nosotros que no tenemos la capacidad para hacer ese tipo de cosas!

- 7) *Investigador:* ¿Realizan un estudio de impacto ambiental que genera este concurso? En caso de existir externalidades negativas, ¿realizan algún tipo de actividad para disminuir o contrarrestar este efecto?

Entrevistado: No, no estamos capacitados para eso! Provincia de Santa Fe tiene ministerio de Medio Ambiente, tiene biólogos, tienen ingenieros ambientales, ellos lo tienen que hacer! Nosotros organizamos un concurso en donde tratamos de darle movimiento a esto, tratar de informar y crear conciencia en la gente de cuidar el río y los peces! Nosotros algunos Concursos que hicimos, viene un biólogo que es de Santa Fe y anotaba las coordenadas y horario en que se pescó determinada pieza para hacer estadística acerca de a qué hora hay mayor probabilidad de pescar. Todo eso lo tiene que hacer personas especializadas en el tema, obviamente, 600 lanchas que salen al río en el mismo momento, el quilombo de ruido que deben tener los peces, no debe ser nada bueno. Nosotros sacamos 150 surubís este año que se devolvieron al río!

- 8) *Investigador:* ¿Le dan participación activa a la comunidad del Puerto en la organización del evento a fin de que los mismos puedan recaudar fondos para ganarse un dinero?

Entrevistado: todas las tareas que se hacen en el puerto se hacen con la gente del puerto! Tareas simples, elementales, nosotros tenemos hacer instalaciones eléctricas y las hace la Municipalidad, ahí no hay gente capacitada para hacerlo, pero las tareas simples como cobro de entrada, cuidado de autos, motos y baño, limpieza de baños, serenos, todo ese tipo de cosas la hacen y se le pagan! Nosotros colaboramos con la escuela! Se trata de arreglar para que por ejemplo, el ingreso más grande es el cobro de entrada porque se llevan un porcentaje! No recuerdo, pero entraron cinco mil autos a 100 pesos cada auto estamos hablando de 500.000 y ellos se llevan entre el 10-30%, obviamente se necesitan mucha gente, pero 10.000 pesos se llevan fácil, y después hay que distribuir entre un montón! A la Cooperadora de la escuela le donamos como \$20.000! Hacemos un Concurso de costa que cobramos \$100 la inscripción y toda esa inscripción se la damos a la escuela esa misma noche el día domingo, a la capilla, a la vecinal... Siempre trabajamos con esa gente, a pesar de que nunca hayan reconocido ese tipo de cosas los que están a cargo de las vecinales y Asociaciones de Pescadores por razones políticas, pero sí la gente! Pero buena plata queda en el puerto!

- 9) *Investigador:* ¿ustedes sienten que necesitarían más apoyo por parte de los municipios?

Entrevistado: este concurso es municipal, del Municipio de Reconquista y Avellaneda, quien nos dá más apoyo es el municipio de Reconquista, porque el evento se hace en Reconquista, y la gente de Avellaneda es más localista! Lo que nosotros vemos es que la comunidad no se pone la camiseta del concurso por no ven el movimiento que genera, se llena el combustible, se llenan las plazas hoteleras, se usan los comedores, los supermercados, los guías de pesca, hay gente que alquila su cabaña, su casa para ese fin de semana, los que venden carnadas, las casas de pescas... nuestro Concurso creo que mueve cerca de \$6.000.000 cada año! Otra cuestión, nosotros no podemos ir arreglar el Camping del náutico porque es una entidad privada!, el asunto que el náutico tiene como 20 socios, no podés hacer nada con eso!, los gastos que tenemos nosotros y el municipio para acondicionar un puerto que es comercial, es de Buyatti SAICA, Vicentin SAIC, de ese grupo!, y

ellos nos lo prestan, nos ceden, no nos cobran nada, pero hay que poner luces, hay que poner enchufes, arreglar los baños!, cualquier baño que vos hagas en el puerto, a los dos días lo rompieron todo y al año siguiente hay que volver a arreglarlo! En camping náutico, el baño está en pésimas condiciones, y todos los años los reacondicionamos y ponemos los baños químicos! Pero sí hay apoyo municipal, provincial, plata que es lo que necesitamos, pero si tomarían el turismo como la gran fábrica sin chimenea que mueve cantidad de plata, tendrían que darse cuenta que tienen que hacer más cosas los gobiernos y fomentar el turismo! Pareceríamos que cuando decimos: “vengan y apóyen el concurso!”, yo digo: “vengan y apóyenme a mí!”, dame plata, dame un auto!, estamos en un Sitio Ramsar, no sé cuántos Sitios Ramsar habrá en el mundo! Y otras personas en otros lugares se deben pelear para poder tener el título de Ramsar! Y acá no se toma dimensión de eso! Hay que darle manija a eso, y quien lo pueda hacer es el gobierno municipal y provincial! Nosotras tenemos una integrante de la Comisión que es Analía Cainelli, la hija de “Pilinchi” Cainelli, uno de los Presidentes de la Comisión, se empezó a contactar a nivel internacional con la Convención Ramsar a Nivel Internacional, y ellos te mandan folletería, información... Mediante esta organización, se pueden conseguir fondos para promover el Jaaukanigás, pero eso lo tienen que hacer los gobernantes!

- 10) *Investigador:* ¿Llevan estadística de la cantidad de pescadores y nacionalidad/procedencia de cada uno?

Entrevistado: Tenemos anotadas cuantas embarcaciones se anotaron: 50 de Las Toscas, 20 Malabrigo, 400 de Reconquista, 20 de Córdoba, 10 de Buenos Aires, y los internacionales normalmente, fue algún chico que está haciendo intercambio y va a pescar ese día; después hay gente que viene de algún otro lado de países limítrofes! El nuestro es un concurso más bien provincial y nacional, porque hay de varias provincias y por ahí nosotros y Goya le poníamos Concurso Internacional, pero vienen paraguayos que vienen de 500 Km y el que viene de Córdoba hace más kilómetros que el paraguayo, que el brasilero o uruguayo. Pero bueno, si hay un pescador de otro país ya el concurso es internacional.

Pero estadística, este año, creo que he visto que la Municipalidad estuvo haciendo algún tipo de relevamiento en la Expo Rural, que es lo que es lo que nosotros también dijimos que queremos hacer porque queremos saber el movimiento que genera para poder mostrarle a la ciudad! Alguna vez se hizo este tipo de estudio cuando el Concurso era extractivo, un contador hizo una simulación, y se pudo comparar la cantidad de ingreso en la región que generaba la pesca de una pieza (teniendo en cuenta todos los gastos que en promedio hacía el pescador) a comparación del ingreso que se generaba por la pesca y venta normal de ese surubí en el mercado.

La municipalidad tiene gente que podría hacerlo, nosotros estamos haciendo el Concurso y lo hacemos a honores, todo es colaboración y lo hacés porque te gusta!

- 11) *Investigador:* Como para cerrar, ¿cómo se puede desarrollar el turismo local? Generando más ofertas turísticas, generando más conciencia, facilitando la información, desde las acciones gubernamentales local?

Entrevistado: yo no podría responderte eso, creo que es lo último!, nosotros tenemos una función determinada, que tenemos que tratar de organizar un

Concurso, y si el Concurso sale bien, eso boca a boca se puede ir teniendo repercusión en otros sectores, esa persona va a comentar de que en Reconquista le fue muy bien! La noche de peña nuestra, no creo que haya un evento en el país que sea de esa magnitud, este año vinieron los chicos de Banda XXI (cordobeses) e iban a ir más que a tocar, y le dijimos que vengan un rato antes de tocar para que vean, porque después ellos mismo van a estar en un show en Río Cuarto y lo van a comentar!, y después es tratar de atender bien al pescador, que esa sí es tarea que la hacemos bien, no hay concurso que tenga la seriedad como este, que si el pescador se cayó al agua o se le rompió la lancha, tenemos un grupo de mecánico, médicos; se cuida todas esas cosas! En otros concursos se te rompió la lancha y quedaste afuera! Acá no se cierra el Concurso hasta que la última lancha no haya llegado al Puerto! La fiscalización que tenemos nosotros no hay con que darle, habremos cometido algunos errores, pero por ejemplo, en otros concurso sucedió que el Presidente del concurso ganó el concurso!, en nuestro concurso ninguno de la Comisión puede pescar!, el nivel de premios que entregamos nosotros no lo tiene ningún concurso! Los fiscales son todos a honores, se le da la nafta para la lancha que es de ellos, el aceite, una vianda para ese día y después le damos una tarjeta para que vayan a la cena o la noche de peña, eso es toda la plata que le damos, en otro lado es pago, al fiscal le dan \$2.000 por lancha! Entonces si nosotros hacemos bien nuestro trabajo, creo que esa es la mejor publicidad que podemos darle para que los pescadores que nos visitan de otro lado lo comenten! Pero lo otro es, organimos especiales, la Municipalidad y la Provincia!

12) *Investigador*: ¿Piensa que hay recurso turisticos inexplorados en la región?

Entrevistado: Por supuesto! Creo que en el nombre del Sitio Ramsar, creo que uno de los pocos ríos que se llama en galería, la belleza que tiene nuestro Paraná, nuestra zona de islas! Ustedes recuerden esto lo dice siempre “Pilinchí”, en cada reunión que hemos tenido en Santa Fe, con Nación, con la gente que está en este tema cada vez que vamos a pedir plata, en Carlos Paz, los ríos que tiene, es un hilito de agua que corre y tienen sierras, pero si uno sale a dar una vuelta en lancha, y ve los paisajes que tenemos en la zona de islas, cuando el río está bajo se ven playas, pero en Córdoba han hecho un marketing de su zona! Acá no hay ninguna casilla, un lindo complejo como para que la gente venga! Vos pasás Romang para el Norte no tenemos ningún complejo lindo además de algunas casillas!

1.5. Dirigentes Políticos Locales

Entrevista Encargado Dirección de Turismo Municipio Reconquista:

- 1) *Investigador:* ¿Qué es lo que nos podrías comentar que vienen desarrollando en esta área desde el inicio de tu gestión? ¿Qué labores haces en tu área? Desde el municipio, ¿que vienen aportando a la región para desarrollar el turismo?

Entrevistado: Bueno, vamos a ponernos un poco en plano digamos, en territorio, la dirección de turismo es una dirección ahora, antes era un área en la gestión anterior, nosotros la convertimos en una dirección de turismo que pertenece, está dentro del organigrama de la secretaria de producción, turismo y medio ambiente. Esa dirección de turismo tiene dos áreas dentro de esa dirección que es el área de promoción y difusión y la de instituciones y eventos.

Bueno, nosotros comenzamos el 10 de diciembre del 2015 como gestión y bueno llevamos a cabo varios procesos administrativos para poder regularizar todo lo que sería el organigrama de esta dirección, porque bueno al transformarse en una dirección y no en un área se compete otro presupuesto, hay otras competencias respecto de las responsabilidades que hay que tomar. Luego de hacer lo administrativo, nos pusimos a ver qué es lo que se había hecho y que es lo que había por hacer dentro de turismo, la verdad que nunca se deja de hacer cosas en turismo porque es una industria muy grande; yo soy antes que nada en la introducción, soy licenciado en turismo, tengo un posgrado en desarrollo de destinos emergentes. Y bueno hicimos un diagnóstico digamos del área, vimos en que se había avanzado y en que no y en qué era lo que teníamos que fortalecer, entonces hicimos un cuadro de fortalecimiento, un FODA (Fortaleza, oportunidad, debilidad y amenaza), vimos que teníamos que tener más capacidad de acción en los sectores privados en lo que se llama hotelería, gastronomía, agencias de viajes, guías de pesca, que encontramos muchas problemáticas adentro de esas prestadores, entonces nos pusimos a ver qué era lo necesario para capacitar a ellos para que brinden un servicio de calidad dentro de la ciudad, entonces vimos que necesitaban atención al cliente, necesitaban capacitación en marketing, marketing turístico, digital, en todo lo que es tecnología 2.0 que se le dice ahora que es una herramienta muy grande que se usa y más en el turismo que necesita para captar los visitantes y tenemos que estar actualizado en todo lo que es redes sociales, plataforma web, y todas esas herramientas que hay hoy en día.

Además de eso vimos que queríamos también ponderar la calidad de estos servidores, entonces que hicimos, hablamos con el ministerio de turismo de la nación, y bajamos un programa el cual lo estamos aplicando este año, que es una directriz de calidad de gestión medio ambiental a nivel nacional. Que quiere decir esto, son 6 meses donde se evalúan los prestadores que quieren, no es obligatorio sino una convocatoria abierta a los prestadores de reconquista que lo pudimos hacer en conjunto con avellaneda y villa Ocampo aplicando la misma directriz, es una distinción que se hace a través del ministerio de turismo en calidad medioambiental, que quiere decir hay pautas y normas que deben cumplir estos prestadores para distinguir en esa calidad. Ese programa dura 6 meses, después se evalúa y se distingue o no dependiendo si ha avanzado el prestador o no. La verdad que con gran expectativa sobre este programa, tenemos cerca de 12 servidores que están aplicando entre hote-

les, gastronómicas, guías de pesca, agencias y una empresa de transporte de avellaneda que tiene un colectivo turístico.

Con lo que respecta de manera institucional, la secretaria de producción y turismo y medio ambiente participa también de lo que es el CIM, es el Comité Intersectorial de Manejo del sitio Ramsar Jaaukanigas. ¿Quiénes integran esta comisión? Hay muchísimas instituciones, cual es el objetivo de esta institución es realizar un plan o varios planes de manejo no solamente de turismo, sino de industria, agropecuario, ganadero de como tenemos que manejar en acciones dentro del sitio Ramsar que no es poco. Es uno de los pocos comités que existen a nivel nacional que tengan esta calidad. Dentro de esos esta INCUPO, el Municipio de Reconquista, el CONICET, El Ministerio de Medio ambiente de la provincia y hay un par de asociaciones más que no recuerdo, pero bueno es grande, nos juntamos cada dos meses, y lo que queremos hacer es elaborar un plan de manejo no solamente en turismo, sino también en varios aspectos de las industrias que tiene la provincia de Santa fe, una claramente es la de turismo, gracias a dios pudimos ya elaborarlo y lo estamos ejecutando, y lo estamos dando a conocer al plan de turismo sustentable que es de este comité. Así que hemos avanzado muchísimo, hace 10 años que estaba el comité y nunca se había elaborado el plan de turismo ni nada que respecto a esa industria. Es el primer comité que existe con todas estas instituciones intervinientes que ha hecho un plan de manejo sobre eso. Por ejemplo nos ponemos en plano, Iguazú no tiene un plan de manejo, y nosotros que somos un destino 6 veces menos desarrollado que Iguazú lo tenemos, eso quiere decir que nosotros nos estamos preparando por si en alguna vez existe gente que viene a invertir acá sabe cómo tratar al medio ambiente y que parámetros usar.

- 2) *Investigador:* ¿Nos podrías comentar a grandes rasgos en que consiste este plan de manejo?

Entrevistado: El plan de manejo de turismo sustentable tiene que ver mucho con las pautas y normas que se tienen que tener para la inversión dentro de este sitio Ramsar, primero ¿dónde está el sitio Ramsar Jaaukanigas?, esta del paralelo 28 que limita la provincia de chaco con la provincia de santa fe hasta el arroyo Malabrigo, esa es la región Jaaukanigas. Dentro de la región Jaaukanigas tenemos los municipios de Reconquista, Avellaneda, Villa Ocampo y de Las Toscas. Romang no entra en el sitio. Este plan lo que trata de desarrollar es el destino turístico de la región Jaaukanigas sin modificar el ambiente, que quiere decir, cuando esta la mano del ser humano siempre se modifica el medio ambiente, pero lo que planta el CIM y este plan de manejo, es que se lo modifique de tal manera que no influya ni en la vida de la flora, ni de la fauna, ni en los aspectos hídricos del sitio Ramsar. Es algo que tenemos que darlo a conocer, toda la gente se tiene que enterar, de ahí yo lo engancho con la identidad, que es lo que queremos tratar de hacer en Reconquista, es lograr una identidad turística, que quiere decir esto, que un ciudadano sepa y crea que en Reconquista es una ciudad turística o que tiene potenciales a ser.

Esta identidad turística no se logra de un mes al otro, hay ejemplo de Carlos Paz ha tardado 20 años en promocionar su marca de “Carlos Paz”, es un proceso muy lento pero se tiene que ir haciendo, nosotros el año pasado hicimos el re lanzamiento de la marca ciudad de “Viví Reconquista”, esa es la marca turismo de Reconquista, esta marca ya había sido de la gestión anterior, yo me quise apropiarse de esta marca porque me parece interesante, darle una continuidad independientemente de la ges-

ción o de las personas que haya, esto tiene que continuar como Carlos Paz entendió eso y lo planifico a 20 años, sino no se logra tener una identidad para las personas con el destino turístico. Con el relanzamiento de esta marca turismo, le hicimos restaling, vimos con diseñadores gráficos, que colores, que tipografía podía ser, y bueno después los diseñadores nos dieron su punto de vista.

El sitio Ramsar se consolida más que todo en estos 4 municipios que son Avellaneda, Villa Ocampo, Reconquista y Las toscas, nosotros nos juntamos te diría mensualmente con esta mesa regional de turismo que son estos 4 municipios que te mencione, nos juntamos mensualmente en diferentes ciudades para poder gestionar y desarrollar en conjunto el destino, porque no es posible con lo chico que somos los municipios poder desarrollar solos un turismo masivo, vamos a poner un ejemplo burdo, nosotros no somos iguales a Iguazú, no somos Calafate, entonces nos tenemos que potenciar entre todos para poder traer visitantes, entonces surgió entre ellos juntarnos, hacer una mesa regional donde plantemos desarrollo, infraestructura, todo lo que sea a la Provincia, a la Nación y a entidades internacionales también lo hemos planteado, tal es así que el año pasado pudimos concretar un proyecto de señalética para los 4 municipios, que lo hemos presentado a la Provincia, esta lo presento a la Nación; son 4 tótems de ingreso a las ciudades del sitio Ramsar. Va haber un tótem de 6 metros que diga “bienvenido a Reconquista Sitio Ramsar Jaaukanigas” y todos iguales. Es lo que queremos lograr como identidad. Ya está aprobado el presupuesto, ya se firma el convenio y ya se ejecuta.

Siguiendo con la región, hay un plan estratégico de turismo Provincial, el plan estratégico divide a la provincia en diferentes regiones, una de esas regionales es la región Jaaukanigas. ¿Qué es lo que planea la provincia para esta región? Que sea un destino eco- turístico, o turismo sustentable, esa rama del turismo porque el turismo hay de todo, turismo fluvial, turismo activo, turismo de congreso, turismo de abuelo, turismo gay lo que se te ocurra existe una rama del turismo especifica del turismo para eso, después imagínense que una empresa naviera, ha hecho un crucero de 5000 personas solamente para gente asiática porque tienen los mismos usos y costumbres entonces quieren apuntar solamente a ese público objetivo. Lo que planifico la provincia de santa fe para esta región es el ecoturismo, y tal es así que Avellaneda esta desarrollando mucho lo que es el turismo rural, todo lo que es el turismo acoplado a la ruralidad, productos manufacturados, todo lo que es chacinados, además tiene un circuito rural desarrollado, el bajo Vénica y alrededores. Villa Ocampo, tiene turismo activo, hace cabalgatas, kayaquismo, avistaje de abejas, etc., Reconquista, está destinado o por defecto tras los años y la historia de Reconquista al desarrollo de la pesca deportiva. Hay muchos prestadores que son pescadores, guías de pesca deportivo que traen muchísimos turistas a través de todo el año que viene de diferentes partes del país y de países vecinos, se recibe gente de Brasil, Paraguay, Uruguay, Bolivia, Chile y a veces eso la gente no toma contacto, no toma conciencia de que se trae muchos turistas, tal vez no lo ven porque la actividad que ellos hacen es en zona de isla y después vuelven a su destino de origen.

- 3) *Investigador:* En compresión con la gestión anterior, ¿hay estadísticas de cuanta gente viene a eventos de afuera?

Entrevistado: La gestión anterior para ser sincero me dio un resumen de una hoja, una carilla de lo que se había hecho en turismo, es lo que recibí de forma formal, después averiguando se hicieron muchas otras cosas que no estaban plasmadas den-

tro de ese papel. Con respecto al guía de turismo que en nuestro atractivo en sí, vos le preguntas a alguien de Córdoba por Reconquista y te contesta Reconquista para ir a pescar, un pesquero muy bueno. Entonces nosotros tenemos que además de desarrollar otras actividades, potenciar esa que ya está hecha. Cuál es el problema que surge con eso, no existe la persona jurídica del guía de pesca en la provincia de Santa Fe, desde ahí ya partimos mal, no existe el guía de pesca, solamente se formalizan los guías de pesca que tienen una casa de pesca y que ponen excursión al río, pero no existe la figura de guía de pesca en toda la provincia de Santa Fe. Hace un mes atrás tuvimos la nueva noticia de que el gobierno de Santa Fe aprobó por decreto la figura jurídica del guía de pesca y un registro de guías de pesca de la provincia.

- 4) *Investigador*: Escuchamos una entrevista sobre la exclusión del corredor del Jaaukanigas.

Entrevistado: Nosotros lo que hicimos fue esto, el Plan Belgrano incluye un montón de ministerios, está el ministerio de infraestructura, de transporte, dentro de eso está el ministerio del turismo. Este plan Belgrano lo que quiere desarrollar es un corredor eco turístico de 4 cuatro atractivos del país, la laguna estrella de Formosa, el impenetrable de Chaco, los esteros del Ibera en Corrientes e Iguazú en Misiones, y nos dejaba afuera a la región Jaaukanigas que es un destino turístico natural y queríamos hacer un corredor eco turístico y a Paraná Entre Ríos que también quería ser incluido dentro de este plan. Que es lo que hicimos nosotros, nos juntamos como región, estos 4 municipios e hicimos un acta de elevación a la secretaria de turismo de la provincia y la secretaria de turismo de la provincia hizo un acta de elevación al Ministerio de turismo de la Nación para que incluyan a la región del Jaaukanigas dentro del corredor, no estaba incluido, lo que nosotros hicimos como región nos sentimos separados, porque tenemos el mismo atractivo, hicimos las nota de elevación correspondiente para que nos incluyan dentro de este corredor eco turístico y bueno llegamos a la buena noticia por lo menos legislativa, de que han incluido a la región Jaaukanigas dentro de este plan estratégico de turismo que es para el litoral. Eso es una muy buena noticia para la región eso todavía no se la dio a conocer, es una primicia que estamos dando, tenemos contacto con el ministerio y sabemos que está aprobado. ¿Qué quiere desarrollar este plan de corredor eco turístico? Es un plan estratégico para todo el litoral o para la parte Norte del litoral, porque no estaba incluido ni Santa Fe ni Entre Ríos, de desarrollar el destino de turismo natural, que es un destino en desarrollo y es potenciar a nivel internacional, todos los turistas en este momento están buscando destinos sustentables, sostenible en el tiempo, ya no buscan más el edificio de 67 pisos en Dubái, buscan la cabaña dentro de la zona de islas, porque el visitante ahora busca experiencias y se lo da con muy pocos recursos, viendo lo cultural y lo histórico dentro de ese territorio, eso es lo que se está moviendo a nivel internacional. ¿Qué es lo que quiere ponderar este plan? Es desarrollar con infraestructura y todo, con supra estructura, infraestructura, dentro de estos 4 destinos, que ahora son 6, que quieren desarrollarlo y dotarlo de infraestructura para poder recibir esos visitantes. El plan todavía no estipula obras concretas, ni partidas presupuestarias, el solo un plan estratégico o sea están formulando lo que se va a poder hacer.

- 5) *Investigador*: En relación a eso, estuvimos viendo que hay un plan estratégico de turismo a nivel nacional, no sé si eso incluye lo que es el eco turismo.

Entrevistado: El plan de turismo a nivel Nacional se creó en 2007 - 2017, en este año caduco el plan estratégico y se volvió a formular otro 2017 – 2027, dentro de ese plan existe, el turismo fluvial, el turismo natural, hay diferentes lugares con las características de nuestro país que tiene muchísima diversidad, hizo un plan estratégico para todos, nuevamente no hay obras en concreto, no hay obras presupuestarias pero el plan estratégico está. Que es lo que se quiere hacer en ese lugar determinado. Lo mismo pasa con el corredor fluvial, ahora el ministerio de turismo está queriendo activar, todo lo que es la zona costera del río Paraná, quiere activar los puestos para poder recibir e incluir cruceros fluviales, dotar de infraestructura a los puertos para que puedan recibir visitantes de esos cruceros y obviamente concesionarlos a una empresa privada de cruceros para poder explotar este destino.

- 6) *Investigador:* ¿Cómo sería ese acuerdo de concesión de las partes privados?

Entrevistado: De eso se encargaría el ministerio de turismo, no te sabría decir que tipo de contrato y a cuantos años.

- 7) *Investigador:* ¿Qué tipo de articulaciones tiene con el municipio el ministerio de turismo provincial con el ecoturismo a nivel nacional?

Entrevistado: El plan estratégico de la provincia dice que esta región es de turismo sustentable y natural, y todo lo que quiera desarrollar la provincia en base a esta región tiene que ser eco- sustentable, Ahora voy de la parte personal mía, somos la única provincia que tiene una secretaria de turismo y no un ministerio, no tiene rango ministerial. La secretaria de turismo pertenece al ministerio de producción de Santa Fe, eso quiere decir menos partida presupuestaria, menos recursos humanos, un montón de cosas que hacen que no se pueda desarrollar en su totalidad el turismo en la provincia. Vuelvo a la parte institucional, de la comisión de turismo no quiero dejar a parte eso porque es una rama muy importante. ¿Cómo se construye el turismo en un destino? Con el estado público, en este caso la represento yo, la dirección de turismo del municipio y el sector privado. Si vos al sector privado no lo tenés excluido y no tenés articulación con el no podés desarrollar de ninguna manera el turismo. ¿Qué fue la primera actividad que tratamos desarrollar como gestión es la creación de la comisión de turismo, que se encuentra dentro del centro industrial y comercial. ¿Cuál es el beneficio que esta comisión este dentro del centro industrial y comercial? Que el centro industrial a su vez, está incluido dentro de FESECO a nivel provincial, que es la Federación de Centros Comerciales y a nivel nacional con la CAME, la Confederación Argentina de la Mediana Empresa, que además tienen presupuestos, recursos, capacitaciones todo eso que desde el año pasado hasta ahora vamos bajando entre 6 y 7 capacitaciones de CAME para el sector privado para el centro industrial, que son todos para los prestadores de servicio privado, como te decía lo más importante que nosotros queríamos tener, es entablar una relación de estar continuamente con información fehaciente y actual de los prestadores de reconquista, por eso se creó la comisión de turismo, tiene un presidente, vicepresidente, secretarios, vocales como cualquier otra comisión; dentro de ella tenés hoteles, gastronómicos, transporte, guías de pesca, agencias de viaje, cooperativas, hay muchísimas más adentro que obviamente la idea de nosotros es cada vez expandirnos más porque mientras más somos, mucho más empuje tenemos.

- 8) *Investigador:* ¿Los miembros de la comisión son todos de Reconquista?

Entrevistado: Si, son todos de reconquista y la mayoría son socios del centro industrial y pagan a cuota mínima y pueden usar todas las instalaciones del centro industrial y las capacitaciones son gratuitas para ellos y tiene un montón de beneficio para con ellos. Bueno y llegado el punto a justamente que estamos a horas de la pesca del surubí, la comisión de turismo se hizo cargo de armar un patio gastronómico dentro del puerto comercial donde está la expo del surubí allá en el puerto, la comisión de turismo tomo la responsabilidad de crear un patio gastronómico, y esa es la idea de nosotros, tratar de incluir a los prestadores de servicios privados y al estado público en acciones concretas, no solamente en el papel de crear una comisión, sino vamos hacer tal cosa y nos responsabilizamos de ella. Por eso son ellos los que me dictan el camino, que es lo que necesitan, necesitamos una capacitación de atención al cliente, entonces el estado público más el privado, tiene que hacer presiones o logros para poder conseguir esas capacitaciones.

- 9) Investigador: ¿Cómo es la relación con otros municipios, Por ejemplo con Avellaneda? ¿Coordinan eventos?

Entrevistado: Desde el punto de vista personal, yo me llevo muy bien con Amilcar Vallejos, que es el responsable de turismo de Avellaneda, con el de Villa Ocampo, el de Las Toscas y el de Romang. La primera reunión que tuvimos esa problemática con la fecha de eventos, porque la región norte de la provincia de Santa Fe es la que mayor eventos tiene en el calendario anual de la provincia, tenemos miles de eventos durante todo el año, es imposible que no se superpongan eventos dentro de la región, eso por un lado. Por el otro lado, hay eventos grandes masivos como ser el festival, los carnavales o algún otro que puede ser anualmente, pero hay veces que son instituciones o asociaciones las que pactan esa fecha y el Estado público no puede hacer nada. Ellos son los que se tienen que poner de acuerdo entre ellos con las fechas. Cuando son eventos municipales o estatales ahí si nosotros tenemos que actuar.

La verdad que falta mucha coordinación todavía entre municipios, hay eventos que se superponen y no debería pasar, pero hay otros eventos que no son todos del mismo perfil, no solo tiene que haber una actividad en dos ciudades, tiene que haber un montón. Sin embargo hay eventos que están relacionados que no se tienen que chocar, estamos atados a un montón de situaciones que no la manejamos nosotros.

- 10) Investigador: Según tu opinión, ¿Existen recursos turísticos en la región que no están siendo explotados?

Entrevistado: Ahí entramos de nuevo con la identidad ciudadana, todavía hay gente que no cree o no sabe que es el Jaaukanigas, ahora hay que apropiárselo que es la parte más difícil del proceso. El presupuesto, yo personalmente y siendo licenciado en turismo, para mí no se cumple ni el 5% de lo que se tiene que desarrollar, yo porque soy un loco del turismo. Como te decía, la secretaria de turismo de la provincia de Santa fe, manejando los recursos que es una de las provincias más ricas y le destina un porcentaje mínimo a una secretaria que es la del turismo que es una industria, que maneja más del 10% del PBI mundial, que de 10 trabajos uno es relacionado directamente con el turismo, y nosotros tenemos un rango de secretaria. O sea, el presupuesto que maneja la secretaria de producción de acá, es la misma que maneja la secretaria de turismo de la provincia, eso por un lado. Después, la problemática nos dice la gente, porque no desarrollan el turismo acá en Reconquista, y

nosotros como municipio no podemos hacer un puerto nuevo, no podemos hacer un centro de visitantes, no tenemos los recursos; Ahí tenemos que gestionarlo con la provincia o con el ministerio de turismo de la Nación o con entidades Internacionales, está el Banco Interamericano de desarrollo, hay muchísimas ONG o asociaciones que ayudan a hacer. Pero verdaderamente nosotros hemos gestionado más 5 megaproyectos turísticos para la ciudad, que la verdad nunca tuvimos el financiamiento, ni tuvimos respuesta del Estado Nacional, Estado Provincial ni de las entidades interpersonales y desde el municipio no lo podemos encarar porque es inviable, yo no puedo gastar 150 millones, es el presupuesto del municipio, es una locura.

- 11) *Investigador*: ¿Desde el municipio, existe financiamiento o ayuda crediticia para emprendedores de turismo?

Entrevistado: Nosotros, en lo que es apoyo crediticio o financiamiento para esos emprendedores que quieren entrar en la industria del turismo existe apoyo crediticio que es mínimo, son flexibles, nosotros tenemos un convenio con la asociación para el desarrollo regional con AdePro con un montón dentro de ellos que turismo tiene una pequeña parte crediticia ligada a eso. ¿Cuál es lo primero que se le ocurre al ciudadano de Reconquista para emprender el turismo? Cabaña en zona de isla. Para hacer cabañas en zona de isla de un sitio Ramsar que tenés impacto hídrico, impacto medio ambiental, impacto de bosques nativos, ninguno de esos tres impactos te dan en esa región, no puedes modificar, no puedes cortar ni siquiera un árbol, para poder hacer una cabaña, entonces es inviable.

Por eso es un atractivo el sitio pero a su vez es negativo para la inversión, porque en realidad no puedes construir o edificar nada dentro de zona de islas, eso es un gran problema que tenemos como destino turístico que se tendría que ver a nivel legislativo provincial o nacional de ver si se puede hacer una inversión dentro de este sitio. Han existido cadenas hoteleras que han venido a querer plantarse acá porque ven el potencial turístico que tienen y no pueden porque a nivel legislativo están en contra de la ley. Se ha tratado de las mil maneras con construcciones palafíticas que son construcciones en altura porque son todos sitios de inundación pero no nada esos estudios de pre factibilidad son negativos.

- 12) *Investigador*: En el caso de que vengan emprendedores, ¿Ustedes cuentan con personas para formular estos proyectos? ¿Hacen algún tipo de asesoramiento?

Entrevistado: En cuanto a la asistencia técnica tenemos con la asociación para el desarrollo técnico que te pueden ayudar a formular un proyecto ejecutivo.

- 13) *Investigador*: Los estudios que se hicieron en el sitio Ramsar, hay un solo estudio que es la publicación de la 1998. ¿Hay alguna actualización?

Entrevistado: Nosotros desde Santa Fe tenemos más de 300 especies de aves de las cuales el 30% se encuentran en esta región. Es muchísimo y todavía se siguen conociendo especies y se siguen registrando especies dentro de este sitio. Imagínense lo abundante que es, que no tenemos, es un apena que no se pueda hacer un registro con gente idónea, con guarda faunas, con el CONICET que se logre un convenio tripartito entre Municipio, Provincia y de instituciones de poder analizar en profundidad este sitio, en realidad hace más de 15 años que se analizó este sitio y nunca más se volvió a tocar. Pero a mí me parece que eso le compete al ministerio de medio ambiente de la provincia que al municipio de reconquista.

- 14) *Investigador*: ¿Ustedes ponderan lo que sería la autovía y el puente de Reconquista-Goya para el desarrollo turístico?

Entrevistado: De la parte del desarrollo turístico, el puente Reconquista- Goya, personalmente, sacando cualquier gestión que siempre hubo o es la pepa de oro de cualquier gestión que logre ese puente para mi sería lo peor que sucediera acá en la región. Un puente de esa magnitud te corta todo el ciclo biológico de este destino natural. Se va a modificar toda la zona de isla, esto va hacer que la fauna desaparezca, muchas especies desaparezcan y estén en peligro de extinción, se haga la pesca comercial mucho más grande y la pesca irregular y un montón de cosas que hacer que el destino natural se valla por la borda. Además de hacer en puente Reconquista- Goya puente querían adjuntar al puente una represa al lado, flora y fauna se vería afectada directamente con la construcción de ese puente, eso de la parte medio ambiental y turística. Ahora me hablas de la parte de desarrollo, conectividad, de accesibilidad, buenísimo vendría hacer una conexión acá con la provincia de corrientes a menos de 15 km, pero de la parte medio ambiental y turística, personalmente y profesionalmente te diría que sería casi un error.

- 15) *Investigador*: Hablando un poco de desarrollo turístico, ¿Existe a nivel educativo desarrollo turístico?

Entrevistado: Con respecto al turismo hay tres escuelas secundarias con modalidad en turismo, nosotros ahora estamos planificando para poder hacer además de eso, un programa de 6 meses con promotores de turísticos culturales, que ya lo estamos aplicando en puerto Reconquista sobre el plan integral del puerto, este plan que hace las defensas, el nido y muchos programas sociales, que dentro de ellos está el programa turismo.

- 16) *Investigador*: En relación a la pesca del surubí, ¿Cómo hicieron para convocar tanta gente?

Entrevistado: La verdad que, es totalmente el mérito, 99% se lo lleva la comisión que organiza la pesca del surubí, que es una asociación civil que se llama Paraná Vivo que de esa Asociación civil se arma una comisión exclusivamente para la pesca del surubí. Este año cumple 30 años de organización, año a año con sus errores defecto y virtudes, bien y potenciado. Se ha logrado en la comisión áreas dependientes que se reúnen semanalmente, hacer un parte de lo que se ha hecho y lo que no en la semana, tiene 3 presidentes, tiene comisión de prensa, de medio ambiente, de transporte, de seguridad, de fiscalización, todos con responsabilidades y lo más aplaudible diría yo que es ad honorem, yo lo pondero muchísimo, eso es identidad, vos a la comisión del surubí le hablas del surubí y se le llenan de lágrimas a los chicos. Pero esa es la idea de apoderarse de estos eventos que son masivos, sin ellos no se puede hacer esto, nosotros podemos acompañar desde la promoción y difusión, transito, etc.

- 17) *Investigador*: ¿Por qué medios sociales se realiza la promoción?

Entrevistado: Mayormente es por medios digitales, plataforma web, redes sociales, pero también tenemos actos de presencia dentro de la provincia de Santa Fe, en la feria internacional de turismo que se hace la rural de Buenos Aires, y trabajamos como temática principal la pesca del surubí, eso es lo mínimo que nosotros podemos brindar. Ellos además de organizarse lo gestionan, al ser una asociación civil conformada, con más de 15 años de existencia puede tener sus propias gestiones

municipales, provinciales y nacionales y ha conseguido muchísimo presupuesto, en base a sus gestiones. Nosotros lo apoyamos y acompañamos, y la verdad que se ha logrado muchísimo. La Nación, la Provincia y el Municipio han aportado, es mucho. Año a año van creciendo se ponen nuevos objetivos, cada vez van saltando la meta, hasta que llego a este año que es un tope, pero es un tope porque se hicieron 650 inscripciones porque no existe lugar para darle de comer a más gente, en la noche de peña y la pescadores entran 3500 personas, y estamos ocupando un hangar militar para hacer una fiesta, pero lo que limita ahora es el espacio físico para la fiesta.

18) *Investigador*: ¿Consideras que el Norte está olvidado? ¿Cómo ves a futuro el crecimiento de la región en turismo?

Entrevistado: Desde el punto de vista profesional yo creo que el turismo dentro del Norte Santafesino no está desarrollado, al ser el punto de que la Provincia promociona los eventos y solo los eventos del Norte y eso no hace al desarrollo del destino, sino al desarrollo del evento, hay un error conceptual desde la secretaria de la provincia, para mí personalmente y profesionalmente. A nivel Nacional tampoco veo una actitud para desarrollar este Norte Santafesino en materia de turismo. Y a futuro espero que con esta gestión de poder incluir dentro a Reconquista del plan de corredor eco turístico del litoral pueda haber partidas presupuestarias destinadas para el desarrollo de esta región. Si es así, y hay un cambio dentro de la provincia y destinan más presupuesto y más recurso humano y poder venir acá y verdaderamente desarrollar el destino porque verdaderamente, no es que nosotros lo vemos, todos lo están viendo que este lugar puede ser visitado y que tiene un gran potencial.

Puerto Reconquista tiene un potencial muy grande que nosotros no lo estamos sabiendo explotar y que la gente del puerto también puede vivir del turismo. Por eso nosotros estamos aplicando este programa de 6 meses con la gente del puerto, para después poder crear una cooperativa de turismo en el puerto Reconquista. Son muchas las acciones y verdaderamente ustedes dicen, se le da muy poco interés al turismo. Después la historia y los años me dé la razón de que el turismo es una fuente de trabajo viable, que da muchos puestos de trabajo y que obviamente conserva y preserva el medio ambiente.

19) *Investigador*: ¿Llevan algún tipo de registro o estadísticas en cuento a turismo?

Entrevistado: Bueno eso es lo que nosotros veníamos haciendo después de que la gestión anterior me haya dado una hoja de resumen de 4 años de turismo, yo dije no puede ser que no exista un dato concreto de que perfil de turistas nos visita cuánto gasta, que proyecciones de gasto tiene, que opiniones tiene, que piensa de Reconquista, etc. Nos pusimos a elaborar una encuesta que la venimos haciendo en los eventos más grandes de la ciudad de Reconquista, en este caso, ejemplo la expo rural. Dentro de esta pequeña encuesta, en realidad es un sondeo de opiniones lo hicimos en la expo. Primero lo quisimos hacer muy acotado porque obviamente tenés 3 min de atención de las personas entonces hicimos un cuestionario de 10 preguntas concretas. Ejemplo: ¿Reside en la ciudad de Reconquista?, ¿Con qué frecuencia viajas dentro del país, ¿qué clase de alojamiento elegís a la hora de viajar?, ¿considera a reconquista como ciudad turística?, ¿Cuáles pensás que son los atractivos turísticos de la zona?, ¿Cuál es de estos eventos prefiere? Estos son los sondeos de opiniones de la encuesta realizada en la expo en base a los directivos de la rural.

En la fiesta de la pesca se hace proyección de gastos porque la pesca deja un plus, nos sentamos con los pescadores y le preguntamos, cuanto gasto en combustible, en comida, en carnada, en cuantos autos vinieron, si se alojaron en hoteles, etc.

Entrevista Encargado Área Turismo Municipio Avellaneda:

20) *Investigador:* ¿con qué objetivos se hizo el Centro de Visitantes del Jaaukanigás?

Entrevistador: El Centro de Visitantes se hizo hace tres años y medio, el objetivo por un lado fue la concientización social, recibir a chicos específicamente escolares en un principio, para que sepan lo que es el Jaaukanigás. Jaaukanigás se creó en el 2001 y a partir de ese momento hubo como un proceso que se dio socialmente de que el nombre quedó sin saber qué era, escuchaban sobre el Jaaukanigás y había como una nube ahí, las escuelas no lo tienen en su curriculum de estudio.

Investigador: ¡Que importante eso que dice usted de incorporar esa temática en el plan de estudio!

Entrevistado: Y sigue sin estar en el plan de estudio! Y bueno, después un lugar para los maestros que sí sabían del tema, porque cuando se creó el Sitio se hizo toda una concientización para los maestros, pero que no la podían meter en los conceptos porque no estaban, si bien lo trabajaban igual con el Río Paraná y algunas cuestiones, y nosotros quisimos poner un lugar en donde los grupos puedan venir a reforzar todo lo que es la temática Jaaukanigás. Y el otro objetivo era recibir grupos de turistas que antes de la visita al Sitio específicamente, vayan sabiendo de que se trata, vayan sabiendo de que acciones pueden hacer ellos en un principio para cuidarlo, el tema de la basura, el tema de no molestar a las especies, y otras cuestiones; siempre en los sitios naturales, generalmente parques nacionales y reservas, se intenta tener un centro de interpretación para que el turista haga una visita ambientalmente correcta, que sepa de que se trata, que la aproveche más! Imaginate en el río ponerse a hablar que “Ramsar es esto..”, se disfruta menos porque se está atendiendo a la palabra! La idea de esto es una visita previa y que se sepa!

2) *Investigador:* ¿y qué lugares visitan ustedes dentro del Jaaukanigás?

Entrevistado: Mirá, nosotros como Avellaneda también hicimos esto para insertarnos en el Corredor Turístico del Norte! Nosotros no tenemos camino público al río, a Jaaukanigás, así que uno de los objetivos de implantar esto era ese!, que el turista que llega a la región igual venga acá a pesar de que no podía ir a Jaaukanigás en sí. Reconquista tiene una oferta directamente relacionada con la pesca deportiva, también en temporada de baja tienen guías de pescas y algunas personas ofrecen visitas al río, paseos en lancha, zafarí fotográfico... distintas actividades que también se pueden aprovechar! Villa Ocampo también tiene una buena oferta de Eco-Turismo, creo que es el que más hoy está trabajando con lo que es paseos en lancha, zafarí fotográficos; tienen dos complejos de cabañas en el Sitio! Eso es lo que más se destaca! Florencia, Las Toscas al Norte con la pesca deportiva también. Y nosotros hace desde el año pasado, cerramos un acuerdo con los productores que son dueños de los campos, donde hay algunos caminos y estamos ofreciendo un circuito que se llama Bajo Vénica que es el ingreso por el Club La Costa. Este año hicimos varias visitas al Bajo Vénica con grupos escolares, un grupo de Buenos Aires que vino con 60 personas, ahora el domingo tenemos gente de Uruguay y Buenos Aires también que vienen a otros eventos, pero aprovechamos a contarles lo que tenemos y ellos eligen si quieren hacer alguna actividad, dentro de ellas, ir al Bajo Vénica, es un lugar espectacular, pero nos condiciona un poco el clima, porque ahí llueve unos días antes y no se puede entrar!, que es justamente lo que lo hace atractivo, el agua!, eso llueve, se llena de agua, vienen las especies, pero no nos deja entrar los

vehículos, tengo que esperar varios días que se seque, y tampoco se puede hacer muchas obras por el impacto que se genera en el lugar.

- 3) *Investigador*: ¿quién fue de la idea de armar este Centro de Visita? O fue algo ideado en conjunto?

Entrevistado: cuando se creó la terminal de colectivos, en el año 2007, este espacio se destinó para eso, pero quedó vacío hasta que se retomó el proyecto en el 2010 aproximadamente, y lo presentamos a Nivel Nación con unos programas que había, y desde el municipio lo creamos! Esto fue parte de la gestión municipal, que si bien participaron en este proyectos otras personas, la idea fue en un principio de la municipalidad, y a su vez, el que luego retoma el proyecto. Hoy las escuelas vienen, sacan un turno, los recibimos, grupos de turistas, también nos llaman algunas agencias!

- 23) *Investigador*: ¿Cómo cuáles por ejemplo?

Entrevistado: hay un chico acá que tiene un emprendimiento de turismo, que no llega a ser agencia, que se llama Pro-Relax, que organiza salidas en kayak, hace algo de turismo rural y ahora sumaron lo que es El Bajo Vénica; ahora el domingo por ejemplo tenemos una salida con ellos! Después DT Estudiantil que es de Reconquista, que ellos generalmente traen chicos del Norte para acá! Generalmente las escuelas se dirigen directamente a nosotros, pero hay veces que las agencias también nos llaman!

- 24) *Investigador*: los pasajeros que paran en esta terminal, ¿suben a mirar en Centro de Visita?

Entrevistado: esto es muestra permanente, está abierto todo el día! A veces el pasajero que tiene un tiempo de espera sube a mirar, o sino se los invita a visitar cuando el colectivo viene atrasado.

Cuando hicimos el Centro, una de las cuestiones que queríamos hacer hincapié es en la gente de acá, la gente del agua, y en lugar de contratar un fotógrafo que venga a sacar fotos a nuestros diferentes paisajes, tuvimos en consideración a los chicos que ya venían haciendo ese trabajo hace tiempo, como David Franco y Leonardo Benítez; entonces le preguntamos si les interesaba e hicimos un compilado de fotos y le pagamos a ellos, valorizamos el trabajo que ya venían haciendo! La réplica de animales que también están acá las hizo Tomás Franzoi.

- 25) *Investigador*: Bueno, vos como encargado del Área de Turismo de acá, ¿me podrías decir qué labores están emprendiendo desde el Municipio de Avellaneda para impulsar el turismo local?

Entrevistado: Te hago una referencia de cómo se empezó hasta llegar a hoy! Avellaneda es netamente industrial, por ahí al turismo, no se lo ha tenido en cuenta de acá a un tiempo para atrás porque no era una actividad relevante, hay actividades en los que se hacía más hincapié! Pero desde la Provincia, hace unos 6-7 años, se le ha empezado a dar un estímulo al Turismo, y establecieron que las Secretarías de Producción de los municipios empiecen a trabajar los temas, entonces empezamos a trabajar; yo era estudiante de Turismo, en mi tercer año hice un Plan de Desarrollo Turístico y justo estaba esa movida y vine y lo presenté y empezamos a trabajar; sabiendo que la primera etapa del Turismo es la socialización, que la gente sepa de su lugar, que la gente sepa del Turismo, siempre se empieza con un proceso de con-

cientización!, lo hicimos con las escuelas, empezando con los chicos de 3° grado, con los chicos de 5° año haciendo paseos, revalorizando nuestro patrimonio contándoles. Y bueno, un montón de acciones para concientizar a las personas de que el Turismo es importante y que también es una posibilidad! Después empezamos a trabajar con los privados que también es importante. Avellaneda tiene 160 plazas hoteleras, que corresponden a los hoteles Avelleda, La Lomita y Apart Familiar, de las cuales, 90% de lunes a jueves están llenas con viajantes, estudiantes, operadores; gente que viene a trabajar en Vicentin SAIC, la U.A.A.; hay un intenso movimiento en Avellaneda y la zona de lo que es ese turismo! Hoy el turismo más importante que tenemos es ese, el turismo de negocios, que es el tipo de turismo que hoy mueve la economía de la región! Por que vos venís entre lunes y jueves a Reconquista, Avellaneda, Villa Ocampo, Las Toscas... distintos lugares de la región y no conseguís plazas hoteleras! Entonces empezamos a trabajar con los privados haciendo capacitaciones, creamos una Comisión de Turismo de Avellaneda para ver qué podíamos empezar a hacer, que la integran los hoteles, gastronómicos, la Cooperativa de Transporte; ahora está un poco parada la Comisión por diferentes motivos, pero sí está trabajando, se juntan! Tanto la Comisión de Turismo de Avellaneda como la de Reconquista, están nucleadas por los Centros Comerciales e Industriales, que eso es importante! Así que bueno, se empezó a trabajar en eso, y de a poquito se iban generando productos turísticos, yo estoy a cargo de la gestión de trabajos turísticos en la ciudad desde la Secretaría de Producción, y cuando arrancamos, lo primero que quisimos hacer es empezar a generar productos turísticos porque generalmente, desde los municipios se promocionan carteras turísticas un poco sueltas, y después resulta que los productos no son reales, y para mí es malo vender algo que no es real, sabiendo que el turista invierte, viene de lejos, está en tu ciudad con muchas ganas de hacer cosas! Así que empezamos a generar, estamos en proceso, todo lo que es turismo tenemos que hablar a largo plazo, todo desarrollo turístico es a largo plazo, es muy difícil tener un destino turístico de un día para otro! Nosotros estamos ahora en desarrollar un destino turístico y posicionar el producto! Estamos trabajando muchísimo con el turismo educativo, con las escuelas, que hoy está generando un derrame en las zonas rurales. Nosotros nos juntamos con los proveedores o la gente que recibe visitas y armamos algo acorde a lo que pueden pagar los chicos, hoy los chicos pagan un importe y vienen con un transporte, que generalmente es la Cooperativa de Transporte, o M & M; entonces ahí ya están generando un derrame, pagando un transporte, después pagan las visitas a los establecimientos rurales, tenemos un paseo que es de turismo Rural, que se llama Sabores de Mi Tierra.

Investigador: ¿a qué establecimientos visitan?

Entrevistado: Ese paseo que se llama Sabores de Mi Tierra, se empieza acá desde el monumento de la ciudad, donde se hace un breve reseña de la ciudad, y luego se larga para la zona rural. El primer establecimiento es de maní que está en La Vertiente, se llama Don Raúl; el segundo establecimiento es de miel, que también está en La Vertiente y se llama Huayacán, que tiene una sala de extracción de miel, y ahí a veces pasa a la sala de chacinados que está por Avellaneda Oeste, que se visita de acuerdo a la cantidad de chicos que hay, porque la elaboración de chacinados por ahí tiene ciertas cuestiones que hay que respetar! Bueno, después visitamos en Santa Ana otro paraje, un vivero flori-hortícola donde hacen plantas y cáptus, tienen horticultura y también tienen alojamiento rural, ellos tienen dos habitaciones

para los visitantes que se quieran quedar, ellos ya captaron varios clientes, y de ahí vamos al Museo Flor de Oro, que no forma parte del distrito de Avellaneda, pero es algo espectacular que lo incluimos y tiene un patrimonio impresionante en maquinaria agrícola, donde podemos mostrarle a los chicos como fue evolucionando las maquinas hasta llegar a las de hoy, también tiene mucho de historia del ferrocarril, se hacen paseos en zulqui...

Para darte un ejemplo, la semana pasada tuvimos tres paseos algo de 100 chicos, dos grupos de Reconquista y un grupo de Romang. Dos de los grupos almorzaron en el comedor de Moussy, que se llama Il Nono, que también se creó a raíz de toda esta movida de la parte de turismo; y cuando los grupos quieren almorzar, se hace un menú de raviolos caseros y baratos para los chicos, y hay escuelas que vienen y traen su vianda.

Por ahí el concepto de turismo evolucionó mucho en el tiempo, y hoy la ONT (Organización Mundial de Turismo), propone un concepto netamente económico, donde la persona que sale de su lugar o residencia habitual y realiza un gasto, ya se lo puede considerar como turista. Nosotros tenemos chicos de Reconquista que vienen y están generando un gasto. Por ahí hablamos de turismo, y tenemos en la cabeza sol y playa, nieve... pero hoy turismo es salir de un lugar e ir a otro a realizar un gasto! O sea, que además de hacer concientización, turismo educativo, ya es un producto y está generando ingresos. Esta semana fueron 100 chicos de los cuales gastó más o menos \$400 cada uno incluyendo transporte, comida, visita al establecimiento; y ahí son \$40.000 en tres días que se derramó en Reconquista y Avellaneda!

26) *Investigador*: ¿Qué tipo de articulación o integración tienen ustedes a Nivel Provincial y Nacional en cuanto a turismo?

Entrevistado: Con la Secretaría de Turismo de la Provincia trabajamos muchos proyectos en conjunto, y a nivel nacional, ahora por ejemplo, estamos implementando normas de calidad medioambiental para establecimientos turísticos en conjunto con Reconquista y Villa Ocampo, donde el Ministerio de la Provincia baja a través del Ministerio de la Nación estos programas, que le dan una certificación de calidad cuando las empresas terminan todas las etapas. En relación a la promoción, nosotros este fin de semana estuvimos en la Feria Internacional de Turismo participando.

27) *Investigador*: ¿dónde se realizó?

Entrevistado: en la Rural de Palermo!

Ellos nos hacen folletería, nos promocionan en la página, promocionan nuestros eventos, que es otra cosa que nosotros lo vemos como productos turísticos, tenemos una variada agenda de productos anuales donde viene gente. Este fin de semana por ejemplo, tenemos el festival de coro donde viene un grupo de Buenos Aires, un grupo de Uruguay, que si bien vienen a cantar, también vienen a hacer turismo. El domingo hay una fiesta friulana, donde viene gente de Córdoba y gente de distintos Centros Friulanos.

28) *Investigador*: esa agenda de eventos, ¿ustedes la trabajan en forma coordinada con Reconquista para no superponerse?

Entrevistado: lo trabajamos a nivel regional! La idea es que entre Avellaneda y Reconquista no se superpongan eventos y entre Las Toscas y Villa Ocampo no se superpongan eventos porque como microregiones y está muy cerca! Por ahí no se puede, lamentablemente porque supera el campo de acción del Municipio, nosotros tenemos organizadores de eventos que son independientes, nosotros colaboramos y estamos con ellos, pero si ellos ya tienen una fecha determinada, es muy difícil cambiarla. El año pasado se juntó el Festival de Moussy, que dos meses antes ya tenía cerrada la fecha, y el Carnaval un mes antes puso fecha y hubo una superposición ahí! Pero bueno, uno media hasta donde puede!

29) *Investigador:* me hablabas un poco del Corredor Turístico, ¿qué más me podrías añadir al respecto?

Entrevistado: la Provincia está dividida en regiones turísticas, nosotros en el Nordeste de la Provincia estamos en la región del Jaaukanigás, el Ministerio de Turismo de la Nación realizó un programa para realizar un Corredor Turístico del Iberá, donde está los Esteros del Iberá, El Impenetrable del Chaco, Bañadero La Estrella de Formosa, Cataratas del Iguazú... distintos destinos de ecoturismo que necesitan distintas políticas para el desarrollo! Y en esa creación no se tuvo en cuenta el Jaaukanigás por un lado, porque en el Plan Belgrano no está el Norte de la Provincia de Santa Fe, que es una temática que ya se vienen hablando bastante políticamente! Así que desde los Municipios surgió la idea de realizar una nota, la Secretaría de Turismo de la Provincia lo avaló al igual que el COLITUR (Congreso Litoral de Turismo), y luego se avanzó en la gestión hasta conseguir su inclusión, se iba a firmar ese acuerdo ya hace un mes, pero se pospuso por diferentes cuestiones, pero si sigue todo bien, se va a lograr de que Jaaukanigás ingrese también a ese corredor.

30) *Investigador:* ¿eso implica mayor partida presupuestaria para este sitio?

Entrevistado: eso implica un montón de cuestiones más allá de fondos: planes de desarrollo, capacitación, promoción, un montón de cosas que te ofrecen ellos y que se necesita. Hoy todos sabemos que Santa Fe es una provincia que tiene mucho en cuenta lo productivo y no se disponen de muchos fondos para políticas de turismo, así que si la Nación pueda disponerlos, sería genial.

31) *Investigador:* ¿qué opinión tenés de la inclusión del Norte Santafesino a nivel nacional en todo sentido?

Entrevistado: el Norte no existe, esa es la verdad! Pero yo creo que antes de pensar en porqué el Norte no existe, y que por algo se lo dice y es cierto que a veces no se lo tiene en cuenta, yo creo que nosotros mismos tenemos que generar que el Norte exista, generando productos, a través del desarrollo de oferta turística, que sea verdadero, que podamos promocionarlo y que la gente de diferentes lugares sepa que está eso y que sí existe, no sentarnos a esperar que nos tengan en cuenta sino a pedir que nos tengan en cuenta con proyectos, con planificación! Si uno va, y lo promociona bien, lo muestra, el Norte sí existe! No creo que haya alguna mala intención y que lo excluyan al Norte, sino también que hay que mostrar que uno está y que puede generar desarrollo en distintos sentidos: turismo, económico, productivo y social; y creo que ese es el desafío, es mostrarse y trabajar.

Yo cuando fui a la Feria Internacional de Turismo, había una parte de Jaaukanigás y estuvimos mucho tiempo y venía gente a preguntar por este sitio, gente de Buenos Aires, Santa Fe, Rosario que andaban por la feria y venían específicamente a eso.

En esta feria, la Provincia de Santa Fe genera un espacio de promoción teniendo en cuenta todas las regiones, nosotros vamos para estar, llevamos algo de folletería, y para hacer contacto directo y hablar con la gente. Nosotros lo llevamos a Tomás Franzoi, que es un escultor famoso de Avellaneda, salió campeón del mundo hace poco en Italia de tallado con motosierra, y lo llevamos a hacer una obra en vivo, que está bueno, porque muestra que hay gente de acá que es capaz. Él fue a Italia, al Campeonato Mundial de tallado con motosierra, y salió campeón del mundo; vino, y a los meses fue a Misiones al Campeonato Nacional y también ganó; y esas cosas te dan posición. Llamó mucho la atención en el lugar, había mucha gente que se acercó y le pidió la tarjeta para realizar trabajos personales, por ejemplo, la Secretaría de Turismo de La Rioja, en frente de la oficina tiene un árbol que se le cayó y ya lo contrataron para que les haga una escultura sobre el mismo. Lo llevamos a él específicamente, con el objetivo de presentar a la región, este concepto de Geste del Agua!, Jaaukanigás significa gente del agua, por los aborígenes que habitaban en esta zona, pero hoy también somos gente del agua, y el Norte también existe y tenemos el campeón mundial de algo!, entendés? Y él llevó su trofeo y la gente miraba y quedó impactada!

Nosotros llevamos folletos, y el día sábado ya nos quedamos sin folletos, porque pasan muchísimas personas! Tenemos un folleto general donde hablamos de todo lo que tenemos; nosotros tenemos distintos circuitos, el Circuito Cultura-Urbano, donde se visita acá, el monumento, la plaza, la iglesia, el museo, el Centro Cultural; el Circuito Sabores de Mi Tierra, que es de Turismo Rural/Productivo que se visita a la zona rural, y el Circuito de Ecoturismo que se hace en el Bajo Vénica, que se puede hacer con cualquier colectivo o con el colectivo de ecoturismo. Esas son las oferta de turismo que tenemos además de nuestra agenda de eventos; tenemos esta oferta que hoy es nueva, pequeña, pero es real! Así que vamos y mostramos algo que es real, y la gente que se comunica, puede venir y conocer el lugar. Se acercó un grupo de chicos que estudian Turismo de Santa Fe, que querían conocer el Jaaukanigás, porque es imposible que ellos estudien turismo y no conozcan su provincia.

Nosotros en cuanto a turismo estamos en una etapa de desarrollo inicial, Reconquista ya está en otra etapa!

- 32) *Investigador*: desde que se creó el Sitio en el año 2001, hay una sólo publicación que se hizo a la fecha referida al mismo de Alejandro Giraudo, la Guía del Jaaukanigás, no se si la ubicás!

Entrevistado: Sí! Jaaukanigás se creó en el 2001 como sitio Ramsar y desde ahí se creó un Comité Intersectorial de Manejo del Sitio Ramsar Jaaukanigás (CIM), donde hay universidades, INCUPO, el Municipio de Reconquista, algunas instituciones de Santa Fe relacionadas con el Agua y el Medio Ambiente; que son los encargados de gestionar un Plan de Manejo del Jaaukanigás! Cuando se declara un lugar como Sitio Ramsar, se propone realizar un Plan de Manejo, este Comité es el que se encarga de eso y todavía lo está trabajando! Y ese Comité fue el que generó esta guía que está buena, es bastante grande y técnica, pero es lo único que hay además de folletería.

- 33) *Investigador*: hablando con diversas personas vinculadas al tema, dicen que hay muchísimas especies descubiertas dentro del Sitio que no están en esa publicación, y que por lo tanto, al ser bastante antigua, está desactualizada!

Entrevistado: Jaaukanigás tiene 240 especies de peces, y en la Provincia hay 240 especies de peces registradas, o sea, que en Jaaukanigás se encuentra la totalidad de esas especies registradas! En la nación hay 450 especies registradas, o sea que tenemos el 53% de las especies registradas del país, o sea que es un número importantísimo!

34) *Investigador:* ¿esos datos los sacaron de esa guía?

Entrevistado: nosotros todo lo que es contenido lo trabajamos con Alejandro Gi-raudo, que es un biólogo, una eminencia a nivel provincial y nacional, y fue el que hizo el estudio para presentar en Buenos Aires y él fue el que nos dio todos estos datos, porque nosotros tampoco podíamos largarnos a hacer todo un estudio para un Centro de Interpretación. Él trabaja en el INALI (Instituto Nacional de Limnología), dedicado al estudio del agua, e hizo estudios en toda América.

35) *Investigador:* ¿ustedes llevan algún tipo de registro/estadísticas de los turistas que visitan la ciudad?

Entrevistado: hacemos un registro general, ahora empezamos a registrar también el gasto que genera y que está bueno saberlo; pero sí tenemos números de cuántos visitas tuvimos con el Circuito Rural desde que arrancamos, hablamos con los hoteles cada fin de semana largo para ver cómo les va yendo, por eso te digo que hay un gran movimiento de lo que es Turismo Negocios, por ejemplo, en la Pesca del Surubí, nuestras plazas están ocupadas casi al 100%, no sólo la de Reconquista, sino la de Avellaneda, Villa Ocampo, Vera, se ocupan todas, incluso casas de familias. Inclusive hicimos una encuesta con esa gente que está entre semana, porque la idea es que no se deje de trabajar entre semana con este tipo de turismo, pero que también trabajemos los fines de semana, porque entre semana tenemos tenemos el 95% ocupadas las plazas hoteleras y los fines de semana sólo un 5%, es muy fluctuante! Entonces la idea es promocionar los eventos, traer gente para que también venga gente a la región los sábados y domingos!

36) *Investigador:* ¿qué tipo de apoyo le dan ustedes a las personas que quieran emprender algo de turismo en la Ciudad?

Entrevistado: por ahí trabajamos muchos con distintas líneas, hay una línea de la Secretaría de la Producción que se llama Banca Solidaria, donde un emprendedor chico o micro puede sacar unos pesos tan sólo presentar un recibo de sueldo, un DNI y un proyecto, eso es con fondos pequeños! Después, la Secretaría de la Producción es ventanilla de la Asociación para el Desarrollo Regional, que tiene muchas línea de financiamiento donde últimamente se está teniendo en cuenta mucho el Turismo; ellos tienen líneas para promover la Cultura... Nosotros ya tenemos varios otorgamientos de créditos a emprendedores turísticos dentro de esas líneas, hoteles, guías. También le conseguimos un crédito del CFI a un hotel de Avellaneda. Nosotros como al ser ventanilla, sólo hacemos la formulación del proyecto, el acompañamiento, la presentación. Y un hotel de Avellaneda que es La Lomita, consiguió un millón de pesos a través de un financiamiento del CFI, gracias a la Sub-Secretaría. Líneas hay varias, por ahí hay que estudiar ciertas cosas, por ejemplo, los guías de pesca lo que cuesta es la formalidad, trabajan mucho en la informalidad, no existe la figura y las empresas de guías de pesca no se registran, ni siquiera tienen monotributo, y eso es importantísimo a la hora de gestionar financiamiento, creo que es el primer filtro! Vos tenés que tener un seguro, tenés que estar inscripto,

tenés que tributar, tenés que tener para facturás, eso es importantísimo, sino te quedás en el primer filtro que es la consulta! Inclusive en la promoción, nosotros para promocionar un emprendimiento, pusimos como condición excluyente que esté regualizado! Por ejemplo los hoteleros que trabajan mucho con viajantes que necesitan el comprobante, y si vos no los tenés vas a perder un montón de clientes!

Investigador: como para cerrar, ¿qué considera ustedes que tiene para ofrecer, y en particular, esta ciudad en materia de turismo, y qué perspectivas hay para el futuro?

Entrevistado: para ofrecer tenemos un montón, principalmente en lo natural, considero que Jaaukanigás como producto tiene mucho potencial! Hoy hay una tendencia mundial de los turistas a buscar el contacto con la naturaleza, se están promocionando mucho lo que son las actividades acuáticas, lo que es kayakismo, lo que es avistaje de flora y fauna; es una tendencia y creo que tenemos el producto para trabajar, hoy en día no está potenciado, pero Jaaukanigás es el principal recurso y que nosotros podemos potenciar a mediano y largo plazo para vender turismo. Por otro lado, y ya hablando de Avellaneda, nosotros tenemos una particularidad a parte del Jaaukanigás, de tener una amplia zona rural, tenemos un 93.500 hectáreas, donde tenemos una diversidad de actividades productivas, que mucha gente no conoce, mucha gente quiere conocer, como sacar miel del panal y probar directamente, que nosotros vimos que lo hizo gente de Córdoba y se quedó muy impresionada, que para nosotros es más común verlo, pero para la gente de Buenos Aires, Córdoba, que viven en otro mundo, es muy atractivo! Están en conglomerados urbanos, es todo asfalto, y quieren venir a eso, tener contactos, probar sabores! Esa es otra tendencia, la gastronomía! Nosotros en ese Circuito de Turismo Rural, la gente prueba distintos alimentos, y con los eventos que tenemos, que son muchos gastronómicos, como la fiesta del asado a la estaca, la fiesta de la raviolada, la fiesta del salame, el Festival de Nuestro Canto donde se hace asado a la estaca. Creo que hay algo que tienen en particular Avellaneda que está muy relacionado a las raíces, a la zona rural y creo que en el Norte no existe. Este finde semana nosotros tenemos la Fiesta Friulana, donde se junta un montón de gente a cantar en friulano, a jugar a la mora, comer salame. Hoy el Turismo ha crecido y hay distintas tendencias que han crecido y es el contacto con la naturaleza y la gastronomía. Después está el turismo tradicional, pero creo que a esas dos cuestiones no hay que escaparle. Y a futuro hay que apuntar a potenciar esos productos, dejar de hablar y generar cosas sueltas, y enfocarse en crear productos que sean reales y que tengan en cuenta estas tendencias para traer a turistas y que se genere ese derrame! Este año justamente es el año del Turismo Sostenible según la Organización Mundial del Turismo; y el turismo sustentable es eso, es generar una actividad que sea beneficiosa ambientalmente, socialmente y económicamente, sin afectar los recursos para las futuras generaciones, aprovechar los recursos que tenemos organizada y planificadamente. Algo en lo que deberíamos trabajar todos los municipios del Norte es en planificar destinos en donde uno encuentre todo!

37) *Investigador:* por ahí lo que le juega en contra a Avellaneda es la contaminación ambiental de las grandes industrias que se encuentran acá!

Entrevistado: es una problemática terrible!, pero aunque vos no creas, hay mucha gente que quiere venir a ver esa parte y es uno de los pedidos que más tenemos! Es un problema que vamos a seguir teniendo hasta que las fábricas no terminen de encontrarle la vuelta a eso, pero eso genera mucha mano de obra, mucho desarrollo

local! Por ejemplo, tenemos en nuestro Camping Los Tatanés esa problemática, pero son cosas a trabajar! Hay veces que vienen personas a nuestra ciudad y la primera referencia que tienen es el algodón o estas fábricas! Es decir, generar una problemática pero también pueden ser atractores! Hoy nuestros hoteles están viviendo de la actividad turística privada, del movimiento productivo, y si no existiesen, no vendrían tantos viajantes, tantos operarios, empresarios que hacen negocios.

1.6. Profesionales Destacados de nuestra región vinculados al área

Entrevista Geógrafa e Investigadora Científica de Avellaneda:

- 1) *Investigador:* ¿Considera que existen potenciales turísticos en esta zona del Nordeste de Santa Fe (incluimos aquí, a los departamentos General Obligado, Vera, y Norte Departamento San Javier) que no son explotados actualmente o que se podrían explotar con mayor intensidad?

Entrevistado: Si, existen una variedad de recursos turísticos que no son explotados o aprovechados turísticamente, en el término de sacarles provecho no? O son aprovechados a medias o no como debiera ser donde el turismo está instalado no! Esos recursos turísticos que nosotros lo llamamos recursos, o los convertimos en recursos, o algo que viene de la naturaleza lo devenimos en recursos en la medida que es conocido y es entonces valorado, si se dan estas condiciones también surge la técnica para ser explotados en el sentido del concepto genérico de recurso que se toma en otras actividades, como por ejemplo en la actividad agraria en general o en la minería por ejemplo. Desde ese punto de vista, algo no es recurso porque simplemente está en la naturaleza, sino que es recurso cuando el hombre o el ser humano organizado lo aprecia, en el sentido de darle valor y entonces genera el conocimiento y las acciones tecnológicas y los medios necesarios (gestión pública, administración,) para aprovecharlos, por ello digo que en este sentido hay recursos que no son aprovechados o insuficientemente aprovechados. Todo lo que hace al Sitio Ramsar Jaaukanigas que han estudiado, hay numerosos recursos que se pueden poner en valor.

- 2) *Investigador:* Decías que un recurso tiene que ser conocido y valorado, en cuanto al Jaaukanigas, pocos lo conocen que está en la zona, pocos saben que es un Sitio Ramsar, no lo reconocen por el nombre, es un largo camino que recién se está comenzando..

Entrevistado: Si, es un proceso de construcción, uno podría sintetizar todo lo que está en el Sitio Ramsar Jaaukanigas, se llama Sitio cuando se lo declara Internacionalmente como Sitio Ramsar, pero el Sitio geográficamente hablando no es un sitio sino un área porque tiene una extensión, tiene un largo, un ancho y por lo tanto es una superficie, no! En esa superficie la principal característica es su biodiversidad, sobretodo su biodiversidad biológica, hay una multiplicidad de especies conviviendo vegetales y animales que están en un equilibrio dinámico en relación a las condiciones climáticas y geomorfológicas del lugar de toda el área. Ahora toda esta biodiversidad que forma parte del Sitio Ramsar Jaaukanigas tiene que ver con la característica del bioma propio de nuestra región que en parte comparte algunas de estas características de esa franja con lo que es el bioma del parque chaqueño, es decir que en un sentido es un parque pero también tiene, como está a la ribera del río, vegetación típica de los ambientes acuáticos y de ribera, entonces esa conjunción hace que esa área tenga características muy particulares tanto de fauna como de flora. Y por ende una riqueza antropológica y arqueológica a mi criterio no muy bien estudiado, estas tierras fueron ocupadas ancestralmente por los indígenas, el nombre Jaaukanigas viene de una parcialidad de la etnia abipona que formaba parte la gran nación guaycurú que habitaba toda esta región chaqueña. Entonces hay restos que van quedando y se conservan y esos restos tiene que ser de análisis de estudio, para ver cómo eran, como vivían, de que se alimentaban que actividad hacían, si solo

eran recolectores o si también eran , como se estima, insipientes agricultores, no eran grandes civilizaciones como las que se hallaron en el noroeste argentino, pero si sabe que tenían practicas rudimentarias de cultivo; eso es un motivo para ser puesto en valor turísticamente, no solo eso sino la vida misma de la gente que habita en esos lugares, eso es lo que se está haciendo por ejemplo en los Esteros del Ibera, todo un rescate de la economía de subsistencia que se realizan en esos ambientes, tenemos mucho parecido a ellos, entonces las formas de vivir, las creencias, las culturas, las mitologías debería ser un contenido para plantearlo turísticamente.

Tenemos toda la parte de la cuña boscosa santafesina, que allí hay todo un legado histórico, que corresponde a un ciclo geoeconómico que organizo una parte bien definida del espacio chaqueño, toda el área donde más poblaciones de quebrachos colorado había no! Como todo ciclo económico tiene un inicio, un auge, un crecimiento, un periodo de decadencia y de extinción, pero lo que queda de eso la arquitectura, las viejas estaciones de ferrocarril, las construcciones de determinado estilo, son motivos de un posible aprovechamiento turístico; eso por un lado, además tenemos otra fuente de riqueza de los bajos sub-meridionales que desde el punto de vista del ecoturismo hay mucho por hacer, porque hay una gran biodiversidad de especies sobretodo animales, avistaje de peces, observaciones de las diferentes estaciones del año porque los paisajes cambian, distintos momentos del día, el amanecer y el atardecer, una conjunción perfecta... y otra cuestión es que tampoco se aprovecha, o es incipiente es el legado de la cultura gringa, en varios sentidos el desarrollo de la agricultura, por ejemplo el museo de Flor de Oro conserva gran parte de ese legado agrícola de los primeros tiempos, y junto con eso todo lo que tiene que ver con las costumbres, el arte culinario por ejemplo, que es muy distinto al de otras regiones, esos creo que serían los aspectos del Norte de Santa fe que podrían ser aprovechados turísticamente, además la parte del turismo cultural como el ciclo forestal, pueblos obrajeros eso es parte del turismo histórico – cultural, también se puede unir la diversidad de fiestas como la fiestas agrícolas de la región.

- 3) *Investigador*: ¿Considera que en la región hace falta más lugares de recreación para los fines de semana, no sólo para turistas de afuera sino también para personas locales? Por ejemplo, que las personas locales puedan elegir hacer kayak, cabalgatas, zafarís fotográficos, entre otros?

Entrevistado: Si, totalmente! El que no tiene una lancha no puede ir al rio y no a todos les gusta el rio, esto también son cuestiones de moda en determinada época.. hay determinadas tendencias que se dan, el turismo es una actividad social, son actividades que se hacen conocer más, son más difundidas que otras, esos espacios recreativos empezando por los camping la mayoría no están dotados de infraestructura (baños, mesas, sillas), no reúnen las condiciones de aprovechamiento por parte de las personas, no están acondicionados con normas de seguridad sobre todo para los niños, ya que no están señalizados, entre otras. Falta de mantenimiento, parquizado acorde a las características de nuestra región.

- 4) *Investigador*: ¿Cuáles piensa que son los motivos por los cuales las personas elijen irse afuera y no quedarse en la ciudad?

Entrevistado: Porque en nuestra región no está instalada la conciencia turística, es decir para un espacio sea aprovechado turísticamente es necesario crear una conciencia turística, o sea de valoración de esos elementos que brinda la naturaleza que pueden ser naturales o culturales, cuando se da esa valoración, puedo decir tengo un

recurso turístico, porque además existe una intencionalidad explícita de ponerlo en valor, surge el conocimiento necesario para destacar cuáles son sus cualidades o atractividad que tienen esos recursos, y a su vez se generan las acciones necesarias, la gestión pública y privada, pero la que tiene que definir las políticas turísticas es la pública, en tanto no hayan gobernantes que valoren los recursos que tenemos, también es una cuestión cultural de creer que lo de afuera es mejor y no tenemos nada para dar.

- 5) *Investigador*: Esto también va acompañado de ser el Norte relegado y que la provincia no tiene como objetivo que sea turístico sino productiva

Entrevistado: Es un doble juego, por un lado es responsabilidad de la Provincia pero también del municipio, o sea la puesta en valor está a cargo de los municipios de crear estas condiciones de rescatar determinados componentes que hay en el espacio para ser aprovechados, mientras que a escala provincial hay que luchar para que se creen estas condiciones, por ejemplo que existan caminos para la conectividad de los distintos lugares. Hay tres componentes básicos para poner en valor turística-mente, una es la cultura local que valore lo que la naturaleza o lo que la cultura ha generado históricamente en ese lugar, la infraestructura como los caminos y también la hotelería, y por último la comida. Como trasladarnos, donde alojarnos, que comemos y que observar y que hacer. Y otra cosa fundamental y básica es la cultura de la hospitalidad, eso no está instalado en nuestra región, la receptividad hacia los turistas como existen en otras provincias turísticas.

- 6) *Investigador*: ¿Conoce algún tipo de emprendimiento de este tipo que actualmente se está desarrollando o gestando en nuestra región?

Entrevistado: Yo estoy un poco desconectada de lo que es el río, no sé si se está haciendo algo en ese sentido, si hay algún proyecto específico. En la zona de Puerto Piracuasito y Puerto Piracúa hay gente que se dedica a alquilar casillas, tienen lanchas llevan a la gente a pescar en determinada, recorriendo el Parana Miní, el grande por las islas en determinadas épocas del año son acciones esporádicas.

- 7) *Investigador*: ¿Cómo piensa que se puede desarrollar el turismo local? Creando más oferta turística, generando más conciencia, facilitando la información, o desde la acción gubernamental?

Entrevistado: Yo creo que van de la mano todos los aspectos, tampoco se puede aprovechar algo turística-mente si no se da a conocer y no existe información al respecto de que puede ser aprovechado los fines de semana o de recreación para gente local y los turistas que vienen de otros lugares. No!. La gestión es fundamental, refiriéndonos a la gubernamental en sus diferentes escalas de gobierno, el deber de la gestión política es articular los otros componentes del sistema, por más que la plata no la ponga el municipio, tiene que poner la acción, la articulación, poner en relación los componentes que ponen en hacer a las cuestiones turísticas. Existe poco aprovechamiento porque hay pocos emprendimientos, Por qué? Porque falta apoyo, falta información, a veces se puede generar emprendimientos con pocos medios, no se necesita de tanto dinero para hacer una inversión y ahí es donde interviene la conciencia turística que es la base de todo, tanto para el emprendedor, como el de la gestión o el turista, o sea se tiene que tomar conciencia de que hay otras formas de obtener recursos además de la agricultura y ganadería, que hay otros tipos de producciones que son medios de conocimientos y ponerlas en valor turístico. No hay

turismo educativo en nuestra región tampoco, de cómo funciona una ladrillaría, producción de cabritos, llevar escuelas y hacer turismo educativo.

- 8) *Investigador:* ¿Considera que nuestros gobernantes realizan las acciones necesarias para preservar nuestros recursos turísticos?

Entrevistado: Yo creo que algo están haciendo pero podrían hacer más que van de la mano de todo lo anterior.

- 9) *Investigador:* ¿Tiene conocimiento de algún tipo de estudio que se haya realizado en la región sobre cómo nos beneficiaríamos trayendo turistas a conocer nuestros recursos turísticos?

Entrevistado: Yo no conozco ningún trabajo o estudio al respecto.

- 10) *Investigador:* Entrevistando a varios propietarios de Agencias de Turismo y Hoteles locales, no tienen conocimiento preciso de nuestra riqueza paisajística, ni del Sitio Ramsar Humedal Jaaukanigás de importancia internacional, ¿a qué piensa Usted que se deba esto?

Entrevistado: Y porque falta información, difusión, tampoco los chicos de edad escolar lo conocen, falta más trabajo en las escuelas, mas difusión de los medios masivos. La información es clave, o sea también ahí para que surjan emprendedores, ahí entra de lleno el rol del Estado Local Provincial, en medio de ellos debiera haber una entidad que se encargue de planificar y coordinar estas actividades. La gestión tiene que promover estas cosas y para eso falta información y difusión, es paradójico que en el mundo de las TICS, por ejemplo que no exista suficiente información. Y por el otro lado, no hay coordinación de actividades entre ciudades en la región, esas son las actividades que no ocurren en espacios donde el turismo tiene un desarrollo significativo.

- 11) *Investigador:* ¿Cómo ve el desarrollo del turismo local en el futuro no muy lejano?

Entrevistado: Y yo lo veo como un desarrollo insipiente, si todo sigue así y no hay cambios en los aspectos que veníamos señalando antes y bueno el que tiene recursos se compra una lancha y se va al río y el que tiene poder adquisitivo de va a otras ciudades como Paso de la Patria

- 12) *Investigador:* ¿Usted ve un cambio en el pensamiento de los dirigentes políticos en cuanto a las acciones gubernamentales que se toman en pos del desarrollo del turismo local?

Entrevistado: Yo veo poco, o sea si bien se está haciendo y hay cuestiones que se proyectan, una cosa es hacer y otra cosa es hacer como que si hacemos, hay mucho de marketing.

Para que esto resulte me parece que la mirada tiene que estar en nuestra región y no afuera, es decir si nosotros no valoramos lo que tenemos no esperemos que vengan a valorar los de afuera, es decir que siempre está el pensamiento que los otros lugares son mejores que los nuestros, entonces hay que aprender a mirar detenidamente el paisaje, y para eso se educa y es tarea de las escuelas e instituciones.

Entrevista Ingeniero en Recursos Hídricos de Reconquista:

- 1) *Investigador:* Considera que existen potenciales turísticos en esta zona del Nordeste de Santa Fe (incluimos aquí, a los departamentos General Obligado, Vera, y Norte Departamento San Javier) que no son explotados actualmente o que se podrían explotar con mayor intensidad?
- 2) *Entrevistado:* Sí, el elemento principal que puede generar atractivo o para la zona es el río y todo su ambiente; es decir, no es el cauce propiamente dicho, sino es el cauce y su valle de inundación que tiene aproximadamente un ancho de 40 km, donde está el cauce y los albardones, y todos sus ambientes asociados. Ese es un ambiente muy interesante, para la gente que vive tierra adentro, Córdoba, Santiago del Estero, el río es un elemento convocante para nosotros como la montaña lo es para ellos. Si estuviéramos en Vera, el elemento paisajístico de mayor atracción es el bosque, pero no sustantivo como lo puede llegar a ser el río Paraná, que es un elemento muy fuerte para explotar. Si comparamos los desarrollos aguas arriba y aguas abajo, por ejemplo, San Javier o Romang, vemos que hay un gran déficit en el entorno Reconquista-Avellaneda, no hay oferta que podría haber de acuerdo a la potencialidad.
- 3) *Investigador:* ¿Considera que en la región hace falta más lugares de recreación para los fines de semana, no sólo para turistas de afuera sino también para personas locales?

Entrevistado: ¡Seguro! Hay una propuesta avanzada entre el Municipio de Reconquista y Avellaneda sobre regularizar el espacio del Puerto Reconquista, con el objetivo de crear elementos atractivos para que la gente se pueda recrear y esparcir. El fundamento es que gran parte de las personas locales toman al Puerto como un lugar de esparcimiento. Durante mucho tiempo el Puerto ha perdido calidad ambiental y se ha perdido la visualización en el muelle, generando más desarrollo aguas abajo (Puerto Deportivo), que no genera recursos turísticos. Tenemos un recurso muy importante y no tenemos el acompañamiento en infraestructura. Hay una demanda insatisfecha, eso se puede ver cuando la gente se pone a tomar mate al costado de la ruta; por lo tanto, cuando haya un desarrollo adecuado del Puerto Reconquista, la demanda va a fluir.

- 4) *Investigador:* ¿Cuáles piensa que son los motivos por los cuales las personas elijen irse afuera y no quedarse en la ciudad?

Entrevistado: No se cuenta con la infraestructura y servicio adecuado como Paso de la Patria, que indudablemente el paisaje no creo que sea muy distinto, con la diferencia de contar con una fauna ictícola más rica, pero el paseo y el ambiente fluvio-lacustre que tiene esta zona no tiene nada que envidiar. En el Puerto Reconquista no hay un hotel, camping, lugar de esparcimiento como la gente, no hay instalaciones. Y cuando hay crecidas ordinarias, por ejemplo, Puerto Ocampo, Puerto Piracuacito, no tienen llegada franca a la costa de río, el único lugar que tiene llegada franca al río para cualquier tipo de crecida inclusive para 100 años de ocurrencia es el Puerto Reconquista; o sea, este acceso es una fortaleza para poder desarrollarlo. Si se construye el Puente Reconquista-Goya, se va a incrementar el flujo de personas del Brasil por la ciudad, y el Puerto sería uno de los principales beneficiados.

- 5) *Investigador*: ¿Cómo piensa que se puede desarrollar el turismo local? Creando más oferta turística, generando más conciencia, facilitando la información, o desde la acción gubernamental?

Entrevistado: Tiene que haber gente profesional que pueda guiar el proceso para no caer en la prueba y error, la disponibilidad de recurso recreativo está, lo que está faltando es gente que tenga la habilidad y capacidad para encarar proyectos de gestión, y eso tiene que surgir entre el público-privado. En este proceso, es donde la acción y concientización es clave. El esparcimiento de ambas ciudades (Reconquista-Avellaneda) es muy pobre, hay mucha gente recreándose en ambientes que no son tan competitivos como el fluvio-lacustre del Puerto. Pero tampoco hubo una propuesta que diga que pueden desarrollarse “x” proyectos que podría generar una movida mayor a 5.000 personas por fin de semana, es decir, el 5% de la cantidad de gente que hay en Reconquista y Avellaneda; así que esperar que haya 5.000 por fin de semana en Puerto Reconquista y su entorno, es una alta chance. Probablemente estemos actualmente en la mitad, pero el problema es que no se cuenta con el ambiente adecuado, hubo una degradación del Puerto ya que fue invadido.

- 6) *Investigador*: ¿Conoce algún tipo de emprendimiento de este tipo que actualmente se está desarrollando o gestando en nuestra región?

Entrevistado: No conozco que haya proyectos sustantivos, formales, más que la localización de cabañas.

- 7) *Investigador*: ¿Considera que nuestros gobernantes realizan las acciones necesarias para preservar nuestros recursos turísticos, como por ejemplo, sobre el Sitio Ramsar?

Entrevistado: Mi conocimiento, más que la afectación de descargas cloacales sobre Arroyo el Rey, no veo que haya un impacto sobre el Sitio, y si la hay, es ínfima. En el grueso del riacho, no vas a encontrar que hay papeles. Si comparamos el sistema, como por ejemplo, con el Lago San Roque de Córdoba, donde hay mayor actividad antrópica, está muy limpio todavía, son cosas muy puntuales. Ahora, no creo que sea un problema de cuidado, sino de falta de un Plan de Desarrollo de la zona. Esto debería ser tratado con todos los actores que entienden de turismo, y trabajar en conjunto con gente experta que sabe diseñar sistemas en los que inversores de diferentes lugares puedan crear atractivos turísticos para público de la región, nacional e internacional, alguien que diga cuántos emprendimientos turísticos podría ver en la zona en función a su demanda. En el Puerto Reconquista, se cuenta con los atributos naturales, hay una estructura de acceso muy interesante, pero no se cuenta con el equipamiento y desarrollo necesario, y más que la tradición de ir a pescar y la Pesca del Surubí no hay otra cosa. Por lo pronto, la tarea inmediata es mejorar el hábitat, las condiciones sociales bajas del Puerto le quitan atractivo turístico. Otra cuestión sería ampliar en las instalaciones parque náutico. Entre el 60% de las lanchas de Reconquista-Avellaneda están alojadas en las casas de sus dueños o tiradas en el Puerto.

- 8) *Investigador*: ¿Tiene conocimiento de algún tipo de estudio que se haya realizado en la región sobre cómo nos beneficiaríamos trayendo turistas a conocer nuestros recursos turísticos?

Entrevistado: Sé de una tesis de arquitectura presentado ante la Cooperación Italiana de una propuesta de mejora del muelle del Puerto Reconquista tanto para la recreación y paseo, como para fines comerciales.

- 9) *Investigador:* Entrevistando a varios propietarios de Agencias de Turismo y Hoteles locales, no tienen conocimiento preciso de nuestra riqueza paisajística, ni del Sitio Ramsar Humedal Jaaukanigás de importancia internacional, ¿a qué piensa Usted que se deba esto?

Entrevistado: No habrá habido la pizca como para motivar. La gente va, hace el paseo tradicional y no presta tanta atención a la naturaleza. Falta cartografía para generar conciencia e interés.

- 10) *Investigador:* ¿Cómo ve el desarrollo del turismo local en el futuro no muy lejano?

Entrevistado: Yo creo que de acá a 10 años tenemos que instalarlo al Puerto, 2.000 km de río que tenemos, como uno de los lugares más interesantes que tenga el valle fluvial para venir a ver; y eso significa disparar el Puerto Reconquista y tomar un espacio como para que genere suficiente atractivo en masa para instalarse 4-5 días. Reconquista ya tiene una cultura muy grande de estar en el río, no vas a ver tantos isleños o tantas peñas en un lugar. Reconquista tiene alrededor de 150 peñas. El potencial, el paisaje fluvio-lacustre está, falta gente que sepa poner valor a ese potencial. Yo no tengo conocimiento acerca de qué hizo Reconquista-Avellaneda en su Agencia de Promoción de Turismo, por lo visto no hay nada convocante. Avellaneda el paseo rural está muy bien, pero sobre el ambiente fluvio-lacustre nadie desarrolló nada. En Romang ya hay 6-7 complejos, después de San Javier al Sur está minado de complejos; entonces te das cuenta que acá nadie emprendió y no sé por qué y hay dos municipios mucho más potentes que Romang y San Javier.

- 11) *Investigador:* ¿Usted ve un cambio en el pensamiento de los dirigentes políticos en cuanto a las acciones gubernamentales que se toman en pos del desarrollo del turismo local?

Entrevistado: Sí, el actual intendente tiene una visión muy enfocada en el turismo, sólo falta el equipo profesional.

1.7. Propietario tierras cabañas cedidas en comodato

- 1) *Investigador:* ¿Qué altura tiene el Río Paraná en el área donde se localizan estas cabañas? ¿Les afecta el agua?

Entrevistado: La isla San Jerónimo fue objeto de modificación allá por la década del 60, donde se interpretó que se podía cortar la isla para poder, valga la redundancia, acortar el camino a Goya. Se trajo una gigantesca draga que en ese trabajo fue extrayendo arena y depositándola sobre la isla, lo que generó una cadena de alturas fácilmente detectables en cualquier imagen satelital, como por ejemplo el Google Earth; y en la zona específica donde se desarrolla este proyecto, hay una altura muy grande, razón por la cual nunca sufrió inundación desde entonces; de acuerdo a las mediciones hechas con Google Earth necesitaría 2 metros por arriba del área de inundación del Puerto Reconquista que cubre la Sub-Prefectura para poder inundar esa parte; esto nos lleva a pensar que aunque se hallan sufrido inundaciones debido a la crecida de este río, y eso pueda determinar el factor de riesgo relativo de este proyecto, este fenómeno no interrumpe su objetivo final, por el contrario, resulta de mayor atractivo para la observación de la fauna, ya que se logra detectar de manera más fácil animales como carpincho, yacarés, y los monos que se encuentran en los árboles en esas áreas protegidas de inundación.

ANEXO VIII: Planillas Cálculo Proyecto de Inversión Emprendimiento

1.1. Ingresos, Costos Variables y Costos Estructura Emprendimiento

1.1.1. Proyección de Ingresos

1.1.1.1. Situación Normal

DATOS:	
Prom. Cant. Personas/Salidas pesca	3
\$/día Pesca Serv.	\$ 3.000,00
Prom. día pesca/persona	2
Prom. día estadia s/ pesca/persona	1
\$/día estadia s/pesca/persona	\$ 500,00

Demanda Salidas	Rango	Prom. Anual Salidas/mes
Meses alta demanda	80-90	50
Meses demanda media	35-70	
Meses baja demanda	10-20	

AÑO 1													Prom./Mes
MES	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	
Nº Salidas Pesca	10	20	50	50	50	35	55	80	90	80	70	15	50
Total personas que pescan/mes	30	60	150	150	150	105	165	240	270	240	210	45	151,25
Ingresos salidas/mes	\$ 90.000,00	\$ 180.000,00	\$ 450.000,00	\$ 450.000,00	\$ 450.000,00	\$ 315.000,00	\$ 495.000,00	\$ 720.000,00	\$ 810.000,00	\$ 720.000,00	\$ 630.000,00	\$ 135.000,00	\$ 453.750,00
Ingreso estadia s/pesca/mes	\$ 15.000,00	\$ 30.000,00	\$ 75.000,00	\$ 75.000,00	\$ 75.000,00	\$ 52.500,00	\$ 82.500,00	\$ 120.000,00	\$ 135.000,00	\$ 120.000,00	\$ 105.000,00	\$ 22.500,00	\$ 75.625,00
TOTAL INGRESOS	\$ 105.000,00	\$ 210.000,00	\$ 525.000,00	\$ 525.000,00	\$ 525.000,00	\$ 367.500,00	\$ 577.500,00	\$ 840.000,00	\$ 945.000,00	\$ 840.000,00	\$ 735.000,00	\$ 157.500,00	\$ 529.375,00

(Situación Normal)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	\$ 6.352.500,00	\$ 6.352.500,00	\$ 6.352.500,00	\$ 6.352.500,00	\$ 6.352.500,00

INCREMENTO INGRESOS	
AÑO	%
AÑO 2	0%
AÑO 3	0%
AÑO 4	0%
AÑO 5	0%

TABLA Nº 1: Proyección de Ingresos Emprendimiento Situación Normal
Fuente: Elaboración propia.

1.1.1.2. Escenario Optimista

(Escenario Optimista)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	\$ 6.352.500,00	\$ 6.670.125,00	\$ 7.003.631,25	\$ 7.353.812,81	\$ 7.721.503,45

INCREMENTO INGRESOS	
AÑO	%
AÑO 2	5%
AÑO 3	5%
AÑO 4	5%
AÑO 5	5%

TABLA N° 2: Proyección de Ingresos Emprendimiento Escenario Optimista
Fuente: Elaboración propia.

1.1.1.3. Escenario Pesimista

(Escenario Pesimista)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	\$ 6.352.500,00	\$ 6.034.875,00	\$ 5.733.131,25	\$ 5.446.474,69	\$ 5.174.150,95

DISMINUCIÓN INGRESOS	
AÑO	%
AÑO 2	-5%
AÑO 3	-5%
AÑO 4	-5%
AÑO 5	-5%

TABLA N° 3: Proyección de Ingresos Emprendimiento Escenario Pesimista.
Fuente: Elaboración propia.

1.1.2. Proyección de Costos Variables

1.1.2.1. Situación Normal

Concepto	Unid.	Demanda Salidas	Rango	% M.O. Fija	% M.O. Variable
Guías de Pesca Variables \$/salida	\$ 1300,00	Meses alta demanda	80-90	60%	40%
Cant. Guías Pesca Variables	3	Meses demanda media	35-70	70%	30%
Combustible lancha \$/Lts.	\$ 24,60	Meses baja demanda	10-20	100%	0%
Consumo Lts. Comb. lancha/salida	50				
Comida \$/día/persona	\$ 250,00				
Carnada Morena \$/salida	\$ 900,00				
Carnada Cascarudo \$/salida	\$ 150,00				

AÑO 1

MES	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	TOTAL
Guías de Pesca variables	\$ -	\$ -	\$ 19.500,00	\$ 19.500,00	\$ 19.500,00	\$ 13.650,00	\$ 21.450,00	\$ 41.600,00	\$ 46.800,00	\$ 41.600,00	\$ 27.300,00	\$ -	\$ 250.900,00
Combustible lancha	\$ 12.300,00	\$ 24.600,00	\$ 61.500,00	\$ 61.500,00	\$ 61.500,00	\$ 43.050,00	\$ 67.650,00	\$ 98.400,00	\$ 110.700,00	\$ 98.400,00	\$ 86.100,00	\$ 18.450,00	\$ 744.150,00
Costo Comida	\$ 22.500,00	\$ 45.000,00	\$ 112.500,00	\$ 112.500,00	\$ 112.500,00	\$ 78.750,00	\$ 123.750,00	\$ 180.000,00	\$ 202.500,00	\$ 180.000,00	\$ 157.500,00	\$ 33.750,00	\$ 1.361.250,00
Carnadas	\$ 10.500,00	\$ 21.000,00	\$ 52.500,00	\$ 52.500,00	\$ 52.500,00	\$ 36.750,00	\$ 57.750,00	\$ 84.000,00	\$ 94.500,00	\$ 84.000,00	\$ 73.500,00	\$ 15.750,00	\$ 635.250,00
TOTAL CV	\$ 45.300,00	\$ 90.600,00	\$ 246.000,00	\$ 246.000,00	\$ 246.000,00	\$ 172.200,00	\$ 270.600,00	\$ 404.000,00	\$ 454.500,00	\$ 404.000,00	\$ 344.400,00	\$ 67.950,00	\$ 2.991.550,00

(Situación Normal)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CV	\$ 2.991.550,00	\$ 2.991.550,00	\$ 2.991.550,00	\$ 2.991.550,00	\$ 2.991.550,00

INCREMENTO CV AÑO	
AÑO	%
AÑO 2	0%
AÑO 3	0%
AÑO 4	0%
AÑO 5	0%

TABLA N° 4: Proyección de Costos Variables Emprendimiento Situación Normal
Fuente: Elaboración propia.

1.1.2.2. Escenario Optimista

(Escenario Optimista)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CV	\$ 2.991.550,00	\$ 3.141.127,50	\$ 3.298.183,88	\$ 3.463.093,07	\$ 3.636.247,72

INCREMENTO CV AÑO	
AÑO	%
AÑO 2	5%
AÑO 3	5%
AÑO 4	5%
AÑO 5	5%

TABLA N° 5: Proyección de Costos Variables Emprendimiento Escenario Optimista
Fuente: Elaboración propia.

1.1.2.3. Escenario Pesimista

(Escenario Pesimista)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CV	\$ 2.991.550,00	\$ 2.841.972,50	\$ 2.699.873,88	\$ 2.564.880,18	\$ 2.436.636,17

DISMINUCIÓN CV AÑO	
AÑO	%
AÑO 2	-5%
AÑO 3	-5%
AÑO 4	-5%
AÑO 5	-5%

TABLA N° 6: Proyección de Costos Variables Emprendimiento Escenario Pesimista.
Fuente: Elaboración propia.

1.1.3. Proyección de Costos de Estructura

1.1.3.1.Situación Normal

DATOS:

Concepto	Cant.	\$/Unit./mes	\$/Total/mes	\$/Total/año
Rem. Sueldo Encargado cabaña	1	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 144.000,00
Remuneración Guías de pesca	3	\$ 14.000,00	\$ 42.000,00	\$ 504.000,00
Remuneración Cuidador cabaña	1	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 48.000,00
Seguros Trab. (Fijos+Variables)	8	\$ 150,00	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00
Monotributo Categoría A	4	\$ 1.007,10	\$ 4.028,40	\$ 48.340,80
Monotributo Categoría E	1	\$ 1.994,63	\$ 1.994,63	\$ 23.935,56
Alquiler guardería	1	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 180.000,00
Aranceles y Seguro/embarcación	8	\$ 100,00	\$ 800,00	\$ 9.600,00
Seguro vehículos	2	\$ 950,00	\$ 1.900,00	\$ 22.800,00
Combustible vehículos Lts./mes	300	\$ 24,60	\$ 7.380,00	\$ 88.560,00
Comb. grupo eléctrico Lts./mes	150	\$ 24,60	\$ 3.690,00	\$ 44.280,00
Mantenimiento Total Lanchas	8	\$ 625,00	\$ 5.000,00	\$ 60.000,00

	Cant. Patentes	/Cuota/Patente	\$/Cuota Total	Cuotas/Año	\$/Total/año
Gasto Patentes vehículos	2	\$ 1.500,00	\$ 3.000,00	5	\$ 15.000,00

TABLA N° 7: Descripción Costos Estructura Emprendimiento
Fuente: Elaboración propia.

MES	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	TOTAL
Encargado de Cabaña	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 144.000,00
Guías de Pescas	\$ 42.000,00	\$ 42.000,00	\$ 42.000,00	\$ 42.000,00	\$ 42.000,00	\$ 42.000,00	\$ 42.000,00	\$ 42.000,00	\$ 42.000,00	\$ 42.000,00	\$ 42.000,00	\$ 42.000,00	\$ 504.000,00
Cuidado de cabaña	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 48.000,00
Mantenimiento lanchas	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 60.000,00
Alquiler Guardería	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 180.000,00
Aranceles y seguros embarcaciones	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 9.600,00
Seguros vehículos	\$ 1.900,00	\$ 1.900,00	\$ 1.900,00	\$ 1.900,00	\$ 1.900,00	\$ 1.900,00	\$ 1.900,00	\$ 1.900,00	\$ 1.900,00	\$ 1.900,00	\$ 1.900,00	\$ 1.900,00	\$ 22.800,00
Patentes vehículos		\$ 3.000,00		\$ 3.000,00		\$ 3.000,00			\$ 3.000,00		\$ 3.000,00		\$ 15.000,00
Seguros Trabajadores (Fijos+Variables)	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00
Costo Monotributo Categoría A	\$ 4.028,40	\$ 4.028,40	\$ 4.028,40	\$ 4.028,40	\$ 4.028,40	\$ 4.028,40	\$ 4.028,40	\$ 4.028,40	\$ 4.028,40	\$ 4.028,40	\$ 4.028,40	\$ 4.028,40	\$ 48.340,80
Costo Monotributo Categoría E	\$ 1.994,63	\$ 1.994,63	\$ 1.994,63	\$ 1.994,63	\$ 1.994,63	\$ 1.994,63	\$ 1.994,63	\$ 1.994,63	\$ 1.994,63	\$ 1.994,63	\$ 1.994,63	\$ 1.994,63	\$ 23.935,56
Combustible camioneta	\$ 7.380,00	\$ 7.380,00	\$ 7.380,00	\$ 7.380,00	\$ 7.380,00	\$ 7.380,00	\$ 7.380,00	\$ 7.380,00	\$ 7.380,00	\$ 7.380,00	\$ 7.380,00	\$ 7.380,00	\$ 88.560,00
Combustible grupo electrógeno	\$ 3.690,00	\$ 3.690,00	\$ 3.690,00	\$ 3.690,00	\$ 3.690,00	\$ 3.690,00	\$ 3.690,00	\$ 3.690,00	\$ 3.690,00	\$ 3.690,00	\$ 3.690,00	\$ 3.690,00	\$ 44.280,00
TOTAL CE	\$ 95.303,03	\$ 98.303,03	\$ 95.303,03	\$ 98.303,03	\$ 95.303,03	\$ 98.303,03	\$ 95.303,03	\$ 95.303,03	\$ 98.303,03	\$ 95.303,03	\$ 98.303,03	\$ 95.303,03	\$ 1.158.636,36

(Situación Normal)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CE	\$ 1.158.636,36	\$ 1.158.636,36	\$ 1.158.636,36	\$ 1.158.636,36	\$ 1.158.636,36

INCREMENTO CE AÑO	
AÑO	%
AÑO 2	0%
AÑO 3	0%
AÑO 4	0%
AÑO 5	0%

TABLA N° 8: Proyección de Costos de Estructura Emprendimiento Situación Normal
Fuente: Elaboración propia.

1.1.3.2. Escenario Optimista

(Escenario Optimista)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CE	\$ 1.158.636,36	\$ 1.187.602,27	\$ 1.217.292,33	\$ 1.247.724,63	\$ 1.278.917,75

INCREMENTO CE AÑO	
AÑO	%
AÑO 2	2,50%
AÑO 3	2,50%
AÑO 4	2,50%
AÑO 5	2,50%

TABLA N° 9: Proyección de Costos de Estructura Emprendimiento Escenario Optimista
Fuente: Elaboración propia.

1.1.3.3. Escenario Pesimista

(Escenario Pesimista)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CE	\$ 1.158.636,36	\$ 1.158.636,36	\$ 1.158.636,36	\$ 1.158.636,36	\$ 1.158.636,36

INCREMENTO CE AÑO	
AÑO	%
AÑO 2	0%
AÑO 3	0%
AÑO 4	0%
AÑO 5	0%

TABLA N° 10: Proyección de Costos de Estructura Emprendimiento Escenario Pesimista.
Fuente: Elaboración propia.

1.2. Amortizaciones, Calendario de Ingreso por Ventas y Renovación Bienes de uso, y Valor de Desecho Proyecto

VALOR A NUEVO, DEPRECIACIÓN ACUMULADA Y VALOR CONTABLE

RUBRO INMUEBLES	Valor a Nuevo	Vida útil	Año de construcción	Año de evaluación	Años Uso	Cuota depreciación	Deprecoación Acumulada	Valor contable
Cabaña 1	\$ 1.768.000,00	30	2016	2022	7	\$ 58.933,33	\$ 412.533,33	\$ 1.355.466,67
Cabaña 2	\$ 714.000,00	30	2018	2022	5	\$ 23.800,00	\$ 119.000,00	\$ 595.000,00
Pasarela	\$ 200.000,00	10	2018	2022	5	\$ 20.000,00	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00
TOTAL	\$ 2.682.000,00					\$ 102.733,33	631.533,33	\$ 2.050.466,67

TABLA N° 11: Valor a Nuevo, Depreciación Acumulada y Valor Contable Inmuebles.

Fuente: Elaboración propia.

CALENDARIO INGRESO	AÑO				
	1	2	3	4	5
	2018	2019	2020	2121	2022
RUBRO INMUEBLES					
Cabaña 1	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cabaña 2	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pasarela	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL	\$ -	0	0	0	0

TABLA N° 12: Calendario Ingreso Vta. Inmuebles
Fuente: Elaboración propia.

CALENDARIO INV. POR REPOSICIÓN	AÑO				
	1	2	3	4	5
	2018	2019	2020	2121	2022
RUBRO INMUEBLES					
Cabaña 1	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cabaña 2	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pasarela	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

TABLA N° 13: Calendario Inversión por Reposición Inmuebles.
Fuente: Elaboración propia.

VALOR A NUEVO, DEPRECIACIÓN ACUMULADA Y VALOR CONTABLE

RUBRO INSTALACIONES	Valor a Nuevo	Vida útil	Año de compra	Año de evaluación	Años Uso	Cuota depreciación	Depreciación Acumulada	Valor contable
Smart TV Telefunken 32'	\$ 6.690,32	10	2017	2022	6	\$ 669,03	\$ 4.014,19	\$ 2.676,13
Smart TV Telefunken 49'	\$ 13.116,16	10	2017	2022	6	\$ 1.311,62	\$ 7.869,70	\$ 5.246,46
Termotanques Longvie 40 Lts.	\$ 6.350,96	10	2016	2022	7	\$ 635,10	\$ 4.445,67	\$ 1.905,29
Termotanques Longvie 40 Lts.	\$ 6.350,96	10	2016	2022	7	\$ 635,10	\$ 4.445,67	\$ 1.905,29
Termotanques Longvie 40 Lts.	\$ 6.350,96	10	2016	2022	7	\$ 635,10	\$ 4.445,67	\$ 1.905,29
Termotanques Longvie 75 Lts.	\$ 8.731,82	10	2018	2022	5	\$ 873,18	\$ 4.365,91	\$ 4.365,91
Ventilador de techo Lumer	\$ 1.597,91	10	2014	2022	9	\$ 159,79	\$ 1.438,12	\$ 159,79
Ventilador de techo Lumer	\$ 1.597,91	10	2014	2022	9	\$ 159,79	\$ 1.438,12	\$ 159,79
Ventilador de techo Lumer	\$ 1.597,91	10	2014	2022	9	\$ 159,79	\$ 1.438,12	\$ 159,79
Ventilador de techo Lumer	\$ 1.597,91	10	2014	2022	9	\$ 159,79	\$ 1.438,12	\$ 159,79
Ventilador de techo Lumer	\$ 1.597,91	10	2014	2022	9	\$ 159,79	\$ 1.438,12	\$ 159,79
Ventilador de techo Lumer	\$ 1.597,91	10	2014	2022	9	\$ 159,79	\$ 1.438,12	\$ 159,79
Ventilador de techo Lumer	\$ 1.597,91	10	2014	2022	9	\$ 159,79	\$ 1.438,12	\$ 159,79
Ventilador de techo Lumer	\$ 1.597,91	10	2014	2022	9	\$ 159,79	\$ 1.438,12	\$ 159,79
Ventilador de techo Lumer	\$ 1.597,91	10	2014	2022	9	\$ 159,79	\$ 1.438,12	\$ 159,79
TOTAL	\$ 61.972,37					\$ 6.197,24	42.529,89	\$ 19.442,49

TABLA N° 14: Valor a Nuevo, Depreciación Acumulada y Valor Contable Instalaciones.

Fuente: Elaboración propia.

CALENDARIO INGRESO	AÑO				
	1	2	3	4	5
	2018	2019	2020	2021	2022
RUBRO INSTALACIONES					
Smart TV Telefunken 32'	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Smart TV Telefunken 49'	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Termotanques Longvie 40 Lts.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Termotanques Longvie 40 Lts.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Termotanques Longvie 40 Lts.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Termotanques Longvie 75 Lts.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ventilador de techo Lumer	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ventilador de techo Lumer	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ventilador de techo Lumer	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ventilador de techo Lumer	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ventilador de techo Lumer	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ventilador de techo Lumer	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ventilador de techo Lumer	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ventilador de techo Lumer	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ventilador de techo Lumer	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

TABLA N° 15: Calendario Ingreso Vta. Instalaciones.
Fuente: Elaboración propia.

CALENDARIO INV. POR REPOSICIÓN	AÑO				
	1	2	3	4	5
	2018	2019	2020	2021	2022
RUBRO INSTALACIONES					
Smart TV Telefunken 32'	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Smart TV Telefunken 49'	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Termotanques Longvie 40 Lts.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Termotanques Longvie 40 Lts.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Termotanques Longvie 40 Lts.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Termotanques Longvie 75 Lts.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ventilador de techo Lumer	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ventilador de techo Lumer	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ventilador de techo Lumer	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ventilador de techo Lumer	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ventilador de techo Lumer	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ventilador de techo Lumer	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ventilador de techo Lumer	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ventilador de techo Lumer	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ventilador de techo Lumer	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

TABLA N° 16: Inversión por Reposición Instalaciones.
Fuente: Elaboración propia.

VALOR A NUEVO, DEPRECIACIÓN ACUMULADA Y VALOR CONTABLE

RUBRO MUEBLES Y ÚTILES	Valor a Nuevo	Vida útil	Año de compra	Año de evaluación	Años Uso	Cuota depreciación	Depreciación Acumulada	Valor contable
Freezer Gafa	\$ 11.851,69	10	2016	2022	7	\$ 1.185,17	\$ 8.296,18	\$ 3.555,51
Freezer Gafa	\$ 11.851,69	10	2016	2022	7	\$ 1.185,17	\$ 8.296,18	\$ 3.555,51
Freezer Gafa	\$ 11.851,69	10	2016	2022	7	\$ 1.185,17	\$ 8.296,18	\$ 3.555,51
Freezer Gafa	\$ 11.851,69	10	2016	2022	7	\$ 1.185,17	\$ 8.296,18	\$ 3.555,51
Heladera Briket	\$ 10.354,39	10	2017	2022	6	\$ 1.035,44	\$ 6.212,63	\$ 4.141,76
Ventilador de pie TF Mana Diet	\$ 2.118,62	10	2016	2022	7	\$ 211,86	\$ 1.483,03	\$ 635,59
Ventilador de pie TF Mana Diet	\$ 2.118,62	10	2016	2022	7	\$ 211,86	\$ 1.483,03	\$ 635,59
Ventilador de pie TF Mana Diet	\$ 2.118,62	10	2016	2022	7	\$ 211,86	\$ 1.483,03	\$ 635,59
Ventilador de pie TF Mana Diet	\$ 2.118,62	10	2016	2022	7	\$ 211,86	\$ 1.483,03	\$ 635,59
Ventilador de pie TF Mana Diet	\$ 2.118,62	10	2016	2022	7	\$ 211,86	\$ 1.483,03	\$ 635,59
Ventilador de pie TF Mana Diet	\$ 2.118,62	10	2016	2022	7	\$ 211,86	\$ 1.483,03	\$ 635,59
Cocina Volcán	\$ 9.418,86	10	2014	2022	9	\$ 941,89	\$ 8.476,97	\$ 941,89
Cocina Volcán	\$ 9.418,86	10	2014	2022	9	\$ 941,89	\$ 8.476,97	\$ 941,89
TOTAL	\$ 89.310,59					\$ 8.931,06	65.249,52	\$ 24.061,07

TABLA N° 17: Valor a Nuevo, Depreciación Acumulada y Valor Contable Muebles y Útiles.
Fuente: Elaboración propia.

CALENDARIO INGRESO	AÑO				
	1	2	3	4	5
	2018	2019	2020	2121	2022
RUBRO MUEBLES Y ÚTILES					
Freezer Gafa	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Freezer Gafa	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Freezer Gafa	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Freezer Gafa	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Heladera Briket	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ventilador de pie TF Mana Diet	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ventilador de pie TF Mana Diet	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ventilador de pie TF Mana Diet	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ventilador de pie TF Mana Diet	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ventilador de pie TF Mana Diet	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ventilador de pie TF Mana Diet	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cocina Volcán	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cocina Volcán	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

TABLA N° 18: Calendario Ingreso Vta. Muebles y Útiles.
Fuente: Elaboración propia.

CALENDARIO INV. POR REPOSICIÓN	AÑO				
	1	2	3	4	5
	2018	2019	2020	2121	2022
RUBRO MUEBLES Y ÚTILES					
Freezer Gafa	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Freezer Gafa	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Freezer Gafa	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Freezer Gafa	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Heladera Briket	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ventilador de pie TF Mana Diet	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ventilador de pie TF Mana Diet	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ventilador de pie TF Mana Diet	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ventilador de pie TF Mana Diet	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ventilador de pie TF Mana Diet	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ventilador de pie TF Mana Diet	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cocina Volcán	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cocina Volcán	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

TABLA N° 19: Calendario Inversión por Reposición Muebles y Útiles.
Fuente: Elaboración propia.

VALOR A NUEVO, DEPRECIACIÓN ACUMULADA Y VALOR CONTABLE

RUBRO RODADOS	Valor del usado al 08/06/2018	Vida útil	Año de compra	Año de evaluación	Año 1º Reemplazo	Años Uso	Valor a Nuevo 0Km al 08/06/2018	Cuota depreciación	Depreciación Acumulada	Valor contable
Renault Master Furgon Mod. 2015	\$ 569.000,00	5	2018	2022	2022	1	\$ 895.000,00	\$ 179.000,00	\$ 179.000,00	\$ 716.000,00
Voltwagen Amarok 4x2 Mod. 2012	\$ 380.000,00	5	2015	2022	2019	4	\$ 655.000,00	\$ 131.000,00	\$ 524.000,00	\$ 131.000,00
TOTAL	\$ 949.000,00							\$ 310.000,00	703.000,00	\$ 847.000,00

* Renault Master Furgon Mod. 2015: es reemplazada en el año 2022 y amortizada por año de alta.

TABLA N° 20: Valor a Nuevo, Depreciación Acumulada y Valor Contable Rodados.
Fuente: Elaboración propia.

CALENDARIO INGRESO	AÑO				
	1	2	3	4	5
RUBRO RODADOS	2018	2019	2020	2121	2022
Renault Master Furgon Mod. 2015	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 284.500,00
Voltwagen Amarok 4x2 Mod. 2012	\$ -	\$ 190.000,00	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL	\$ -	\$ 190.000,00	\$ -	\$ -	\$ 284.500,00

TABLA N° 21: Calendario Ingreso por Vta. Rodados.
Fuente: Elaboración propia.

CALENDARIO INV. POR REPOSICIÓN	AÑO				
	1	2	3	4	5
RUBRO RODADOS	2018	2019	2020	2121	2022
Renault Master Furgon Mod. 2015	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 895.000,00
Voltwagen Amarok 4x2 Mod. 2012	\$ -	\$ 655.000,00	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL	\$ -	\$ 655.000,00	\$ -	\$ -	\$ 895.000,00

TABLA N° 22: Calendario Inversión por Reposición Rodados.
Fuente: Elaboración propia.

VALOR A NUEVO, DEPRECIACIÓN ACUMULADA Y VALOR CONTABLE

RUBRO OTROS BIENES DE USO	Valor a Nuevo	Vida útil	Año de compra	Año de evaluación	Año 1º Reemplazo	Años Uso	Cuota amortización	Amortización Acumulada	Valor contable
Motor Yamaha 115 HP	\$ 367.908,00	10	2014	2022		9	\$ 36.790,80	\$ 331.117,20	\$ 36.790,80
Motor Yamaha 115 HP	\$ 367.908,00	10	2014	2022		9	\$ 36.790,80	\$ 331.117,20	\$ 36.790,80
Motor Yamaha 115 HP	\$ 367.908,00	10	2015	2022		8	\$ 36.790,80	\$ 294.326,40	\$ 73.581,60
Motor Yamaha 115 HP	\$ 367.908,00	10	2015	2022		8	\$ 36.790,80	\$ 294.326,40	\$ 73.581,60
Motor Yamaha 115 HP	\$ 367.908,00	10	2015	2022		8	\$ 36.790,80	\$ 294.326,40	\$ 73.581,60
Motor Yamaha 130 HP	\$ 419.250,00	10	2018	2022		5	\$ 41.925,00	\$ 209.625,00	\$ 209.625,00
Motor Yamaha 150 HP	\$ 461.820,00	10	2018	2022		5	\$ 46.182,00	\$ 230.910,00	\$ 230.910,00
Motor Yamaha 200 HP	\$ 528.900,00	10	2018	2022		5	\$ 52.890,00	\$ 264.450,00	\$ 264.450,00
Cascos Trucker open 620	\$ 180.600,00	10	2014	2022		9	\$ 18.060,00	\$ 162.540,00	\$ 18.060,00
Cascos Trucker open 620	\$ 180.600,00	10	2014	2022		9	\$ 18.060,00	\$ 162.540,00	\$ 18.060,00
Cascos Trucker open 620	\$ 180.600,00	10	2015	2022		8	\$ 18.060,00	\$ 144.480,00	\$ 36.120,00
Cascos Trucker open 620	\$ 180.600,00	10	2015	2022		8	\$ 18.060,00	\$ 144.480,00	\$ 36.120,00
Cascos Trucker open 620	\$ 180.600,00	10	2015	2022		8	\$ 18.060,00	\$ 144.480,00	\$ 36.120,00
Cascos Trucker open 620	\$ 180.600,00	10	2018	2022		5	\$ 18.060,00	\$ 90.300,00	\$ 90.300,00
Cascos Trucker open 620	\$ 180.600,00	10	2018	2022		5	\$ 18.060,00	\$ 90.300,00	\$ 90.300,00
Cascos Trucker open 620	\$ 180.600,00	10	2018	2022		5	\$ 18.060,00	\$ 90.300,00	\$ 90.300,00
Trailer lancha	\$ 33.540,00	10	2014	2022		9	\$ 3.354,00	\$ 30.186,00	\$ 3.354,00
Trailer lancha	\$ 33.540,00	10	2014	2022		9	\$ 3.354,00	\$ 30.186,00	\$ 3.354,00
Grupo eléctrico Gama 2.500 Watt	\$ 9.100,00	10	2014	2022		9	\$ 910,00	\$ 8.190,00	\$ 910,00
Grupo eléctrico Gama 2.500 Watt	\$ 9.100,00	10	2014	2022		9	\$ 910,00	\$ 8.190,00	\$ 910,00
Grupo eléctrico Gama 2.500 Watt	\$ 9.100,00	10	2013	2022	2022	1	\$ 910,00	\$ 910,00	\$ 8.190,00
Grupo eléctrico Gama 5.500 Watt	\$ 18.000,00	10	2012	2022	2021	2	\$ 1.800,00	\$ 3.600,00	\$ 14.400,00
Grupo eléctrico Gama 6.000 Watt	\$ 21.000,00	10	2017	2022		6	\$ 2.100,00	\$ 12.600,00	\$ 8.400,00
Cisterna combustible 1000 Lts.	\$ 12.500,00	10	2010	2022	2019	4	\$ 1.250,00	\$ 5.000,00	\$ 7.500,00
TOTAL	4.840.190,00						\$ 484.019,00	3.378.480,60	\$ 1.461.709,40

TABLA N° 23: Valor a Nuevo, Depreciación Acumulada y Valor Contable Otros Bienes de Uso.
Fuente: Elaboración propia.

CALENDARIO INGRESO	AÑO				
	1	2	3	4	5
	2018	2019	2020	2021	2022
RUBRO OTROS BIENES DE USO					
Motor Yamaha 115 HP	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Motor Yamaha 115 HP	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Motor Yamaha 115 HP	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Motor Yamaha 115 HP	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Motor Yamaha 115 HP	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Motor Yamaha 130 HP	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Motor Yamaha 150 HP	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Motor Yamaha 200 HP	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cascos Trucker open 620	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cascos Trucker open 621	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cascos Trucker open 622	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cascos Trucker open 623	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cascos Trucker open 624	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cascos Trucker open 625	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cascos Trucker open 626	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cascos Trucker open 627	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Trailer lancha	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Trailer lancha	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Grupo eléctrico Gama 2.500 Watt	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Grupo eléctrico Gama 2.500 Watt	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Grupo eléctrico Gama 2.500 Watt	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 910,00
Grupo eléctrico Gama 5.500 Watt	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.800,00	\$ -
Grupo eléctrico Gama 6.000 Watt	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cisterna combustible 1000 Lts.	\$ -	\$ 1.250,00	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL	\$ -	\$ 1.250,00	\$ -	\$ 1.800,00	\$ 910,00

TABLA N° 24: Calendario de Ingreso Otros Bienes de Uso.
Fuente: Elaboración propia.

CALENDARIO INV. POR REPOSICIÓN	AÑO				
	1	2	3	4	5
	2018	2019	2020	2121	2022
RUBRO OTROS BIENES DE USO					
Motor Yamaha 115 HP	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Motor Yamaha 115 HP	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Motor Yamaha 115 HP	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Motor Yamaha 115 HP	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Motor Yamaha 115 HP	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Motor Yamaha 130 HP	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Motor Yamaha 150 HP	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Motor Yamaha 200 HP	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cascos Trucker open 620	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cascos Trucker open 621	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cascos Trucker open 622	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cascos Trucker open 623	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cascos Trucker open 624	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cascos Trucker open 625	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cascos Trucker open 626	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cascos Trucker open 627	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Trailer lancha	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Trailer lancha	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Grupo eléctrico Gama 2.500 Watt	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Grupo eléctrico Gama 2.500 Watt	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Grupo eléctrico Gama 2.500 Watt	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 9.100,00
Grupo eléctrico Gama 5.500 Watt	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 18.000,00	\$ -
Grupo eléctrico Gama 6.000 Watt	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cisterna combustible 1000 Lts.	\$ -	\$ 12.500,00	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL	\$ -	\$ 12.500,00	\$ -	\$ 18.000,00	\$ 9.100,00

TABLA N° 25: Calendario Inversión por Reposición Otros Bienes de Uso.
Fuente: Elaboración propia.

CALENDARIO INGRESO	AÑO				
	1	2	3	4	5
	2018	2019	2020	2121	2022
RUBRO					
INMUEBLE	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
INSTALACIONES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
MUEBLES Y ÚTILES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
RODADOS	\$ -	\$ 190.000,00	\$ -	\$ -	\$ 284.500,00
OTROS BIENES DE USO	\$ -	\$ 1.250,00	\$ -	\$ 1.800,00	\$ 910,00
TOTAL	\$ -	\$ 191.250,00	\$ -	\$ 1.800,00	\$ 285.410,00

TABLA N° 26: Calendario Ingresos por Vta. Bienes de Uso Resumido.
Fuente: Elaboración propia.

CALENDARIO INV. POR REPOSICIÓN	AÑO				
	1	2	3	4	5
	2018	2019	2020	2121	2022
RUBRO					
INMUEBLE	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
INSTALACIONES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
MUEBLES Y ÚTILES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
RODADOS	\$ -	\$ 655.000,00	\$ -	\$ -	\$ 895.000,00
OTROS BIENES DE USO	\$ -	\$ 12.500,00	\$ -	\$ 18.000,00	\$ 9.100,00
TOTAL	\$ -	\$ 667.500,00	\$ -	\$ 18.000,00	\$ 904.100,00

TABLA N° 27: Calendario Inversión por Reposición Bs. Uso Resumido.
Fuente: Elaboración propia.

1.3. Inversión Inicial Proyecto Año 0

AÑO 0: Inversión Inicial

	Concepto	Importe Unit.			Importe Total
		Cant.	Unid. Medida	\$/Medida/Unid.	
Cabaña N° 2	Valor de construcción Habitaciones (M.O.+Material)	60	m ²	\$ 8.500,00	\$ 510.000,00
	Valor de construcción Balcón (M.O.+Material)	24	m ²	\$ 8.500,00	\$ 204.000,00
	Acarreo materiales	30	viajes	\$ 1.333,33	\$ 40.000,00
	Aberturas				\$ 40.000,00
	Juego de baño y glifería				\$ 15.000,00
	1 Termo Tanque 75 Lts.				\$ 8.731,82
	Conchones	12		\$ 3.500,00	\$ 42.000,00
	Camas	12		\$ 12.000,00	\$ 144.000,00
	Ropa de cama			\$ 10.000,00	
Sub-Total Inversión en Construcción y Equipamiento Cabaña N° 2					\$ 1.013.731,82
Pasarela	Valor de construcción (M.O.+Material)	50	m.	\$ 4.000,00	\$ 200.000,00
Sub-Total Inversión en Construcción Pasarela					\$ 1.473.463,64
3 lanchas nuevas	Motor Yamaha 130 HP				\$ 419.250,00
	Motor Yamaha 150 HP				\$ 461.820,00
	Motor Yamaha 200 HP				\$ 528.900,00
	Cascos Trucker open 620	3		\$ 180.600,00	\$ 541.800,00
Sub-Total Inversión en Embarcaciones					\$ 1.951.770,00
TOTAL					\$ 4.438.965,46

TABLA N° 28: Inversión Inicial Año 0 Emprendimiento.
Fuente: Elaboración propia.

1.4. Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO: MÉTODO DÉFICIT MÁXIMO ACUMULADO AÑO 1

MES	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	TOTAL
Ingresos	\$ 105.000,00	\$ 210.000,00	\$ 525.000,00	\$ 525.000,00	\$ 525.000,00	\$ 367.500,00	\$ 577.500,00	\$ 840.000,00	\$ 945.000,00	\$ 840.000,00	\$ 735.000,00	\$ 157.500,00	\$ 6.352.500,00
CV	\$ 45.300,00	\$ 90.600,00	\$ 246.000,00	\$ 246.000,00	\$ 246.000,00	\$ 172.200,00	\$ 270.600,00	\$ 404.000,00	\$ 454.500,00	\$ 404.000,00	\$ 344.400,00	\$ 67.950,00	\$ 2.991.550,00
CF	\$ 95.303,03	\$ 98.303,03	\$ 95.303,03	\$ 98.303,03	\$ 95.303,03	\$ 98.303,03	\$ 95.303,03	\$ 95.303,03	\$ 98.303,03	\$ 95.303,03	\$ 98.303,03	\$ 95.303,03	\$ 1.158.636,36
Saldo	-\$ 35.603,03	\$ 21.096,97	\$ 183.696,97	\$ 180.696,97	\$ 183.696,97	\$ 96.996,97	\$ 211.596,97	\$ 340.696,97	\$ 392.196,97	\$ 340.696,97	\$ 292.296,97	-\$ 5.753,03	\$ 2.202.313,64
Déficit Acum. M. máx.	-\$ 35.603,03	-\$ 14.506,06	\$ 169.190,91	\$ 349.887,88	\$ 533.584,85	\$ 630.581,82	\$ 842.178,79	\$ 1.182.875,76	\$ 1.575.072,73	\$ 1.915.769,70	\$ 2.208.066,67	\$ 2.202.313,64	\$ 11.559.413,66



**DÉFICIT MÁXIMO
ACUMULADO**

TABLA N° 29: Cálculo Capital de Trabajo por Método Déficit Máximo Acumulado Año 1 Emprendimiento.

Fuente: Elaboración propia.

1.5. Tablas Amortización Fuentes de Financiamiento

Monto Total Construcción y Equipamiento Cabaña N° 2 + Pasarela + 3 Embarcaciones	\$ 4.438.965,46
Capital de Trabajo	\$ 35.603,03
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	\$ 4.474.568,49
Financiamiento Fuente 1: ADR	\$ 200.000,00
Financiamiento Fuente 2: Mutual Romang Fútbol Club	\$ 100.000,00
Monto del Inversionista	\$ 4.174.568,49

TABLA N° 30: Fuentes de Financiamiento Inversión Inicial Emprendimiento Año 0.
Fuente: Elaboración propia.

Fuente 1: ADR

Monto	\$ 200.000,00
Tasa Nominal Anual	18,00%
Tasa Efectiva Anual	19,56%
Tasa Efectiva Mensual	150%
Plazo años	4
Nº Cuotas	48
Sist. Amort.	Francés

TABLA AMORTIZACIÓN						
	Nº Cuota	Capital Insoluto	Cuota Período	Interés Pagado Cuota	Capital Pagado Cuota	Saldo Deuda
AÑO 1	1	\$ 200.000,00	\$ 5.875,00	\$ 3.000,00	\$ 2.875,00	\$ 197.125,00
	2	\$ 197.125,00	\$ 5.875,00	\$ 2.956,88	\$ 2.918,12	\$ 194.206,88
	3	\$ 194.206,88	\$ 5.875,00	\$ 2.913,10	\$ 2.961,90	\$ 191.244,98
	4	\$ 191.244,98	\$ 5.875,00	\$ 2.868,67	\$ 3.006,33	\$ 188.238,65
	5	\$ 188.238,65	\$ 5.875,00	\$ 2.823,58	\$ 3.051,42	\$ 185.187,23
	6	\$ 185.187,23	\$ 5.875,00	\$ 2.777,81	\$ 3.097,19	\$ 182.090,04
	7	\$ 182.090,04	\$ 5.875,00	\$ 2.731,35	\$ 3.143,65	\$ 178.946,39
	8	\$ 178.946,39	\$ 5.875,00	\$ 2.684,20	\$ 3.190,80	\$ 175.755,59
	9	\$ 175.755,59	\$ 5.875,00	\$ 2.636,33	\$ 3.238,67	\$ 172.516,92
	10	\$ 172.516,92	\$ 5.875,00	\$ 2.587,75	\$ 3.287,25	\$ 169.229,68
	11	\$ 169.229,68	\$ 5.875,00	\$ 2.538,45	\$ 3.336,55	\$ 165.893,12
	12	\$ 165.893,12	\$ 5.875,00	\$ 2.488,40	\$ 3.386,60	\$ 162.506,52
AÑO 2	1	\$ 162.506,52	\$ 5.875,00	\$ 2.437,60	\$ 3.437,40	\$ 159.069,12
	2	\$ 159.069,12	\$ 5.875,00	\$ 2.386,04	\$ 3.488,96	\$ 155.580,15
	3	\$ 155.580,15	\$ 5.875,00	\$ 2.333,70	\$ 3.541,30	\$ 152.038,86
	4	\$ 152.038,86	\$ 5.875,00	\$ 2.280,58	\$ 3.594,42	\$ 148.444,44
	5	\$ 148.444,44	\$ 5.875,00	\$ 2.226,67	\$ 3.648,33	\$ 144.796,10
	6	\$ 144.796,10	\$ 5.875,00	\$ 2.171,94	\$ 3.703,06	\$ 141.093,05
	7	\$ 141.093,05	\$ 5.875,00	\$ 2.116,40	\$ 3.758,60	\$ 137.334,44
	8	\$ 137.334,44	\$ 5.875,00	\$ 2.060,02	\$ 3.814,98	\$ 133.519,46
	9	\$ 133.519,46	\$ 5.875,00	\$ 2.002,79	\$ 3.872,21	\$ 129.647,25
	10	\$ 129.647,25	\$ 5.875,00	\$ 1.944,71	\$ 3.930,29	\$ 125.716,96
	11	\$ 125.716,96	\$ 5.875,00	\$ 1.885,75	\$ 3.989,25	\$ 121.727,71
	12	\$ 121.727,71	\$ 5.875,00	\$ 1.825,92	\$ 4.049,08	\$ 117.678,63
AÑO 3	1	\$ 117.678,63	\$ 5.875,00	\$ 1.765,18	\$ 4.109,82	\$ 113.568,81
	2	\$ 113.568,81	\$ 5.875,00	\$ 1.703,53	\$ 4.171,47	\$ 109.397,34
	3	\$ 109.397,34	\$ 5.875,00	\$ 1.640,96	\$ 4.234,04	\$ 105.163,30
	4	\$ 105.163,30	\$ 5.875,00	\$ 1.577,45	\$ 4.297,55	\$ 100.865,75
	5	\$ 100.865,75	\$ 5.875,00	\$ 1.512,99	\$ 4.362,01	\$ 96.503,74
	6	\$ 96.503,74	\$ 5.875,00	\$ 1.447,56	\$ 4.427,44	\$ 92.076,29
	7	\$ 92.076,29	\$ 5.875,00	\$ 1.381,14	\$ 4.493,86	\$ 87.582,44
	8	\$ 87.582,44	\$ 5.875,00	\$ 1.313,74	\$ 4.561,26	\$ 83.021,18
	9	\$ 83.021,18	\$ 5.875,00	\$ 1.245,32	\$ 4.629,68	\$ 78.391,49
	10	\$ 78.391,49	\$ 5.875,00	\$ 1.175,87	\$ 4.699,13	\$ 73.692,37
	11	\$ 73.692,37	\$ 5.875,00	\$ 1.105,39	\$ 4.769,61	\$ 68.922,75
	12	\$ 68.922,75	\$ 5.875,00	\$ 1.033,84	\$ 4.841,16	\$ 64.081,59
AÑO 4	1	\$ 64.081,59	\$ 5.875,00	\$ 961,22	\$ 4.913,78	\$ 59.167,82
	2	\$ 59.167,82	\$ 5.875,00	\$ 887,52	\$ 4.987,48	\$ 54.180,33
	3	\$ 54.180,33	\$ 5.875,00	\$ 812,71	\$ 5.062,29	\$ 49.118,04
	4	\$ 49.118,04	\$ 5.875,00	\$ 736,77	\$ 5.138,23	\$ 43.979,81
	5	\$ 43.979,81	\$ 5.875,00	\$ 659,70	\$ 5.215,30	\$ 38.764,51
	6	\$ 38.764,51	\$ 5.875,00	\$ 581,47	\$ 5.293,53	\$ 33.470,97
	7	\$ 33.470,97	\$ 5.875,00	\$ 502,06	\$ 5.372,94	\$ 28.098,04
	8	\$ 28.098,04	\$ 5.875,00	\$ 421,47	\$ 5.453,53	\$ 22.644,51
	9	\$ 22.644,51	\$ 5.875,00	\$ 339,67	\$ 5.535,33	\$ 17.109,18
	10	\$ 17.109,18	\$ 5.875,00	\$ 256,64	\$ 5.618,36	\$ 11.490,81
	11	\$ 11.490,81	\$ 5.875,00	\$ 172,36	\$ 5.702,64	\$ 5.788,18
	12	\$ 5.788,18	\$ 5.875,00	\$ 86,82	\$ 5.788,18	\$ 0,00
TOTAL		\$ 282.000,00	\$ 82.000,00	\$ 200.000,00		

	Capital	Intereses
AÑO 1	\$ 37.493,48	\$ 33.006,52
AÑO 2	\$ 44.827,89	\$ 25.672,11
AÑO 3	\$ 53.597,04	\$ 16.902,96
AÑO 4	\$ 64.081,59	\$ 6.418,41
	\$ 200.000,00	\$ 82.000,00

TABLA N° 31: Tabla Amortización Francés Crédito ADR.
Fuente: Elaboración propia.

Fuente 2: Mutual Romang Fútbol Club

Monto	\$ 100.000,00
Tasa Nominal Anual	34,00%
Tasa Efectiva Anual	39,83%
Tasa Efectiva Mensual	2,83%
Plazo años	3
Nº Cuotas	36
Sist. Amort.	Francés

TABLA AMORTIZACIÓN						
Nº Cuota	Capital Insoluto	Cuota Período	Interés Pagado Cuota	Capital Pagado Cuota	Saldo Deuda	
AÑO 1	1	\$ 100.000,00	\$ 4.467,19	\$ 2.833,33	\$ 1.633,85	\$ 98.366,15
	2	\$ 98.366,15	\$ 4.467,19	\$ 2.787,04	\$ 1.680,15	\$ 96.686,00
	3	\$ 96.686,00	\$ 4.467,19	\$ 2.739,44	\$ 1.727,75	\$ 94.958,25
	4	\$ 94.958,25	\$ 4.467,19	\$ 2.690,48	\$ 1.776,70	\$ 93.181,54
	5	\$ 93.181,54	\$ 4.467,19	\$ 2.640,14	\$ 1.827,04	\$ 91.354,50
	6	\$ 91.354,50	\$ 4.467,19	\$ 2.588,38	\$ 1.878,81	\$ 89.475,69
	7	\$ 89.475,69	\$ 4.467,19	\$ 2.535,14	\$ 1.932,04	\$ 87.543,65
	8	\$ 87.543,65	\$ 4.467,19	\$ 2.480,40	\$ 1.986,78	\$ 85.556,86
	9	\$ 85.556,86	\$ 4.467,19	\$ 2.424,11	\$ 2.043,08	\$ 83.513,79
	10	\$ 83.513,79	\$ 4.467,19	\$ 2.366,22	\$ 2.100,96	\$ 81.412,82
	11	\$ 81.412,82	\$ 4.467,19	\$ 2.306,70	\$ 2.160,49	\$ 79.252,33
	12	\$ 79.252,33	\$ 4.467,19	\$ 2.245,48	\$ 2.221,70	\$ 77.030,63
AÑO 2	1	\$ 77.030,63	\$ 4.467,19	\$ 2.182,53	\$ 2.284,65	\$ 74.745,98
	2	\$ 74.745,98	\$ 4.467,19	\$ 2.117,80	\$ 2.349,38	\$ 72.396,59
	3	\$ 72.396,59	\$ 4.467,19	\$ 2.051,24	\$ 2.415,95	\$ 69.980,64
	4	\$ 69.980,64	\$ 4.467,19	\$ 1.982,78	\$ 2.484,40	\$ 67.496,24
	5	\$ 67.496,24	\$ 4.467,19	\$ 1.912,39	\$ 2.554,79	\$ 64.941,44
	6	\$ 64.941,44	\$ 4.467,19	\$ 1.840,01	\$ 2.627,18	\$ 62.314,26
	7	\$ 62.314,26	\$ 4.467,19	\$ 1.765,57	\$ 2.701,62	\$ 59.612,65
	8	\$ 59.612,65	\$ 4.467,19	\$ 1.689,02	\$ 2.778,16	\$ 56.834,48
	9	\$ 56.834,48	\$ 4.467,19	\$ 1.610,31	\$ 2.856,88	\$ 53.977,61
	10	\$ 53.977,61	\$ 4.467,19	\$ 1.529,37	\$ 2.937,82	\$ 51.039,78
	11	\$ 51.039,78	\$ 4.467,19	\$ 1.446,13	\$ 3.021,06	\$ 48.018,72
	12	\$ 48.018,72	\$ 4.467,19	\$ 1.360,53	\$ 3.106,66	\$ 44.912,07
AÑO 3	1	\$ 44.912,07	\$ 4.467,19	\$ 1.272,51	\$ 3.194,68	\$ 41.717,39
	2	\$ 41.717,39	\$ 4.467,19	\$ 1.181,99	\$ 3.285,19	\$ 38.432,19
	3	\$ 38.432,19	\$ 4.467,19	\$ 1.088,91	\$ 3.378,28	\$ 35.053,92
	4	\$ 35.053,92	\$ 4.467,19	\$ 993,19	\$ 3.473,99	\$ 31.579,92
	5	\$ 31.579,92	\$ 4.467,19	\$ 894,76	\$ 3.572,42	\$ 28.007,50
	6	\$ 28.007,50	\$ 4.467,19	\$ 793,55	\$ 3.673,64	\$ 24.333,86
	7	\$ 24.333,86	\$ 4.467,19	\$ 689,46	\$ 3.777,73	\$ 20.556,13
	8	\$ 20.556,13	\$ 4.467,19	\$ 582,42	\$ 3.884,76	\$ 16.671,37
	9	\$ 16.671,37	\$ 4.467,19	\$ 472,36	\$ 3.994,83	\$ 12.676,54
	10	\$ 12.676,54	\$ 4.467,19	\$ 359,17	\$ 4.108,02	\$ 8.568,52
	11	\$ 8.568,52	\$ 4.467,19	\$ 242,77	\$ 4.224,41	\$ 4.344,10
	12	\$ 4.344,10	\$ 4.467,19	\$ 123,08	\$ 4.344,10	\$ 0,00
TOTAL		\$ 160.818,75	\$ 60.818,75	\$ 100.000,00		

	Capital	Intereses
AÑO 1	\$ 22.969,37	\$ 30.636,88
AÑO 2	\$ 32.118,56	\$ 21.487,69
AÑO 3	\$ 44.912,07	\$ 8.694,18
	\$ 100.000,00	\$ 60.818,75

TABLA Nº 32: Tabla Amortización Francés Crédito MRFC.
Fuente: Elaboración propia.

1.6. Tasa de Descuento Proyecto (f):

Inversionista	
Tasa Libre de Riesgo	8%
Expectativa Inflacionaria Anual	0%
Monto de Inversionista	\$ 4.174.568,49
Impuesto a las Ganancia	0%

Financiamiento 1: ADR	
Tasa Efectiva Anual	19,56%
Expectativa Inflacionaria Anual	28%
Tasa Real Anual	-6,59%
Monto	\$ 200.000,00

Financiamiento 2: Mutual Romang Fútbol Club	
Tasa Efectiva Anual	39,83%
Expectativa Inflacionaria Anual	28%
Tasa Real Anual	9,24%
Monto	\$ 100.000,00

Costo al Capital Propio	8,00%
-------------------------	-------

TMAR (i)	7,38%
----------	-------

PRIMA POR RIESGO (p)	2,40%
----------------------	-------

TASA DESCUENTO (f) = i+p	9,78%
---------------------------------	--------------

TABLA N° 33: Conformación Tasa Descuento Emprendimiento.
Fuente: Elaboración propia.

1.7. Flujo de Fondos ampliado e Indicadores: VAN, TIR y RP

1.7.1. Situación Normal

		Flujo Fondo Proyecto de Inversión												
		Año 0 (Dic 2017)	ene-18	feb-18	mar-18	abr-18	may-18	jun-18	jul-18	ago-18	sep-18	oct-18	nov-18	dic-18
Ingresos														
Ventas			\$ 105.000,00	\$ 210.000,00	\$ 525.000,00	\$ 525.000,00	\$ 525.000,00	\$ 367.500,00	\$ 577.500,00	\$ 840.000,00	\$ 945.000,00	\$ 840.000,00	\$ 735.000,00	\$ 57.500,00
Ingreso Vta. Bs. Uso														
Egresos														
Costos Variables			\$ -45.300,00	\$ -90.600,00	\$ -246.000,00	\$ -246.000,00	\$ -246.000,00	\$ -172.200,00	\$ -270.600,00	\$ -404.000,00	\$ -454.500,00	\$ -404.000,00	\$ -344.400,00	\$ -67.950,00
Costos Estructura			\$ -95.303,03	\$ -98.303,03	\$ -95.303,03	\$ -98.303,03	\$ -95.303,03	\$ -98.303,03	\$ -95.303,03	\$ -95.303,03	\$ -98.303,03	\$ -95.303,03	\$ -98.303,03	\$ -95.303,03
Int. Financiamiento ADR			\$ -3.000,00	\$ -2.956,88	\$ -2.913,10	\$ -2.868,67	\$ -2.823,58	\$ -2.777,81	\$ -2.731,35	\$ -2.684,20	\$ -2.636,33	\$ -2.587,75	\$ -2.538,45	\$ -2.488,40
Int. Financiamiento MRFC			\$ -2.833,33	\$ -2.787,04	\$ -2.739,44	\$ -2.690,48	\$ -2.640,14	\$ -2.588,38	\$ -2.535,14	\$ -2.480,40	\$ -2.424,11	\$ -2.366,22	\$ -2.306,70	\$ -2.245,48
Depreciaciones Bs. Uso			\$ -75.990,05	\$ -75.990,05	\$ -75.990,05	\$ -75.990,05	\$ -75.990,05	\$ -75.990,05	\$ -75.990,05	\$ -75.990,05	\$ -75.990,05	\$ -75.990,05	\$ -75.990,05	\$ -75.990,05
Rtdo. antes Imp.			\$ -117.426,42	\$ -60.637,00	\$ 102.054,38	\$ 99.147,76	\$ 102.243,19	\$ 15.640,73	\$ 130.340,42	\$ 259.542,32	\$ 311.146,47	\$ 259.752,94	\$ 211.461,78	\$ -86.476,96
Imp. Gan.		0%	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Rtdo. despues Imp.			\$ -117.426,42	\$ -60.637,00	\$ 102.054,38	\$ 99.147,76	\$ 102.243,19	\$ 15.640,73	\$ 130.340,42	\$ 259.542,32	\$ 311.146,47	\$ 259.752,94	\$ 211.461,78	\$ -86.476,96
Depreciaciones Bs. Uso			\$ 75.990,05	\$ 75.990,05	\$ 75.990,05	\$ 75.990,05	\$ 75.990,05	\$ 75.990,05	\$ 75.990,05	\$ 75.990,05	\$ 75.990,05	\$ 75.990,05	\$ 75.990,05	\$ 75.990,05
Inversión Inicial		\$ -4.438.965,46	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversión Reemplazo Bs. Uso														
Caja			\$ 30.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Bancos			\$ 60.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Capital de Trabajo		\$ -35.603,03	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Valor Desecho Proyecto			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Financiamiento ADR		\$ 200.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Financiamiento MRFC		\$ 100.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Devolución Capital ADR			\$ -2.875,00	\$ -2.918,12	\$ -2.961,90	\$ -3.006,33	\$ -3.051,42	\$ -3.097,19	\$ -3.143,65	\$ -3.190,80	\$ -3.238,67	\$ -3.287,25	\$ -3.336,55	\$ -3.386,60
Devolución Capital MRFC			\$ -1.633,85	\$ -1.680,15	\$ -1.727,75	\$ -1.776,70	\$ -1.827,04	\$ -1.878,81	\$ -1.932,04	\$ -1.986,78	\$ -2.043,08	\$ -2.100,96	\$ -2.160,49	\$ -2.221,70
Flujo Fondo Proyectado		\$ -4.174.568,49	\$ 44.054,78	\$ 10.754,78	\$ 173.354,78	\$ 170.354,78	\$ 173.354,78	\$ 86.654,78	\$ 201.254,78	\$ 330.354,78	\$ 381.854,78	\$ 330.354,78	\$ 281.954,78	\$ -16.095,22
Flujo Fondo Proyectado Acum.		\$ -4.174.568,49	\$ -4.130.513,71	\$ -4.119.758,92	\$ -3.946.404,14	\$ -3.776.049,36	\$ -3.602.694,58	\$ -3.516.039,79	\$ -3.314.785,01	\$ -2.984.430,23	\$ -2.602.575,45	\$ -2.272.220,66	\$ -1.990.265,88	\$ -2.006.361,10
Flujo Fondo Actualizado		\$ -4.174.568,49	\$ 40.131,68	\$ 9.797,06	\$ 157.917,46	\$ 155.184,61	\$ 157.917,46	\$ 78.938,13	\$ 183.332,95	\$ 300.936,54	\$ 347.850,44	\$ 300.936,54	\$ 256.846,58	\$ -14.661,93
Flujo Fondo Acumulado Actualizado		\$ -4.174.568,49	\$ -4.134.436,81	\$ -4.124.639,74	\$ -3.966.722,28	\$ -3.811.537,67	\$ -3.653.620,21	\$ -3.574.682,08	\$ -3.391.349,12	\$ -3.090.412,58	\$ -2.742.562,15	\$ -2.441.625,61	\$ -2.184.779,03	\$ -2.199.440,96

Tasa (f)	9,78%
----------	-------

TABLA N° 34: Flujo de Fondo Emprendimiento Año 1 Situación Normal.
Fuente: Elaboración propia.

Flujo Fondo Proyecto de Inversión						
Nº AÑO	Año 0 (Dic 2017)	2018 1	2019 2	2020 3	2021 4	2022 5
Ingresos	\$ -					
<i>Ventas</i>	\$ -	\$ 6.352.500,00	\$ 6.352.500,00	\$ 6.352.500,00	\$ 6.352.500,00	\$ 6.352.500,00
<i>Ingreso Vta. Bs. Uso</i>	\$ -	\$ -	\$ 191250,00	\$ -	\$ 1800,00	\$ 285.410,00
Egresos	\$ -					
<i>Costos Variables</i>	\$ -	\$ -2.991.550,00	\$ -2.991.550,00	\$ -2.991.550,00	\$ -2.991.550,00	\$ -2.991.550,00
<i>Costos Estructura</i>	\$ -	\$ -1.158.636,36	\$ -1.158.636,36	\$ -1.158.636,36	\$ -1.158.636,36	\$ -1.158.636,36
<i>Int. Financiamiento ADR</i>	\$ -	\$ -33.006,52	\$ -25.672,11	\$ -16.902,96	\$ -6.418,41	\$ -
<i>Int. Financiamiento MRFC</i>	\$ -	\$ -30.636,88	\$ -21.487,69	\$ -8.694,18		
<i>Depreciaciones Bs. Uso</i>	\$ -	\$ -9.118.80,63	\$ -9.118.80,63	\$ -9.118.80,63	\$ -9.118.80,63	\$ -9.118.80,63
Rtdo. antes Imp.	\$ -	\$ 1226.789,62	\$ 1434.523,21	\$ 1264.835,87	\$ 1285.814,60	\$ 1575.843,01
<i>Imp. Gan.</i>	0%	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Rtdo. despues Imp.	\$ -	\$ 1226.789,62	\$ 1434.523,21	\$ 1264.835,87	\$ 1285.814,60	\$ 1575.843,01
<i>Depreciaciones Bs. Uso</i>	\$ -	\$ 9.118.80,63	\$ 9.118.80,63	\$ 9.118.80,63	\$ 9.118.80,63	\$ 9.118.80,63
<i>Inversion Inicial</i>	\$ -4.438.965,46	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Inversión Reemplazo Bs. Uso</i>	\$ -	\$ -	\$ -667.500,00	\$ -	\$ -18.000,00	\$ -904.100,00
<i>Caja</i>	\$ -	\$ 30.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Bancos</i>	\$ -	\$ 60.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Capital de Trabajo</i>	\$ -35.603,03	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Valor Desecho Proyecto</i>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3.801.679,62
<i>Financiamiento ADR</i>	\$ 200.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Financiamiento MRFC</i>	\$ 100.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Devolución Capital ADR</i>	\$ -	\$ -37.493,48	\$ -44.827,89	\$ -53.597,04	\$ -64.081,59	\$ -
<i>Devolución Capital MRFC</i>	\$ -	\$ -22.969,37	\$ -32.118,56	\$ -44.912,07	\$ -	\$ -
Flujo Fondo Proyectado	\$ -4.174.568,49	\$ 2.168.207,39	\$ 1.601.957,39	\$ 2.078.207,39	\$ 2.115.613,64	\$ 5.385.303,26
Flujo Fondo Proyectado Acum.	\$ -4.174.568,49	\$ -2.006.361,10	\$ -404.403,71	\$ 1.673.803,68	\$ 3.789.417,32	\$ 9.174.720,59
Flujo Fondo Actualizado	\$ -4.174.568,49	\$ 1.975.127,53	\$ 1.329.350,81	\$ 1.570.984,33	\$ 1.456.846,01	\$ 3.378.172,15
Flujo Fondo Acum. Actualizado	\$ -4.174.568,49	\$ -2.199.440,96	\$ -870.090,14	\$ 700.894,18	\$ 2.157.740,19	\$ 5.535.912,34

TABLA Nº 35: Flujo de Fondo Proyecto de Inversión del Emprendimiento Situación Normal.
Fuente: Elaboración propia.

Flujo Fondo Resumido Proyecto de Inversión

		Año 0 (Dic 2017)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos			\$ 6.352.500,00	\$ 6.352.500,00	\$ 6.352.500,00	\$ 6.352.500,00	\$ 6.352.500,00
Egresos			\$ -5.125.710,38	\$ -5.109.226,79	\$ -5.087.664,13	\$ -5.068.485,40	\$ -5.062.066,99
Rtdo. antes Imp.			\$ 1.226.789,62	\$ 1.243.273,21	\$ 1.264.835,87	\$ 1.284.014,60	\$ 1.290.433,01
Imp. Gan.	0%		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Rtdo. Después Imp.			\$ 1.226.789,62	\$ 1.243.273,21	\$ 1.264.835,87	\$ 1.284.014,60	\$ 1.290.433,01
Inversiones y Financiamiento		\$ -4.174.568,49	\$ 941.417,78	\$ 167.434,18	\$ 813.371,52	\$ 829.799,04	\$ 3.809.460,25
Flujo Fondo Proyectado		\$ -4.174.568,49	\$ 2.168.207,39	\$ 1.410.707,39	\$ 2.078.207,39	\$ 2.113.813,64	\$ 5.099.893,26
Flujo Fondo Proyectado Acum.		\$ -4.174.568,49	\$ -2.006.361,10	\$ -595.653,71	\$ 1.482.553,68	\$ 3.596.367,32	\$ 8.696.260,59

Flujo Fondo Actualizado
Flujo Fondo Acum. Act.

\$ 1.975.127,53	\$ 1.329.350,81	\$ 1.570.984,33	\$ 1.456.846,01	\$ 3.378.172,15
\$ -2.199.440,96	\$ -870.090,14	\$ 700.894,18	\$ 2.157.740,19	\$ 5.535.912,34



**La Inversión Inicial se recupera
entre el Año 2 y 3**

Tasa (f)	9,78%
VAN	\$ 5.196.931,84
TIR	44,30%
VNA/Año	\$ 1.039.386,37
VNA/M es	\$ 86.615,53

TABLA N° 36: Flujo de Fondo Resumido Proyecto de Inversión del Emprendimiento Situación Normal.
Fuente: Elaboración propia.

1.7.2. Escenario Optimista

Flujo Fondo Proyecto de Inversión													
	Año 0 (Dic 2017)	ene-18	feb-18	mar-18	abr-18	may-18	jun-18	jul-18	ago-18	sep-18	oct-18	nov-18	dic-18
Ingresos													
Ventas		\$ 105.000,00	\$ 210.000,00	\$ 525.000,00	\$ 525.000,00	\$ 525.000,00	\$ 367.500,00	\$ 577.500,00	\$ 840.000,00	\$ 945.000,00	\$ 840.000,00	\$ 735.000,00	\$ 157.500,00
Ingreso Vta. Bs. Uso													
Egresos													
Costos Variables		\$ -45.300,00	\$ -90.600,00	\$ -246.000,00	\$ -246.000,00	\$ -246.000,00	\$ -172.200,00	\$ -270.600,00	\$ -404.000,00	\$ -454.500,00	\$ -404.000,00	\$ -344.400,00	\$ -67.950,00
Costos Estructura		\$ -95.303,03	\$ -98.303,03	\$ -95.303,03	\$ -98.303,03	\$ -95.303,03	\$ -98.303,03	\$ -95.303,03	\$ -95.303,03	\$ -98.303,03	\$ -95.303,03	\$ -98.303,03	\$ -95.303,03
Int. Financiamiento ADR		\$ -3.000,00	\$ -2.956,88	\$ -2.913,10	\$ -2.868,67	\$ -2.823,58	\$ -2.777,81	\$ -2.731,35	\$ -2.684,20	\$ -2.636,33	\$ -2.587,75	\$ -2.538,45	\$ -2.488,40
Int. Financiamiento MRFC		\$ -2.833,33	\$ -2.787,04	\$ -2.739,44	\$ -2.690,48	\$ -2.640,14	\$ -2.588,38	\$ -2.535,14	\$ -2.480,40	\$ -2.424,11	\$ -2.366,22	\$ -2.306,70	\$ -2.245,48
Depreciaciones Bs. Uso		\$ -75.990,05	\$ -75.990,05	\$ -75.990,05	\$ -75.990,05	\$ -75.990,05	\$ -75.990,05	\$ -75.990,05	\$ -75.990,05	\$ -75.990,05	\$ -75.990,05	\$ -75.990,05	\$ -75.990,05
Rtdo. antes Imp.		\$ -117.426,42	\$ -60.637,00	\$ 102.054,38	\$ 99.147,76	\$ 102.243,19	\$ 15.640,73	\$ 130.340,42	\$ 259.542,32	\$ 311.146,47	\$ 259.752,94	\$ 211.461,78	\$ -86.476,96
Imp. Gan.	0%	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Rtdo. despues Imp.		\$ -117.426,42	\$ -60.637,00	\$ 102.054,38	\$ 99.147,76	\$ 102.243,19	\$ 15.640,73	\$ 130.340,42	\$ 259.542,32	\$ 311.146,47	\$ 259.752,94	\$ 211.461,78	\$ -86.476,96
Depreciaciones Bs. Uso		\$ 75.990,05	\$ 75.990,05	\$ 75.990,05	\$ 75.990,05	\$ 75.990,05	\$ 75.990,05	\$ 75.990,05	\$ 75.990,05	\$ 75.990,05	\$ 75.990,05	\$ 75.990,05	\$ 75.990,05
Inversion Inicial	\$ -4.438.965,46	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversión Reemplazo Bs. Uso													
Caja		\$ 30.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Bancos		\$ 60.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Capital de Trabajo	\$ -35.603,03	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Valor Desecho Proyecto		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Financiamiento ADR	\$ 200.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Financiamiento MRFC	\$ 100.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Devolución Capital ADR		\$ -2.875,00	\$ -2.913,12	\$ -2.961,90	\$ -3.006,33	\$ -3.051,42	\$ -3.097,19	\$ -3.143,65	\$ -3.190,80	\$ -3.238,67	\$ -3.287,25	\$ -3.336,55	\$ -3.386,60
Devolución Capital MRFC		\$ -1633,85	\$ -1680,15	\$ -1727,75	\$ -1776,70	\$ -1827,04	\$ -1878,81	\$ -1932,04	\$ -1986,78	\$ -2.043,08	\$ -2.100,96	\$ -2.160,49	\$ -2.221,70
Flujo Fondo Proyectado	\$ -4.174.568,49	\$ 44.054,78	\$ 10.754,78	\$ 173.354,78	\$ 170.354,78	\$ 173.354,78	\$ 86.654,78	\$ 201.254,78	\$ 330.354,78	\$ 381.854,78	\$ 330.354,78	\$ 281.954,78	\$ -16.095,22
Flujo Fondo Proyectado Acum.	\$ -4.174.568,49	\$ -4.130.513,71	\$ -4.119.758,92	\$ -3.946.404,14	\$ -3.776.049,36	\$ -3.602.694,58	\$ -3.516.039,79	\$ -3.314.785,01	\$ -2.984.430,23	\$ -2.602.575,45	\$ -2.272.220,66	\$ -1.990.265,88	\$ -2.006.361,10
Flujo Fondo Actualizado	\$ -4.174.568,49	\$ 40.131,68	\$ 9.797,06	\$ 157.917,46	\$ 155.184,61	\$ 157.917,46	\$ 78.938,13	\$ 183.332,95	\$ 300.936,54	\$ 347.850,44	\$ 300.936,54	\$ 256.846,58	\$ -14.661,93
Flujo Fondo Acum. Actualizado	\$ -4.174.568,49	\$ -4.134.436,81	\$ -4.124.639,74	\$ -3.966.722,28	\$ -3.811.537,67	\$ -3.653.620,21	\$ -3.574.682,08	\$ -3.391.349,12	\$ -3.090.412,58	\$ -2.742.562,15	\$ -2.441.625,61	\$ -2.184.779,03	\$ -2.199.440,96

Tasa (f) 9,78%

TABLA N° 37: Flujo de Fondo Emprendimiento Año 1 Escenario Optimista.
Fuente: Elaboración propia.

Flujo Fondo Proyecto de Inversión						
Nº AÑO	Año 0 (Dic 2017)	2018 1	2019 2	2020 3	2021 4	2022 5
Ingresos	\$ -					
<i>Ventas</i>	\$ -	\$ 6.352.500,00	\$ 6.670.125,00	\$ 7.003.631,25	\$ 7.353.812,81	\$ 7.721.503,45
<i>Ingreso Vta. Bs. Uso</i>	\$ -	\$ -	\$ 191250,00	\$ -	\$ 1800,00	\$ 285.410,00
Egresos	\$ -					
<i>Costos Variables</i>	\$ -	\$ -2.991.550,00	\$ -3.141.127,50	\$ -3.298.183,88	\$ -3.463.093,07	\$ -3.636.247,72
<i>Costos Estructura</i>	\$ -	\$ -1.158.636,36	\$ -1.187.602,27	\$ -1.217.292,33	\$ -1.247.724,63	\$ -1.278.917,75
<i>Int. Financiamiento ADR</i>	\$ -	\$ -33.006,52	\$ -25.672,11	\$ -16.902,96	\$ -6.418,41	\$ -
<i>Int. Financiamiento MRFC</i>	\$ -	\$ -30.636,88	\$ -21.487,69	\$ -8.694,18		
<i>Depreciaciones Bs. Uso</i>	\$ -	\$ -911.880,63	\$ -911.880,63	\$ -911.880,63	\$ -911.880,63	\$ -911.880,63
Rtdo. antes Imp.	\$ -	\$ 1.226.789,62	\$ 1.573.604,80	\$ 1.550.677,28	\$ 1.726.496,07	\$ 2.179.867,35
<i>Imp. Gan.</i>	0%	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Rtdo. despues Imp.	\$ -	\$ 1.226.789,62	\$ 1.573.604,80	\$ 1.550.677,28	\$ 1.726.496,07	\$ 2.179.867,35
<i>Depreciaciones Bs. Uso</i>	\$ -	\$ 911.880,63	\$ 911.880,63	\$ 911.880,63	\$ 911.880,63	\$ 911.880,63
<i>Inversion Inicial</i>	\$ -4.438.965,46	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Inversión Reemplazo Bs. Uso</i>	\$ -	\$ -	\$ -667.500,00	\$ -	\$ -18.000,00	\$ -904.100,00
<i>Caja</i>	\$ -	\$ 30.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Bancos</i>	\$ -	\$ 60.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Capital de Trabajo</i>	\$ -35.603,03	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Valor Desecho Proyecto</i>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3.801.679,62
<i>Financiamiento ADR</i>	\$ 200.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Financiamiento MRFC</i>	\$ 100.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Devolución Capital ADR</i>	\$ -	\$ -37.493,48	\$ -44.827,89	\$ -53.597,04	\$ -64.081,59	\$ -
<i>Devolución Capital MRFC</i>	\$ -	\$ -22.969,37	\$ -32.185,56	\$ -44.912,07	\$ -	\$ -
Flujo Fondo Proyectado	\$ -4.174.568,49	\$ 2.168.207,39	\$ 1.741.038,98	\$ 2.364.048,80	\$ 2.556.295,11	\$ 5.989.327,60
Flujo Fondo Proyectado Acum.	\$ -4.174.568,49	\$ -2.006.361,10	\$ -265.322,12	\$ 2.098.726,68	\$ 4.655.021,79	\$ 10.644.349,40
Flujo Fondo Actualizado	\$ -4.174.568,49	\$ 1.975.127,53	\$ 1.444.764,76	\$ 1.787.061,11	\$ 1.760.306,45	\$ 3.757.073,41
Flujo Fondo Acum. Actualizado	\$ -4.174.568,49	\$ -2.199.440,96	\$ -754.676,20	\$ 1.032.384,92	\$ 2.792.691,36	\$ 6.549.764,78

TABLA Nº 38: Flujo de Fondo Proyecto de Inversión del Emprendimiento Escenario Optimista.
Fuente: Elaboración propia.

Flujo Fondo Resumido Proyecto de Inversión

		Año 0 (Dic 2017)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos			\$ 6.352.500,00	\$ 6.670.125,00	\$ 7.003.631,25	\$ 7.353.812,81	\$ 7.721.503,45
Egresos			\$ -5.125.710,38	\$ -5.287.770,20	\$ -5.452.953,97	\$ -5.629.116,74	\$ -5.827.046,10
Rtdo. antes Imp.			\$ 1.226.789,62	\$ 1.382.354,80	\$ 1.550.677,28	\$ 1.724.696,07	\$ 1.894.457,35
Imp. Gan.	0%		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Rtdo. Después Imp.			\$ 1.226.789,62	\$ 1.382.354,80	\$ 1.550.677,28	\$ 1.724.696,07	\$ 1.894.457,35
Inversiones y Financiamiento		\$ -4.174.568,49	\$ 941.417,78	\$ 167.434,18	\$ 813.371,52	\$ 829.799,04	\$ 3.809.460,25
Flujo Fondo Proyectado		\$ -4.174.568,49	\$ 2.168.207,39	\$ 1.549.788,98	\$ 2.364.048,80	\$ 2.554.495,11	\$ 5.703.917,60
Flujo Fondo Proyectado Acum.		\$ -4.174.568,49	\$ -2.006.361,10	\$ -456.572,12	\$ 1.907.476,68	\$ 4.461.971,79	\$ 10.165.889,40

Flujo Fondo Actualizado
Flujo Fondo Acum. Act.

\$ 1.975.127,53	\$ 1.444.764,76	\$ 1.787.061,11	\$ 1.760.306,45	\$ 3.757.073,41
\$ -2.199.440,96	\$ -754.676,20	\$ 1.032.384,92	\$ 2.792.691,36	\$ 6.549.764,78



**La Inversión Inicial se recupera
entre el Año 2 y 3.**

Tasa (f)	9,78%
VAN	\$ 6.210.784,28
TIR	48,84%
VNA/Año	\$ 1.242.156,86
VNA/Mes	\$ 103.513,07

TABLA N° 39: Flujo de Fondo Resumido Proyecto de Inversión del Emprendimiento Escenario Optimista.
Fuente: Elaboración propia.

1.7.3. Escenario Pesimista

Flujo Fondo Proyecto de Inversión													
	Año 0 (Dic 2017)	ene-18	feb-18	mar-18	abr-18	may-18	jun-18	jul-18	ago-18	sep-18	oct-18	nov-18	dic-18
Ingresos													
Ventas		\$ 105.000,00	\$ 210.000,00	\$ 525.000,00	\$ 525.000,00	\$ 525.000,00	\$ 367.500,00	\$ 577.500,00	\$ 840.000,00	\$ 945.000,00	\$ 840.000,00	\$ 735.000,00	\$ 57.500,00
Ingreso Vta. Bs. Uso													
Egresos													
Costos Variables		\$ -45.300,00	\$ -90.600,00	\$ -246.000,00	\$ -246.000,00	\$ -246.000,00	\$ -172.200,00	\$ -270.600,00	\$ -404.000,00	\$ -454.500,00	\$ -404.000,00	\$ -344.400,00	\$ -67.950,00
Costos Estructura		\$ -95.303,03	\$ -98.303,03	\$ -95.303,03	\$ -98.303,03	\$ -95.303,03	\$ -98.303,03	\$ -95.303,03	\$ -95.303,03	\$ -98.303,03	\$ -95.303,03	\$ -98.303,03	\$ -95.303,03
Int. Financiamiento ADR		\$ -3.000,00	\$ -2.956,88	\$ -2.913,10	\$ -2.868,67	\$ -2.823,58	\$ -2.777,81	\$ -2.731,35	\$ -2.684,20	\$ -2.636,33	\$ -2.587,75	\$ -2.538,45	\$ -2.488,40
Int. Financiamiento MRFC		\$ -2.833,33	\$ -2.787,04	\$ -2.739,44	\$ -2.690,48	\$ -2.640,14	\$ -2.588,38	\$ -2.535,14	\$ -2.480,40	\$ -2.424,11	\$ -2.366,22	\$ -2.306,70	\$ -2.245,48
Depreciaciones Bs. Uso		\$ -75.990,05	\$ -75.990,05	\$ -75.990,05	\$ -75.990,05	\$ -75.990,05	\$ -75.990,05	\$ -75.990,05	\$ -75.990,05	\$ -75.990,05	\$ -75.990,05	\$ -75.990,05	\$ -75.990,05
Rtdo. antes Imp.		\$ -117.426,42	\$ -60.637,00	\$ 102.054,38	\$ 99.147,76	\$ 102.243,19	\$ 15.640,73	\$ 130.340,42	\$ 259.542,32	\$ 311.146,47	\$ 259.752,94	\$ 211.461,78	\$ -86.476,96
Imp. Gan.	0%	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Rtdo. despues Imp.		\$ -117.426,42	\$ -60.637,00	\$ 102.054,38	\$ 99.147,76	\$ 102.243,19	\$ 15.640,73	\$ 130.340,42	\$ 259.542,32	\$ 311.146,47	\$ 259.752,94	\$ 211.461,78	\$ -86.476,96
Depreciaciones Bs. Uso		\$ 75.990,05	\$ 75.990,05	\$ 75.990,05	\$ 75.990,05	\$ 75.990,05	\$ 75.990,05	\$ 75.990,05	\$ 75.990,05	\$ 75.990,05	\$ 75.990,05	\$ 75.990,05	\$ 75.990,05
Inversion Inicial	\$ -4.438.965,46	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversión Reemplazo Bs. Uso													
Caja		\$ 30.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Bancos		\$ 60.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Capital de Trabajo	\$ -35.603,03	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Valor Desecho Proyecto		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Financiamiento ADR	\$ 200.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Financiamiento MRFC	\$ 100.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Devolución Capital ADR		\$ -2.875,00	\$ -2.913,12	\$ -2.961,90	\$ -3.006,33	\$ -3.051,42	\$ -3.097,19	\$ -3.143,65	\$ -3.190,80	\$ -3.238,67	\$ -3.287,25	\$ -3.336,55	\$ -3.386,60
Devolución Capital MRFC		\$ -1.633,85	\$ -1.680,15	\$ -1.727,75	\$ -1.776,70	\$ -1.827,04	\$ -1.878,81	\$ -1.932,04	\$ -1.986,78	\$ -2.043,08	\$ -2.100,96	\$ -2.160,49	\$ -2.221,70
Flujo Fondo Proyectado	\$ -4.174.568,49	\$ 44.054,78	\$ 10.754,78	\$ 173.354,78	\$ 170.354,78	\$ 173.354,78	\$ 86.654,78	\$ 201.254,78	\$ 330.354,78	\$ 381.854,78	\$ 330.354,78	\$ 281.954,78	\$ -16.095,22
Flujo Fondo Proyectado Acum.	\$ -4.174.568,49	\$ -4.130.513,71	\$ -4.119.758,92	\$ -3.946.404,14	\$ -3.776.049,36	\$ -3.602.694,58	\$ -3.516.039,79	\$ -3.314.785,01	\$ -2.984.430,23	\$ -2.602.575,45	\$ -2.272.220,66	\$ -1.990.265,88	\$ -2.006.361,10
Flujo Fondo Actualizado	\$ -4.174.568,49	\$ 40.131,68	\$ 9.797,06	\$ 157.917,46	\$ 155.184,61	\$ 157.917,46	\$ 78.938,13	\$ 183.332,95	\$ 300.936,54	\$ 347.850,44	\$ 300.936,54	\$ 256.846,58	\$ -14.661,93
Flujo Fondo Acum. Actualizado	\$ -4.174.568,49	\$ -4.134.436,81	\$ -4.124.639,74	\$ -3.966.722,28	\$ -3.811.537,67	\$ -3.653.620,21	\$ -3.574.682,08	\$ -3.391.349,12	\$ -3.090.412,58	\$ -2.742.562,15	\$ -2.441.625,61	\$ -2.184.779,03	\$ -2.199.440,96

Tasa (f)	9,78%
----------	-------

TABLA N° 40: Flujo de Fondo Emprendimiento Año 1 Escenario Pesimista.
Fuente: Elaboración propia.

Flujo Fondo Proyecto de Inversión						
Nº AÑO	Año 0 (Dic 2017)	2018 1	2019 2	2020 3	2021 4	2022 5
Ingresos	\$ -					
<i>Ventas</i>	\$ -	\$ 6.352.500,00	\$ 6.034.875,00	\$ 5.733.131,25	\$ 5.446.474,69	\$ 5.174.150,95
<i>Ingreso Vta. Bs. Uso</i>	\$ -	\$ -	\$ 191.250,00	\$ -	\$ 1.800,00	\$ 285.410,00
Egresos	\$ -					
<i>Costos Variables</i>	\$ -	\$ -2.991.550,00	\$ -2.841.972,50	\$ -2.699.873,88	\$ -2.564.880,18	\$ -2.436.636,17
<i>Costos Estructura</i>	\$ -	\$ -1.158.636,36	\$ -1.158.636,36	\$ -1.158.636,36	\$ -1.158.636,36	\$ -1.158.636,36
<i>Int. Financiamiento ADR</i>	\$ -	\$ -33.006,52	\$ -25.672,11	\$ -16.902,96	\$ -6.418,41	\$ -
<i>Int. Financiamiento MRFC</i>	\$ -	\$ -30.636,88	\$ -21.487,69	\$ -8.694,18		
<i>Depecepciones Bs. Uso</i>	\$ -	\$ -9.118.80,63	\$ -9.118.80,63	\$ -9.118.80,63	\$ -9.118.80,63	\$ -9.118.80,63
Rtdo. antes Imp.	\$ -	\$ 1.226.789,62	\$ 1.266.475,71	\$ 937.143,24	\$ 806.459,11	\$ 952.407,79
<i>Imp. Gan.</i>	0%	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Rtdo. despues Imp.	\$ -	\$ 1.226.789,62	\$ 1.266.475,71	\$ 937.143,24	\$ 806.459,11	\$ 952.407,79
<i>Depreciaciones Bs. Uso</i>	\$ -	\$ 9.118.80,63	\$ 9.118.80,63	\$ 9.118.80,63	\$ 9.118.80,63	\$ 9.118.80,63
<i>Inversion Inicial</i>	\$ -4.438.965,46	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Inversión Reemplazo Bs. Uso</i>	\$ -	\$ -	\$ -667.500,00	\$ -	\$ -18.000,00	\$ -904.100,00
<i>Caja</i>	\$ -	\$ 30.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Bancos</i>	\$ -	\$ 60.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Capital de Trabajo</i>	\$ -35.603,03	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Valor Desecho Proyecto</i>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3.801.679,62
<i>Financiamiento ADR</i>	\$ 200.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Financiamiento MRFC</i>	\$ 100.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Devolución Capital ADR</i>	\$ -	\$ -37.493,48	\$ -44.827,89	\$ -53.597,04	\$ -64.081,59	\$ -
<i>Devolución Capital MRFC</i>	\$ -	\$ -22.969,37	\$ -32.118,56	\$ -44.912,07	\$ -	\$ -
Flujo Fondo Proyectado	\$ -4.174.568,49	\$ 2.168.207,39	\$ 1.433.909,89	\$ 1.750.514,77	\$ 1.636.258,15	\$ 4.761.868,04
Flujo Fondo Proyectado Acum.	\$ -4.174.568,49	\$ -2.006.361,10	\$ -572.451,21	\$ 1.178.063,56	\$ 2.814.321,71	\$ 7.576.189,75
Flujo Fondo Actualizado	\$ -4.174.568,49	\$ 1.975.127,53	\$ 1.189.900,11	\$ 1.323.270,85	\$ 1.126.754,01	\$ 2.987.094,55
Flujo Fondo Acum. Actualizado	\$ -4.174.568,49	\$ -2.199.440,96	\$ -1.009.540,85	\$ 313.730,01	\$ 1.440.484,01	\$ 4.427.578,56

TABLA Nº 41: Flujo de Fondo Proyecto de Inversión del Emprendimiento Escenario Pesimista.
Fuente: Elaboración propia.

Flujo Fondo Resumido Proyecto de Inversión

		Año 0 (Dic 2017)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos			\$ 6.352.500,00	\$ 6.034.875,00	\$ 5.733.131,25	\$ 5.446.474,69	\$ 5.174.150,95
Egresos			\$ -5.125.710,38	\$ -4.959.649,29	\$ -4.795.988,01	\$ -4.641.815,58	\$ -4.507.153,16
Rtdo. antes Imp.			\$ 1.226.789,62	\$ 1.075.225,71	\$ 937.143,24	\$ 804.659,11	\$ 666.997,79
Imp. Gan.	0%		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Rtdo. Después Imp.			\$ 1.226.789,62	\$ 1.075.225,71	\$ 937.143,24	\$ 804.659,11	\$ 666.997,79
Inversiones y Financiamiento		\$ -4.174.568,49	\$ 941.417,78	\$ 167.434,18	\$ 813.371,52	\$ 829.799,04	\$ 3.809.460,25
Flujo Fondo Proyectado		\$ -4.174.568,49	\$ 2.168.207,39	\$ 1.242.659,89	\$ 1.750.514,77	\$ 1.634.458,15	\$ 4.476.458,04
Flujo Fondo Proyectado Acum.		\$ -4.174.568,49	\$ -2.006.361,10	\$ -763.701,21	\$ 986.813,56	\$ 2.621.271,71	\$ 7.097.729,75

Flujo Fondo Actualizado	\$ 1.975.127,53	\$ 1.189.900,11	\$ 1.323.270,85	\$ 1.126.754,01	\$ 2.987.094,55
Flujo Fondo Acum. Act.	\$ -2.199.440,96	\$ -1.009.540,85	\$ 313.730,01	\$ 1.440.484,01	\$ 4.427.578,56

Tasa (f)	9,78%
VAN	\$ 4.088.598,06
TIR	38,76%
VNA/Año	\$ 817.719,61
VNA/Mes	\$ 68.143,30



La Inversión Inicial se recupera entre el Año 2 y 3.

TABLA N° 42: Flujo de Fondo Resumido Proyecto de Inversión del Emprendimiento Escenario Pesimista.
Fuente: Elaboración propia.

ANEXO IX: Alturas Hidrométricas Río Paraná enero 2015- Junio 2018

**REGISTRO ALTURAS HIDROMÉTRICAS RÍO PARANÁ PREFECTURA PUESTO RECONQUSTA PERÍODO ENERO
2015-JUNIO 2018 (42 meses totales)**

LUGAR MEDICIÓN: Río Paraná, brazo San Jerónimo, altura Reconquista

AÑO	2015											
MES	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
DÍA	Altura	Altura	Altura	Altura	Altura	Altura	Altura	Altura	Altura	Altura	Altura	Altura
1	3,26	3,55	3,77	3,37	3,58	3,15	3,64	3,58	2,96	3,73	4,95	3,26
2	3,28	3,70	3,70	3,43	3,25	3,15	3,67	3,48	2,99	3,73	4,94	3,72
3	3,30	3,76	3,55	3,52	3,22	3,18	3,70	3,76	2,99	3,70	4,92	6,67
4	3,28	3,55	3,44	3,60	3,19	3,15	3,70	3,32	2,94	3,72	4,88	6,65
5	3,25	3,90	3,40	3,65	3,14	3,13	3,71	3,25	2,94	3,78	4,85	6,63
6	3,25	3,99	3,40	3,60	3,13	3,10	3,73	3,23	2,84	3,82	4,78	3,53
7	3,32	4,10	3,46	3,60	3,11	3,10	3,74	3,17	2,81	3,86	4,75	3,53
8	3,46	0,26	3,60	3,56	3,03	3,21	3,70	3,17	2,81	3,89	4,71	3,47
9	3,64	4,30	3,50	3,56	2,96	3,25	3,67	3,13	2,81	3,92	4,67	3,44
10	3,50	4,35	3,52	3,63	2,92	3,31	3,67	3,06	2,85	3,88	4,48	3,51
11	3,40	4,35	3,40	3,60	2,88	3,31	3,67	3,00	2,83	3,88	4,44	3,57
12	3,34	4,80	3,37	3,63	2,88	3,31	3,64	2,90	2,93	3,90	4,40	3,72
13	3,30	4,82	3,37	3,63	2,92	3,27	3,57	2,87	3,05	3,95	4,32	3,76
14	3,30	4,25	3,45	3,61	2,94	3,24	3,60	2,87	3,00	4,05	4,28	3,76
15	3,30	4,76	3,45	3,54	2,94	3,21	3,62	2,87	3,16	4,09	4,24	3,90
16	3,30	4,16	3,37	3,50	2,94	3,28	3,64	2,83	3,20	4,25	4,18	3,95
17	3,30	4,08	3,26	3,46	2,87	3,34	3,65	2,81	3,15	4,30	4,17	3,99
18	3,42	4,05	3,19	3,52	2,82	3,37	3,62	2,72	3,13	4,34	4,17	4,10
19	3,40	4,02	3,17	3,50	2,85	3,34	3,62	2,72	3,07	4,46	4,28	4,14
20	3,44	4,02	3,17	3,47	2,85	3,28	3,58	2,80	3,07	4,56	4,29	4,18
21	3,42	3,76	3,17	3,47	2,99	3,25	3,55	2,90	3,12	4,60	4,25	4,19
22	3,50	4,00	3,17	3,47	3,04	3,25	3,58	2,94	3,18	4,69	4,19	4,12
23	3,57	4,00	3,23	3,42	3,04	3,31	3,72	2,04	3,34	4,71	4,22	4,16
24	3,54	3,97	3,26	3,46	3,00	3,35	3,75	2,90	3,44	4,77	4,10	4,17
25	3,52	3,94	3,14	3,51	3,07	3,38	3,77	2,90	3,50	4,81	4,06	4,17
26	3,49	3,96	3,08	3,54	3,07	3,46	3,81	3,90	3,56	4,88	4,00	4,31
27	3,41	3,85	3,04	3,54	3,09	3,47	3,82	2,94	3,64	4,90	3,90	4,52
28	3,40	3,82	2,98	3,41	3,13	3,54	3,80	2,94	3,64	4,93	3,79	4,50
29	3,45		3,14	3,37	3,22	3,58	3,76	2,94	3,68	4,93	3,73	4,50
30	3,45		3,18	3,30	3,22	3,62	3,73	2,96	3,76	4,91	3,70	4,60
31	3,49		3,11		3,17		3,73	2,96		4,95		4,68
Prom.	3,40	3,93	3,32	3,52	3,05	3,30	3,68	3,03	3,15	4,29	4,35	4,24

FIGURA N° 1: Alturas Hidrométricas Río Paraná, altura Reconquista, brazo San Jerónimo, Año 2015.

Fuente: Acta Registro Medición Altura de Ríos, Prefectura Naval Argentina, Prefectura de Zona Paraná Superior y Paraguay - Prefectura Reconquista Jurisdicción Km. 969 al 866, libro N° 02, Folio 56 al 67.

AÑO	2016											
MES	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
DÍA	Altura	Altura	Altura	Altura	Altura	Altura	Altura	Altura	Altura	Altura	Altura	Altura
1	4,72	6,20	6,05	5,01	5,39	4,89	4,21	4,48	3,45	3,78	2,88	3,70
2	4,78	6,15	6,02	5,03	5,39	4,88	4,25	4,49	3,43	3,82	2,86	3,70
3	4,85	6,13	6,00	5,07	5,36	4,84	4,25	4,49	3,41	3,96	2,85	3,67
4	4,90	6,09	6,00	5,12	5,38	4,76	4,27	4,47	3,38	3,96	2,80	3,68
5	4,95	6,05	6,00	5,18	5,38	4,72	4,29	4,47	3,34	3,78	2,90	3,69
6	5,00	6,01	5,89	5,21	5,38	4,68	4,31	4,39	3,34	3,78	2,97	3,70
7	5,03	6,00	5,85	5,23	5,30	4,57	4,35	4,36	3,31	3,78	2,92	3,70
8	5,06	5,96	5,81	5,27	5,30	4,55	4,39	4,34	3,25	3,70	2,92	3,73
9	5,08	5,96	5,77	5,28	5,31	4,51	4,44	4,30	3,21	3,64	2,88	3,77
10	5,18	5,96	5,74	5,29	5,27	4,40	4,47	4,28	3,15	3,52	2,86	3,78
11	5,18	5,96	5,70	5,42	5,25	4,38	4,50	4,24	3,01	3,42	2,86	3,80
12	5,19	6,01	5,59	5,55	5,24	4,33	4,54	4,18	3,95	3,36	2,82	3,88
13	5,21	6,05	5,55	5,70	5,22	4,29	4,58	4,16	2,93	3,30	2,80	3,96
14	5,26	6,08	5,49	5,70	5,22	4,27	4,61	4,08	2,12	3,28	2,81	3,61
15	5,29	6,08	5,45	5,82	5,20	4,25	4,65	4,04	2,92	3,28	2,82	3,64
16	5,35	6,10	5,38	5,87	5,16	4,24	4,68	4,02	2,97	3,35	2,86	3,66
17	5,39	6,15	5,34	5,89	5,14	4,26	4,70	3,90	3,00	3,40	2,84	3,66
18	5,47	6,10	5,33	5,89	5,13	4,27	4,72	3,84	3,00	3,40	3,22	3,66
19	5,60	6,10	5,30	5,89	5,10	4,27	4,72	3,75	2,92	3,36	3,27	3,66
20	5,64	6,10	5,27	5,87	5,16	4,27	4,71	3,74	2,85	3,28	3,30	3,68
21	5,69	6,09	5,27	5,86	5,14	4,25	4,70	3,68	2,85	3,23	3,34	3,42
22	5,75	6,09	5,19	5,86	5,18	4,11	4,67	3,66	2,95	3,20	3,34	3,44
23	5,80	6,05	5,17	5,85	5,16	4,17	4,63	3,64	3,02	3,18	3,30	3,41
24	5,98	6,05	5,15	5,71	5,16	4,12	4,59	3,62	3,04	3,13	3,35	3,26
25	6,08	6,03	5,13	5,69	5,13	4,10	4,53	3,60	3,08	3,13	3,36	3,16
26	6,22	6,03	5,07	5,65	5,12	4,10	4,47	3,58	3,14	3,07	3,48	3,31
27	6,33	6,03	5,07	5,58	5,10	4,10	4,43	3,54	3,20	3,05	3,56	3,31
28	6,37	6,03	5,05	5,56	5,03	4,14	4,42	3,54	3,29	3,00	3,60	3,23
29	6,38	6,03	5,00	5,53	5,01	4,16	4,42	3,46	3,40	2,96	3,64	3,11
30	6,48		5,01	5,45	4,98	4,20	4,46	3,46	3,84	2,91	3,68	3,11
31	6,50		5,01		4,90		4,46	3,50		2,91		3,15
Prom.	5,51	6,06	5,47	5,53	5,20	4,37	4,50	3,98	3,16	3,38	3,10	3,45

Meses que sobrepasan el Nivel de
Alerta y Evacuación Estación
Reconquista.

FIGURA N° 2: Alturas Hidrométricas Río Paraná, altura Reconquista, brazo San Jerónimo, Año 2016.
Fuente: Acta Registro Medición Altura de Ríos, Prefectura Naval Argentina, Prefectura de Zona Paraná Superior y Paraguay - Prefectura Reconquista Jurisdicción Km. 969 al 866, libro N° 02, Folio 68 al 79.

AÑO	2017											
MES	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
DÍA	Altura	Altura	Altura	Altura	Altura	Altura	Altura	Altura	Altura	Altura	Altura	Altura
1	3,10	3,84	3,07	3,55	3,12	4,34	4,92	4,64	3,00	3,00	2,65	3,72
2	3,10	3,84	2,87	3,46	3,12	4,46	4,98	4,60	3,00	3,05	2,75	3,72
3	3,20	3,80	2,82	3,42	3,20	4,60	4,98	4,49	2,90	3,06	2,81	3,72
4	3,18	3,78	2,86	3,32	3,15	4,60	5,00	4,43	2,86	3,06	2,79	3,78
5	3,14	3,76	2,96	3,32	3,13	4,62	5,00	4,40	2,80	3,03	2,75	3,87
6	3,30	3,74	3,12	3,16	2,99	4,56	5,00	4,30	2,80	2,90	2,67	3,92
7	3,30	3,74	3,18	3,14	2,95	4,54	5,00	4,26	2,76	2,76	2,67	4,01
8	3,24	3,74	3,24	3,14	2,93	4,46	5,02	4,20	2,80	2,66	2,67	4,07
9	3,24	3,75	3,26	3,24	2,93	4,48	5,02	4,14	2,78	2,67	2,67	4,14
10	3,25	3,78	3,28	3,36	2,85	4,48	5,02	4,08	2,66	2,60	2,67	4,23
11	3,32	3,83	3,35	3,54	2,99	4,42	5,03	4,03	2,58	2,60	2,75	4,23
12	3,33	3,83	3,35	3,58	3,36	4,40	5,06	4,44	2,56	2,62	2,78	4,35
13	3,40	3,83	3,36	3,69	3,86	4,38	5,06	3,83	2,55	2,62	2,80	4,40
14	3,48	3,76	3,37	3,72	3,77	4,42	5,07	3,87	2,68	2,58	2,90	4,45
15	3,50	3,74	3,37	3,75	4,01	4,46	5,08	3,69	2,71	2,53	2,90	4,48
16	3,50	3,65	3,35	3,76	4,01	4,50	5,12	3,69	2,77	2,52	2,99	4,49
17	3,50	3,53	3,35	3,69	4,03	4,54	5,15	3,68	2,76	2,50	3,16	4,49
18	3,50	3,52	3,38	3,63	3,89	4,55	5,15	3,61	2,75	2,48	3,30	4,50
19	3,64	3,44	3,40	3,52	3,78	4,55	5,15	3,59	2,80	2,45	3,40	4,45
20	3,70	3,35	3,55	3,41	3,71	4,55	5,15	3,50	2,82	2,45	3,46	4,42
21	3,71	3,30	3,55	3,37	3,60	4,53	5,15	3,43	2,85	2,53	3,50	4,37
22	3,74	3,28	3,59	3,07	3,68	4,52	5,14	3,43	2,87	2,31	3,48	4,34
23	3,72	3,21	4,15	3,50	3,70	4,50	5,13	3,43	2,87	2,28	3,47	4,20
24	3,81	3,20	4,10	3,37	3,80	4,55	5,09	3,43	2,84	2,34	3,34	4,15
25	3,85	3,18	4,10	3,34	3,91	4,58	5,03	3,45	2,76	2,40	3,24	4,11
26	3,91	3,09	4,10	3,29	4,03	4,60	5,00	3,41	2,75	2,48	3,28	4,11
27	3,96	3,10	4,10	3,27	3,92	4,70	4,90	3,41	2,73	2,50	3,38	4,12
28	3,86	3,10	4,09	3,22	3,96	4,77	4,83	3,22	2,81	2,89	3,47	4,03
29	3,90		4,06	3,16	4,08	4,80	4,80	3,15	2,93	2,54	3,57	4,00
30	3,90		4,02	3,14	4,26	4,85	4,70	3,08	2,90	2,52	3,70	4,02
31	3,90		4,02		4,26		4,75	4,00		2,52		4,02
Prom.	3,52	3,56	3,50	3,40	3,48	4,54	5,02	3,84	2,79	2,63	3,07	4,16

FIGURA N° 3: Alturas Hidrométricas Río Paraná, altura Reconquista, brazo San Jerónimo, Año 2017.
Fuente: Acta Registro Medición Altura de Ríos, Prefectura Naval Argentina, Prefectura de Zona Paraná Superior y Paraguay - Prefectura Reconquista Jurisdicción Km. 969 al 866, libro N° 02, Folio 80 al 91.

AÑO	2018					
MES	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
DÍA	Altura	Altura	Altura	Altura	Altura	Altura
1	3,47	5,04	4,39	4,45	3,50	3,10
2	3,47	5,04	4,38	4,44	3,50	3,08
3	3,54	5,06	4,38	4,41	3,46	3,08
4	5,60	5,07	4,36	4,41	3,36	3,13
5	3,76	5,07	4,40	4,38	3,30	3,15
6	3,80	5,05	4,31	4,46	3,30	3,15
7	3,88	5,05	4,31	4,46	3,30	2,90
8	3,92	5,63	4,30	4,46	3,40	2,88
9	3,98	4,97	4,34	4,46	3,47	2,80
10	4,06	4,97	4,36	4,45	3,47	2,78
11	4,10	4,95	4,34	4,45	3,47	2,79
12	4,14	4,86	4,34	4,45	3,67	2,81
13	4,12	4,82	4,36	4,42	3,67	2,80
14	4,10	4,78	4,41	4,42	3,67	2,74
15	4,08	4,72	4,41	4,33	3,62	2,74
16	4,08	4,68	4,47	4,23	3,60	2,72
17	4,16	4,67	4,47	4,19	3,50	2,76
18	4,21	4,59	4,46	4,15	3,44	2,04
19	4,32	4,58	4,46	4,08	3,44	2,92
20	4,32	4,54	4,46	4,05	3,42	2,96
21	4,40	4,49	4,46	4,02	3,38	2,88
22	4,36	4,49	4,46	3,90	3,31	2,80
23	4,36	4,44	4,46	3,90	3,34	2,75
24	4,65	4,44	4,45	3,84	3,34	2,70
25	4,73	4,43	4,51	3,80	3,34	2,68
26	4,82	4,39	4,55	3,98	3,40	2,67
27	4,85	4,39	4,64	3,67	3,42	2,70
28	4,95	4,39	4,58	3,67	3,42	2,66
29	4,95		4,59	3,55	3,42	2,63
30	4,92		4,50	3,51	3,34	2,63
31	4,92		4,98		3,34	
Prom.	4,29	4,77	27,69	4,17	3,44	2,81

FIGURA N° 4: Alturas Hidrométricas Río Paraná, altura Reconquista, brazo San Jerónimo, Enero – Junio 2018.
Fuente: Acta Registro Medición Altura de Ríos, Prefectura Naval Argentina, Prefectura de Zona Paraná Superior y Paraguay -
Prefectura Reconquista Jurisdicción Km. 969 al 866, libro N° 02, Folio 92 al 97.

ANEXO X: Fórmulas utilizadas Proyecto Inversión

1.1. Tasa Efectiva Anual

$$Tasa Efectiva Anual = [(1 + Tasa Efectiva Mensual)^{12}] - 1$$

$$T.E.A. = [(1 + TEM)^{12}] - 1$$

$$T.E.A. = \left[1 + \left(\frac{TNA}{12}\right)\right]^{12} - 1$$

Dónde:

TNA: Tasa Nominal Activa

1.2. Tasa Real Anual

$$Tasa Real Anual = \left[\frac{(1 + N)}{1 + i} \right] - 1$$

Dónde:

N: Tasa Efectiva Anual

i: Expectativa Inflacionaria

1.3. Sistema Amortización Francés

Características:

- Cuotas Total (Interés+ Capital) constantes.
- Fracción de interés decreciente al transcurrir las cuotas.
- Fracción de Capital creciente al transcurrir las cuotas.

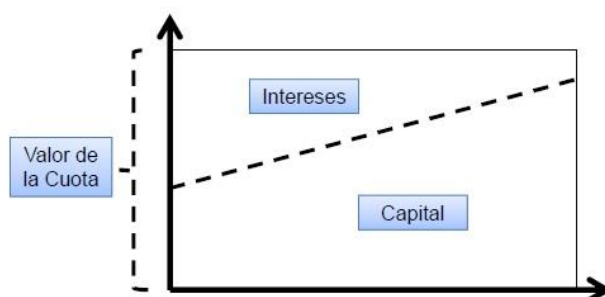


FIGURA N° 1: Sistema de Amortización Francés.

Fuente: MAGNAGO GUSTAVO; "Unidad 5, Inversiones, Costos y Beneficios del Proyecto", Licenciatura en Administración Rural, Universidad Tecnológica Nacional, Facultad Regional Reconquista; Reconquista, 2014, Pág. 43.

A continuación ejemplificaremos la operatoria de esta tabla de Sistema de Amortización Francés aplicado al Crédito N° 1 de la ADR para el caso de la Cuota N° 1:

Fuente 1: ADR

Monto	\$ 200.000,00
Tasa Nominal Anual	18,00%
Tasa Efectiva Anual	19,56%
Tasa Efectiva Mensual	1,50%
Plazo años	4
N° Cuotas	48
Sist. Amort.	Francés

FIGURA N° 2: Detalle Crédito ADR.

Fuente: Elaboración propia.

Dónde:

$$i = 1,50\%$$

$$n = \text{N}^\circ \text{ Cuota}$$

TABLA AMORTIZACIÓN						
	Nº Cuota	Capital Insoluto	Cuota Período	Interés Pagado Cuota	Capital Pagado Cuota	Saldo Deuda
A Ñ O 1	1	\$ 200.000,00	\$ 5.875,00	\$ 3.000,00	\$ 2.875,00	\$ 197.125,00
	2	\$ 197.125,00	\$ 5.875,00	\$ 2.956,88	\$ 2.918,12	\$ 194.206,88
	3	\$ 194.206,88	\$ 5.875,00	\$ 2.913,10	\$ 2.961,90	\$ 191.244,98
	4	\$ 191.244,98	\$ 5.875,00	\$ 2.868,67	\$ 3.006,33	\$ 188.238,65
	5	\$ 188.238,65	\$ 5.875,00	\$ 2.823,58	\$ 3.051,42	\$ 185.187,23
	6	\$ 185.187,23	\$ 5.875,00	\$ 2.777,81	\$ 3.097,19	\$ 182.090,04
	7	\$ 182.090,04	\$ 5.875,00	\$ 2.731,35	\$ 3.143,65	\$ 178.946,39
	8	\$ 178.946,39	\$ 5.875,00	\$ 2.684,20	\$ 3.190,80	\$ 175.755,59
	9	\$ 175.755,59	\$ 5.875,00	\$ 2.636,33	\$ 3.238,67	\$ 172.516,92
	10	\$ 172.516,92	\$ 5.875,00	\$ 2.587,75	\$ 3.287,25	\$ 169.229,68
	11	\$ 169.229,68	\$ 5.875,00	\$ 2.538,45	\$ 3.336,55	\$ 165.893,12
	12	\$ 165.893,12	\$ 5.875,00	\$ 2.488,40	\$ 3.386,60	\$ 162.506,52

TABLA Nº 1: Amortización Crédito ADR.

Fuente: Elaboración Propia

Cuota Nº 1:

$$\text{Capital Insoluto} = \$200.000$$

$$\text{Cuota Período} = \frac{\text{Capital Inicial}}{\frac{1-(1+i)^{-n}}{i}} = \frac{\$200.000}{\frac{1-(1+0,015)^{-48}}{0,015}} = \$5.875,00$$

$$\text{Interés Pagado Cuota} = \text{Capital Insoluto} * i = \$200.000 * 0,015 = \$3.000,00$$

$$\begin{aligned} \text{Capital Pagado Cuota} &= \text{Cuota Período} - \text{Interés Pagado Cuota} \\ &= \$5.875,00 - \$3.000,00 = \$2.875,00 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Saldo Deuda} &= \text{Capital Insoluto} - \text{Saldo Deuda} = \$200.000 - \$2.875,00 \\ &= \$197.125,00 \end{aligned}$$

Por tanto, Cuota Nº 2:

$$\text{Capital Insoluto} = \text{Saldo Deuda Cuota N}^\circ 1 = \$197.125,00$$

$$\text{Cuota Período} = \$5.875,00$$

$$\text{Interés Pagado Cuota} = \$197.125,00 * 0,015 = \$2.956,88$$

$$\text{Capital Pagado Cuota} = \$5.875,00 - \$2.956,88 = \$2.918,12$$

$$\text{Saldo Deuda} = \$197.125,00 - \$2.918,12 = \$194.206,88$$

Y así para las restantes cuotas, hasta finalizar el pago de la deuda.

1.4. Método de Depreciación de Activos de la Línea Recta

$$D = \frac{\text{Valor a Nuevo}}{\text{Vida Útil}}$$

1.5. Estructura General de un Flujo de Fondo

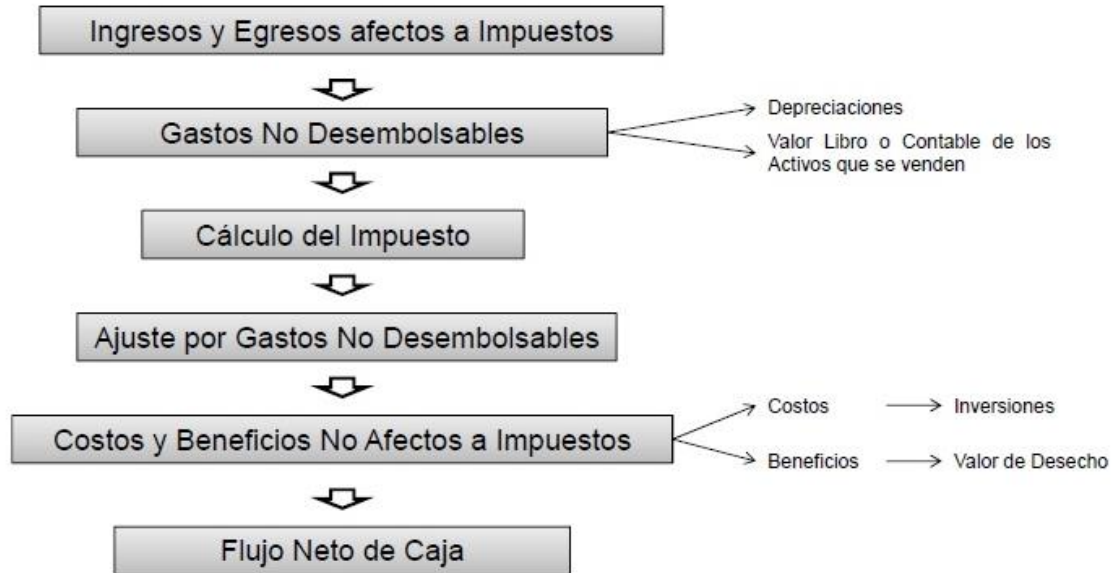


FIGURA N° 3: Estructura General de un Flujo de Fondo.

Fuente: MAGNAGO GUSTAVO; "Unidad 6, Análisis económico, financiero del proyecto", Licenciatura en Administración Rural, Universidad Tecnológica Nacional, Facultad Regional Reconquista; Reconquista, 2014, Pág. 6.

1.6. Valor Actual Neto (VAN)

El VAN es el valor monetario resultante de restar la Inversión Inicial del Proyecto a la sumatoria de los valores actualizados de todos los flujos netos (VNA), considerando la Tasa Descuento (f).

Expresado en fórmula:

$$\text{VAN} = \left[\sum \text{Valor Neto Actualizado Flujo anual (VNA)} \right] - \text{Inversión Inicial}$$

Dónde:

$$\text{VNA} = \sum \frac{\text{Valor Final (VF)}}{(1+f)^1} + \frac{\text{VF}}{(1+f)^2} + \dots + \frac{\text{VF}}{(1+f)^n}$$

Y donde:

f = Tasa Descuento

f = TMAR + p (prima por riesgo)

En la cual TMAR en nuestro proyecto (con financiamiento mixto) está dado por:

$$\text{TMAR} = K_w = \frac{K_d \cdot (1-t) \cdot D + K_p \cdot FP}{D + FP}$$

Siendo:

K_w = Costo Promedio Ponderado de Capital

K_d = Costo de la Deuda o Financiamiento Externo

T = Tasa Impositiva Impuesto a las Ganancias (en nuestro caso 0%)

D = Monto de la Deuda o Financiamiento Externo

Kp = Costo del Capital Propio – Costo de Oportunidad

FP = Monto de Fondos Propios

Dónde:

$$Kp = i + f + (i \cdot f)$$

Siendo:

i = Tasa libre de Riesgo

f = Expectativa Inflacionaria

VAN nos permite conocer si el Proyecto:

- 1) Devuelve la Inversión,
- 2) Alcanza la Tasa Descuento (f) requerida,
- 3) Genera un adicional monetario en valores actualizados.

Entonces:

$VAN > 0 \rightarrow$ Inversión aconsejable (Se logra Puntos 1), 2) y 3))

$VAN = 0 \rightarrow$ Inversión indiferente (Se logra Puntos 1) y 2))

$VAN < 0 \rightarrow$ Inversión NO aconsejable

1.7. Tasa Interna de Retorno (TIR)

“Mide la rentabilidad como porcentaje... la máxima tasa exigible será aquella que haga que el VAN sea 0.” (SAPAG CHAIN, Nassir; 2007; Pág. 254).

Entonces:

$TIR > i \rightarrow VAN > 0 \rightarrow$ Proyecto Viable

$TIR = i \rightarrow VAN = 0 \rightarrow$ Proyecto Indiferente

$TIR < i \rightarrow VAN < 0 \rightarrow$ Proyecto Inviabile

$TIR < 0 \rightarrow VAN < 0 \rightarrow$ Proyecto Inviabile (No recupera Inv. Inicial)